

**IMPLEM/ENTASI SMART SERVICE UNTUK  
MENINGKATKAN LOYALITAS NASABAH NON MUSLIM  
PADA BANK BSI KC DENPASAR BALI**

**SKRIPSI**



Oleh:  
**Nengah Ourniatul Haironi**  
204105010054

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
MARET 2024**

**IMPLEMENTASI SMART SERVICE UNTUK  
MENINGKATKAN LOYALITAS NASABAH NON MUSLIM  
PADA BANK BSI KC DENPASAR BALI**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Perbankan Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

Oleh:  
**Nengah Qurniatul Haironi**  
204105010054

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
MARET 2024**

**IMPLEMENTASI SMART SERVICE UNTUK  
MENINGKATKAN LOYALITAS NASABAH NON MUSLIM  
PADA BANK BSI KC DENPASAR BALI**

**SKRIPSI**


Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Fakultas Ekonomi  
dan Bisnis Islam Prodi Perbankan Syariah

Disusun Oleh

Nengah Qurniatul Haironi  
NIM: 204105010054

Disetujui Pembimbing:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

  
Siti Indah Purwaning Yuwana, S.Si., MM  
NIP.198509152019032005

**IMPLEMENTASI SMART SERVICE UNTUK  
MENINGKATKAN LOYALITAS NASABAH NON MUSLIM  
PADA BANK BSI KC DENPASAR BALI**

**SKRIPSI**

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu  
Persyaratan memperoleh gelas Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Perbankan Syariah

Hari: Jum'at

Tanggal: 05, April 2024

**Tim Penguji**

**Ketua**



Dr. Hj. Nurul Setianingrum, SE., MM.  
NIP: 196905231998032001

**Sekretaris**



Muhammad Fauzudin Faiz, M.H.I.  
NIP: 199108042023211023

**Anggota:**

1. Dr. Ahmadiono, S.Ag., M.E.I

2. Siti Indah Purwaning Y., S.Si., M.M



KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

**Menyetujui**  
**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**



Dr. H. Ubaidillah, M.Ag.  
NIP: 196812261996031001

## MOTTO

وَلَا تَتَّبِعُوا السُّفَهَاءَ ۖ أَمْوَالِكُمْ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَمًا وَارْزُقُوهُمْ فِيهَا وَاكْسُوهُمْ  
وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا ﴿٥﴾

Artinya: "Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar, kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah membunuh dirimu. Sungguh, Allah maha penyayang kepadamu" <sup>1</sup>(An-Nisa Ayat: 5)



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

---

<sup>1</sup> QS. An-nisa ayat 5

## PERSEMBAHAN

*الحمد لله رب العلمين*

Puja dan puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT karena rahmat dan nikmat-Nya dapat terselesaikan karya tulis ilmiah ini. Karya tulis sederhana yang saya kerjakan dengan segenap jiwa, raga, cinta serta doa ini saya persembahkan kepada orang-orang tercinta saya yaitu kedua orang tua saya bapak Amrillah Ridwan & ibu Bariroh yang selalu memberikan dukungan serta do'a di setiap perjalanan. kepada dosen pembimbing saya ibu Siti Indah Purwaning Yuwana, S.Si., MM yang telah membimbing dan memberikan arahan dalam penyelesaian skripsi saya ini.

Kepada orang-orang yang saya cintai dan teman-teman yang selalu memberikan dukungan dan do'a terbaik untuk saya.

Terimakasih saya ucapkan kepada seluruh pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu atas do'a baik, dukungan, petunjuk yang di berikan sehingga skripsi saya terselesaikan dengan hasil yang memuaskan.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## ABSTRAK

**Nengah Qurniatul Haironi, Siti Indah Purwaning Yuwana, S.Si.,MM 2023:**  
*Implementasi Smart Service Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah Non-muslim  
Studi Pada Bank BSI KC Denpasar Bali*

**Kata Kunci:** Smart Service, Loyalitas Nasabah, Non-muslim, Bank BSI

Klaster perbankan syariah merupakan salah satu klaster krusial dalam kehidupan masyarakat muslim sebagai pelaku ekonomi. Oleh karena itu, Bank Syariah Indonesia (BSI) hadir untuk menjadi tonggak dalam mewujudkan aktivitas perekonomian yang halal dan berkah. Bank BSI KC Denpasar berdiri di pulau Bali yang mana mayoritas penduduknya beragama non-muslim.

Fokus masalah yang diteliti dalam skripsi ini adalah 1) Bagaimana penerapan smart service Bank BSI KC Denpasar Bali untuk meningkatkan loyalitas nasabah non-muslim ? 2) Apa tantangan yang dihadapi Bank BSI KC Denpasar Bali dalam melayani nasabah non-muslim ?

Tujuan penelitian ini adalah 1) Untuk mengetahui penerapan smart service Bank BSI KC Denpasar Bali untuk meningkatkan loyalitas nasabah non-muslim 2) Untuk mengetahui tantangan yang dihadapi Bank BSI KC Denpasar Bali dalam melayani nasabah non-muslim.

Untuk mengidentifikasi permasalahan tersebut, peneliti menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Adapun teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil penelitian tentang Implementasi *Smart Service* Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah Non-muslim Studi Bank BSI KC Denpasar Bali, dan pembahasan yang telah diuraikan oleh peneliti, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa 1) Bank BSI KC Denpasar Bali dalam menerapkan *Smart Service* untuk meningkatkan loyalitas nasabah non-muslim tidak membedakan nasabah baik itu beragama muslim atau non-muslim dalam memberikan pelayanan. Dalam penerapan *Smart Service* Bank BSI KC Denpasar Bali memberikan perhatian khusus terhadap pelayanan internal dan eksternal untuk meningkatkan kinerja para karyawan dan perusahaan agar dapat memberikan pelayanan yang maksimal dan memberikan kepuasan kepada nasabah sehingga dapat meningkatkan loyalitas nasabah. 2) Tantangan yang dihadapi Bank BSI KC Denpasar Bali dalam melayani nasabah non-muslim yaitu kurangnya pemahaman nasabah non-muslim mengenai kalimat-kalimat islam yang ada di Bank BSI seperti akad-akad, dan adanya anggapan bahwa Bank BSI hanya diperuntukkan untuk masyarakat muslim saja.

## ABSTRACT

**Nengah Qurniatul Haironi, Siti Indah Purwaning Yuwana, S.Si.,MM 2023:**  
*Implementation of Smart Service to Increase Loyalty of Non-Muslim Customers  
Study at Bank BSI KC Denpasar Bali*

**Keywords:** Smart Service, Customer Loyalty, Non-Muslims, Bank BSI

The sharia banking cluster is one of the crucial clusters in the life of Muslim communities as economic actors. Therefore, Bank Syariah Indonesia (BSI) is here to be a milestone in realizing halal and blessed economic activities. Bank BSI KC Denpasar was founded on the island of Bali, where the majority of the population is non-Muslim.

The focus of the problem studied in this thesis is 1) How do Bank BSI KC Denpasar Bali smart services apply to increase the loyalty of non-Muslim customers? 2) What challenges does Bank BSI KC Denpasar Bali face in serving non-Muslim customers?

The objectives of this research are 1) To determine the application of smart service at Bank BSI KC Denpasar Bali to increase the loyalty of non-Muslim customers 2) To determine the challenges faced by Bank BSI KC Denpasar Bali in serving non-Muslim customers.

To identify these problems, researchers used qualitative research with a descriptive approach. The data collection techniques use observation, interviews and documentation

Based on the results of research on the Implementation of Smart Service to Increase the Loyalty of Non-Muslim Customers, Study of Bank BSI KC Denpasar Bali, and the discussion outlined by the researcher, it can be concluded that 1) Bank BSI KC Denpasar Bali is implementing Smart Service to increase the loyalty of non-Muslim customers. -Muslims do not discriminate between customers whether they are Muslim or non-Muslim in providing services. In implementing the Smart Service Bank BSI KC Denpasar Bali pays special attention to internal and external services to improve the performance of employees and the company so that they can provide maximum service and provide satisfaction to customers so as to increase customer loyalty. 2) The challenges faced by Bank BSI KC Denpasar Bali in serving non-Muslim customers are the lack of understanding by non-Muslim customers regarding Islamic sentences in Bank BSI such as contracts, and the assumption that Bank BSI is only intended for Muslim communities.



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Alhmdulillahhi robbilalamin* puja dan puji syukur kita panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat, taufiq dan hidayahnya dapat terselesaikannya tugas akhir ini, yang dimana kewajiban penulis sebagai mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember telah dapat terpenuhi.

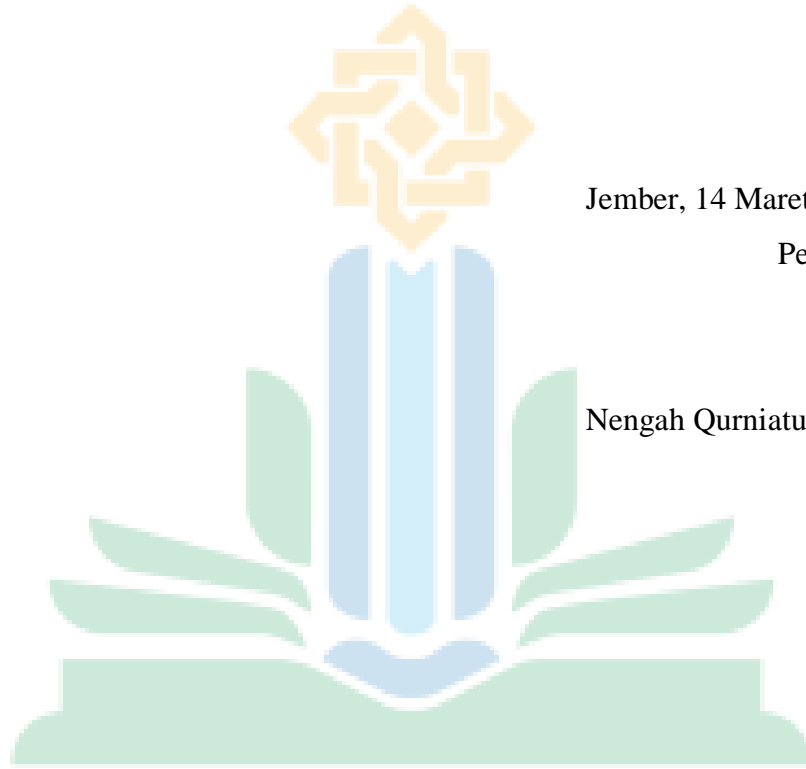
Sholawat dan salam semoga tetap tercurah limpahkan kepada junjungan kita nabi mulia nabi agung Muhammad SAW yang telah menuntun kita dari jalan yang fgelap gulita menuju jalan yang teran benderang (*addinul islam wal-iman*).

Di kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada seluruh pihak yang ikut berperan serta membantu, membimbing dan memotivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Ucapan terimakasih saya tujukan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hepni, S. Ag, M.M selaku rektor UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
2. Bapak Dr. H. Ubaidillah, M.Ag. selaku dekan fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Ana Pratiwi, SE., Ak., MSA selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah
4. Ibu Siti Indah Purwaning Yuwana S.Si., MM selaku dosen pembimbing skripsi
5. Angga Wahyuda Prawiroso selaku pimpinan cabang Bank BSI KC Denpasar Bali

6. Rindy Septina selaku *Customer Service* Bank BSI KC Denpasar Bali

Sebagai pentup, penulis sangat berharap semoga dengan adanya aporan yang masih jauh dari kata sempurna ini dapat bermanfaat untuk banyak pihak dan menjadi tambahan studi siapapun di kemudian hari.



Jember, 14 Maret 2024

Penulis

Nengah Qurniatul Haironi

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## DAFTAR ISI

	Hal
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN TIM PENGUJI</b> .....	<b>iii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Konteks Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	9
E. Definisi Istilah .....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>14</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	14
B. Kajian Teori .....	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>42</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	42
B. Lokasi Penelitian .....	43

C. Subyek Penelitian .....	43
D. Teknik Pengumpulan Data .....	44
E. Analisis Data .....	45
F. Keabsahan Data .....	47
G. Tahap-tahap Penelitian .....	47
<b>BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS .....</b>	<b>51</b>
A. Gambaran Obyek Penelitian .....	51
B. Penyajian Data dan Temuan .....	62
C. Pembahasan dan Temuan .....	73
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>84</b>
A. Simpulan .....	84
B. Saran-saran .....	85
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>86</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>Lampiran 1: Matrik Penelitian</b>	
<b>Lampiran 2: Pernyataan Keaslian Tulisan</b>	
<b>Lampiran 3: Surat Izin Penelitian</b>	
<b>Lampiran 4: Surat Keterangan Selesai Penelitian</b>	
<b>Lampiran 5: Pedoman Wawancara</b>	
<b>Lampiran 6: Jurnal Kegiatan Penelitian</b>	
<b>Lampiran 7: Keterangan Selesai Bimbingan</b>	
<b>Lampiran 8: Bukti Lulus Plagiasi</b>	
<b>Lampiran 9: Dokumentasi</b>	
<b>Lampiran 9: Biodata Penulis</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Sekaran .....21



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## DAFTAR GAMBAR

Tabel 4.1 Struktur Organisasi BSI KC Denpasar Bali.....	61
---	----



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Masyarakat yang berada di negara-negara maju dan berkembang seperti Amerika, Jepang dan Eropa membutuhkan bank untuk bisa memudahkan mereka dalam melakukan transaksi, bank sudah menjadi bagian dari kebutuhan hidup mereka yang harus dipenuhi. Dalam Undang-undang perbankan No.10 Tahun 1998 disebutkan bahwa bank memiliki fungsi untuk menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana kepada masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat<sup>2</sup>. Bank adalah mitra dalam rangka memenuhi segala keperluan transaksi keuangan masyarakat dalam kehidupan mereka setiap harinya. bank sudah menjadi tempat untuk melakukan berbagai macam transaksi yang bersangkutan dengan keuangan seperti tempat menabung, investasi, pengiriman uang, melakukan peminjaman dan penagihan.<sup>3</sup> Hadirnya lembaga-lembaga keuangan seperti perbankan, baik itu perbankan syariah maupun konvensional merupakan salah satu faktor penting dalam mempermudah pertumbuhan ekonomi di negara indonesia. Meningkatnya aset di perbankan syariah, membuktikan bahwa semakin banyak yang menggunakan jasa perbankan walaupun masi banyak nasabah yang masih lebih memilih bank konvensional. Saat ini riset menunjukkan bahwa perbankan syariah sudah mengalami peningkatan,

---

<sup>2</sup> M.F Hidayatullah, Ayu Indahwati, Nurul Setianingrum "Perbankan Syariah Indonesia" *Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Bisnis Islam* 6, no.2: 2656-4351

<sup>3</sup> Kasmir, S.E., M.M (2010), *Pemasran Bank* (Jakarta: Kencana) hlm 176

peningkatan nasabah di perbankan syariah ini harus diimbangi juga dengan kualitas pelayanan bank syariah dalam melayani para nasabah khususnya bagi nasabah non muslim.

Bank syariah adalah bank yang beroperasi dan menjalankan kegiatannya sebagai lembaga keuangan yang berlandaskan syariah islam. Sistem yang digunakan oleh bank syariah berbeda dengan bank konvensional yang pada umumnya menggunakan sistem bunga, akan tetapi sistem yang digunakan bank syariah yaitu sistem bagi hasil. Oleh karena itu, dalam bank syariah tidak mengenal istilah *negative spread* (pendapatan bunga yang diterima dari nasabah peminjam lebih rendah daripada biaya bunga yang dibayar oleh bank kepada nasabah), dan Ciri khas dalam bank syariah yaitu menghindari praktik-praktik atau sesuatu yang mengandung unsur riba.<sup>4</sup> Selain itu Bank Syariah juga memiliki pengawas khusus yang biasa disebut Dewan Pengawas Syariah, Dewan Pengawas Syariah wajib dibentuk di perbankan syariah dan bank umum konvensional yang memiliki UUS maupun BPRS. Dewan Pengawas Syariah bertugas untuk memberikan saran dan nasihat kepada direksi dan juga memantau seluruh kegiatan bank agar kegiatan bank berjalan sesuai dengan prinsip syariah.<sup>5</sup> Klaster perbankan syariah merupakan salah satu klaster krusial dalam kehidupan masyarakat muslim sebagai pelaku ekonomi. Oleh karena itu, Bank Syariah Indonesia (BSI) hadir untuk menjadi tonggak dalam mewujudkan aktivitas perekonomian yang halal dan berkah.

---

<sup>4</sup> Fardillah Frena, Yahawi Seleman, dan Aulia Triana (2021), *Perbankan Syariah Indonesia* (Cirebon: Penerbit Insania) hlm 2

<sup>5</sup> Syafril (2020), *Bank dan Lembaga Keuangan Modern Lainnya*, (Jakarta: Kencana) hlm 148



Kualitas pelayanan Islami dipegang teguh oleh BSI dalam memberikan pelayanan terbaik bagi para nasabah, bukan hanya nasabah muslim tetapi juga non- muslim. Pelayanan ini berkonsep Amanah, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif, dan Kolaboratif (AKHLAK). Implementasi konsep AKHLAK ini adalah dengan nilai- nilai FAST (friendly, agile, spiritual, dan top of mind) yang diadopsi dari nilai- nilai keteladanan Nabi Muhammad SAW, yakni fathonah, amanah, siddiq, dan tabligh. *Fathonah* (cerdas) yang berarti profesional. Seluruh komponen atau karyawan di BSI telah dididik untuk bekerja sepenuh hati, maksimal, dan penuh komitmen melayani para nasabah. *Amanah* berarti dapat dipercaya. Seluruh pekerja BSI menjaga sikap dan etika serta sigap dan dapat diandalkan ketika nasabah membutuhkan bantuan dan informasi. Sikap ini menumbuhkan rasa percaya para nasabah. *Siddiq* adalah jujur. Seluruh karyawan harus memberikan informasi yang sesuai mengenai produk, layanan, ketentuan, ataupun solusi tanpa ada yang dilebihkan, dikurangi ataupun ditutupi. Sedangkan *Tabligh* adalah menyampaikan. Dalam menjalankan tugasnya, seluruh karyawan BSI menyampaikan seluruh informasi dengan santun, sabar, dan menyenangkan sehingga nasabah tidak merasa digurui atau diintimidasi.<sup>6</sup>

Sistem yang digunakan dalam perbankan syariah sangat sesuai dengan kebutuhan keuangan masyarakat, yang pada akhirnya menjadi daya tarik bagi nasabah. Bank Syariah adalah salah satu sistem ekonomi alternatif yang diharapkan dapat menggerakkan sektor rill (ekonomi berbasis mata uang).

---

<sup>6</sup> Fairuza (2022) *\_trend menikmati produk humanis untuk muslim & non-muslim\_* 21 Desember 18:32 WIB <https://news.detik.com/kolom/d-6474025/tren-menikmati-produk-humanis-untuk-muslim--nonmuslim>

oleh karena itu, karena Bank Syariah bersifat universal, ia membutuhkan regulasi khusus yang mampu mengakomodasi kepentingan semua golongan, termasuk orang Islam dan orang non-muslim.<sup>7</sup> Dalam sistem perbankan syariah mempunyai keterkaitan yang mendekati pada karakteristik konsumen yang dijadikan sebagai opsi utama dalam perihal menabung, promosi, dan kepuasan para nasabah menjadi salah satu penentu diterimanya perbankan syariah didalam masyarakat. Melihat situasi saat ini yang semakin canggih bisa dijadikan indeks untuk menilai pencapaian loyalitas pelanggan menggunakan strategi pelayanan agar nasabah mendapat kepuasan.

