

Analisis Kinerja Customer Service terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Pembukaan Rekening Tabungan iB Masalahh Pada PT. Bank Jabar Banten Syariah Kantor Cabang Pembantu Margaasih

¹Maya Fitriyani, ²Asep Ramdan Hidayat, ³Susilo Setyawan.

^{1,2,3}*Prodi Keuangan & Perbankan Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Bandung, Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116*
e-mail: ¹myfitriani10@gmail.com

Abstrak. Faktor pelayanan nasabah menjadi salah satu ujung tombak bank syariah dalam rangka mendorong nasabahnya memiliki kepuasan dan menjadi loyal terhadap produk bank syariah yang bersangkutan. Kondisi ini menuntut manajemen BJB Syariah KCP Margaasih untuk lebih mampu menghadirkan pelayanan yang optimal dari para *Customer Service* sehingga mampu menumbuhkan perasaan puas bagi nasabahnya. Hal ini disadari manajemen BJB Syariah karena tanpa ada pelayanan yang baik dari para *Customer Service* niscaya para nasabah akan berpindah ke bank pesaing. Untuk mengukur kinerja pelayanan para *Customer Service* di BJB Syariah KCP Margaasih dapat diukur dari dimensinya yang meliputi ketersediaan infrastruktur (*tangible*), empati (*emphaty*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), dan jaminan (*assurance*). Berdasarkan latar belakang masalah, maka dirumuskan masalah ke bentuk pertanyaan sebagai berikut : Bagaimana kinerja *Customer Service* dalam pembukaan rekening tabungan iB Masalahh di PT. Bank Jabar Banten Syariah Kantor Cabang Pembantu Margaasih ? Bagaimana tingkat kepuasan nasabah dalam pembukaan rekening tabungan iB Masalahh di PT. Bank Jabar Banten Syariah Kantor Cabang Pembantu Margaasih ? Dan bagaimana analisis kinerja Customer Service terhadap kepuasan nasabah dalam pembukaan rekening tabungan iB Masalahh di PT. Bank Jabar Banten Syariah Kantor Cabang Pembantu Margaasih ? Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, yaitu suatu metode yang berusaha mengumpulkan data yang sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, menyajikan serta menganalisisnya sehingga dapat memberikan gambaran yang cukup jelas atas objek yang diteliti dan kemudian dapat ditarik kesimpulan. Dalam hal ini meneliti praktek pelayanan produk tabungan iB Masalahh yang dilakukan *Customer Service* di BJB Syariah KCP Margaasih serta pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan Kinerja *Customer Service* dalam pembukaan rekening tabungan iB Masalahh di PT. Bank Jabar Banten Syariah Kantor Cabang Pembantu Margaasih berdasarkan hasil penelitian menunjukkan kinerja pelayanan yang sudah baik. Dan tingkat kepuasan para nasabah khususnya pada produk Tabungan iB Masalahh terhadap BJB Syariah secara lembaga terjadi sebagai akibat adanya hubungan yang terjadi diantara nasabah dengan *Cutormer Service* secara langsung.

Kata kunci: Kinerja Customer, Kepuasan Nasabah, iB Masalahh

A. Pendahuluan Latar Belakang Masalah

Faktor pelayanan nasabah menjadi salah satu ujung tombak bank syariah dalam rangka mendorong nasabahnya menjadi puas. Berkaitan dalam hal kehidupan bermasyarakat, sebenarnya sudah merupakan kewajiban seseorang untuk berbuat baik kepada sesama, termasuk didalamnya memberikan pelayanan. Dalam melakukan pelayanan yang baik, biasanya digambarkan seseorang melalui sikap, pembicaraan dan bahkan dari bahasa tubuh yang bersifat simpatik, lembut, sopan, hormat dan penuh kasih sayang. Hal ini adalah untuk menghindarkan kita dari segala hal yang menimbulkan perselisihan diantara manusia sehingga dapat tercipta kehidupan yang penuh kedamaian.

Bank Jabar Banten KCP Margaasih salah satu perusahaan perbankan yang menjadi bank komersial terkemuka yang selalu mengutamakan kepuasan nasabah serta memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah melalui jaringan kerja yang tersebar luas dan didukung oleh sumber daya manusia yang profesional agar dapat memberikan

keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan.¹ Berdasarkan fenomena yang terjadi terdapat masalah yang dialami beberapa nasabah yang berhadapan dengan *Customer Service* yaitu seperti mendapatkan perlakuan yang tidak ramah, sibuk dengan pekerjaannya sendiri, kurang detail dalam menjelaskan suatu produk.