Seluruh gagasan mengenai perbankan syariah mengemukakan bahwa bank syariah haruslah memiliki daya tarik terutama untuk konsumen yang beragama muslim, yang menggunakan jasa Bank Syariah dalam berbagai kebutuhan hidupnya dan juga sebagai upaya dalam menjalankan aturan agamanya. Dalam konteks ini, jika Bank Syariah hanya menarik untuk nasabah muslim maka itu sudah menjadi hal yang biasa dan secara tidak langsung akan membatasi pertumbuhan industri perbankan syariah. Namun jika perbankan syariah bisa memberikan daya tarik bagi nasabah yang non-muslim untuk berinvestasi dan menggunakan produk dan jasa bank syariah, maka itu akan menjadi potensi untuk perkembangan bank syariah jauh lebih besar dan mungkin bisa mengarah kepada internasionalisasi perbankan, oleh sebab itu bank syariah butuh untuk melakukan promosi yang bertujuan untuk memberikan informasi dan mempengaruhi para nasabah untuk membeli dan

---

<sup>7</sup> Alam dan Jureid, *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Non-muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia di Medan*

menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan oleh bank syariah, untuk mendapatkan nasabah baru serta menjaga kelolayan nasabah, untuk meningkatkan angka penjualan, dan untuk memberitahukan keunggulan yang dimiliki oleh BSI dibandingkan dengan bank konvensional.<sup>8</sup> terutama untuk BSI KC Denpasar Bali yang dimana mayoritas penduduk yang ada di Bali adalah beragama non-muslim. Potensi yang dimiliki bank syariah untuk pangsa pasar di Indonesia sangat tinggi, karena Indonesia merupakan penyumbang muslim terbanyak di dunia yaitu mencapai 12,6 %. Hal tersebut seiring dengan berkembangnya industri halal yang menjadi industri yang memiliki perkembangan paling pesat di dunia. Selama 10 tahun terakhir telah menunjukkan peningkatan yang sangat pesat, akan tetapi masih belum signifikan jika dibandingkan dengan peningkatan yang dialami bank konvensional.<sup>9</sup>

Kemampuan lembaga perbankan dalam menjaga dan mempertahankan nasabah agar mereka tidak berpindah ke bank pesaing menjadi salah satu kunci kesuksesan lembaga perbankan untuk bersaing di pasar. Manajemen perbankan syariah berusaha untuk tetap menjaga loyalitas para nasabah dengan cara memberikan sistem dana bagi hasil yang bernilai sama secara periodik. Dengan kata lain, dana yang diterima oleh pelanggan akan sebanding dengan bunga yang diterima oleh pelanggan di bank konvensional. Dengan cara ini, manajemen sengaja menyediakan dana cadangan, yang dapat

---

<sup>8</sup> H Fauzan "Komunikasi Promosi Pemasaran Syariah" 1-9

<sup>9</sup> Nurrachman Intan, Setiawan (2020), *Loyalitas Nasabah Bank Syariah: Peran Religiusitas dan Kepercayaan*, Vol.6 No.2 178-179

diperoleh dari modal.<sup>10</sup> Karena dalam persaingan suatu bisnis, bank harus memiliki nasabah yang setia terhadap perusahaan dan menaruh keyakinan serta kepercayaan yang terus-menerus kepada perusahaan sehingga mereka tidak memiliki keinginan untuk berpindah ke bank pesaing lainnya.

Dikalangan perbankan mengatakan bahwa strategi pelayanan adalah salah satu komponen yang sangat penting untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan serta meningkatkan reputasi perusahaan. Ini karena posisi bank sebagai penyedia jasa keuangan sangat bergantung pada kepuasan pelanggan. Karena hal tersebut peran bank baik itu bank konvensional atau syariah tidak bisa dilepaskan dari keberadaan para nasabah yang dimana para nasabah tersebut harus mendapatkan pelayanan yang terbaik dari bank. Timbulnya kepuasan para nasabah akan memberikan keuntungan tersendiri yaitu menjadikan hubungan bank sebagai penyedia jasa dengan nasabah menjadi nyaman, dan dengan keberhasilan bank dalam menciptakan loyalitas nasabah.

Loyalitas nasabah adalah istilah yang mengacu pada komitmen seorang pelanggan untuk terus memakai jasa maupun produk bank dalam jangka waktu tertentu. Seorang pelanggan yang loyal akan respect, melakukan pembelian secara berulang-ulang, atau memperbanyak simpanan di masa mendatang, tidak terpengaruhi dengan produk atau jasa yang ditawarkan oleh bank lain, dan referral, yang berarti memberi tahu orang lain hal-hal baik. Loyalitas pelanggan adalah komitmen yang kuat dari pelanggan untuk

---

<sup>10</sup> Arthesa Ade, Handiman Edia (2006) *Bank dan Lembaga Keuangan Bukan Bank*, ( Jakarta: PT Indeks) 128

berlangganan terhadap perusahaan tersebut atau membeli barang dan jasa yang disukai secara teratur di masa mendatang, meskipun perubahan lingkungan dan upaya pemasaran dapat menyebabkan perilaku tersebut berubah nasabah akan tetap melakukan pembelian di perusahaan tersebut. Sebagai bank yang dalam pengoperasiannya menggunakan prinsip syariah yakni berdasarkan hukum Islam, maka oleh karena itu bank syariah Indonesia tidak terlibat dalam masalah riba, penghindaran bunga yang dianggap riba adalah salah satu tantangan yang dihadapi dunia islam saat ini. Bank Syariah Indonesia harus lebih memperhatikan pelayanan yang diberikan kepada nasabah guna meningkatkan loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia tidak hanya terhadap nasabah muslim tetapi juga nasabah non-muslim.

Denpasar Bali adalah salah satu wilayah yang berada di Bali dengan mayoritas masyarakatnya beragama hindu, dan bank Syariah Indonesia KC Denpasar Bali yang beralamat di Jl. Raya Puputan No. 114, Panjer, Kec. Denpasar Timur, Kota Denpasar, Bali merupakan salah satu perbankan yang menerapkan prinsip syariah yang berada di Denpasar Bali dan satu-satunya kantor cabang yang ada di bali, dan bank ini juga termasuk Bank Syariah Indonesia yang mempunyai nasabah non-muslim yang cukup banyak yaitu mencapai 40%, berdasarkan data penduduk yang beragama non-muslim di daerah Denpasar Timur cukup terbilang tinggi dan bahkan mayoritas penduduk disana adalah masyarakat non-muslim, oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa apabila banyaknya masyarakat non-muslim tersebut bahkan semua masyarakat non-muslim tersebut bisa bergabung dengan Bank

Syariah di Bali terutama di Bank BSI KC Renon maka akan menjadi peluang berkembangnya Bank Syariah Indonesia yang ada di Bali, dan peningkatan pelayanan harus terus dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia agar dapat menarik minat nasabah serta meningkatkan loyalitas nasabah baik nasabah muslim ataupun non-muslim. Oleh karena itu disini peneliti memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian skripsi dengan mengangkat judul “IMPLEMENTASI SMART SERVICE UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS NASABAH NON MUSLIM PADA BANK BSI KC DENPASAR BALI ”

### **B. Fokus Penelitian**

Pada fokus penelitian ini berdasarkan latar belakang yang telah di paparkan, maka rumusan masalah disusun sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan smart service Bank BSI KC Denpasar Bali untuk meningkatkan loyalitas nasabah non-muslim ?
2. Apa tantangan yang dihadapi Bank BSI KC Denpasar Bali dalam melayani nasabah non-muslim ?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui penerapan smart service Bank BSI KC Denpasar Bali untuk meningkatkan loyalitas nasabah non-muslim
2. Untuk mengetahui tantangan yang dihadapi Bank BSI KC Denpasar Bali dalam melayani nasabah non-muslim

#### D. Manfaat Penelitian

Setelah penelitian selesai, ini akan menjelaskan manfaatnya. Penelitian memiliki keuntungan teoritis dan praktis. seperti keuntungan untuk peneliti, lembaga, dan masyarakat umum. Manfaat penelitian harus masuk akal.<sup>11</sup>

##### 1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan peningkatan pemahaman dan kontribusi ilmu pengetahuan tentang bagaimana menerapkan layanan pintar dapat meningkatkan loyalitas nasabah non-muslim terhadap perbankan syariah.

##### 2. Manfaat praktis

###### a. Bagi peneliti

Diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan pengetahuan dan pengalaman yang berharga untuk para peneliti yang mana bisa digunakan di masa yang akan datang. Ini juga akan membantu meningkatkan bidang yang sedang dipelajari, yaitu bidang perbankan

dan program studi perbankan syariah. Selain itu, penelitian tentang penerapan layanan pintar untuk meningkatkan loyalitas nasabah non-muslim di Bank BSI KC Denpasar Bali dapat menambah wawasan penelitian mengenai peningkatan loyalitas nasabah non-muslim.

###### b. PT. Bank Syariah Indonesia. Kantor Cabang Denpasar Bali

Untuk keuntungan bank, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan evaluasi dan referensi bagi lembaga untuk

---

<sup>11</sup> Tim penyusun (2020), *pedoman penulisan karya ilmiah IAIN Jember* ( jember: IAIN Jember).  
45

membuat kebijakan di masa mendatang terkait penerapan layanan pintar untuk meningkatkan loyalitas nasabah non-muslim, sehingga pelanggan non-muslim tetap puas dan menggunakan layanan Bank Syariah Indonesia bahkan jika mereka beragama non-muslim.

c. Universitas Islam Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Mereka yang melaksanakan penelitian mengenai penerapan layanan pintar untuk meningkatkan loyalitas nasabah non-muslim di Bank BSI KC Denpasar Bali diharapkan bisa menggunakan hasil dari penelitian ini sebagai sumber informasi di masa mendatang.

d. Bagi Masyarakat Umum

Manfaat bagi masyarakat umum penelitian ini diharapkan bisa memberikan informasi kepada masyarakat terkait pelayanan pintar yang digunakan bank BSI untuk meningkatkan loyalitas nasabah non-muslim pada Bank BSI KC Denpasar Bali.

## E. Definisi Istilah

### 1. Implementasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, "Implementasi" biasanya berarti "pelaksanaan" atau "penerapan". Istilah "implementasi" sering dikaitkan dengan tindakan yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu.

Implementasi adalah salah satu cara untuk mewujudkan tujuan tertentu.

Sebuah konsep atau tujuan tidak akan pernah terwujud tanpa adanya implementasi. Penyediaan sarana untuk melakukan sesuatu untuk



mencapai suatu ide atau tujuan yang telah direncanakan juga disebut implementasi.<sup>12</sup>

## 2. Nasabah non-muslim

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, "konsumen-konsumen sebagai penyedia dana" adalah orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank (dalam hal keuangan). Oleh karena itu, untuk penelitian ini, yang dimaksud dengan calon nasabah adalah orang yang akan menjadi tanggungan suatu perusahaan bank dan belum menjadi nasabah suatu perusahaan bank.

Fikih Islam Klasik menyebut orang yang tidak beragama Islam "zimmi", yang berarti orang-orang yang tinggal di bawah pemerintah Islam yang melindungi mereka, membebaskan mereka dari tanggung jawab militer dan zakat, tetapi harus membayar pajak. Pada zaman penaklukan wilayah oleh politik Islam, yang terjadi secara signifikan sejak zaman Khulafah Rasyidin, kemudian dilakukan oleh Bani Umayyah dan Bani Abbasiyah. Mereka yang tidak beragama Islam pada masa itu memiliki dua pilihan: yakni memeluk Islam atau tetap beragama mereka dan rela hidup dan diatur oleh pemerintah politik Islam yang menaklukan mereka. Kafir Dzimmi, atau orang-orang yang dilindungi, adalah mereka yang memilih untuk mempertahankan agamanya, taat pada pemerintah Islam yang berkuasa, dan melindungi keamanan hidup mereka. Orang non-muslim yang tinggal di negara Islam memiliki hak-hak yang

---

<sup>12</sup>Gramedia blog,(2024) "Implementasi pengertian,tujuan dan jenis-jenisnya"  
<https://www.gramedia.com/literasi/implementasi/> diakses pada 1 Februari

dijamin oleh hukum syariah. Hak-hak yang diberikan kepada orang kafir zimmi tidak dapat ditarik kembali. Iman mengharuskan orang muslim melindungi kehidupan, harta kekayaan, dan kehormatan orang lain. Sejumlah pedoman dalam al-quran dan sunnah menjelaskan upaya untuk meningkatkan hubungan antara orang muslim dan orang non-muslim.<sup>13</sup>

### 3. Bank Syariah

Bank syariah indonesia adalah bank yang beroperasi dan melaksanakan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip berdasarkan hukum islam yang telah diatur oleh fatwa majelis ulama indonesia yang disingkat dengan (DPS), seperti prinsip-prinsip kemaslahatan ( masalah), universalisme ( alamiyah), keadilan dan keseimbangan ('adl wa tawazun) serta terhindar dari obyek yang haram seperti riba,maisir,garar, dan zalim.

Bank syariah dalam melakukan kegiatan usahanya berasaskan pada prinsip syariah, demokrasi ekonomi, dan prinsip kehati-hatian. Perbankan syariah hadir dan memiliki tujuan untuk menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat.<sup>14</sup>

<sup>13</sup> Siti Sarah (2017), "Analisis Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Bank BCA Syariah Cabang Jatinegara", Skripsi (Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta).

<sup>14</sup> Syafril (2020), *Bank dan Lembaga Keuangan Modern Lainnya*, (Jakarta: Kencana) 146-155

## **F. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan adalah pembahasan yang berisi mengenai deskripsi alur pembahasan skripsi yang dimulai dengan bab pendahuluan dan di akhiri dengan bab penutup, Format sistematika pembahasan yaitu dalam bentuk deskriptif naratif.

Bab I yaitu berupa pendahuluan, dalam bab I ini akan dibahas mengenai konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah dan sistematika pembahasan.

Bab II yaitu berupa kajian pustaka, dalam bab ini akan dibahas mengenai penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang hendak dikaji dan kajian teori yang dijadikan sebagai perspektif dalam penelitian yang dilakukan.

Bab III yaitu berisi mengenai metode penelitian, dalam bab ini akan dibahas mengenai pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan terakhir adalah tahap-tahap penelitian yang digunakan dalam penelitian.

Bab IV yaitu berisi mengenai penyajian data dan analisis, pada bab ini akan dipaparkan berupa gambaran obyek penelitian, penyajian data dan analisis data, dan pembahasan temuan penelitian.

Bab V yaitu bab terakhir dalam skripsi yang berisi tentang penutup atau kesimpulan dan saran, pada bagian ini merupakan bab terakhir dalam penulisan hasil penelitian

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu

1. Diteliti oleh Muhammad Vadly Azhar Lubis dan Onan Marakali Siregar (2021) dengan judul” Analisis Minat Nasabah Pada Penggunaan Aplikasi BSI Mobile Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Bank BSI KCP Rantauprapat” Penelitian menunjukkan bahwa nasabah ingin menggunakan BSI Mobile tetapi belum menggunakannya, karena minat mereka rendah. Selain itu, dengan banyak fitur yang memudahkan transaksi, BSI Mobile memiliki kemampuan untuk meningkatkan loyalitas nasabah. nasabah yang tidak menggunakan layanan BSI Mobile tetap setia kepada BSI KCP Rantauprat karena layanan yang sangat baik, aktif, dan ramah, dan bank BSI KCP Rantauprat dapat memenuhi kebutuhan nasabah.<sup>15</sup>.
2. Penelitian terdahulu kedua di teliti oleh Fitria (2012) dengan judul “Strategi Service ( Pelayanan Prima) Bank Syariah Terhadap Nasabah Non-Muslim Studi Kasus Pada BPR Syariah Amanah Ummah”, dengan menggunakan metode penelitian deskriptif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*)” penelitian tersebut menyatakan bahwa meskipun bank syariah dikenal karena menerapkan prinsip syariah dan menggunakan istilah islam, BPRS Amanah Ummah juga memiliki

---

<sup>15</sup> Lubis Muhammad dan Siregar Onan (2021). “Analisis Minat Nasabah Pada Penggunaan Aplikasi BSI Mobile Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Bank BSI KCP Rantauprapat” *jurnal Seminar Nasional Riset dan Pengabdian Kepada Masyarakat* “ Vol. 1, no. 1, 874-881

nasabah yang non-Muslim. Karena dalam Al-Qur'an surah Al-Mumtahamah ayat 8-9 dijelaskan bahwa kita sebagai muslim diizinkan untuk berhubungan dengan orang lain yang tidak beragama Islam asalkan mereka tidak memerangi kita. Menurut BPRS Amanah Ummah, semua nasabah, baik muslim maupun non-muslim, berhak untuk mendapatkan pelayanan yang sama. Karena nilai pelayanan prima adalah kunci untuk loyalitas nasabah, strategi pelayanan nasabah terdiri dari 1. Kualitas pelayanan, empati terhadap nasabah non-muslim, kemampuan (keandalan), dan jaminan pelayanan yang sama terhadap seluruh nasabah tanpa terkecuali.<sup>16</sup>

3. Di teliti oleh Indfi Anggraini Putri dan Nuri Islami (2021) dengan judul “Strategi Pemasaran Agen PT Prudential Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah Prulink Syariah” dengan hasil penelitian menyatakan bahwa Pergeseran peristiwa dan penggunaan administrasi perlindungan yang meningkat setiap tahun telah menimbulkan masalah bagi masyarakat umum. Ini ditunjukkan oleh tingkat persaingan yang meningkat di antara organisasi penyelenggara perlindungan. Latihan periklanan adalah salah satu latihan fungsional organisasi yang sangat penting untuk membangun kesepakatan dan mempresentasikan produk dan tenaga kerja yang akan ditawarkan kepada masyarakat umum. Teknik PT Prudential ini menghasilkan hasil yang luar biasa, dan pembayaran premi atau benefit terus meningkat setiap tahunnya.1. PT Prudential telah meningkatkan

---

<sup>16</sup> Fitria, (2012) “Strategi Service (Pelayanan Prima) Bank Syariah Terhadap Nasabah Non-muslim Studi Kasus Pada Bank BPRS Amanah Ummah” *Jurnal Ekonomi Islam Al-Infaq* 3, No. 1, pp.58-95

komitmen pelanggan melalui berbagai strategi, salah satunya adalah memberikan nasabah data pelaksanaan organisasi yang konsisten dan informasi tentang latihan organisasi. 2. PT Prudential telah menggunakan kemajuan dalam inovasi data untuk meningkatkan pengalaman pelanggan.<sup>17</sup>

4. Di teliti oleh Khansa Lathifah Vitram, Muhammad Iqbal Rasa, dan Suharto (2023) dengan judul “Customer Intimacy, Customers Experience, Customer Satisfaction, Customer Bonding Dan Customer Value Dalam Loyalitas Nasabah Di Bank Syariah” dengan hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor terpenting dalam mempengaruhi kepuasan nasabah dalam suatu perusahaan jasa. Kualitas pelayanan harus diberikan dengan baik mulai dari apa yang dibutuhkan oleh nasabah sampai berakhi pada kesan nasabah terhadap perusahaan nasabah karena seluruh pihak yang menggunakan jasa atau membeli produk perbankan akan memberikan persepsi yang berbeda-beda terhadap kualitas layanan yang diberikan. Oleh karena itu perbankan syariah harus melakukan strategi agar mampu bersaing dengan bank konvensional dan dapat mencapai tujuan yaitu untuk bisa memimpin pasar dalam jasa perbankan. Loyalitas nasabah dalam dunia perbankan berhubungan erat dengan kepuasan nasabah dan pembelian yang dilakukan secara berulang-ulang oleh nasabah, dalam perbankan nasabah dikatakan loyal jika nasabah merasa puas dengan layanan yang diberikan dan melakukan

---

<sup>17</sup> Indry Anggraini dan Nuri Islami (2021), “ Strategi Pemasaran Agen PT Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah Prulink Syariah ” *Jurnal of Vision And Ideas* , no.2: 2809-2643

pembelian produk secara berulang-ulang. Oleh karena itu loyalitas nasabah memiliki peranan yang sangat penting dalam suatu perusahaan karena dengan nasabah yang loyal akan mampu mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.<sup>18</sup>

5. Penelitian terdahulu yang kelima diteliti oleh Lilia Afriani, dan Muhammad Lathief Ilhamy Nasution (2023) dengan judul “Implementasi Cross Selling dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah di Perbankan” dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa Untuk mengetahui seberapa efektif cross-selling dalam meningkatkan loyalitas pelanggan, ada tiga indikator yang dapat digunakan, yaitu penggunaan terus menerus, rekomendasi kepada orang lain, dan ketahanan untuk tidak pindah ke bank lain. Berdasarkan indikator penggunaan terus menerus dan rekomendasi, implementasi cross-selling dapat meningkatkan loyalitas pelanggan karena pelanggan akan terus menggunakan produk Bank Sumut Syariah dan merekomendasikan produk yang lebih baik kepada orang lain.<sup>19</sup>
6. Penelitian terdahulu keenam diteliti oleh Baiq Nurul Khaeriani, dan Asyari Hasan (2022) dengan judul “Implementasi Program Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah” dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa program

---

<sup>18</sup> Khansa Lathifah Vitram, Muhammad Iqbal Rasa, dan Suharto (2023) “Customer Intimacy, Customers Experience, Customer Satisfaction, Customer Bonding dan Customer Value Dalam Loyalitas Nasabah di Bank Syariah” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 22, no. 1 44-54 <https://doi.org/10.32722/eb.v22i1.5765>

<sup>19</sup> Lilia Afriani, dan Muhammad Lathief Ilhamy Nasution (2023) ” mplementasi Cross Selling dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah di Perbankan Syariah: Studi Kasus Pada Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidempuan” *Jurnal JIKEM* 3, no. 2 5277-5288 <https://ummaspul.e-journal.id/JKM/article/download/6450/3056>

corporate social responsibility yang dilakukan oleh bank syariah memberikan berpengaruh serta dapat menambah kelayakan nasabah. Program CSR ini dapat memberikan manfaat yang positif untuk bank syariah dan para nasabah. Manfaatnya yaitu menambah manfaat antara sosial, menambah manfaat antara nasabah dengan konsumen, dan menambah ikatan struktural. Program CSR yang dilakukan oleh bank syariah yaitu memberdayakan masyarakat dan merupakan program yang berkelanjutan serta program yang dilakukan bank syariah ini merupakan program berbasis sumber daya lokal, sehingga dampak yang dihasilkan akan selalu dapat dirasakan oleh nasabah dan bank syariah setiap waktunya. CSR juga menjadi sarana promosi untuk perbankan syariah sehingga secara tidak langsung program CSR menjadi sarana untuk memperkenalkan produk perbankan syariah kepada masyarakat.<sup>20</sup>

7. Penelitian terdahulu ketuju diteliti oleh Laila Trussa'diya dan Mashuri Toba dengan judul “ Strategi Pemasaran BMT NU Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah (Studi Kasus BMT NU Cabang Pragaan” dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi pemasaran BMT NU Cabang Pragaan memanfaatkan berbagai metode, termasuk bertemu secara langsung, dan juga bisa menggunakan media online seperti Facebook, Instagram, WhatsApp, dan YouTube. Selain itu, beberapa karyawan melakukan grebek pasar. Selain itu, ada Doorprize dengan hadiah menarik yang diadakan setahun sekali. Selain itu, Service Excellent ditetapkan

---

<sup>20</sup> Khaeriani, B. N., & Hasan, A. (2022). Implementasi Program Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(03), 2867-2874. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i3.5469>



sebagai pelayanan unggul. Salah satu tantangan yang dihadapi BMT NU Cabang Pragaan adalah beragamnya produk yang tersedia dan tingkat pemahaman konsumen tentang BMT NU.<sup>21</sup>

8. Penelitian terdahulu ke delapan diteliti oleh Abdul Qodir dan Ririn Indah Lestari (2020) dengan judul “ Strategi Peningkatan Loyalitas Nasabah BMT” dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa Manajemen BMT SYAHIDA IKALUIN menggunakan media cetak dan online untuk mempromosikan produk keluarannya yang dikemas semenarik mungkin untuk menarik minat masyarakat agar mereka mau bergabung, dan salah satu produk yang paling diminati dan dapat menarik minat masyarakat adalah produk simpanan Syahida yang dikeluarkan oleh BMT untuk mendorong orang untuk menabung, produk ini mirip dengan simpanan melalui akad wadiah. Produk ini unggul karena konsumen dapat menabung minimal Rp 10.000,- dan dapat mengambilnya kapan saja selama jam kerja. Dibandingkan dengan lembaga keuangan lainnya, pihak marketing secara aktif mendatangi anggota BMT untuk mengambil uang tabungannya. Ini memungkinkan anggota BMT tidak perlu datang ke kantor untuk menyetorkan uang, dan saldo minimal yang ditetapkan jauh lebih rendah.<sup>22</sup>

9. Peneliti terdahulu ke sembilan diteliti oleh Dwi Ratna Pamungkas (2016) dengan judul “Strategi Pelayanan PT. Bank Tabungan Pensiun Nasional

---

<sup>21</sup> Laila Trussa'diya dan Mashuri Toha (2022), “Strategi Pemasaran BMT NU Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah (Studi Kasus BMT NU Cabang Pragaan)” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Manajemen* 1 no.1: 2828-0288

<sup>22</sup> Abdul Qodir dan Ririn Indah Lestari (2020), “Strategi Peningkatan Loyalitas Nasabah BMT” *Jurnal Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah* 1. No.2: 134-145

Syariah, TBK Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah di MMS Kertosono, Nganjuk, Jawa Timur” dengan hasil penelitian menyatakan bahwa PT Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah menggunakan strategi yang diharuskan oleh bank untuk meningkatkan jumlah nasabah di MMS Kertosono. PT. BTPN Syariah menggunakan strategi ini untuk meningkatkan loyalitas nasabah dengan memaksimalkan fungsi promosi. Strategi ini telah berhasil dan dikenal luas dan diterima oleh masyarakat, sehingga sangat efektif bagi PT. BTPN Syariah untuk meningkatkan jumlah nasabahnya. Faktor penghambat dan pendukung adalah beberapa faktor yang mempengaruhi pendekatan PT. BTPN Syariah untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Faktor penghambatnya yaitu, krisis global, keluhan pelanggan dan persaingan antar bank, sedangkan untuk faktor pendukungnya yaitu, pelayanan SDM, produk dan nasabah. Kepuasan nasabah dengan layanan yang diberikan oleh PT. BTPN Syariah dalam usahanya untuk meningkatkan loyalitas nasabah dinilai dari keistimewaan produk atau jasa yang ditawarkan dan terpenuhinya kebutuhan nasabah serta perusahaan mampu memberikan kenyamanan kepada nasabah.<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup> Dwi Ratna Pamungkas, (2016) “Strategi Pelayanan PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah, TBK Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah di MMS Kertosono, Nganjuk, Jawa Timur” *Jurnal Ilmu Manajemen* 5, no.3 54-61

10. Penelitian ke sepuluh di teliti oleh Debi Triyanti, Reny Fitriana Kaban dan Muhammad Iqbal (2021) dengan judul “ Peran Layanan Mobile Banking Dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah” berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan mobile banking sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah tetapi tidak langsung terhadap loyalitas nasabah. Namun, melalui peran kepuasan nasabah, kualitas layanan tetap berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas nasabah, yang menunjukkan bahwa kepuasan nasabah memediasi kualitas layanan mobile banking terhadap loyalitas nasabah bank syariah.<sup>24</sup>

**Tabel 2.1**

**Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Sekarang**

No.	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Lubis dan Siregar (2021) dengan judul “Analisis Minat Nasabah Pada Penggunaan Aplikasi BSI Mobile Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Bank BSI KCP Rantauprapat”	Persamaannya yaitu mengenai upaya meningkatkan loyalitas nasabah Bank BSI	Perbedaannya penelitian terdahulu menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan didukung dengan pengambilan data kuantitatif sedangkan penelitian saat menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif tanpa didukung dengan pengambilan data kuantitatif

<sup>24</sup> Triyanti Debi, Reny F, K, dan Muhammad Iqbal (2021) “Peran Layanan Mobile Banking Dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah” *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis* 2, no. 1 10.24853/jmmb.2.1.181-192

2.	Fitria (2012) dengan judul “Strategi Service (Pelayanan Prima) Bank Syariah Terhadap Nasabah Non-Muslim Studi Kasus Pada BPR Syariah Amanah Ummah”	Persamaannya yaitu mengenai strategi pelayanan Bank Syariah terhadap nasabah non-muslim	Perbedaannya penelitian terdahulu lebih fokus ke strategi service sedangkan penelitian yang sekarang lebih memfokuskan ke implementasi smart service
3.	Indfi Anggraini Putri dan Nuri Islami (2021) dengan judul “ Strategi Pemasaran Agen PT Prudential Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah Prulink Syariah”	Persamaannya yaitu mengenai loyalitas nasabah	Perbedaannya penelitian terdahulu tentang mempertahankan loyalitas nasabah sedangkan penelitian saat ini mengenai peningkatan loyalitas nasabah
4.	Iqbal Rasa, dan Suharto (2023) dengan judul” <i>Customer Intimacy, Customers Experience, Customer Satisfaction, Customer Bonding Dan Customer Value Dalam Loyalitas Nasabah Di Bank Syariah</i> ”	Persamaannya yaitu mengenai loyalitas nasabah	Perbedaannya penelitian terdahulu fokus pada customer intimaci,experience, satisfaction, bonding,dan value sedangkan penelitian saat ini fokus pada implementasi smart service
5.	Afriani, dan Nasution (2023) dengan judul” <i>Implementasi Cross Selling dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah di Perbankan</i> ”	Persamaannya yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif	Perbedaannya penelitian terdahulu berfokus pada implementasi cross seling sedangkan penelitian saat ini fokus pada implementasi smart srevice
6.	Khaeriani, dan Hasan (2022) dengan judul” <i>Implementasi Program Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah</i> ”	Persamaannya yaitu dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada Bank BSI	Perbedaannya yaitu pada penelitian terdahulu fokus pada implementasi program CSR sedangkan pada penelitian saat ini fokus pada implementasi smart service

7.	Laila Trussa'diya dan Mashuri Toba dengan judul “ Strategi Pemasaran BMT NU Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah (Studi Kasus BMT NU Cabang Pragaan”	Persamaannya yaitu mengenai peningkatan loyalitas nasabah	Perbedaannya yaitu penelitian terdahulu menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian study kasus sedangkan penelitian saat ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif
8.	Abdul Qodir dan Ririn Indah Lestari (2020) dengan judul “ Strategi Peningkatan Loyalitas Nasabah BMT”	Persamaannya yaitu mengenai peningkatan loyalitas nasabah	Perbedaannya yaitu penelitian terdahulu menggunakan metode berupa deskriptis analitis dengan menggunakan pendekatan kualitatif sedangkan penelitian saat ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif
9.	Dwi Ratna Pamungkas (2016) dengan judul “ Strategi Pelayanan PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah, TBK Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah di MMS Kertosono, Nganjuk, Jawa Timur”	Persamaannya mengenai loyalipeningkatan loyalitas nasabah.	Perbedaannya penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis SWOT sedangkan penelitian saat ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif
10.	Triyanti, Kaban dan Iqbal (2021) dengan judul “Peran Layanan <i>Mobile Banking</i> Dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah”	Persamaannya yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif	Perbedaannya penelitian terdahulu mengenai peran layanan mobile banking sedangkan penelitian saat ini mengenai implementasi smart service

## B. Kajian Teori

### 1. Loyalitas Nasabah

#### a. Pengertian Loyalitas Nasabah

Loyalitas nasabah merupakan kesetiaan nasabah terhadap perusahaan dalam hal pemberian produk atau penggunaan jasa perusahaan, karena perusahaan berhasil memberikan kenyamanan dan perusahaan berhasil memenuhi kebutuhan serta memberikan solusi untuk setiap keluhan nasabah dalam masalah keuangan mereka. Apabila nasabah telah loyal dengan perusahaan maka nasabah tidak akan berpindah ke perusahaan lain untuk menginvestasikan dananya sehingga memberikan keuntungan untuk nasabah dan perusahaan.

#### b. Langkah nasabah menuju loyalitas

- 1) Kesadaran, langkah awal menuju loyalitas pelanggan yaitu kesadaran nasabah dengan produk atau jasa yang kita tawarkan. Di tahap inilah kita mulai mementuk “pangsa fikir” yang diperlukan untuk menempatkan didalam pikiran nasabah bahwa produk atau jasa yang kita tawarkan jauh lebih unggul dibandingkan produk atau jasa lainnya. Kesadaran dapat timbul dengan berbagai macam cara diantaranya: melalui iklan konvensional (TV, radio, surat kabar) melalui internet, e-mail, terbitan khusus industri atau dengan komunikasi dari mulut ke mulut. Pada tahap kesadaran ini, calon nasabah mengetahui bahwa kita ada, tetapi mereka hanya memiliki sedikit hubungan dengan kita.

- 2) Pembelian awal, Pembelian pertama, baik itu dilakukan secara online maupun offline, atau penggunaan produk atau jasa pertama, menjadi langkah penting dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Setelah pembelian awal ini, perusahaan memiliki kesempatan untuk menumbuhkan kesan positif tentang produk atau jasa yang kita tawarkan kepada pelanggan.
- 3) Evaluasi pasca-pembelian, Setelah melakukan pembelian, baik secara sadar maupun tidak sadar, konsumen akan menilai transaksi tersebut. Jika konsumen merasa puas dengan barang atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan, konsumen akan mempertimbangkan untuk beralih ke pesaing.
- 4) Keputusan membeli kembali, keputusan seseorang nasabah untuk membeli produk atau menggunakan kembali jasa yang kita tawarkan merupakan sikap yang paling penting dalam menciptakan loyalitas pelanggan dan bahkan keputusan melakukan pembelian ulang lebih penting dari kepuasan. Keputusan untuk melakukan pembelian ulang seringkali menjadi langkah selanjutnya yang terjadi secara alamiah ketika pelanggan telah memiliki ikatan emosional yang kuat dengan produk atau jasa tertentu.
- 5) Pembelian kembali, Langkah terakhir pelanggan disebut sebagai pembelian yang benar-benar loyal, yaitu ketika pelanggan terus membeli atau menggunakan jasa dari perusahaan yang sama. Pelanggan yang benar-benar loyal tidak akan membeli atau

menggunakan jasa dari perusahaan lain dan akan membeli kembali dari perusahaan yang sama kapan saja produk atau jasa tersebut dibutuhkan.<sup>25</sup>

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Menurut Gaffar, ada lima faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan:

a. Kepuasan (*Satisfaction*). Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang karena kesesuaian harapan dengan kenyataan yang nasabah terima.

b. Ikatan emosi (*Emotional Bonding*). Merek yang memiliki daya tarik unik dapat mempengaruhi pelanggan sehingga mereka dapat diidentifikasi dengan merek tersebut karena merek tersebut dapat mencerminkan karakteristik pelanggan tersebut. Ketika pelanggan mengalami ikatan yang kuat dengan pelanggan lain yang menggunakan barang atau jasa yang sama, ini disebut sebagai ikatan merek.

c. Kepercayaan (*Trust*). Kemauan seseorang untuk mempercayai suatu bisnis atau produk untuk beroperasi atau digunakan.

d. Kemudahan (pengurangan pilihan dan kebiasaan) Ketika transaksi menjadi mudah bagi pelanggan, mereka akan merasa nyaman dengan merek dan barang berkualitas tinggi. Loyalitas konsumen, yang mencakup pembelian barang atau penggunaan jasa secara teratur, dapat diukur dari pengalaman pelanggan setiap saat.

---

<sup>25</sup> Jill Griffin (2005), (*Customer Loyalty*) (Jakarta: Penerbit Erlangga) 18-20



e. Pengalaman pembelian seseorang dapat memengaruhi perilaku. Jika nasabah menerima layanan yang baik dari perusahaan, nasabah akan mengulangi perilaku tersebut, seperti ketika mereka melakukan pembelian dan mendapatkan layanan yang baik dan memuaskan.<sup>26</sup>

d. Jenis loyalitas

a. Tanpa loyalitas, beberapa nasabah memiliki berbagai macam alasan untuk tidak mengembangkan loyalitasnya terhadap produk atau jasa tertentu. Sebagai contoh “teman saya seorang mahasiswa yang pergi ke kota untuk memotong rambutnya di mana saja asalkan tempat potong rambut tersebut memasang tarif 10.000 untuk melakukan potong rambut dan ia tidak harus menunggu, karena baginya memotong rambut dimana saja hasilnya akan tetap sama” keterikatan yang dimilikinya dengan layanan pemotongan rambut dan yang digabungkan dengan tingkat pembelian berulang yang rendah menunjukkan kurangnya loyalitas. Perusahaan biasanya harus menghindari pelanggan jenis ini karena mereka tidak akan pernah menjadi pelanggan yang loyal.

b. Loyalitas yang lemah, dikatakan dengan loyalitas yang lemah yaitu loyalitas yang lemah dihasilkan dari pembelian berulang yang tinggi dan keterikatan yang rendah. nasabah ini sering melakukan pembelian karena sudah terbiasa menggunakan barang atau jasa

---

<sup>26</sup> Gaffar, V. (2007). Manajemen Bisnis. (Bandung: Alfabeta)

tersebut. Dua alasan utama untuk membeli adalah nonsikap dan kondisi.

- c. Loyalitas tersembunyi, tingkat preferensi yang tinggi disatukan dengan tingkat pembelian secara berulang yang rendah menunjukkan loyalitas tersembunyi, jika nasabah mempunyai loyalitas yang tersembunyi situasi yang akan menentukan terjadinya pembelian ulang tersebut bukan pengaruh sikap. Seperti contoh “ saya menyukai makanan pedas akan tetapi keluarga saya bukan pecinta makanan pedas jadi, saya membeli makanan pedas hanya sewaktu-waktu saja dan sebagai gantinya kami membeli makanan yang tidak terlalu pedas agar bisa dinikmati bersama”
- d. Loyalitas premium, loyalitas jenis ini yang mudah untuk ditingkatkan karena jenis loyalitas ini terjadi karena memiliki tingkat keterikatan yang tinggi dan juga memiliki tingkat pembelian secara berulang yang tinggi juga.<sup>27</sup>

e. Keuntungan yang diperoleh dari pelanggan yang loyal menurut

Lovelock dan Wirtz yaitu:

- a. Terjadinya kenaikan pembelian, atau dalam konteks perbankan berupa meningkatnya saldo tabungan atau share of wallet.
- b. Berkurangnya biaya operasi karena nasabah yang loyal tidak memerlukan promosi yang berlebih, sehingga perusahaan tidak

---

<sup>27</sup> Jill Griffin ( 2005), ( *Customer Loyalty* ( Jakarta: Penerbit Erlangga) 22-23

mengeluarkan banyak biaya untuk menarik minat nasabah melalui promosi

- c. Keuntungan dari prekomendasi pada pelanggan lain. pemberian rekomendasi akan berfungsi sebagai iklan atau promosi yang gratis, sehingga tidak mengeluarkan biaya sama sekali dan perekomendasi ini akan menjadi promosi yang berkelanjutan tanpa mengeluarkan biaya
- d. Keuntungan dari harga premium. Pelanggan yang loyal tidak akan terpengaruh oleh perubahan harga. Walaupun harga yang ditawarkan cukup mahal itu tidak akan mengurungkan minat nasabah untuk melakukan pembelian karena nasabah sudah loyal dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan.<sup>28</sup>

## 2. Kualitas Pelayanan

Pelayanan secara umum adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dilakukan untuk memberikan rasa puas terhadap nasabah, melalui pelayanan kebutuhan serta keinginan nasabah dapat terpenuhi. Pelayanan ialah suatu proses, proses dalam memenuhi kebutuhan melalui kegiatan orang lain, dengan adanya pelayanan yang baik maka akan memberikan kesan tersendiri untuk nasabah sehingga dapat memberikan rasa puas terhadap nasabah.<sup>29</sup>

<sup>28</sup> Wahyoedi dan saparso, *Loyalitas Nasabah Bank Syariah*, 22-29

<sup>29</sup> Nadia Azalia Putri, Dwi Sofiyatul Widad, Maira Septian Yudinestira, dan Isma Ramadhania (2023) “ Implementasi Pelayanan dan Administrasi Dalam Usaha Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada BRP Nusamba Rambipuji Kabupaten Jember” *Jurnal of Indonesian Social Society* 1, no.2: 43-48

Kualitas pelayanan adalah hal terpenting untuk dilakukan oleh sebuah perusahaan karena kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor dari kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah dengan pelayanan yang diberikan oleh bank adalah hal yang sangat berpengaruh untuk bank dalam mempertahankan nasabah dan meningkatkan loyalitas nasabah terhadap perusahaan.<sup>30</sup>

Menurut Lewis & Booms Tjiptono dan Chandra, kualitas layanan merupakan ukuran seberapa baik dan bagus tingkat pelayanan yang diberikan apakah sesuai dengan ekspektasi pelanggan atau tidak. Kualitas pelayanan yang berkualitas akan menghasilkan kepuasan pada nasabah yang tinggi juga serta memberikan dampak terhadap nasabah sehingga nasabah melakukan pembelian secara berulang secara terus-menerus. Dengan demikian kualitas pelayanan sangat dibutuhkan dan harus benar-benar dikelola secara profesional, pelayanan yang ramah, baik, sopan, fasilitas yang bersih, kesesuaian layanan serta penampilan menarik dari karyawan bank dapat memberikan kepuasan terhadap nasabah serta dapat meningkatkan kelayakan nasabah.