BJB Syariah memiliki produk pendanaan yang salah satunya adalah produk iB Masalahah. Produk tabungan ini sangat penting bagi produk pendanaan BJB Syariah dalam meningkatkan DPK yang dimilikinya. Dengan demikian, promosi serta informasi mengenai produk tabungan iB Masalahah harus benar-benar maksimal dan komprehensif disampaikan kepada masyarakat oleh *Customer Service* di BJB Syariah KCP Margaasih. Apabila para nasabah mendapatkan perlakuan yang tidak ramah dari pihak *Customer Service* sebagaimana yang telah diterangkan di atas, maka tidak menutup kemungkinan justru produk iB Masalahah tidak akan diterima dengan baik oleh masyarakat dan peningkatan DPK tidak akan tercapai sebagaimana yang telah ditargetkan manajemen BJB Syariah.

Salah satu ruang untuk bersosialisasi dalam sebuah lembaga keuangan perbankan termasuk BJB Syariah adalah pentingnya interaksi *Customer Service* dengan nasabah. *Customer Service* bertugas untuk berinteraksi langsung dengan nasabah, sebagai salah satu ujung tombak terpenting bagi salah satu lembaga keuangan perbankan dalam membangun kepuasan nasabah. Hal inilah yang menjadi dasar utama bahwa seorang *Customer Service* di BJB Syariah haruslah mampu memberikan pelayanan dengan baik terhadap nasabah, memiliki etika bersikap dan berbahasa yang baik khususnya ketika berinteraksi dengan nasabah, sehingga akan meningkatkan kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang telah *Customer Service* berikan.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kinerja *Customer Service* dalam pembukaan rekening tabungan iB Masalahah di PT. Bank Jabar Banten Syariah Kantor Cabang Pembantu Margaasih.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah dalam pembukaan rekening tabungan iB Masalahah di PT. Bank Jabar Banten Syariah Kantor Cabang Pembantu Margaasih.
3. Untuk mengetahui analisis kinerja *Customer Service* terhadap kepuasan nasabah dalam pembukaan rekening tabungan iB Masalahah di PT. Bank Jabar Banten Syariah Kantor Cabang Pembantu Margaasih.

B. Landasan Teori

Tinjauan Umum Kualitas Pelayanan Syariah

Menurut Fandy Tjiptono, pelayanan dalam Bahasa Arab dikenal dalam istilah *Khidmah* dan pelayanan tersebut merupakan jiwa dalam bisnis syariah.² Alquran memerintahkan dengan sangat ekspresif agar kaum muslim bersifat lembut dan sopan santun manakala berbicara dan melayani pelanggan. Hal ini ditegaskan dalam alquran

¹<http://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/4043/Bab%201.pdf?sequence=6> diakses 10 Oktober 2015

² Fandy Tjiptono, *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*. Penerbit Andi, Yogyakarta, 2000, hlm. 297.

Surat Ali Imran ayat 159 :

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لنت لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.³

Pada ayat di atas, dijelaskan bahwa Rasul memiliki sikap lemah lembut, tidak lekas marah kepada umatnya. Pemimpin yang kasar dan berkeras hati atau kaku sikapnya, maka orang lain akan segan menghampirinya. Sehingga orang akan menjauh satu persatu, apabila orang yang telah menjauh, maka janganlah orang itu yang disalahkan melainkan selidikilah cacat pada diri sendiri.

Dalam kitab *Shohih Muslim*, Imam Muslim meriwayatkan sebuah hadits yang berkaitan dengan pelayanan dari shahabat Abu Hurairah ra. sebagai berikut :

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مِنْ نَفْسٍ عَنْ مُؤْمِنٍ كُرْبَةٍ مِنْ كُرْبِ الدُّنْيَا نَقَسَ اللَّهُ عَنْهُ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ يَوْمِ الْقِيَامَةِ وَمَنْ يَسَّرَ عَلَيَّ مَعْسَرَ يَسَّرَ اللَّهُ عَلَيْهِ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَمَنْ سَتَرَ مُسْلِمًا سَتَرَهُ اللَّهُ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَاللَّهُ فِي عَوْنِ الْعَبْدِ مَا كَانَ الْعَبْدُ فِي عَوْنِ أَخِيهِ وَمَنْ سَلَكَ طَرِيقًا يَلْتَمِسُ فِيهِ عِلْمًا سَهَّلَ اللَّهُ لَهُ بِهِ طَرِيقًا إِلَى الْجَنَّةِ وَمَا اجْتَمَعَ قَوْمٌ فِي بَيْتٍ مِنْ بُيُوتِ اللَّهِ يَتْلُونَ كِتَابَ اللَّهِ وَيَتَدَارَسُونَهُ بَيْنَهُمْ إِلَّا نَزَلَتْ عَلَيْهِمُ السَّكِينَةُ وَغَشِيَتْهُمُ الرَّحْمَةُ وَحَفَّتْهُمُ الْمَلَائِكَةُ وَذَكَرَهُمُ اللَّهُ فِيمَنْ عِنْدَهُ وَمَنْ بَطَأَ بِهِ عَمَلُهُ لَمْ يَسْرِعْ بِهِ نَسَبُهُ

Dari Abu Hurairah RA, dia berkata, "Rasulullah SAW telah bersabda, 'Barang siapa membebaskan seorang mukmin dari suatu kesulitan dunia, maka Allah akan membebaskannya dari suatu kesulitan pada hari kiamat. Barang siapa memberi kemudahan kepada orang yang berada dalam kesulitan, maka Allah akan memberikan kemudahan di dunia dan akhirat. Barang siapa menutupi aib seorang muslim, maka Allah akan menutup aibnya di dunia dan akhirat. Allah akan selalu menolong hamba-Nya selama hamba tersebut menolong saudaranya sesama

³ Depag RI, *Al Quran dan Terjemahan*, CV Diponegoro, Bandung, 2000, hlm. 103.

muslim. Barang siapa menempuh jalan untuk mencari ilmu, maka Allah akan memudahkan baginya jalan ke surga. Tidaklah sekelompok orang berkumpul di suatu masjid {rumah Allah} untuk membaca Al Qur'an, melainkan mereka akan diliputi ketenangan, rahmat, dan dikelilingi para malaikat, serta Allah akan menyebut-nyebut mereka dalam kelompok orang-orang yang ada di sisi-Nya. Barang siapa enggan untuk menolong, maka kerabatnya akan enggan untuk menolongnya.⁴

Hadits di atas mengandung makna tentang keutamaan yang didapatkan seseorang jika dia mau memberikan bantuan dan pelayan kepada sesama demi untuk memenuhi kebutuhan mereka. Baik pertolongan dalam bidang materi, berbagi ilmu, bahu membahu mengerjakan sesuatu, memberikan nasehat dan masih banyak lagi. Dengan kata lain, apabila seseorang memberikan pelayanan yang berkualitas kepada orang lain yang membutuhkan, maka hal ini akan berdampak positif bagi dirinya sendiri.

Kualitas menurut Philip Kotler adalah “keseluruhan ciri dan sifat produk atau pelayanan yang mempengaruhi kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat”.⁵ Kualitas pelayanan merupakan ciri dan sifat dari pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan karyawan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan oleh pelanggan atau yang tersirat dalam diri pelanggan. Menurut Ali Hasan sejumlah atribut kualitas pelayanan yang dapat memuaskan penggunaan industri jasa adalah sebagai berikut⁶ :

1. Ketepatan waktu pelayanan, yaitu kemampuan karyawan untuk menyelesaikan pelayanan dengan waktu proses yang lebih cepat sehingga dapat meminimalkan waktu tunggu bagi nasabah
2. Akurasi pelayanan yaitu pelayanan yang berkaitan dengan reliabilitas pelayanan, tanggung jawab dan bebas dari kesalahan kesalahan.
3. Kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan, terutama bagi karyawan yang berada di garis depan yang secara langsung berinteraksi dan melayani nasabah.
4. Kelengkapan, yaitu ketersediaan sarana pendukung serta pelayanan komplementer lainnya, seperti buku pedoman, denah dan sebagainya.
5. Kemudahan mendapatkan pelayanan seperti outlet, cukupnya jumlah karyawan yang melayani, administrasi, fasilitas pendukung, seperti komputer untuk memproses data dan lain-lain.
6. Variasi model pelayanan, yang berkaitan dengan inovasi untuk memberikan pola-pola baru dalam pelayanan.
7. Kenyamanan memperoleh pelayanan, berkaitan lokasi, ruangan tempat pelayanan, kemudahan menjangkau tempat parkir kendaraan, ketersediaan informasi dan sebagainya.
8. Pelayanan pribadi, yaitu pelayanan yang berkaitan dengan fleksibilitas, penanganan permintaan khusus.
9. Pendukung pelayanan, seperti lingkungan, kebersihan, ruang tunggu yang sejuk

⁴ Muslim Al Hallaj, *Shahih Muslim Volume VIII Kitab Dzikh, Hadits No. 1897*, Darul Fiqr, Beirut, t.th, hlm. 72.