Dimensi kualitas pelayanan

1. *Tangible* atau bukti langsung *Tangible* yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya terhadap dunia luar, seperti kemampuan dalam sarana prasarana, penampilan pegawai perusahaan serta keadaan lingkungan perusahaan. Salah satu bukti nyata

<sup>30</sup> Acep Samsudin, Rusdi Hidayat Nugroho, Reza Zakaria (2023) "Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan Melalui BSI Mobile Pada Bank Syariah Indonesia" *jurnal kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 4, No.5 1163-1170

pelayanan yang diberikan perusahaan adalah keadaan lingkungan perusahaan, yang mencakup fasilitas fisik (gedung, gudang, dll.), peralatan yang dapat digunakan (teknologi), dan penampilan karyawan.

2. *Reliability* atau kehandalan *Reliability* yaitu kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang telah dijanjikannya secara akurat dan terpercaya. Kinerja bisnis harus memenuhi harapan pelanggan, seperti ketepatan dalam melayani, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan, yaitu tidak membedakan pelanggan, dan pelayanan yang ramah dan akurat.
3. *Responsiveness* atau daya tanggapan *Responsiveness* yaitu keahlian karyawan dalam memberikan bantuan dan pelayanan yang cepat dan tanggap (*responsive*) terhadap nasabah dengan memberikan informasi yang sejelas dan sedetail mungkin. Tidak membiarkan nasabah menunggu dilayani tanpa alasan yang jelas sehingga dapat menimbulkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan
4. *Assurance*, juga dikenal sebagai jaminan asuransi, adalah pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan karyawan perusahaan untuk meningkatkan kepercayaan klien terhadap perusahaan.
5. *Empati*, adalah memberikan sikap perhatian kepada nasabah secara individual atau pribadi untuk memahami kebutuhan dan keluhan nasabah sehingga perusahaan dapat memahami kebutuhan dan keluhan nasabah. Sebuah perusahaan diharapkan mengetahui dan memahami

apa yang dibutuhkan oleh nasabah, memahami apa yang mereka butuhkan, dan memiliki waktu respons yang nyaman bagi nasabah.

6. Pemberian pelayanan (Customer service) yang baik dan ramah terhadap nasabah diharapkan bisa memberikan rasa puas terhadap nasabah, karena kepuasan nasabah akan membentuk persepsi nasabah terhadap perusahaan baik itu dari segi produk maupun jasa. Sehingga hal tersebut dapat memberikan posisi produk yang baik dimata pelanggan. Oleh sebab itu pelayanan yang baik bisa memberikan dampak terhadap kesuksesan perusahaan dalam jangka yang panjang.<sup>31</sup>

Dalam memberikan layanan mereka, para pegawai bank harus memberikan layanan terbaik mereka tanpa melanggar etika atau harga diri mereka. Mereka juga perlu memiliki etika agar mereka dan nasabah dapat saling menghargai.

Etika pelayanan secara umum yang dapat diberikan oleh pegawai bank dalam pelayanan.

1. Mengucapkan salam pada saat bertemu dengan nasabah
2. Meminta nasabah untuk masuk, duduk atau menunggu sebentar
3. Memberikan salam dan mempersilahkan nasabah masuk dengan sikap yang ramah dan dengan senyum
4. Menanyakan keperluan dan keluhan nasabah dengan sopan, baik dan lemah lembut

---

<sup>31</sup> Jaka Atmaja. (2018) “ Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BJB” *Jurnal Ecodemica* 2, no 1, 50-51

5. Ucapkan tolong saat meminta nasabah untuk mengisi formulir<sup>32</sup>

### 3. *Service Excellence* (Pelayanan Prima)

Setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lainnya menurut pihlif kotler disebut sebagai palayanan atau service. Kegiatan ini pada dasarnya tidak ada, tidak menghasilkan pemilikan, dan mungkin tidak berhubungan dengan produk fisik.<sup>33</sup>

Pelayanan prima, juga disebut sebagai "Service Excellent", adalah suatu pelayanan yang terbaik dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Dengan kata lain, pelayanan yang memenuhi standar kualitas adalah suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan dan kepuasan masyarakat atau pelanggan..<sup>34</sup>

#### 1. Ciri – ciri *service excellence*

Terdapat beberapa ciri-ciri yang harus dipenuhi oleh bank agar bisa memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah yaitu:

- a. Bank harus memiliki sarana dan prasarana yang baik, dan mereka harus memperhatikan hal-hal seperti meja dan kursi, serta udara yang nyaman dan tenang. Jika ini terjadi, pelanggan akan merasa nyaman dan akan menjadi lebih setia kepada bank.
- b. *Customer Service* Personel layanan pelanggan yang baik harus ramah, sopan, bekerja dengan cepat dan cekatan, berbicara dengan cara yang menyenangkan, pintar, dan menarik, sehingga pelanggan merasa nyaman dan tertarik untuk melakukan transaksi.

<sup>32</sup> Kasmir, S.E., M.M,(2010) *Pemasran Bank* (Jakarta: Kencana) hlm 176

<sup>33</sup> Philip Kotler, (2005) *Manajemen Pemasaran jilid Satu dan Dua*, (Jakarta: Prenhallindo)

<sup>34</sup> Khoirul Maddy,(2009) *Hakikat dan Pengertian Pelayanan Prima*, (Jakarta : Chama Digit), 8 4

- c. Memiliki rasa tanggungjawab terhadap nasabah, mulai dari awal nasabah masuk sampai nasabah selesai melakukan transaksi, jika terjadi sesuatu maka CS yang sedari awal melayani akan mengambil alih tanggungjawab tersebut.
- d. Mampu memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap, dan dalam memberikan pelayanan CS wajib melakukan tugas sesuai dengan prosedur
- e. Memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik, CS harus mampu berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah untuk dimengerti oleh nasabah selain itu nCS juga harus mampu memahami keinginan serta keluhan nasabah.
- f. *Customer Service* memberi jaminan kerahasiaan nasabah karena kepercayaan nasabah terhadap perusahaan bergantung pada kerahasiaan bank. Jika bank bisa menjaga rahasia nasabah maka nasabah akan merasa nyaman untuk melakukan transaksi di bank tersebut.
- g. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik, dalam hal ini CS harus memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik dalam melayani dan memahami keluhan nasabah.
- h. Berusaha memahami kebutuhan serta keluhan nasabah, CS dalam hal ini diharapkan cepat tanggap terhadap apa yang dikeluhkan dan diinginkan nasabah. Selain itu CS juga harus bisa memahami keinginan serta kebutuhan nasabah.



i. Mampu membangun kepercayaan nasabah karena kepercayaan nasabah sangat dibutuhkan agar calon nasabah bersedia untuk melakukan transaksi di bank tersebut dan mau menjadi nasabah bank. Selain itu juga untuk mempertahankan nasabah yang lama agar tetap bertahan.<sup>35</sup>

## 2. Langkah – langkah *Service Excellence*

Seorang CS dalam melakukan tugasnya ia harus bisa memahami setiap pekerjaan yang ia pegang terutama yang berhubungan dengan pelayanan nasabah. Selain itu CS juga harus bisa mengetahui apa keinginan serta kebutuhan nasabah agar nasabah merasa puas dengan pelayann yang diberikan karena keingan nasabah dapat terpenuhi. Selain itu CS juga harus menguasai dasar-dasar pelayanan tugas yang ia lakukan karena setiap nasabah yang dilayani oleh CS memiliki karakter yang berbeda-beda. Terdapat beberapa dasar-dasar pelayanan yang harus difahami diantaranya:

1. Berpakaian serta berpenampilan yang rapi dan terlihat bersih
2. Memiliki rasa percaya diri, ramah dan sopan dalam melayani nasabah
3. Menyapa nasabah dengan sapaan yang lemah lembut
4. Tenang, sopan, hormat serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan yang dibicarakan oleh nasabah
5. Berbicara dngan bahasa yang baik dan benar.

---

<sup>35</sup> Kasmir (2014), Manajemen Perbankan, (Jakarta: Rajawali Pers), 257-259

6. Bergairah dalam melayani nasabah dan tunjukkan keampuannya
7. Tidak menyela atau memotong pembicaraan nasabah
8. Mampu meyakini nasabah serta memberikan kepuasan kepada nasabah
9. Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, maka harus meminta bantuan kepada petugas yang mampu.
10. Bila belum dapat melayani, beritahukan kepada nasabah kapan pihak bank akan bisa melayani nasabah.

### 3. Konsep *Service Excellence*

Kemampuan untuk memilih ide dan metode yang tepat tidak menentukan keberhasilan dalam mengembangkan dan menerapkan layanan prima. Konsep layanan prima didasarkan pada A6, yang berarti mengembangkan layanan prima dengan menyelaraskan konsep-konsep Kemampuan (*Ability*), Penampilan (*Appearance*), Sikap (*Attitude*), Perhatian (*Attention*), Tindakan (*Action*), dan Tanggung jawab (*Accountability*).<sup>36</sup>

#### 1. Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan ialah keterampilan dan pengetahuan tertentu yang diperlukan oleh karyawan untuk mendukung program pelayanan prima. Kemampuan ini mencakup kemampuan dalam bidang kerja yang ditekuni, komunikasi yang efektif, pengembangan motivasi,

---

<sup>36</sup> Adya Atep Brata (2003), *Dasar – dasar Pelayanan Prima*, (Jakarta : PT. Alex Media Komputindo), 31

dan penggunaan hubungan publik sebagai alat untuk membangun hubungan di dalam dan di luar perusahaan.

## 2. Sikap (*Attitude*)

Sikap adalah perangai atau perilaku kita yang wajib ditonjolkan dalam menghadapi pengguna. Sikap terdiri dari tiga aspek yaitu keyakinan ( aspek kognitif) perasaan ( aspek efektif) dan kecendrungan perilaku ( aspek konitif). Jadi, dapat ditarik kesimpulan bahwa sikap adalah perilaku yang tampil berdasarkan keyakinan, perasaan dan kecendrungan rasa.

## 3. Penampilan (*Appearance*)

Penampilan ialah tampilan seseorang baik secara fisik ataupun non-fisik yang dapat membangun rasa percaya diri seseorang dan kredibilitas dari orang lain. Penampilan bisa juga dikatakan gabungan antara penampilan fisik dan gaya penampilan seseorang sehingga dalam setiap penampilan orang itu berbeda-beda.

## 4. Perhatian (*Attention*)

Perhatian adalah sikap peduli seseorang terhadap nasabah atau pengguna baik produk maupun jasa, baik yang berhubungan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan nasabah atau pemahaman atas saran dan kritikan yang diberikan oleh nasabah. Memberikan perhatian khusus terhadap nasabah maka akan menimbulkan hubungan yang baik kita dengan nasabah.

#### 5. Tindakan (*Action*)

Tindakan atau sesuatu yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu atau untuk menghasilkan sesuatu yang diinginkan disebut tindakan. Tindakan dalam pelayanan adalah upaya atau tindakan nyata yang dilakukan untuk memberikan pelayanan yang wajar atau pelayanan yang baik. Karyawan dengan sikap layanan yang baik, yang ditunjang oleh kemampuan dalam melayani (kemampuan melayani) dan tampilan layanan (tampilan layanan), dapat mencapai pelayanan yang baik.

#### 6. Tanggung jawab (*Accountability*)

Tanggung jawab adalah sikap peduli dan keberpihakan kepada pelanggan untuk menghindari atau meminimalkan risiko kerugian atau ketidakpuasan pelanggan terhadap perusahaan.<sup>37</sup>

#### 4. Pengertian *Smart Service*

*Smart service* (pelayanan cerdas) adalah pelayanan terbaik yang canggih berbasis teknologi yang mengedepankan solusi yang berbasis digital dan uniqueness dalam layanan Bank Syariah. Hal ini dilakukan sebagai upaya untuk memberikan layanan yang kuat bagi nasabah dan pihak perbankan sehingga dapat tercipta loyalitas nasabah BSI. Dengan kata lain pelayanan cerdas adalah pelayanan berbasis teknologi yang memenuhi standar kualitas. Dunia perbankan semakin berkembang, dan masyarakat semakin tertarik

---

<sup>37</sup> Fatimah Supyati Putri,(2022) “Implementasi Pelayanan Prima Dengan Konsep A6 Pada Pemasaran Security Summit 2018” , *Jurnal Bisnis Event*, Vol.3, No.2 (10, Mei) 43

untuk mengetahui apa yang terjadi di dalamnya. Dunia perbankan sedang berkembang karena jumlah barang yang tersedia semakin beragam dan pelayanan yang baik akan didukung oleh inovasi teknologi yang semakin canggih. Saat ini, banyak industri yang berkaitan dengan bisnis keuangan membutuhkan layanan bank. Masyarakat sekarang memiliki banyak pilihan untuk melakukan transaksi di mana saja dan kapan saja karena perbankan sudah dianggap sebagai kebutuhan dan mitra saat menjalankan bisnis.

Untuk memperkuat penerapan *Smart Service* tersebut Bank Syariah Indonesia memberikan perhatian khusus dalam pelayanan internal maupun pelayanan eksternal.

#### 1. Pelayanan internal

Dalam rangka mencapai tujuan perbankan, Bank Syariah Indonesia menjalankan *Smart Service* secara internal melalui 4 aspek pada layanan di kantor cabang diantaranya:

- a. *People* ditujukan bagi peningkatan kualitas kinerja pegawai internal perusahaan yang mana para pegawai harus memiliki *hospitality* (keramah tamahan)
- b. *Financial Adviso*, yakni bertujuan untuk memberikan solusi bagi nasabah dengan cepat, dan fleksibel, dan sesuai kebutuhannya.

- c. *Process*, dimana perusahaan mengatur segala kegiatan perbankan mulai dari nasabah datang ke bank hingga menyelesaikan permasalahan nasabah.
- d. *Business*, dimaksudkan perusahaan Bank Syariah Indonesia dapat menjadi bisnis yang berkelanjutan yang bertujuan untuk menjadi keaslahatan nasabah dan umat.

## 2. Pelayanan eksternal

Dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah setelah menjalankan pelayanan internal diperlukan evaluasi terhadap layanan yang diberikan Bank Syariah Indonesia. Evaluasi dari pelayanan perbankan melibatkan pihak luar seperti nasabah.

Indonesia memiliki potensi untuk menjadi pemimpin industri keuangan syariah karena merupakan negara dengan populasi muslim terbesar di dunia. Dari tiap tahunnya, banyak Bank Syariah melihat tren positif dalam meningkatkan layanan, inovasi produk, dan pengembangan jaringan. Bank Syariah Indonesia terus mengembangkan inovasi baru, salah satu layanan BSI SMART telah diluncurkan oleh Bank BSI.

BSI SMART adalah layanan laku pandai keuangan tanpa kantor yang diluncurkan oleh Bank Syariah Indonesia untuk menyediakan layanan perbankan dan keuangan lainnya yang dilakukan melalui kerja sama dengan pihak lain dan tidak melalui kantor cabang

KCP/KC. Aplikasi berbasis web yang digunakan pada PC, laptop, dan smartphone dan difalitasi dengan mesin EDC<sup>38</sup>



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

---

<sup>38</sup> Arief Mufti, Irkham Zahra, dan Nurhidayah Amalia (2022) " Analisis Pemasaran Layanan BSI Smart Febi UIN Raden Massaid Surakarta" *jurnal ilmiah mahasiswa ekonomi syariah (JIMESHA)* no. 2, 182-183[14.30, 15/9/2023] file:///D:/SEMESTER%207/137-Article%20Text-1011-1-10-20230411.pdf

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Metode Penelitian

Adapun metode yang digunakan oleh peneliti Pada penelitian ini yaitu metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang mengambil lokasi di Bank Syariah Indonesia Singaraja Bali. Metode penelitian kualitatif ialah metode yang berlandaskan post-positivisme atau enterpreti, mempelajari keadaan alamiah objek yang dimana peneliti berperan sebagai instrumen kunci dan teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu secara triangulasi atau gabungan antara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian kualitatif memiliki bersifat yaitu untuk memahami makna, memahami keunikan, mengkontruksi fenomena dan menemukan hipotesis.

Pendekatan deskriptif adalah metode yang bertujuan untuk memberikan gambaran subjek yang diteliti atau memberikan gambaran dengan menggunakan data atau sampel yang telah dikumpulkan, data yang terkumpul setelah dilakukan analisis selanjutnya di deskripsikan sehingga mudah untuk difahami oleh orang lain. Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini. Metode ini digunakan oleh penulis untuk mendeskripsikan data yang berasal dari strategi Bank BSI untuk meningkatkan loyalitas nasabah non-muslim. Identifikasi masalah, pengumpulan data, analisis data, penyajian data, dan pengambilan kesimpulan adalah semua bagian dari analisis deskriptif ini.<sup>39</sup> dalam penelitian ini

---

<sup>39</sup> Sugiyoni, (2020), “ *Metode Penelitian Kualitatif*” (Bandung:Alfabeta).7-8



menggunakan jenis penelitian lapangan (Field Research) karena peneliti melakukan penelitian secara langsung di lokasi dan menulis catatan di lapangan tentang topik yang dibahas. Dalam penelitian ini, peneliti bertujuan untuk menjelaskan secara sistematis bagaimana penerapan layanan pintar bank BSI dapat meningkatkan loyalitas nasabah.

## **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian memberikan gambaran mengenai objek yang di pilih peneliti untuk melakukan penelitian tersebut. Peneliti memilih lokasi penelitian di Bank BSI KC Denpasar Bali yang beralamat di Jl. Raya Puputan No. 114, Pajer, Kec. Denpasar Timur, Kota Denpasar, Bali. Adapun alasan peneliti memilih Bank BSI KC Denpasar sebagai tempat penelitian karena Bank BSI KC Denpasar Bali adalah salah satu Bank yang menerapkan sistem syariah yang berada di Denpasar Bali yang dimana penduduk di Denpasar tidak hanya beragama Islam tetapi mayoritas beragama Hindu, dan bank BSI KC Denpasar juga menjadi satu-satunya kantor cabang yang ada di bali, dan memiliki jumlah nasabah non-muslim yang cukup banyak yaitu mencapai 60%.

## **C. Subyek Penelitian**

Yang menjadi subyek penelitian dalam penelitian kualitatif ini adalah bapak Angga Wahyuda Prawiroso selaku pimpinan dari bank BSI KC Denpasar Bali, Rindie Septina sebagai *Customer Service* (CS) di bidang pelayanan yang akan memberikan informasi mengenai *Implementasi Smart Service* pada bank BSI KC Denpasar untuk meningkatkan loyalitas nasabah

non-muslim, Ketut nukman dan Niluh Ramiastini selaku nasabah non-muslim Bank BSI KC Denpasar Bali.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Pada bagian ini, peneliti akan menjelaskan metode yang digunakan dalam penelitian ini, seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **1. Observasi**

Observasi diartikan sebagai kegiatan mengumpulkan data secara langsung di lapangan. Dalam penelitian ini peneliti melakukan observasi untuk mendapatkan data dan informasi penting mengenai implementasi smart service untuk meningkatkan loyalitas nasabah pada Bank BSI KC Denpasar Bali.