⁵ Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran Edisi kedelapan* (alih Bahasa oleh : AB Susanto), Salemba Empat. Jakarta, 2008, hlm. 29.

⁶ M. Ali Hasan, *Pemasaran Jasa*. Penerbit Andi, Yogyakarta, 2007, hlm. 91-92.

nyaman, indah dan lain-lain.

Kualitas pelayanan adalah proses pembentukan dan keterkaitan di dalam mengelola pelanggan, membangun mata rantai untuk meningkatkan nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan dengan harapan memperoleh profitabilitas jangka panjang bagi perusahaan. Pelayanan menurut Hasibuan, *service* atau pelayanan adalah kegiatan yang dapat diidentifikasi dan tidak berwujud dan merupakan tujuan penting dari suatu rencana transaksi, guna memberikan kepuasan kepada konsumen.⁷

Berdasarkan keterangan di atas, maka dapat dikatakan bahwa layanan atau *service* adalah serangkaian kegiatan yang diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain yang tidak berwujud dan bertujuan memberikan kepuasan kepada pihak yang dilayani. Pengertian *customer service* menurut Kasmir, adalah setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepadanasabah melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.⁸Jadi *customer service* adalah orang yang bekerja dibidang pelayanan di suatu perusahaan/bank yang bertugas untuk melayani pelanggan/nasabah dengan baik sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang berlaku untuk memberikan kepuasan sehingga menciptakan kepuasan pelanggan/nasabah.

Menurut Ratih Hurriyati dalam buku *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, dimensi kualitas pelayanan bagi pelanggan atau nasabah pada bank syariah⁹ terbagi lima :

1. *Tangibles*, yaitu ketersediaan infrastruktur yang berupa fasilitas fisik, perlengkapan, peralatan, karyawan dan alat komunikasi.
2. *Empathy*, atau rasa empati yang merupakan kepedulian, perhatian personal yang disediakan oleh bank syariah terhadap para nasabahnya.
3. *Responsiveness*, atau responsif yang merupakan itikad baik untuk membantu nasabah dan menyediakan pelayanan secara tepat dan cepat.
4. *Reliability*, atau kepercayaan (kehandalan) yang merupakan kemampuan untuk melakukan pelayanan seperti yang dijanjikan, dapat diandalkan dan akurat.
5. *Assurance*, yaitu jaminan yang meliputi pengetahuan dan kesopan-santunan karyawan bank syariah dan kemampuannya untuk menjaga kepercayaan.

Pelayanan syariah adalah kemampuan bank untuk memberikan pelayanan yang baik sebagai sarana untuk pemasaran produk-produk yang diberikan bank kepada nasabahnya, yang mencakup: (1) *tangible* (berwujud), yaitu berupa penampilan fisik, peralatan berbagai media komunikasi, (2) *Reliability* (keandalan), yaitu kemampuan dari *Customer Service* untuk membantu nasabah dan memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan dengan terpercaya dan akurat, konsisten dan kesesuaian pelayanan, (3) *Responsiveness* (daya tangkap), yaitu kemauan dari *Customer Service* untuk membantu nasabah dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan atau *complain* yang diajukan nasabah, (4) *Assurance* (kepastian), yaitu berupa kemampuan *Customer Service* untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada nasabah, (5) *Empathy* (empati), yaitu kesediaan *Customer Service* untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada nasabah.

⁷ Hasibuan Malayu SP, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, PT Rajawali Press, Jakarta, 2002, hlm. 77.

⁸ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2012, hlm. 89.

⁹ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Alfabeta, Bandung, 2005, hlm. 56.

Kepuasan Konsumen (nasabah)

Richard F. Gerson mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai persepsi konsumen bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui.¹⁰ Dengan kata lain, kepuasan merupakan sikap keseluruhan dari konsumen setelah memperoleh dan menggunakan suatu produk atau jasa. Pengertian tersebut menggambarkan bahwa kepuasan adalah dasar dari sebuah hubungan antara konsumen dan perusahaan. T. Hani Handoko dalam Buku “Manajemen Analisa Perilaku Konsumen” mengemukakan :Kepuasan sebagai sikap terhadap hasil transaksi dan dari kepuasan diperkirakan akan mempengaruhi perilaku lanjutan atau kesetiaan pelanggan. Upaya perusahaan untuk memberikan yang terbaik bagi pelanggannya agar apa yang diharapkan oleh mereka sesuai dengan kenyataan sehingga mereka puas dan akan membentuk pengalaman konsumsi yang positif.¹¹

Apabila konsumen merasa puas terhadap produk/jasa sebuah perusahaan maka mereka akan setia kepada perusahaan itu. Atau dengan kata lain apabila seorang konsumen merasa puas, mereka akan melakukan bisnis lebih banyak dan lebih sering lagi. Mereka akan membeli lebih banyak produk/jasa yang ditawarkan, dan mereka juga merekomendasikan produk/jasa tersebut kepada kerabat dan teman-temannya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin puas seorang konsumen, maka semakin banyak uang yang akan dibelanjakannya, yang akan berdampak pada semakin meningkatnya keuntungan yang diperoleh perusahaan (loyalitas konsumen akan semakin tinggi). Sedangkan ketidakpuasan/keluhan konsumen terhadap suatu produk/jasa pelayanan karena tidak sesuai dengan yang diharapkan dapat berdampak negatif terhadap keberhasilan penjualan produk/jasa pelayanan tersebut.

Menurut Tjiptono indikator dari kepuasan pelanggan/nasabah atau konsumen adalah sebagai berikut¹² :

1. Kepuasan secara umum, yaitu konsumen ditanya langsung seberapa puas akan produk yang ditawarkan.
2. Dimensi kepuasan, yaitu mengidentifikasi dimensi kepuasan dengan meminta nasabah menilai produk iB Masalah berdasarkan spesifikasi produk.
3. Konfirmasi harapan, yaitu menanyakan harapan pelanggan akan produk yang telah digunakan
4. Minat pembelian ulang, yaitu menanyakan kepada konsumen apakah akan kembali membeli ulang produk.
5. Merekomendasikan orang lain, yaitu menanyakan kepada konsumen apakah akan mengajak orang lain untuk membeli produk.

Dalam pandangan Islam, yang menjadi tolok ukur dalam menilai kepuasan pelanggan adalah standar syariah. Kepuasan pelanggan dalam pandangan syariah adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima.¹³ Sebagai pedoman untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, maka sebuah perusahaan barang maupun jasa harus melihat kinerja perusahaannya yang berkaitan dengan sifat jujur,

¹⁰ Richard F. Gerson, *Mengukur Tingkat Kepuasan Pelanggan*, Penerjemah: Hesti Widyaningrum cet.II, PPM, Jakarta, 2002, hlm.3.

¹¹ T. Hani Handoko, *Manajemen Analisa Perilaku Konsumen*, Liberty, Yogyakarta, 1998, hlm. 62.

¹² Fandi Tjiptono, *Perilaku Konsumen*, UII-Press, Yogyakarta, 2006, hlm. 211.

¹³ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, GIP, Jakarta, 1997, hal.178.

amanah, dan benar.¹⁴

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dari penilaian hasil kuisiner yang telah diuraikan pada BAB IV draft skripsi penelitian, terlihat bahwa secara umum para responden yang merupakan nasabah produk tabungan iB Masalah di BJB Syariah KCP Margaasih telah cukup puas akan pelayanan yang dilakukan para *Customer Service* di BJB Syariah. Dari gambar jawaban kuisiner secara keseluruhan menunjukkan bahwa total skor dari kuisiner mengenai tingkat kepuasan adalah 346.78 dan berada pada interval kategori “Puas”. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa kinerja *Customer Service* terhadap tingkat kepuasan nasabah dalam pelayanan produk tabungan iB Masalah di BJB Syariah KCP Margaasih Kabupaten Bandung secara umum sudah dapat membuat para nasabah menjadi puas dengan kinerja pelayanan yang dilakukan.