##### **2. Wawancara**

Wawancara atau interview dapat diartikan sebagai suatu cara yang dilakukan guna memperoleh informasi yang tidak di dapatkan saat observasi, dengan observasi informan dapat membagikan pengalamannya dan peneliti dapat memahami jika diinformasikan oleh orang lain. Peneliti memilih wawancara semi terstruktur karena jenis wawancara ini lebih fleksibel daripada wawancara terstruktur. Wawancara ini dilakukan untuk mendapatkan informasi secara terbuka, dengan narasumber atau pihak yang diwawancarai dimintai pendapat dan ide mereka. Peneliti harus

mendengarkan dengan teliti dan mencatat apa yang dikatakan narasumber selama wawancara.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah kegiatan mengabadikan suatu kegiatan yang biasanya berupa foto atau berkas yang digunakan untuk mendukung atau memperkuat data penelitian. Dokumentasi ialah peristiwa yang sudah terjadi atau sudah berlalu, dokumentasi bisa berupa foto, tulisgambar, atau dapat juga berupa karya-karya dari seseorang. Adapun data yang dikumpulkan dengan metode dokumentasi diantaranya:

- a. Sejarah dan profil Bank BSI KC Denpasar Bali
- b. Lokasi Strategis Bank BSI KC Denpasar Bali
- c. VIsi dan misi Bank BSI KC Denpasar Bali
- d. Struktur organisasi Bank BSI KC Denpasar Bali

### E. Analisis Data

Analisis data merupakan suatu proses mencari data dan menyusun data yang dikumpulkan melalui catatan lapangan, wawancara, dan dokumentasi.

Proses ini mencakup pengelompokan data ke dalam kategori, membaginya menjadi unit, sintesa dan penyusunan pola, menentukan data yang dianggap penting dan data yang harus dipelajari, dan membuat kesimpulan yang membuatnya mudah difahami oleh orang lain dan diri sendiri (peneliti).<sup>40</sup>

Peneliti menghasilkan data dan informasi yang sudah jenuh dengan menggunakan analisis data Miles dan Huberman, yang dilakukan secara

---

<sup>40</sup> Sugiyono (2020), *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta), 131-137.

interaktif dan berlanjut sampai penelitian selesai. Untuk menganalisis data penelitian ini, berikut adalah prosedur yang digunakan.:

1. Pengumpulan data (*Data Collection*)

Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian kualitatif dilakukan dengan cara observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi atau menggabungkan semuanya yang biasa disebut dengan triangulasi.

2. Reduksi data (*Data Reduction*)

Reduksi data yaitu meringkas, yang artinya dalam hal ini difokuskan pada hal dianggap penting saja, kemudian peneliti mencari tema serta polanya. Sebelum memasuki tahap reduksi data peneliti terlebih dahulu mengumpulkan data-data yang diperlukan dari lapangan. Dengan begitu data-data yang telah dikumpulkan oleh peneliti dengan menggunakan pencatatan yang rinci, tentu akan menghasilkan data-data yang sangat banyak kompleks dan rumit. Oleh karena itu disini peneliti harus dan butuh untuk melakukan reduksi data agar data-data yang telah terkumpul tersebut dapat memberikan gambaran yang lebih jelas tujuannya agar memudahkan peneliti untuk mengumpulkan data serta melengkapi data tersebut.

3. Penyajian (*Data Display*)

Dalam penelitian ini, data dapat disajikan dalam berbagai bentuk antara lain, termasuk teks naratif, bagan, diagram flowchart, uraian ringkas, dan hubungan antar kategori.

#### 4. Penarikan Kesimpulan (*conclusion drawing/verification*)

Penelitian kualitatif menghasilkan penemuan baru. Kesimpulan dari penelitian kualitatif biasanya mencakup deskripsi objek yang sebelumnya tidak jelas yang mana akan menjadi jelas setelah penelitian.<sup>41</sup>

### F. Keabsahan Data

Teknik Keabsahan data dalam penelitian ini berupa:

#### 1. Triangulasi

Triangulasi dalam penelitian dapat diartikan dengan proses pengujian data dengan menggunakan berbagai sumber dan berbagai cara dan waktu yang berbeda. Peneliti menggunakan triangulasi data dan triangulasi sumber dalam penelitian ini. Triangulasi data adalah metode yang digunakan untuk menguji kebenaran data dengan membandingkan data dari berbagai sumber dengan cara dan waktu yang berbeda, dan triangulasi sumber adalah metode yang digunakan untuk menguji kebenaran data dengan cara melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

### G. Tahap-tahap Penelitian

Proses penelitian ini menjelaskan bagaimana proses dan tahapan-tahapan peneliti dalam melakukan penelitiannya, mulai dari penelitian pendahuluan, pengembangan desain, penelitian nyata, dan akhirnya penulisan laporan.<sup>42</sup>

Tahapan-tahapan penelitian diantaranya sebagai berikut:

<sup>41</sup> Sugiyono (2020), *Metode Penelitian kualitatif*, (Alfabeta:Bandung) 132-141.

<sup>42</sup> Tim Penyusun (2028), *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember), 48

## 1. Tahap Pra-lapangan

Terdapat enam dalam tahapan penelitian ini yang mana harus dilakukan oleh peneliti dan dalam tahapan ini terdapat satu pertimbangan yang wajib difahami oleh oleh peneliti yaitu etika etika dalam melakukan penelitian lapangan. Tahapan-tahapan tersebut diantaranya yaitu:

### a. Menyusun rencana penelitian

Pada tahap rancangan penelitian, peneliti harus memahami berbagai metode dan teknik penelitian yang akan digunakan dalam penelitian.

### b. Memilih lapangan penelitian

Dalam suatu penelitian sebelum peneliti melaksanakan penelitiannya peneliti harus terlebih dahulu memilih tempat penelitian yang akan dijadikan sebagai tempat untuk melakukan penelitian. Obyek penelitian yang di pilih oleh peneliti adala bank BSI KC Denpasar Bali yang beralamat di Jl. Gatot Subroto Tengah No.288, Tonja, Kec. Denpasar Utara, Kota Denpasar, Bali.

### c. Mengurus perizinan

Dalam melakukan penelitian, sebelum peneliti melaksanakan penelitiannya tersbut peneliti harus mengurus surat izin penelitiannya terlebih dahulu agar penelitiannya berjalan lancar seperti surat izin penelitian dari kampus, lalu menyerahkan surat izin tersebut kepada tempat penelitian yang telah dipilih oleh peneliti.

d. Menjajaki dan menilai lapangan

Pada langkah ini, peneliti melakukan orientasi lapangan dan menilai situasi lapangan. Tujuan dari tahap ini adalah untuk mempelajari elemen lingkungan fisik, sosial, dan alam yang akan dihadapi peneliti, serta untuk membantu mereka mempersiapkan diri dan membawa peralatan yang diperlukan.

e. Memilih dan memanfaatkan informan

Untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan, peneliti harus memilih narasumber yang memiliki banyak pengalaman dalam topik yang diteliti.

f. Menyiapkan perlengkapan penelitian

Sebelum memulai penelitian di lapangan, peneliti harus mempersiapkan kelengkapan penelitian yang diperlukan untuk melakukannya, mulai dari rancangan penelitian sampai mencari narasumber.

2. Tahap Pekerjaan Lapangan

Pada tahap ini, peneliti mempersiapkan diri secara fisik dan mental sebelum pergi ke lokasi penelitian untuk mengumpulkan data, peneliti akan mengumpulkan data dengan melalui beberapa cara diantaranya yaitu melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

3. Tahap Analisis Data

Untuk menyelesaikan tahap analisis data, peneliti memilih data dari observasi, wawancara, dan dokumentasi. Setelah data disesuaikan

dengan rumusan masalah penelitian, data akan disajikan dalam bentuk rangkuman dan uraian singkat dengan dokumen dan data yang dikumpulkan peneliti. Selanjutnya, peneliti akan menarik kesimpulan dan hasil penelitian.<sup>43</sup>



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

---

<sup>43</sup> Lexy J. Moleong (2018), *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya), 127-148



## BAB IV

### PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

#### A. Gambaran Obyek Penelitian

##### 1. Sejarah Bank Syariah Indonesia

Indonesia adalah negara yang memiliki penduduk muslim terbesar yang dimana negara Indonesia adalah negara yang perkembangan bank syariah-nya berkembang sangat baik. Bank syariah hadir di Indonesia pada tahun 1991 yang dimana pada saat itu bank syariah bernama Bank Muamalat Indonesia (BMI) dan beroperasi pada 1 Mei 1992, pada tahun 1998 Indonesia mengalami krisis ekonomi yang menyebabkan banyak bank konvensional yang tidak beroperasi lagi, akan tetapi Bmi tetap mempertahankan diri ditengah keadaan ekonomi yang begitu kritis oleh sebab itulah Bmi menjadi populer di kalangan masyarakat.<sup>44</sup> Industri perbankan

Indonesia memasuki era baru ketika PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) resmi didirikan pada 1 Februari 2021, atau 19 Jumadil Akhir 1442 H. Presiden Joko Widodo meresmikannya secara langsung di istana negara. Di industri perbankan Indonesia, perbankan syariah semakin menonjol. Penggabungan ini menggabungkan kelebihan dari beberapa bank Syariah, yang akan memberikan layanan yang lebih lengkap, jangkauan yang semakin luas, dan kapasitas permodalan yang

---

<sup>44</sup> Siti Indah Purwaning Yuwana,(2022) “ Pengaruh Kinerja Tim, Komunikasi, Lingkungan dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Pasca Merger Bank Syariah Indonesia” *Jurnal Ilmiah Multididiplin* 1. No.12 4163-4164

lebih baik. Bank Syariah berusaha untuk bersaing di tingkat global dengan dukungan sinergi dari perusahaan induk (Mandiri, BRI, BNI), serta komitmen pemerintah dari kementerian BUMN. Salah satu rencana untuk membentuk Bank syariah yang lebih kuat diharapkan mampu menjadi kebanggaan umat yang nantinya akan mampu menjadi energi baru untuk pembangunan ekonomi nasional.

Dengan 1.200 cabang di seluruh Indonesia, PT Bank Syariah Indonesia Tbk menawarkan berbagai macam produk dan solusi dalam bidang keuangan berbasis syariah yang lengkap, modern, dan inovatif untuk memenuhi kebutuhan berbagai macam nasabah. Untuk UMKM dan Mikro, PT Bank Syariah Indonesia Tbk akan terus mendukung pelaku UMKM melalui berbagai macam produk dan layanan yang ditawarkannya. Untuk konsumen dan bisnis kecil, PT Bank Syariah Indonesia Tbk akan terus memberikan dukungan kepada pelaku UMKM Bank Syariah Indonesia menawarkan berbagai produk keuangan berbasis syariah, seperti ZIZWAF, pendidikan, dan ibadan haji dan umroh. Mereka juga menawarkan produk keuangan seperti pembiayaan griya, mitra guna, gadai emas, dan kartu pembiayaan berbasis syariah. Bank Syariah Indonesia juga memiliki selogan yaitu "Kami bersatu dalam hasanah, kami bersatu membawa faedah, kami bersatu membawa berkah dan kami bersatu untuk umat".

Bank Syariah Indonesia KC Renon Denpasar Bali merupakan salah satu cabang Bank Syariah Indonesia yang terletak di Jl. Raya

Puputan No. 114, Pajer, Kec. Denpasar Timur, Kota Denpasar, Bali. Bank Syariah Indonesia kantor cabang Renon Denpasar Bali dulunya merupakan Bank Mandiri Syariah yang kemudian pada tahun 2015 berubah menjadi BSI KC Renon. Walaupun sudah berubah menjadi BSI KC Renon masih tetap bisa bersaing dengan bank-bank lain yang ada di Denpasar, karena Bank Syariah Kantor Cabang Renon terletak di tengah-tengah kota Denpasar dan menjadi satu-satunya kantor cabang di Bali. Selain itu Bank Syariah Kantor Cabang Renon juga terletak di tempat yang sangat strategis yaitu berada di pinggir jalan raya utama Denpasar sehingga sangat mudah untuk dijangkau oleh masyarakat untuk melakukan transaksi di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Renon. Produk unggulan yang paling diminati oleh nasabah di BSI KC Renon ialah Pembiayaan Gria karena sifat ansurannya tetap tidak berubah.

## 2. Visi dan Misi BSI KC Denpasar Bali

### Visi

Top 10 global Islamic bank, menciptakan Bank Syariah yang masuk kedalam 10 besar menurut kapitalisasi pasar secara global

### Misi

- a. Memberikan akses ke solusi keuangan syariah di Indonesia, melayani lebih dari 20 juta pelanggan, dan menjadi salah satu dari lima bank terbaik berdasarkan aset (500+T) dan nilai buku 50 T pada tahun 2025.

- b. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham; ini adalah salah satu dari lima bank paling menguntungkan di Indonesia dengan ROE sebesar 18%) dan memiliki evaluasi yang kuat (PB lebih dari 2).
- c. Perusahaan dengan nilai yang kuat yang memberdayakan masyarakat dan berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja, menjadi pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia.

### **3. Standar Operasional Prosedur (SOP) yang digunakan BSI KC Denpasar Bali**

Sikap dan perilaku yang ditunjukkan terhadap orang lain disebut pelayanan. Pelayanan sangat penting untuk bisnis dan bank. Di industri perbankan, pelayanan adalah faktor utama yang digunakan untuk menarik klien untuk menggunakan barang dan jasa yang ditawarkan oleh bank. Setiap karyawan di BSI KC Denpasar Bali harus

mematuhi standar operasional prosedur (SOP), termasuk Customer Service, karena mereka adalah orang pertama yang dilihat oleh nasabah ketika mereka ingin berhubungan dengan bank. Adapun SOP yang dimiliki oleh Bank BSI KC Denpasar Bali diantaranya yaitu:

a. Amanah

Selama mereka melayani pelanggan, karyawan harus meletakkan tangan kanan di atas dada kiri mereka. Karena menggambarkan orang yang meletakkan kepercayaan di hati mereka, itu memiliki arti sifat yang amanah, atau dapat dipercaya.

b. Harmonis

Selama mereka memberikan atau melakukan pelayanan, karyawan meletakkan kedua tangan mereka di depan dada. Hal ini menunjukkan bahwa orang saling menghargai dan peduli satu sama lain. Selain itu, menanamkan rasa hormat kepada orang lain.

c. Kompeten

Dalam melaksanakan atau memberikan pelayanan para karyawan memberikan dan mengangkat kedua jempol tangan. Hal ini menggambarkan kepuasan atas kompetisi dan kemampuan yang dimiliki.

d. Loyal

Selama melaksanakan atau memberikan pelayanan, karyawan menaruh kedua tangan di atas dada tengah. Ini menunjukkan bahwa Anda harus melakukan semua yang Anda bisa untuk menjaga reputasi dan berkorban untuk bangsa dan negara untuk mencapai tujuan bersama yang lebih besar.

e. Adaptif

Untuk menunjukkan kemampuan dalam menyesuaikan diri dengan perubahan, karyawan meletakkan kedua tangan saling menghadap atas bawah dan berputar saat memberikan atau melakukan pelayanan.

f. Kolaboratif

Dalam melaksanakan atau memberikan layanan, karyawan menggenggam kedua tangannya untuk menunjukkan bahwa mereka berkolaborasi untuk mencapai tujuan bersama.

#### 4. Produk-produk BSI KC Denpasar Bali

##### Produk dana

a. Giro Wadi'ah

Giro wadi'ah adalah penitipan uang dalam bentuk rekening giro dengan menggunakan prinsip wadi'ah antara pihak yang memiliki uang dengan pihak yang diberi kewenangan dengan tujuan untuk menjaga keamanan, keselamatan serta keutuhan uang tersebut.

b. Giro Valas

Titipan dana dari pihak ketiga yang kemudian di kelola menggunakan akad wadi'ah yang dimana bisa melakukan penarikan kapanpun dengan menggunakan Cek, Bilyet, Giro, dan sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan pemindah bukuan untuk memajukan bisnis usaha perorangan maupun non perorangan dalam mata uang valas.

c. Istishna

Istishna merupakan akad jual beli barang antara pemesan dengan penerima pesanan dengan bantuan dana dari pihak bank

d. Bagi hasil

Dalam perbankan syariah, prinsip mudharabah digunakan untuk produk bagi hasil, yang merupakan perjanjian antara nasabah dan peminjam (mudharib) dengan bank dengan tujuan mendapatkan keuntungan.

e. Sewa beli

Prinsip ijarah digunakan dalam perbankan syariah untuk produk sewa beli, yaitu perjanjian sewa barang antara konsumen dan penyewa dengan bantuan dana bank.

**Produk jasa**

a. Hiwalah

Dalam perbankan konvensional, hibah, juga dikenal sebagai anjak piutang, adalah perjanjian di mana nasabah memindahkan piutang mereka ke bank dari pihak lain. Nasabah meminta bantuan bank untuk membayarkan piutang yang dihasilkan dari jual beli terlebih dahulu, dan nasabah kemudian akan melunasinya sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.

b. Rahn

Dalam perbankan konvensional, utang, juga dikenal sebagai gadai, adalah kontrak di mana pelanggan memberikan sejumlah uang

kepada bank sebagai jaminan atas sebagian atau seluruh utang bank.

c. Qard

Qard adalah jenis pinjaman yang diberikan bank kepada pihak tertentu dengan janji untuk membayar kembali jumlah yang sama sesuai dengan pinjaman.

d. Tabungan Wadi'ah

Prinsip tabungan wadi'ah adalah penitipan uang dalam bentuk tabungan antara pihak yang memiliki uang dengan pihak yang dipercaya dengan tujuan menjaga keselamatan, keamanan, dan integritas uang tersebut.

e. Tabungan Mudharabah

Prinsip mudharabah, yang berarti perjanjian yang dilakukan dalam bentuk deposito antara sohibul maal (penyimpan dana) dan mudharib (bank) untuk mendapatkan keuntungan.

f. Tabungan Haji Indonesiaku

Dengan PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) bertindak sebagai bank penerima setoran biaya penyelenggara ibadah haji, Tabungan Haji Indonesiaku adalah kerja sama antara Badan Pengelola Keuangan Haji (BPKH) dengan Bank Syariah Indonesia. Tabungan perencanaan haji dan umroh ini dirancang untuk membantu klien mempersiapkan haji dan umroh mereka. Tabungan ini berlaku



untuk semua usia dan dioperasikan sesuai dengan prinsip syariah dengan menggunakan akad wadiah dan mudharabah.

g. Tabungan Berencana

Tabungan berencana ialah tabungan dengan akad mudharabah mutlaqah yang memungkinkan individu memanfaatkan sistem autodebet dan mendapatkan perlindungan asuransi.

h. Tabungan Bisnis

Tabungan bisnis adalah tabungan dengan akad mudharabah mutlaqah dalam mata uang rupiah. Memiliki batas transaksi harian yang lebih besar dan memungkinkan biaya RTGS, transfer SKN, dan setoran kliring masuk melalui teller dan Net Banking. serta memudahkan transaksi dalam segmen wiraswasta.

i. Deposito mudharabah

Prinsip mudharabah mengacu pada deposito mudharabah, yang merupakan perjanjian antara sohibul maal, (penyimpan dana), dan mudharib, (bank), dengan tujuan mendapatkan keuntungan.