Dari gambaran grafik mengenai jawaban kuisiner terkait pelayanan yang dilakukan para *Customer Service* di BJB Syariah KCP margaasih di atas, secara komulatif terlihat bahwa sebanyak 53.61% para responden menyatakan setuju dan sebanyak 24.48% para responden menyatakan sangat setuju. kemudian terdapat sebanyak 15.32% responden yang menyatakan ragu dan 8.59% responden yang menyatakan tidak setuju. meskipun dalam persentase yang kecil, namun adanya responden yang masih menjawab ragu atau tidak setuju, hal ini seyogyanya dapat menjadi bahan evaluasi manajemen BJB Syariah agar kembali meningkatkan kualitas pelayanan yang dilakukan para *Customer Service*nya khususnya pada produk Tabungan iB Masalah.

Tingkat kinerja *Customer Service* di BJB Syariah KCP Margaasih yang menunjukkan kualitas kinerja yang baik, hal ini berimbas pada tingkat kepuasan nasabah BJB Syariah itu sendiri. Kepuasan nasabah di BJB Syariah khususnya pada produk iB Masalah sangat ditentukan dari baik-tidaknya kinerja *Customer Service* dalam melakukan pelayanan terhadap nasabah itu sendiri. Dimensi kinerja para *Customer Service* di BJB Syariah KCP Margaasih yang diukur dengan dimensi pelayanan yang optimal dan maksimal.

Keberhasilan manajemen BJB Syariah dalam menjaga tingkat kinerja para *Customer Service* yang berada di KCP Margaasih merupakan cerminan keberhasilan manajemen BJB Syariah dalam mengaktualisasikan nilai-nilai syariah dalam kualitas pelayanan. Semangat yang ditunjukkan manajemen BJB dalam pelayanan, hal ini sejalan dengan pengajaran ajaran Islam yang sangat ekspresif agar kaum muslim bersifat lembut dan sopan santun manakala berbicara dan melayani pelanggan. Hal ini ditegaskan dalam Surat Ali-Imran ayat 159 :

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لَنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ... (١٥٩)

“Maka disebabkan karena rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu...”¹⁵

Dilihat dari karakteristik nasabah dalam kuisiner yang dikelompokkan berdasarkan taraf hidup yang meliputi; jenis kelamin, usia, latar belakang pendidikan, pendapatan perbulan, status, bidang pekerjaan, dan lama menjadi nasabah, maka

¹⁴ *Ibid*, hlm. 179.

¹⁵ Depag RI, Al Quran dan Terjemahan, CV Diponegoro, 2000, hlm.72.

didapatkan penilaian kualitas kinerja dalam bentuk pelayanan yang dilakukan para *Customer Service* di BJB Syariah KCP Margaasih dinilai cukup komprehensif. Kepuasan atau ketidakpuasan para nasabah di BJB Syariah KCP Margaasih akan mempengaruhi perilaku berikutnya. Jika nasabah tersebut merasa puas, untuk selanjutnya dia akan memperlihatkan peluang menggunakan produk dan jasa yang ada di BJB Syariah lebih tinggi. Nasabah yang puas akan kinerja pelayanan yang dilakukan para *Customer Service* di BJB Syariah KCP Margaasih juga akan cenderung mengatakan sesuatu yang serba baik tentang produk dan jasa BJB Syariah yang bersangkutan kepada orang lain. Dan inilah yang diharapkan oleh pihak manajemen BJB Syariah.

Dari gambaran uraian di atas, maka pelayanan yang dilakukan para *Customer Service* di BJB Syariah KCP Margaasih dapat dikatakan proporsional dan adil. Hal ini terindikasi dari beragamannya segmentasi nasabah produk Tabungan iB Masalah namun dapat sama-sama merasakan kepuasan dari pelayanan yang diberikan manajemen BJB Syariah. Pelayanan yang proporsional tersebut telah sejalan dengan nilai-nilai pelayanan yang Islami sebagaimana yang terkandung dalam Q.S Al Maidah ayat 8 sebagai berikut :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا نُ قَوْمٍ عَلَىٰ آلَا تَعْدِلُوا أَعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

“Hai orang-orang yang beriman, hendaklah kamu menjadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap suatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada taqwa, bertaqwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”¹⁶

Ayat di atas mengandung makna proporsional dalam pelayanan, yaitu perlakuan yang sama atau tidak membedakan antara yang satu dengan yang lain; menyangkut persamaan hak perlindungan atas kekerasan, kesempatan dalam pendidikan peluang mendapatkan kekuasaan, memperoleh pendapatan dan kemakmuran. Juga persamaan dalam hak, kedudukan dalam proses di muka hukum tanpa memandang ras, kelompok, kedudukan/jabatan, kerabat, kaya atau miskin, orang yang disukai atau dibenci *hatta* terhadap musuh sekalipun. Sehingga dengan demikian, pelayanan terhadap nasabah dapat optimal dan menghasilkan *feed-back* yang positif dari nasabah yaitu loyal terhadap produk-produk BJB Syariah secara umum.

Tingkat kepuasan para nasabah itu juga dapat diwujudkan dalam bentuk keyakinan manajemen BJB Syariah bahwa harapannya akan dipenuhi oleh tindakan yang dilakukan para tenaga *Customer Service*-nya dimasa yang akan datang. Dengan demikian, pihak manajemen sudah semestinya memperhatikan kebutuhan-kebutuhan dan *reward* bagi para tenaga *Customer Service*, agar mereka senantiasa bekerja secara maksimal dan meningkatkan kinerja pelayanannya terhadap nasabah.

¹⁶ *Ibid*, hlm. 108.

D. Kesimpulan

1. Kinerja *Customer Service* dalam pembukaan rekening tabungan iB Maslahah di PT. Bank Jabar Banten Syariah Kantor Cabang Pembantu Margaasih berdasarkan hasil penelitian menunjukkan kinerja pelayanan yang sudah baik.
2. Tingkat kepuasan nasabah dalam pembukaan rekening tabungan iB Maslahah di PT. Bank Jabar Banten Syariah Kantor Cabang Pembantu Margaasih berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja *Customer Service* dalam pelayanan produk tabungan iB Maslahah di BJB Syariah KCP Margaasih Kabupaten Bandung secara umum sudah dapat membuat para nasabah menjadi puas dengan kinerja pelayanan yang dilakukan.
3. Analisis kinerja Customer Service terhadap kepuasan nasabah dalam pembukaan rekening tabungan iB Maslahah di PT. Bank Jabar Banten Syariah Kantor Cabang Pembantu Margaasih berdasarkan hasil penelitian dengan indikasi skor jawaban pada kusioner yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka tingkat kepuasan para nasabah khususnya pada produk Tabungan iB Maslahah terhadap BJB Syariah secara lembaga terjadi sebagai akibat adanya hubungan yang terjadi diantara nasabah dengan *Cutormer Service* secara langsung.

Daftar Pustaka

- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, 1998, Rineka Cipta, Jakarta.
- Depag RI, *Al Qur'an dan Terjemahannya Al-Jumanatul 'Ali*, 2004, J-ART, Bandung.
- Djarwanto & Subagyo, Pangestu, *Statistik Induktif*, 1993, BPFE, Yogyakarta.
- Gunara, Thorik & Hardiono, U. S., *Marketing Muhammad*, 2006, Takbir Publishing House, Bandung.
- Hakim, Abdul, *Statistika Deskriptif untuk Ekonomi dan Bisnis*, 2001, Ekonisia, Yogyakarta.
- Indriantoro, Nur & Supomo, Bambang, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 1999, BPFE Yogyakarta.
- Jabir, Taha, *Bisnis Islam (Terjemahan)*, 2005, Ak Group, Yogyakarta.
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, 1997, Prenhallindo, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa*, 2001, Salemba Empat, Jakarta.
- Santoso, Singgih, *SPSS Statistik Multivariat*, 2002, Elek Media Komputindo, Jakarta.
- Singarimbun, Masri & Effendi, Sofian, *Metodologi Penelitian Survei*, 1989, Pustaka LP3 ES, Jakarta.
- Sugiyono, *Statistik NonParametrik untuk Penelitian*, 1999, Alfabeta, Bandung.
- Sumitro, Warkum, *Asas-asas Perbankan Islam & Lembaga-lembaga Terkait*, 1996, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Supranto, Johannes, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, 1997, Rineka Cipta, Jakarta.
- Tatik Suryani, Sri Lestari, & Wiwik Lestari, *"Analisis Pelayanan Mutu Total dan*

Pengaruhnya Terhadap Kinerja Usaha Perbankan di Indonesia", Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, (Surabaya) No. 3, 2001.

Tjiptono, Fandy, *Manajemen Jasa*, 1996, Andi Offset, Yogyakarta.