**Produk pembiayaan**

a. Jual beli dengan prinsip murabahah

Murabahah ialah perjanjian jual beli antara bank dan peminjam (mudharib). Di dalam perjanjian ini, bank menyediakan barang-barang yang dibutuhkan oleh peminjam sebesar harga pokok serta keuntungan yang telah disepakati.

b. Salam

Salam merupakan akad jual beli barang pesanan (*muslam fiih*) antara nasabah dengan penjual dengan bantuan dana dari bank.<sup>45</sup>

**5. Letak Geografis BSI KC Denpasar Bali**

Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Denpasar Bali yang beralamat di Jl. Raya Puputan No. 114, Pajer, Kec. Denpasar Timur, Kota Denpasar, Bali



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

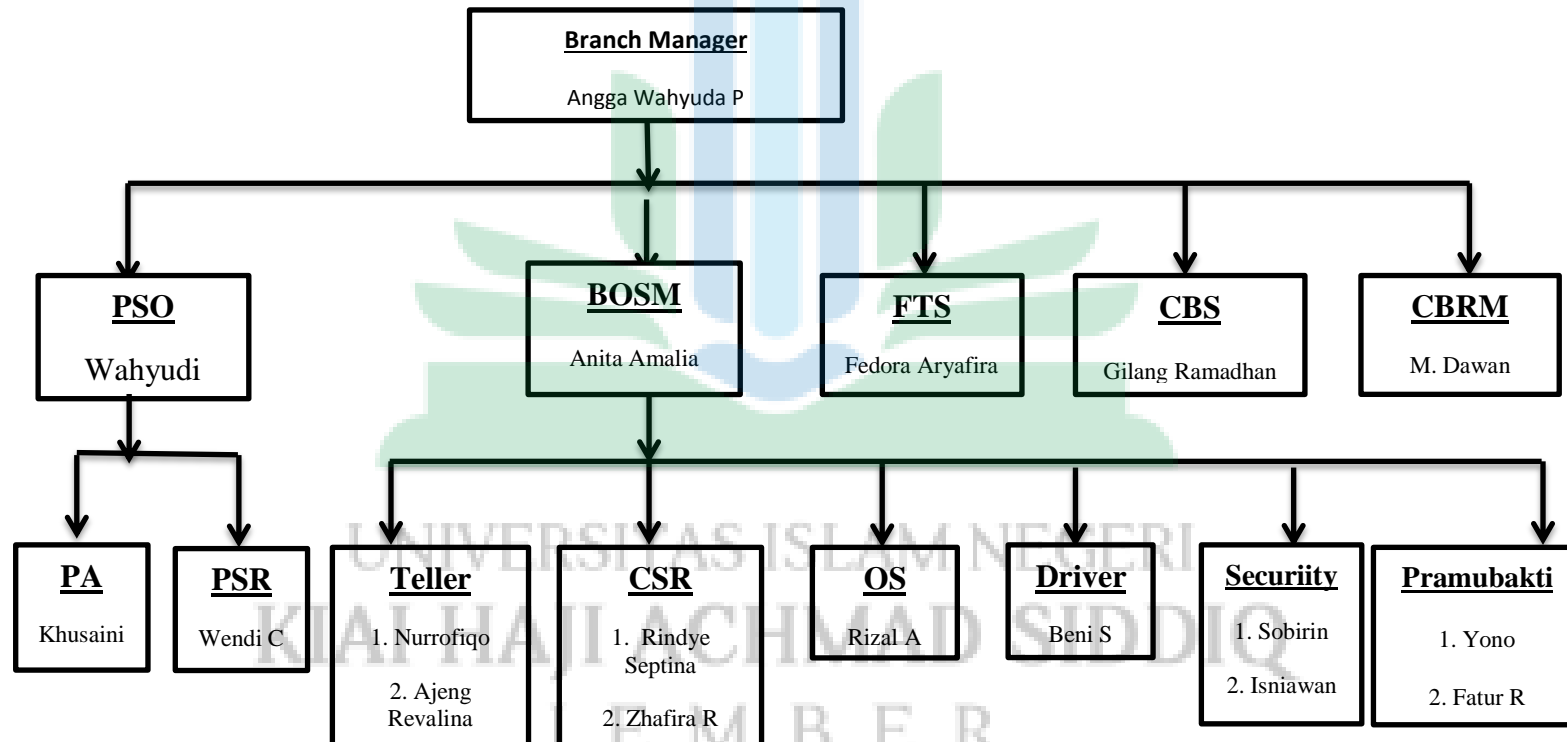
---

<sup>45</sup> Ir. Ade Arthesa, M.M & Ir. Edia Handiman 2006, *Bank dan Lembaga Keuangan Bukan Bank*, (Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia ) hlm 20-25

**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi**  
**BSI KC Renon Denpasar Bali**

**6. Struktur Organisasi BSI KC Denpasar Bali**

Brikut struktur organisasi Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Renon Denpasar Bali:



## **B. Penyajian Data dan Analisis**

Istilah "penyajian dan analisis data" mengacu pada pengungkapan data dari penelitian yang disesuaikan dengan rumusan masalah dan analisis data terkait. Sebagaimana disebutkan sebelumnya, teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian, informasi akan dipaparkan tentang penerapan layanan pintar untuk meningkatkan loyalitas nasabah non-muslim di Bank bsi KC Denpasar Bali.

### **1. Penerapan Smart Service Bank BSI KC Denpasar Bali Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah Non-muslim**

*Smart Service merupakan* layanan terbaik Bank BSI yang mengutamakan untuk menggunakan solusi digital dan keunikan dalam layanan Bank Syariah Indonesia, diperuntukkan untuk memberikan kemudahan serta kepuasan terhadap nasabah agar nasabah loyal terhadap produk-produk Bank BSI. Pihak bank harus memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah agar nasabah merasa nyaman dan selalu tertarik untuk menggunakan produk dan jasa Bank BSI terutama para nasabah non-muslim walaupun Bank BSI terutama BSI KC Denpasar Bali adalah bank yang menerapkan prinsip syariah dalam pengoperasiannya akan tetapi terdapat banyak nasabah non-muslim yang berminat menggunakan jasa dan produk BSI karena bank BSI tidak membedakan agama dalam melayani nasabah, oleh karena itu Bank BSI terutama BSI KC Denpasar Bali harus terus

meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat terus meningkatkan loyalitas nasabah baik itu nasabah muslim maupun non-muslim. Adapun pemaparan dari bapak Angga Wahyuda Prawiroso selaku pimpinan Bank BSI KC Denpasar Bali:

“Untuk semua layanan baik itu produk dan jasa di perbankan rata-rata itu sama yang membedakan setiap perbankan adalah layanannya jadi kemungkinan semua akan bisa diadopsi oleh difisial intelegen jadi saya yakin pelayanan service kepada nasabah itu yang tidak mungkin bisa diadopsi oleh sistem, untuk itulah kita jadikan sebagai pembeda dengan bank lainnya. Disini kita memberikan perhatian khusus untuk pelayanan internal maupun pelayanan eksternal. Ketika bank lainnya mungkin menganggap bahwa melakukan say hello setiap hari itu merupakan hal yang membuang-buang waktu tapi itu kita lakukan, jadi kita lakukan pendekatan personal layaknya kita sebagai partner lebih layaknya sebagai seorang sahabat finansial bagi mereka, jadi ketika mereka ada masalah larinya ke BSI, jika ada permasalahan terkait keuangan mereka akan larinya ke BSI jadi memang insan-insan BSI itu dididik untuk dapat melakukan analisa dan juga dapat melakukan pemecahan masalah terhadap kebutuhan dan persoalan nasabah. Disini BSI juga memiliki layanan digital yang dapat memudahkan nasabah yang bernama chat but isia jadi nasabah-nasabah yang ingin berinteraksi langsung oleh CS di kantor pusat itu akan bisa langsung chat namanya chat isia yang dimana itu langsung di handle oleh CS di kantor pusat. Ada juga ada juga BSI Qris para nasabah bisa melakukan transaksi tanpa riet karena dengan BSI Qris ini bisa melakukan transaksi hanya dengan scan code QR code yang menggunakan QC code indonesia standart. Selain itu nasabah juga bisa save number whatsapp resmi dari BSI sehingga jika ada permasalahan nasabah bisa langsung berinteraksi oleh isia juga tapi melalui whatsapp.<sup>46</sup>”

Pemaparan serupa juga dipaparkan oleh mbak Rindy Septina sebagai *Customer Service* (CS) Bank BSI KC Denpasar Bali.

“kalo kita di BSI itu memang tidak membedakan antara muslim maupun non-muslim jadi semua memang kita samaratakan muslim maupun non-muslim kemudian untuk servicenya pun disamaratakan tidak ada pembeda jadi untuk ke nasabah non-muslim perlakuannya sama. Jadi yang membedakan itu Cuma kita muslim sama mereka non-muslim jadi itu yang bikin mereka agak susah untuk masuk kesini akan

<sup>46</sup> Angga Wahyuda Prawiroso (2024), *wawancara*, Pimpinan, 10 Januari

tetapi kita tetap berusaha memberikan layanan terbaik kita seperti menjelaskan berbagai macam produk kita, kita jelaskan secara mendetail kita layani mereka sepenuh hati layaknya kita sebagai partner mereka, disini kita punya konsep yang disebut *relation branch* jadi disini kita tidak berperan hanya sebagai *transactional branch* artinya disini kita tidak hanya menjadi tempat untuk para nasabah melakukan transaksi keuangan akan tetapi juga bisa menjadi teman dalam bertransaksi dan dalam memenuhi kebutuhan dan memberikan solusi untuk nasabah, seperti simplikasi proses artinya kita mengadakan kunjungan secara langsung kepada nasabah untuk menyelesaikan masalah jika memang tidak bisa di selesaikan melalui telfon, optimalisasi *digital platform* kami menyediakan layanan digital untuk memudahkan nasabah seperti m-banking, BSI API Platform, BSI Cardle withdraw da masih banyak lagi mbak layanan lainnya yang berbasis digital dan kita juga menjalankan kegiatan pelayanan sesuai dengan SOP misal dari kita sendiri sebagai service paling depan yang kita lakukan ke nasabah agar lebih loyal itu kita bagian depan yang diutamakan adalah *Greeting* atau salam dan sapaan jadi setiap melayani nasabah diawal kita selalu menyapa dan memberikan salam kepada nasabah untuk sapaan atau salam yang kita ucapkan disini jika nasabah tersebut adalah non-muslim kita mengucapkan salam tetap dengan Assalamu'alaikum yang disertai dengan selamat pagi, siang atau sore, *Engagement* yaitu membangun timbal balik dengan nasabah seperti kita menanyakan nama, memberikan bentuk kepedulian kita kepada nasabah, memberikan solusi untuk masalah nasabah dan terakhir setiap akan selesai melayani kita akhiri dengan mengucapkan terimakasih. Itu kita lakukan ke semua nasabah tanpa membedakan muslim atau non-muslim, Untuk pelayanan elektronik dari kita yang bisa lebih memudahkan nasabah baik itu muslim ataupun non-muslim itu kita ada BSI Mobile yang bisa melakukan transaksi secara online tanpa harus langsung ke bank, BSI Mobile ini sebagai strategi *Onichannel* yang lebih unggul dari aplikasi M-banking lainnya karena BSI Mobile mrmiliki fitur-fitur islami.<sup>47</sup>

Sebagaimana yang dirasakan oleh Ketut Nukman sebagai nasabah Bank BSI KC Denpasar Bali

“pelayanan yang saya terima di BSI sangat memuaskan pas saya datang langsung disambut dengan ramah, ditanyakan apa keperluan saya, saya sebagai nasabah non-muslim sangat puas dengan pelayanan yang diberikan oleh bank BSI walaupun BSI itu berbeda dengan bank pada umumnya yang mana BSI menggunakan konsep islami saya sebagai nasabah non-muslim tetap merasa nyaman melakukan

<sup>47</sup> Rindye Septina(2023), *wawancara*, Customer Service Refresentatif, 19 Desember

transaksi disana mbak karna pelayanannya yang tidak membeda-bedakan antara nasabah muslim ataupun non-muslim yang jadi bikin saya sendiri tidak merasa risih atau berbeda dengan nasabah muslim lainnya, selain pelayanan yang memuaskan BSI juga memiliki produk yang jauh lebih menguntungkan daripada produk di bank lainnya dan banyak layanan digital yang bisa memudahkan kita sebagai nasabah karna seperti yang kita tu mbak saat ini apa-apa sudah serba online ya jadi layanan digital yang ditawarkan oleh BSI sangat memudahkan kita dalam melakukan transaksi mbak.<sup>48</sup>

Dari hasil wawancara tersebut dapat ditarik garis besar bahwa Bank BSI KC Denpasar memberikan layanan terbaik mereka kepada nasabah dimana mereka memberikan layanan dengan melakukan pendekatan personal agar nasabah tersebut merasa nyaman untuk menggunakan produk dan jasa Bank BSI mereka juga memberikan layanan secara merata tanpa membeda-bedakan nasabah muslim atau non-muslim, selain itu mereka juga memberikan perhatian khusus dalam pelayanan internal maupun eksternal. Perhatian khusus dalam pelayanan internal dan eksternal yaitu:

a. Pelayanan internal

Pelayanan internal ialah layanan yang diberikan oleh karyawan perusahaan kepada karyawan lainnya agar karyawan tersebut dapat memenuhi kebutuhan serta keinginan nasabah yang dianggap nasabah internal. Adapun pemaparan dai bapak Angga Wahyuda Prawiroso selaku pimpinan Bank BSI KC Denpasar Bali

“ untuk perhatian khusus yang kita berikan untuk pelayanan internalnya pertama *people* atau orang, disini kita tujukan untuk meningkatkan kualitas kinerja para pegawai internal di perusahaan yang dimana kita wajibkan untuk para pegawai memiliki

<sup>48</sup> Ketut Nukman (2024), *wawancara*, nasabah non-muslim, 12 Februari

*hospitality* atau sikap ramah tamah yang dimana disini kita lakukan dengan melakukan beberapa kegiatan pelatihan seperti *Rore Play*, *Online Test*, dan lain sebagainya yang bisa meningkatkan kualitas kinerja para pegawai. Yang kedua *Financial Advisor* disini kita tujukan untuk memberikan pelayanan yang cepat serta fleksibel untuk memberikan solusi kepada setiap permasalahan nasabah, selanjutnya yaitu *Process* disini kita yang mengatur semua aktifitas perbankan mulai dari nasabah masuk ke bank smpai kita menyelesaikan masalah yang dimiliki nasabah, agar kita bisa mencapai aspek proses yang maksimal kita melakukan bberapa kegiatan seperti penyederhanaan setiap proses transaksi dan melakukan kunjungan ke nasabah jika permasalahan yang mereka hadapi tidak bisa kita selesaikan lewat telfon, kita juga memfasilitasi berbagai layanan berbasis digital mbak seperti, BSI Mobile,, buka rekening online dan lainnya. Selain itu mbak, disini kita juga memiliki tujuan sebagai bank syariah untuk menjadi bisnis yang berkelanjutan kedepannya.<sup>49</sup>”

Pemaparan serupa juga disampaikan oleh mbak Rindye Septina sebagai *Customer Service (CS)* Bank BSI KC Denpasar Bali.

“ Benar untuk pelayanan internal kita diberikan perhatian khusus karna kita fikir ini perlu ya untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap nasabah, contohnya seperti pelatihan-pelatihan yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas kinerja karyawan karna kita diwajibkan untuk memiliki *hospitality* sikap ramah kepada nasabah, kita juga diberikan tes secara online terkait Bank Syariah untuk meningkatkan wawasan kita sebagai karyawan BSI, selain itu kita juga memperhatikan penampilan karna kita ini di Bsi ya jadi kita harus bisa berpenampilan yang mencerminkan Bank BSI. Selain itu kita juga berusaha memberikan solusi yang tepat,cepat dan fleksibel untuk permasalahan-permasalahan yang dihadapi nasabah, kita mengatur setiap kegiatan yang ada di perusahaan mulai dari awal nasabah datang ke kita sampai masalah transaksi yang dihadapi nasabah terselesaikan. Selain itu kita juga berusaha untuk tetap bisa memberikan kemaslahatan untuk para nasabah.<sup>50</sup>”

Sebagaimana yang dirasakan oleh Ni Luh Ramiastini sebagai nasabah Bank BSI KC Denpasar Bali

<sup>49</sup> Angga Wahyuda Prawiroso (2024), *wawancara*, Pimpinan, 10 Januari

<sup>50</sup> Rindye Septina (2023), *Wawancara*, Customer Service Refresentatif, 19 Desember



“Iya mbak untuk pelayanan Bank BSI yang saya rasakan memang sangat bagus mbak, karyawan disana sangat ramah ketika melayani mulai dari awal saya masuk sudah disambut oleh satpam ditanya keperluan saya mereka sangat sopan dan ramah. Dan ketika saya bertemu CS saya merasakan kenyamanan mbak karna semua keluhan yang saya utarakan bisa mendapat solusi yang sangat membantu bahkan ketika saya bertanya pihak bank menjelaskan dengan sangat detail sehingga saya merasa nyaman untuk melakukan transaksi di BSI. Untuk suasana di BSI juga sangat nyaman walaupun mungkin BSI ini berbeda ya mbak dengan bank pada umumnya karna konsep dari BSI ini sendiri mnggunakan konsep islami akan tetapi itu tidak menjadi msalah buat saya karena pelayanan yang d berikan oleh BSI tidak membedakan kita nasabah non-muslim dengan nasabah muslim jadi saya peribadi tetap merasa nyaman untuk melakukan transaksi di BSI, selain itu juga ada aplikasi yang bisa memudahkan saya dalam bertransaksi seperti M-Banking dan ketika saya tidak sempat untuk ke bank ketika ada masalah saya juga bisa menghubungi pihak bank lewat telfon pokok disana saya merasa sangat nyaman mbak dengan pelayanan yang diberikan.<sup>51</sup>”

Dari hasil wawancara yang telah diuraikan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa Bank BSI KC Denpasar memberikan perhatian khusus untuk pelayanan internal seperti memberikan pelatihan-pelatihan untuk meningkatkan kualitas kinerja karyawan, karena

karyawan BSI diwajibkan untuk memiliki sikap yang ramah terhadap nasabah atau *hospitality*, memberikan solusi yang cepat dan fleksibel untuk menyelesaikan permasalahan nasabah, mengatur kegiatan yang ada di bank mulai dari awal nasabah datang sampai masalah nasabah terselesaikan serta harapan bank untuk menjadi bisnis yang berkelanjutan untuk kemaslahatan umat. Selain itu Bank

BSI KC Denpasar Bali juga menerapkan layanan berbasis digital diantaranya yaitu

---

<sup>51</sup> Ni Luh Ramiastini (2024), *wawancara*, nasabah non-muslim, 15 Februari

b. Pelayanan eksternal

Pelayanan external dapat diartikan sebagai layanan yang diberikan pegawai untuk masyarakat atau nasabah yang berasal dari luar perusahaan. Untuk meningkatkan kualitas layanan Bank Syariah perlu dilakukan evaluasi. Adapun pemaparan dari bapak Angga Wahyuda Prawiroso selaku pimpinan Bank BSI KC Denpasar Bali

“ya disini juga kita memberikan perhatian khusus untuk pelayanan external karena menurut kita selain perhatian khusus pada pelayanan internal kita rasa juga perlu memberikan perhatian khusus untuk pelayanan external ya, karena kita juga butuh bahan evaluasi untuk pelayanan yang kita berikan dimana kekurangan yang harus kita perbaiki jadi kita melakukan evaluasi yang melibatkan nasabah contoh nasabah bisa memberikan rating untuk pelayanan kita dengan cara memberi bintang minimal nasabah bisa memberikan bintang satu dan maksimal pemberian bintang lima itu bisa nasabah lakukan dengan melakukan scan pada barcode yang kami sediakan mbak, bisa juga dengan memberikan testimoni berupa kritik dan saran untuk perusahaan. Dan kami juga perlu untuk melakukan pengelolaan sumber daya manusia yang kita miliki agar kita dapat memaksimalkan pelayanan dan penawaran produk perusahaan.”<sup>52</sup>

Pemaparan serupa juga disampaikan oleh mbak Rindye

Septina sebagai *Customer Service* (CS) Bank BSI KC Denpasar Bali.

“ benar sekali selain perhatian khusus untuk pelayanan internal kita juga memberikan perhatian khusus untuk pelayanan external karna memang dirasa sangat perlu yaa untuk bahan evaluasi perusahaan seperti memberikan pesan dan kesan, kritik maupun saran bisa juga memberikan rating dari bintang 1 sampai bintang 5 serta pengelolaan nasabah yang sangat perlu untuk dilakukan agar bisa melihat seberapa besar kemampuan SDM yang kita miliki untuk

<sup>52</sup> Angga Wahyuda Prawiroso (2024), *wawancara*, Pimpinan, 10 Januari

menawarkan produk-produk perusahaan serta seberapa besar kemampuan untuk memberikan pelayanan.<sup>53</sup>”

Sebagaimana yang dirasakan oleh Ni Luh Ramiastini sebagai nasabah non-muslim Bank BSI KC Denpasar Bali

“benar mbak, saya juga bisa memberikan penilaian serta kritik atau saran untuk bank jadi jika ada hal yang kurang enak bisa saya sampaikan lewat penilaian atau lewat kritik dan saran, jadi saya ngerasa disini juga diberikan hak untuk menyampaikan keluhan dan penilaian saya mengenai pelayanan bank.<sup>54</sup>”

Pemaparan serupa juga disampaikan oleh Ketut Nukman selaku nasabah non-muslim Bank BSI KC Denpasar Bali

“ di BSI ini kita sebagai nasabah bisa memberikan penilaian pelayanan yang diberikan bank kepada nasabah mba, jadi hal ini sangat bagus menurut saya selain kita bisa memberi masukan kita juga bisa menyampaikan keluhan mengenai pelayanan yang diberikan hal ini juga menguntungkan untuk perusahaan karena perusahaan bisa tau kekurangan mereka di saat ketika melayani nasabah.”<sup>55</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa Bank BSI KC Denpasar selain memberikan perhatian khusus untuk pelayanan internal Bank BSI KC Denpasar juga memberikan perhatian khusus terhadap pelayanan external untuk meningkatkan kualitas pelayanan perlu dilakukan evaluasi untuk mengetahui kekurangan dari perusahaan yang dimana kegiatan evaluasi tersebut dilakukan dengan melakukan beberapa kegiatan seperti memberikan testimoni berupa kritik atau saran baik dari kualitas pelayanan atau kondisi fasilitas, memberikan rating

<sup>53</sup> Rindye Septina (2023), *Wawancara*, Customer Service Refresentatif, 19 Desember

<sup>54</sup> Ni Luh Ramiastini (2024), *wawancara*, nasabah non-muslim, 15 Februari

<sup>55</sup> Ketut Nukman (2024), *wawancara*, nasabah non-uslim, 12 Februari

bintang satu sampai bintang lima, serta pengelolaan SDM untuk meninjau seberapa besar kemampuan SDM yang dimiliki oleh Bank Syariah dalam memberikan pelayanan dan menawarkan produk Bank Syariah Indonesia.

## **2. Tantangan Yang Dihadapi Bank BSI KC Denpasar Bali Dalam Melayani Nasabah Non-Muslim**

Bank Syariah Indonesia adalah bank yang beroperasi dengan menerapkan prinsip syariah, segala kegiatan yang ada di BSI sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Melayani nasabah pasti mempunyai tantangan tersendiri untuk para pegawai bank terutama Bank BSI KC Denpasar yang terletak di lingkungan mayoritas Hindu dan memiliki banyak nasabah yang beragama non-muslim tentu terdapat tantangan yang di hadapi seperti yang di paparkan oleh bapak Angga Wahyuda P selaku pimpinan Bank BSI KC Denpasar Bali:

“kalo tantangan atau kesulitan sih gak terlalu yaa karena pemikiran mereka sekarang sudah nasionalis gak terpatok ke agama mungkin keterbatasannya di akad-akad kalo di BSI kan terdapat beberapa akad yang mengandung nama islami mungkin mereka kurang memahami itu jadi intinya tantangan itu ada Cuma gak terlalu, jadi disini jika ada nasabah yang masih kurang memahami akad-akad atau lainnya yang menggunakan nama islami kita melakukan pemback up an menjelaskan secara detail dan rinci, karna memang nasabah kita yang non-muslim banyak jadi kita jelaskan akadnya seperti ini jika nasabah masih bingung kita coba untuk menganalogika.<sup>56</sup>”

Pemaparan serupa juga dipaparkan oleh mbak Rindy Septina sebagai *Customer Service* (CS) Bank BSI KC Denpasar Bali.

---

<sup>56</sup> Angga Wahyuda Prawiroso (2024), *wawancara*, Pimpinan, 10 Januari

“ kalo untuk tantangannya yaa untuk nasabah non-muslim itu kan mereka taunya Bank BSI itu untuk muslim yaa jadi banyak yang ragu, tapi seiring berjalannya waktu secara perlahan kita jelaskan, akhirnya mereka merasa lebih nyaman, disini kan kebanyakan nasabahnya itu wiraswasta kecil jadi banyak nasabah yang melakukan pengajuan seperti kur dan pembiayaan kur jadi setelah mereka merasa nyaman dengan pelayanan disini yang walaupun berbasis syariah tapi kita tidak membeda-bedakan juga banyak produk kita yang diminati oleh nasabah non-muslim sehingga banyak dari mereka yang mulai tertarik untuk menggunakan BSI.<sup>57</sup>”

Sebagaimana yang dirasakan oleh Ni Luh Ramiastini sebagai nasabah non-muslim bank BSI KC Denpasar Bali

“ BSI itu kan bank muslim ya mbak awalnya saya tuh beranggapan kalo Bank BSI itu Cuma untuk orang muslim aja tapi waktu itu ada temen saya yang nabung disana saya kaget dong emang BSI itu boleh untuk yang non-muslim, kata temen saya boleh saya penasaran akhirnya saya nyoba mbak dan sampai sekarang saya masih menggunakan BSI. Kendalan yang saya rasakan kadang ada beberapa kalimat-kalimat muslim yang saya gak faham mbak jadi sedikit bingung dengan kalimat-kalimat yang saya temui, awalnya saya memang ngerasa sulit dan sedikit kebingungan mbak, tapi karyawan disana menjelaskan dengan sangat detail dan sabar jadi saya gak ngerasa bingung lagi mbak jika menemukan kalimat-kalimat muslim. Kalo untuk respon orang sekitar tentang BSI awalnya saya menggunakan BSI ada sih mbak yang bilang kenapa pake BSI itu kan banknya orang muslim gitu, karna mungkin menurut mereka BSI itu bank milik orang muslim terus saya jelasin ke mereka kalo non-muslim juga boleh pelayanan buat kita nasabah non-muslim juga gak dibedakan dengan nasabah muslim Cuma suasana bank dengan konsep islami itu yang memberikan suasana berbeda buat kita tapi karna dari kami sebagai nasabah non-muslim nyaman dengan pelayanan banknya dan juga ada produk yang memberikan kita keuntungan lebih ya kenapa tidak kan mbak karna dari agama kami tidak ada larangan buat melakukan transaksi di bank yang menggunakan konsep muslim .<sup>58</sup>”

Hal serupa juga dipaparkan oleh Ketut Nukman selaku nasabah non-muslim bank BSI KC Denpasar Bali

<sup>57</sup> Rindye Septina (2023), *Wawancara*, Customer Service Representatif, 19 Desember

<sup>58</sup> Ni Luh Ramiastini (2024), *wawancara*, nasabah non-muslim, 15 Februari

“kalo untuk kendala pasti ada mbak karna BSI berbeda dengan bank pada umumnya, saya mengalami sedikit kendala ketika melakukan transaksi di BSI selain dari suasana kantor yang menurut saya sebagai nasabah non-muslim itu sangat berbeda ya karna BSI tu menggunakan konsep islami akan tetapi itu tidak jadi masalah untuk saya pribadi, dan itu dari kalangan keluarga atau lingkungan saya sih tidak ada larangan atau kendala Cuma awalnya kami merasa sedikit ragu karna kan BSI bisa dikatakan berbeda dengan bank pada umumnya mulai dari suasana konsep dan lainnya. Akan tetapi ada beberapa kendala untuk di istilah-istilah islami yang saya kurang fahami disana mbak karna itu bahasa muslim tapi CS menjelaskan dengan sangat detail sampe saya mengerti dengan apa yang dijelaskan oleh CS bank BSI tersebut, saya sangat suka dengan pelayanan disana mbak mereka melayani kita seperti kita teman mereka ketika ada hal yang tidak saya fahami ketika saya bertanya responnya cepat dan mereka selalu menjelaskan dengan detail sehingga jika ada masalah yang saya alami atau ada hal yang tidak saya fahami saya tidak merasa malu untuk bertanya walaupun saya nasabah yang non-muslim.”<sup>59</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa tantangan yang dihadapi oleh Bank BSI KC Renon Denpasar dalam melayani nasabah non-muslim tidak terlalu berat karena para nasabah sudah mulai memiliki pemikiran yang rasionalis sehingga tidak lagi memandang Bank BSI berpatokan kepada agama. Akan tetapi terdapat beberapa kendala yang di hadapi seperti kurangnya pemahaman nasabah non-muslim mengenai akad-akad yang ada dalam Bank BSI dan masih terdapat beberapa masyarakat yang beranggapan bahwa Bank BSI adalah bank yang hanya di khususkan untuk masyarakat muslim akan tetapi dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak bank yang secara detail menjelaskan secara rinci mengenai akad-akad dan memberi penjelasan dan pemahaman bahwa Bank BSI

---

<sup>59</sup> Ketut Nukman (2024), *wawancara*, nasabah non-uslim, 12 Februari

diperuntukkan untuk semua kalangan masyarakat baik muslim maupun non-muslim sampai pada akhirnya banyak masyarakat non-muslim yang sudah beralih menggunakan jasa Bank BSI sehingga mereka tidak memandang berdasarkan agama dan Bank BSI KC Renon Denpasar juga tidak membedakan nasabah antara muslim atau nasabah non-muslim sehingga nasabah non-muslim merasa nyaman untuk melakukan transaksi atau menggunakan produk BSI.

### **C. Pembahasan Temuan**

Pada bagian ini peneliti akan memaparkan berdasarkan apa yang ditemukan di lapangan (lokasi penelitian), berdasarkan data yang dipaparkan serta yang telah diuraikan dan telah dilakukan analisis, perlu dilakukan pembahasan mengenai hasil dari temuan kedalam bentuk interpretasi dari wawancara dengan teori yang ada dan sesuai dengan penelitian ini. Adapun terdapat beberapa hasil temuan yang telah ditemukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

#### **1. Penerapan Smart Service Bank BSI KC Denpasar Bali Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah Non-muslim.**

Berdasarkan hasil temuan di lapangan yang didasarkan pada hasil wawancara dan observasi dapat kita tarik garis besar bahwa penerapan *smart service* untuk meningkatkan loyalitas nasabah non-muslim Bank BSI KC Denpasar Bali dalam memberikan pelayanan tidak membedakan nasabah, karyawan bank BSI memberikan pelayanan dengan sepenuh hati kepada semua nasabah termasuk

nasabah non-muslim, untuk memudahka serta meningkatkan loyalitas nasabah dalam penerapan *smart service* bank BSI KC Denasar memberikan beberapa pelayanan mudah berbasis digital diantaranya:

a. Chat But Asia

Chat But Asia adalah layanan melalui via telfon yang dimana nasabah bisa langsung terhubung dengan CS kantor pusat Bank BSI, keunggulan dari layanan ini nasabah bisa langsung menghubungi CS kantor pusat tanpa harus datang secara langsung ke kantor pusat.

b. Buka Rekening Online

Buka rekening online adalah layanan pembukaan rekening secara online tanpa harus datang langsung ke kantor untuk melakukan pembukaan rekening hal ini bisa lebih memudahkan nasabah tanpa harus menyita waktu yang banyak.

c. BSI QRIS

BSI QRIS adalah layanan transaksi dengan scand kode QR Code yang menggunakan QR Code Indonesia Standart (QRS) Bank Indonesia, keunggulan dari layanan ini yaitu proses pendftaran merchat cepat dan mudah, proses pembayaran sameday, dan notifikasi transaksi real time.

d. Mitraguna Online

Mitraguna Online adalah layanan pembiayaan secara online yang dapat digunakan untuk ragam kebutuhan



(Multiguna) yang halal, dengan sumber pembayaran dari gaji/pendapatan pegawai tetap (payroll melalui Bank Syariah Indonesia) dan tanpa menggunakan agunan.

Selain itu Bank BSI KC Denpasar juga memberikan perhatian Khusus untuk pelayanan internal dan external yang sangat dibutuhkan untuk dilakukan dalam meningkatkan kualitas pelayanan sejalan dengan teori yang dijelaskan dalam buku karya Dr. Eva Sundari, SE., M.M., C.R.B,C yang berjudul *Dinamika Citra Dan Pelayanan Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Tinjauan Islam* bahwa, salah satu diferensiasi yang sangat penting dan wajib dimiliki oleh perbankan syariah yaitu harus unggul dalam pelayanan karena bagi nasabah kualitas pelayanan yang bermutu sangatlah penting, karena kualitas pelayanan menjadi komponen utama bagi bank oleh karena itu, persaingan antar bank akan sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan bank yang mampu memberikan pelayanan terbaik dan bermutu dibandingkan bank lainnya.<sup>60</sup> oleh karena itu Bank BSI KC Denpasar Bali memberikan perhatian khusus terhadap pelayanan internal dan external sebagai berikut:

e. Pelayanan internal

Dari hasil wawancara dijelaskan bahwa Bank BSI KC Denpasar Bali memberikan perhatian khusus terhadap pelayanan

---

<sup>60</sup> Dr. Eva Sundari, SE., M.M., C.R.B.C,(2021), *Dinamika Citra dan Pelayanan Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Tinjauan Islam* (Jawa Barat: Penerbit Adab) hal.8

internal perusahaan melalui beberapa aspek untuk meningkatkan kualitas layanan Bank Syariah dalam rangka meningkatkan loyalitas nasabah diantaranya

1. Diberikannya pelatihan untuk para karyawan

Ditujukan untuk meningkatkan kualitas kinerja karyawan internal yang mana dalam hal ini para karyawan harus memiliki *hospitality* (keramah tamahan), Bank BSI KC Denpasar Bali melakukan beberapa pelatihan untuk meningkatkan kualitas kinerja karyawan internal perusahaan yaitu:

a. disajikan kasus yang bisa saja terjadi saat kegiatan operasional berlangsung sehingga bisa diselesaikan dan ditemukan solusi untuk permasalahan tersebut dengan harapan dapat meningkatkan kualitas pelayanan di BSI KC Denpasar Bali,

b. Dilakukan *Online Test* untuk pegawai internal mengenai wawasan tentang Bank Syariah Indonesia yang dilakukan sesuai dengan *job description* masing-masing untuk mengetahui tingkat pemahaman karyawan terkait Bank BSI maupun pemecahan masalah (*problem solving*) dalam menyelesaikan permasalahan nasabah,

c. Aspek penampilan fisik dan layanan fasilitas ruangan (*physical awarenes*) memperhatikan penampilan fisik karyawan baik dari segi penampilan, tinggi badan, berat

badan dan lain sebagainya, serta memperhatikan segala fasilitas yang ada di Bank BSI seperti kebersihan, aroma ruangan, ruang tunggu untuk para nasabah dan lain sebagainya.

d. Menunjukkan antusiasme dan semangat karyawan dalam melayani nasabah,

e. Melakukan kunjungan secara tiba-tiba dari kantor pusat kunjungan tersebut dilakukan untuk mengetahui apakah *Smart Service* sudah dilakukan secara baik dan benar.

2. *Financial Advisor* yakni memberikan solusi untuk setiap permasalahan nasabah dengan cepat dan fleksibel dan sesuai dengan kebutuhan nasabah yang dimana pegawai Bank BSI harus memiliki pengetahuan yang luas mengenai produk-produk yang ditawarkan,

3. *Process* yaitu mengatur segala kegiatan perbankan dari awal

hingga akhir, yang dimana Bank BSI KC Denpasar Bali

memiliki konsep yang menarik dalam hal ini yaitu menjadi

*Relation Branch* tidak hanya menjadi *Transactional Branch*

yang artinya, Perbankan Syariah Indonesia tidak hanya menjadi

perusahaan sebagai tempat untuk melakukan transaksi

keuangan akan tetapi juga bisa berperan sebagai “teman”

untuk membantu menyelesaikan permasalahan keuangan yang

dihadapi nasabah. Untuk bisa mencapai aspek proses yang

maksimal perlu dilakukan melalui beberapa kegiatan diantaranya:

- a) Simplikasi proses yang memiliki konsep ( *Know Your Customer*) adalah penyederhanaan di setiap proses kunjungan atau transaksi dalam menyelesaikan permasalahan nasabah yang dilakukan sesuai dengan aturan yang ada serta tetap memperhatikan syarat dan ketentuan yang ada.
- b) Optimalisasi *Digital Platfrom* untuk memudahkan transaksi nasabah Bank Syariah Indonesia menawarkan berbagai macam layanan digital yang bisa memudahkan para nasabah dalam melakukan transaksi seperti BSI Mobile, Buka Rekening Online, Solusi Emas yang digunakan untuk tabungan e-mas dan agadai emas, BSI QRIS, BSI Debit OTP, BSI Cardles Withdraw, BSI Debit Card, BSI ATM CRM, BSI Aisyah, BSI Net, BSI Jadi Berkah. Id, BSI Merchant, BSI API Platfrom, BSI Smart Agen, BSI Payment Point, Deposito Mobile. Selain itu BSI mengandalkan BSI Mobile sebagai layanan *omichannel* yang memiliki keunggulan lebih dibandingkan aplikasi lainnya karenan memiliki future-figure islam.
- c) *Tools* dibutuhkan untuk masing-masing *job description* yang ada di Bank Syariah Indonesia yang mana kegiatan yang ada di bank dilaksanakan sesuai dengan standar operasional pelayanan (SOP) yang telah ditentukan. Seperti *Greeting* setiap

melakukan pelayanan harus diawali dengan salam dan sapaan, *Engagement* yaitu membangun hubungan timbal balik yang baik dengan nasabah seperti menanyakan nama,keperluan dan lain sebagainya, *Emphaty* yaitu memberikan bentuk kepedulian kita terhadap keluhan yang dikeluhkan oleh nasabah, *Carrying dan Sharing* yaitu memberikan solusi terkait keluhan dan permasalahan nasabah, dan terakhir *Closing* yang dimana setelah kegiatan pelayanan telah selesai dilakukan harus diakhiri dengan ucapan salam dan trimakasih.<sup>61</sup>

Perhatian khusus untuk pelayanan internal dalam meningkatkan kualitas pelayanan sangat dibutuhkan untuk menghasilkan pelayanan yang baik, oleh karena itulah perusahaan harus memberikan perhatian khusus terhadap pelayanan internal sehingga dapat mencapai kepuasan nasabah yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas nasabah. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Bouranta, Chitiris, & Paravantis, bahwa kualitas pelayanan internal memiliki pengaruh yang kuat terhadap kualitas external yang dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen.<sup>62</sup>

---

<sup>61</sup> Adiningsih N, Ningtyas R, Putriani S & Yhuda A, (2022) Implementasi Ultimate Service Dalam Meningkatkan Kepuasan dan Liteerasi Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KC Surabaya di Ponegoro. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 7 (1), 2580-5800

<sup>62</sup> Susanti Evi, (2018) *Kualitas Layanan Internal Yang Memengaruhi Kepuasan Nasabah Dengan Menggunakan Kualitas Layanan Exsternal Sebagai Variabel Mediasi* (11) 95-110

f. Pelayanan eksternal

Perhatian khusus yang dilakukan oleh Bank BSI KC Denpasar terhadap pelayanan eksternal sangat dibutuhkan untuk menjadi bahan evaluasi dalam upaya meningkatkan kualitas layanan yang dapat meningkatkan loyalitas nasabah yang dilakukan dengan beberapa cara seperti:

a. Memberikan kesempatan kepada nasabah untuk memberikan penilaian atau rating bintang untuk perusahaan minimal bintang 1 maksimal bintang 5,

b. Memberikan kritik atau saran sebagaimana ditemukan oleh (Evi Susanti: 2018) pada penelitiannya di manajemen dan pemasaran jasa bahwa kualitas layanan eksternal ialah usaha yang dilakukan oleh perusahaan agar bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan para nasabah serta menjadi kemampuan perusahaan agar penyampaian jasa bisa

dilakukan dengan benar dan tepat serta bisa memberikan nilai manfaat bagi nasabah.<sup>63</sup> Oleh sebab itu sangat penting untuk memberikan perhatian khusus terhadap pelayanan eksternal untuk meningkatkan kualitas pelayanan eksternal agar dapat meningkatkan kepuasan nasabah sehingga dapat meningkatkan loyalitas nasabah baik nasabah muslim atau nasabah non-muslim di Bank Syariah Indonesia KC Denpasar Bali.

---

<sup>63</sup> Evi Susanti, (2018) *Kualitas Layanan Internal Yang Memengaruhi Kepuasan Nasabah Dengan Menggunakan Kualitas Layanan Eksternal Sebagai Variabel Mediasi* (11) 95-110

## **2. Tantangan Yang Dihadapi Bank BSI KC Denpasar Bali Dalam Melayani Nasabah Non-Muslim**

Dari hasil wawancara dan observasi dapat ditarik garis besar bahwa Bank BSI KC Denpasar Bali menghadapi beberapa tantangan dalam melayani nasabah non-muslim yaitu:

1. Kurangnya pemahaman nasabah non-muslim mengenai akad-akad yang terdapat di Bank BSI

keterbatasan yang dimiliki oleh nasabah non-muslim yaitu kurangnya pemahaman mengenai akad-akad transaksi yang ada di Bank. Dalam menghadapi tantangan tersebut karyawan Bank BSI KC Denpasar Bali melakukan pemback up an dan menjelaskan secara detail mengenai akad-akad tersebut jika nasabah masih kurang memahami karyawan akan berusaha menganalogika agar nasabah non-muslim bisa memahami akad-akad transaksi tersebut.

2. Adanya anggapan bahwa Bank BSI hanya untuk nasabah muslim

Bank BSI KC Denpasar Bali berdiri di tengah-tengah masyarakat yang mayoritas beragama non-muslim, banyak masyarakat non-muslim yang beranggapan bahwa Bank BSI hanya diperuntukkan untuk nasabah yang beragama muslim karena prinsip yang digunakan sesuai dengan prinsip islam. Dalam menghadapi tantangan tersebut Bank BSI tetap melakukan pendekatan dengan nasabah non-muslim dan menjelaskan bahwa Bank BSI KC Denpasar Bali tidak hanya melayani nasabah muslim

akan tetapi juga melayani nasabah non-muslim, seiring berjalannya waktu karna pelayanan yang diberikan oleh Bank BSI KC Denpasar Bali sangat memuaskan banyak nasabah yang sudah mulai menggunakan pruk dan jasa Bank BSI KC Denpasar Bali dan sudah mulai hilangnya anggapan bahwa Bank BSI hanya diperuntukkan untuk nasabah muslim.

Sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh H. A. Khumaidi Ja'far dengan judul “peluang dan tantangan perbankan syariah di indonesia” bahwa masih ada sinisme dalam masyarakat. Beberapa orang dengan sinis melihat kesalahpahaman bahwa bank syariah eksklusif untuk umat Islam. Bank Syariah harus melakukan promosi yang ramah dan menarik, berusaha untuk mengubah pemikiran orang, dan yang paling penting, menunjukkan sosok yang profesional, berkualitas, dan menguntungkan.<sup>64</sup> Selain itu sejalan juga dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nikmatul Masruroh dalam jurnalnya yang berjudul “ produk-produk perbankan syariah antara peluang dan tantangan” bahwa jika akad-akad dalam perbankan syariah dan banyaknya penggunaan istilah-istilah arab yang cenderung sulit untuk difahami oleh nasabah terutama nasabah non-muslim selama ini menjadi tantangan Prbankan Syariah terutama Bank Syariah yang ada di Bali maka sebenarnya hal tersebut bukan menjadi hambatan namun menjadi

---

<sup>64</sup> Khumaidi Ja'far(2018), *Peluang dan Tantangan Perbankan Syariah di Indonesia*, hal. 51-57



tantangan yang bisa menjadi peluang. Istilah yang berbahasa arab jika disosialisasikan kepada masyarakat dan diberikan literasi secara terus-menerus maka itu akan menjadi pembeda antara produk bank syariah dengan produk bank konvensional.<sup>65</sup>



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

---

<sup>65</sup> Nikmatul Masruroh, (2023)“ *Produk-produk Perbankan Syariah Antara Peluang dan Pembeda*” 1-14

## BAB V

### KESIMPULAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang Implementasi *Smart Service* Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah Non-muslim Studi Bank BSI KC Denpasar Bali dan pembahasan yang telah diuraikan oleh peneliti, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa

1) Bank BSI KC Denpasar Bali dalam menerapkan *Smart Service* untuk meningkatkan loyalitas nasabah non-muslim tidak membeda-bedakan nasabah baik itu beragama muslim atau non-muslim dalam memberikan pelayanan. Dalam penerapan *Smart Service* Bank BSI KC Denpasar Bali memberikan perhatian khusus terhadap pelayanan internal dan eksternal untuk meningkatkan kinerja para karyawan dan perusahaan agar dapat memberikan pelayanan yang maksimal dan memberikan kepuasan kepada nasabah sehingga dapat meningkatkan loyalitas nasabah.

2) Tantangan yang dihadapi Bank BSI KC Denpasar Bali dalam melayani nasabah non-muslim yaitu kurangnya pemahaman nasabah non-muslim mengenai kalimat-kalimat islam yang ada di Bank BSI seperti akad-akad, dan adanya anggapan bahwa Bank BSI hanya diperuntukkan untuk masyarakat muslim saja.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, saran yang dapat diberikan peneliti untuk Bank BSI KC Denpasar Bali dalam Implementasi *Smart Service* untuk meningkatkan Loyalitas Nasabah Non-muslim adalah:

1. Bank BSI KC Denpasar Bali harus terus meningkatkan kualitas pelayanan dan memberikan pemahaman yang lebih mendalam lagi mengenai Bank BSI dan akad-akad transaksi di Bank BSI untuk meningkatkan loyalitas nasabah non-muslim agar selalu merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan sehingga mereka tidak lagi beranggapan bahwa BSI hanya diperuntukkan untuk nasabah muslim saja.
2. Saran yang dapat peneliti berikan untuk peneliti selanjutnya diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya serta perlu dilakukan pengembangan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Adya Atep, Brata (2003), Dasar – dasar Pelayanan Prima,(Jakarta : PT. Alex Media Komputindo), 31
- Arthesa, Ade, Handiman Edia (2006) Bank dan Lembaga Keuangan Bukan Bank, ( Jakarta: PT Indeks) 128
- Arthesa, Ade, M.M & Ir. Edia Handiman 2006, *Bank dan Lembaga Keuangan Bukan Bank*, (Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia ) hlm 20-25
- Affandi, Anggraini, T., & Daulay, A. N. (2023). Analisis Kepuasan Nasabah Non Muslim Terhadap Kualitas Layanan Bank Syariah Menggunakan Metode Costumer Satisfaction Index (CSI) Dan Potential Gain In Customer Value (PGCV) Pada Bank Syariah Indonesia Kab. Labura. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)* 4, no.5 , 6704–6713.
- Alam,Jureid (2013), Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Non-muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia di Medan hal.82
- Adiningsih,N Ningtyas R, Putriani S & Yhuda A, (2022) Implementasi Ultimate Service Dalam Meningkatkan Kepuasan dan Liteerasi Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KC Surabaya di Ponegoro. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 7 (1), 2580-5800
- Anggraini, Indry dan Nuri Islami (2021), “ Strategi Pemasaran Agen PT Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah Prulink Syariah” *Jurnal of Vision And Ideas* , no.2: 2809-2643
- Atmaja, Jaka. (2018)“ Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BJB” *Jurnal Ecodemica* 2, no 1, 50-51,<https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/237355/daftar-isipdf#page=52>
- Afriani, Lilia, dan Muhammad Lathief Ilhamy Nasution (2023)” mplementasi Cross Selling dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah di Perbankan Syariah: Studi Kasus Pada Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidempuan” *Jurnal JIKEM* 3, no. 2 5277-5288 <https://ummaspul.e-journal.id/JKM/article/download/6450/3056>
- Dharmawan, Akhmad,Khanjaryati Khasanah, dan Sri Rejeki (2019) “Penerapan Marketing Mix Terhadap Loyalitas Pelanggan Bank Syariah Mandiri di Purwokerto Dengan Keputusan Menabung Sebagai Variabel Interprening” *Jurnal Vidusia* 2, no. 1 2621-2447 <https://core.ac.uk/download/pdf/234608097.pdf>

- Dr. Susanti, Eva, SE., M.M., C.R.B.C (2021), *Dinamika Citra dan Pelayanan Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Tinjauan Islam (Jawa Barat: Penerbit Adab )* hal.8
- Djaslin, Saladin (1994), *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Bank* (Jakarta: Mandiri Maju), h.7.
- Fairuza, (2022) trend menikmati produk humanis untuk muslim & non-muslim 21 Desember 2022 18:32 WIB <https://news.detik.com/kolom/d-6474025/tren-menikmati-produk-humanis-untuk-muslim--nonmuslim>
- Fitria, (2012) “Strategi Service (Pelayanan Prima) Bank Syariah Terhadap Nasabah Non-muslim Studi Kasus Pada Bank BPRS Amanah Ummah” *Jurnal Ekonomi Islam Al-Infaq* 3, No. 1, pp.58-95
- Frena, Fadilah, (2021) Yahawi Seleman, dan Aulia Triana, *Perbankan Syariah Indonesia* (Cirebon: Penerbit Insania,) hlm 2
- Fauzan,H “ Komunikasi dan Promosi Pemasaran Syariah” 1-9
- Gaffar,V.(2007).*Manajemen Bisnis.* Bandung: Alfabeta  
<http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6803>
- Gramedia blog, (2024) “Implementasi pengertian,tujuan dan jenis-jenisnya” <https://www.gramedia.com/literasi/implementasi/> diakses pada 1 Februari
- Griffin, Jill ( 2005), ( *Cutomer Loyalty* ( Jakarta: Penerbit Erlangga) 18-20
- H. A. Khumaidi, Ja’far, Peluang dan Tantangan Perbankan Syariah di Indonesia, hal. 51-57
- Hidayatullah,M.F,Ayu Indahwati,Nurul Setianingrum,dan Ahmadiono(2024),“Strategi Pemasaran Produk Mitraguna di Bank Syariah Indonesia” *Jurnal Ekonomi,Keuangan, dan Bisnis Islam* 6, no.2: 2656-4351
- Image dan Syariah Compliance Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada PT BSI KCP Gunung Tua. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(03), 3423-3433. doi:
- Kasmir (2014), *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers), 257-259
- Kasmir, S.E., M.M (2010), *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana) hlm 176
- Khaeriani, B. N., & Hasan, A. (2022). Implementasi Program Corporate Social Responsibility
- Lubis Muhammad dan Siregar Onan (2021). “Analisis Minat Nasabah Pada Penggunaan Aplikasi BSI Mobile Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas

Pelanggan Pada Bank BSI KCP Rantauprapat” jurnal Seminar Nasional Riset dan Pengabdian Kepada Masyarakat Vol. 1, no. 1, 874-881

Mufti, Arief, Irkham Zahra, dan Nurhidayah Amalia (2022) " Analisis Pemasaran Layanan BSI Smart Febi UIN Raden Massaid Surakarta" jurnal ilmiah mahasiswa ekonomi syariah (JIMESHA) no. 2, 182-183[14.30, 15/9/2023] file:///D:/SEMESTER%207/137-Article%20Text-1011-1-10-20230411.pdf

Maddy, Khoirul,(2009) Hakikat dan Pengertian Pelayanan Prima, (Jakarta : Chama Digit), 8 4

Maleong, Lexy J (2018), Metodologi Penelitian Kualitatif (Bandung: Remaja Rosdakarya), 127-14

Masruroh, Nikmatul, (2023)“ Produk-produk Perbankan Syariah Antara Peluang dan Pembeda” 1-14

Nurrachman Intan, Setiawan (2020), Loyalitas Nasabah Bank Syariah: Peran Religiusitas dan Kepercayaan, Vol.6 No.2 178-179

Nukma, ketut (2024), *wawancara*, nasabah non-muslim, 12 Februari

Putri, Nadia Azalia, Dwi Sofiyatul Widad, Maira Septian Yudinestira, dan Isma Ramadhania(2023) “ *Implementasi Pelayanan dan Administrasi Dalam Usaha Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada BRP Nusamba Rambipuji Kabupaten Jember*” Jurnal of Indonesian Social Society 1, no.2: 43-48

Pamungkas, Dwi Ratna (2016) “Strategi Pelayanan PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah, TBK Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah di MMS Kertosono, Nganjuk, Jawa Timur” Jurnal Ilmu Manajemen 5, no.3 54-61

Prawiroso, Angga Wahyuda (2024), *wawancara*, Pimpinan, 10 Januari

Pelayanan Melalui BSI Mobile Pada Bank Syariah Indonesia” jurnal kajian Ekonomi & Bisnis Islam 4, No.5 1163-1170  
<https://www.google.com/url?q=https://journal.laaroiba.ac.id/index.php/elmal/article/view/2682&sa=U&ved=2ahUKEwiXv8nbpLaEAxUR1TgGHUttCdU4FBAWegQIEBAB&usg=AOvVaw0E2aW5yRMPGOIgpGfbIhzz>

Qodir, Abdul dan Ririn Indah Lestari (2020), “*Strategi Peningkatan Loyalitas Nasabah BMT*” Jurnal Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah 1. No.2: 134-145

Ramiastini, Niluh, *wawancara*, nasabah non-muslim, 15 Februari 2024

Sulistiya, Rini Endang, Yeni Absah. (2015) “Analisis Penciptaan Loyalitas Melalui Pengaruh Penerapan Strategi Pemasaran Rasional, Emosional, dan Spiritual Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Sumut Syariah Cabang

Utama Medan” Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis 2, No. 1, 63-75  
file:///C:/Users/Axioo/Downloads/1504-3505-1-SM.pdf

Septina, Rindye (2023), *Wawancara*, Customer Service Representatif, 19 Desember

Sarah,Siti (2017), “Analisis Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Bank BCA Syariah Cabang Jatinegara”, Skripsi (Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta).

Sugiyono (2020), *Metode Penelitian kualitatif*, (Alfabeta:Bandung) 132-141.

Sugiyono (2020), *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Alfabeta), 131-137.

Sugiyono (2020), *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Alfabeta), 7-9.

Syafril (2020), *Bank dan Lembaga Keuangan Modern Lainnya*, (Jakarta: Kencana) hlm 148

Syafril (2020), *Bank dan Lembaga Keuangan Modern Lainnya*, (Jakarta: Kencana) 146-155

Samsudin, Rusdi Hidayat Nugroho, Reza Zakaria (2023) “*Strategi Meningkatkan Kualitas*

Tim penyusun (2020), *pedoman penulisan karya ilmiah IAIN Jember ( jember: IAIN Jember,). 45*

Tim Penyusun (2028), *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Jember: IAIN Jember), 48*

Triyanti Debi, Reny F, K, dan Muhammad Iqbal (2021) “Peran Layanan Mobile Banking Dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah” *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis* 2, no. 1 10.24853/jmmb.2.1.181-192

Trussa'diya, Laila dan Mashuri Toha (2022), “*Strategi Pemasaran BMT NU Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah (Studi Kasus BMT NU Cabang Pragaan)*” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Manajemen* 1 no.1: 2828-0288

Wahyoedi dan saparso, *Loyalitas Nasabah Bank Syariah*, 22-29

Yuwana, Siti Indah Purwaning (2022) “ Pengaruh Kinerja Tim, Komunikasi, Lingkungan dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Pasca Merger Bank Syariah Indonesia” *Jurnal Ilmiah Multididiplin* 1. No.12 4163-4164

## MATRIKS PENELITIAN

Judul	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Fokus Penelitian
Implementasi Smart Service Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah Non-muslim Pada Bank BSI KC Denpasar Bali	Implementasi Smart Service Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah Non-muslim	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Implementasi Smart Service</li> <li>2. Loyalitas Nasabah</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Senyum dan ramah kepada nasabah</li> <li>2. melakukan kontak mata dengan nasabah</li> <li>3. mendengar, mengerti, dan memahami keluhan nasabah</li> <li>4. tidak memotong pembicaraan nasabah</li> </ol> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) konsistensi nasabah untuk melakukan kebiasaan transaksi</li> <li>2) pembelian ulang</li> <li>3) rekomendasi</li> <li>4) komitmen dari</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. informan               <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Angga Wahyuda Prawiroso selaku pimpinan bBank BSI KC Denpasar Bali</li> <li>2) Rindy Septina selaku <i>Customer Service</i> Bank BSI KC Denpasar Bali</li> <li>3) Ketut Nukman selaku nasabah non-muslim</li> <li>4) Niluh Ramiastini selaku nasabah non-muslim</li> </ol> </li> <li>2. Dokumentasi</li> <li>3. Kepustakaan</li> <li>4. Jurnal</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, jenis penelitian <i>field research</i></li> <li>2. Lokasi penelitian Bank BSI KC Denpasar Bali</li> <li>3. Subyek penelitian: Puposive dan informan</li> <li>4. Teknik pengumpulan data: observasi, wawancara dan dokumentasi</li> <li>5. Analisis data: reduksi data, penyajian data</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bagaimana penerapan smart service Bank BSI KC Denpasar Bali untuk meningkatkan loyalitas nasabah non-muslim ?</li> <li>2. Apa tantangan yang dihadapi Bank BSI KC Denpasar Bali dalam melayani nasabah non-muslim ?</li> </ol>



			nasabah	<p>dan penarikan kesimpulan</p> <p>6. Keabsahan data: triangulasi sumber triangulasi teknik dan</p> <p>7. Tahap penelitian: pra lapangan, pekerjaan lapangan dan analisis data</p>	
--	--	--	---------	--	--

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertantadatangan dibawah ini:

Nama: Nengah Qurniatul Haironi

Nim: 204105010054

Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi: Perbankan Syariah

Intitusi: Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "Implementasi *Smart Service* Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah Non-muslim Pada Bank BSI KC Denpasar Bali" adalah benar-benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan didalamnya, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Jember 12 Februari 2024



Nengah Qurniatul Haironi  
204105010054

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## Surat keterangan Izin penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail: [febi@uinkhas.ac.id](mailto:febi@uinkhas.ac.id) Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>



Nomor : B-1758 /Un.22/7.a/PP.00.9/09/2023 29 September 2023  
Lampiran : -  
Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.

Pimpinan PT Bank Syariah Indonesia, Kantor Cabang Denpasar Bali  
Jl. Sultan Agung No. 82, Tembaan, Kapatihan, Kec. Kaliwates,  
Kabupaten Jember, Jawa Timur

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diizinkan mahasiswa berikut :

Nama : Nengah Qumiatu Haironi  
NIM : 204105010054  
Semester : VII (Tujuh)  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Prodi : Perbankan Syariah

Guna melakukan Penelitian/Riset mengenai "Implementasi Smart Service Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah Non-muslim Pada Bank BSI KC Denpasar Bali" di lingkungan/lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER



M

## surat keterangan selesai penelitian

19 Februari 2024  
No.04/0119-3/340  
Lampiran: -



Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achamd Siddiq  
Jl. Mataram No.01 Mangli  
Jember - Jawa Timur

Perihal : **INFORMASI BERAKHIRNYA PENELITIAN PADA PT. BANK SYARIAH  
INDONESIA KC DENPASAR**

Assalaamu'alaikum Wr. Wb.

Semoga Ibu/Bapak beserta seluruh staff Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achamd Siddiq dalam keadaan sehat wal'afiat dan mendapatkan taufik serta hidayah dari Allah SWT.

Sehubungan dengan perihal tersebut di atas, dengan ini kami menginformasikan bahwa :

Nama : Nengah Qumiatu Haironi  
NIM : 204105010054  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Prodi : Perbankan Syariah

Mahasiswi diatas telah menyelesaikan penelitian pada PT. Bank Syariah Indonesia KC Denpasar yang beralamt di Jln. Raya Puputan Renon No.114 Denpasar.

Demikian yang dapat kami sampaikan. atas perhatian dan kerjasama Ibu, kami mengucapkan terima kasih.

Wassalaamu'alaikum Wr. Wb.

PT BANK SYARIAH INDONESIA  
KC DENPASAR

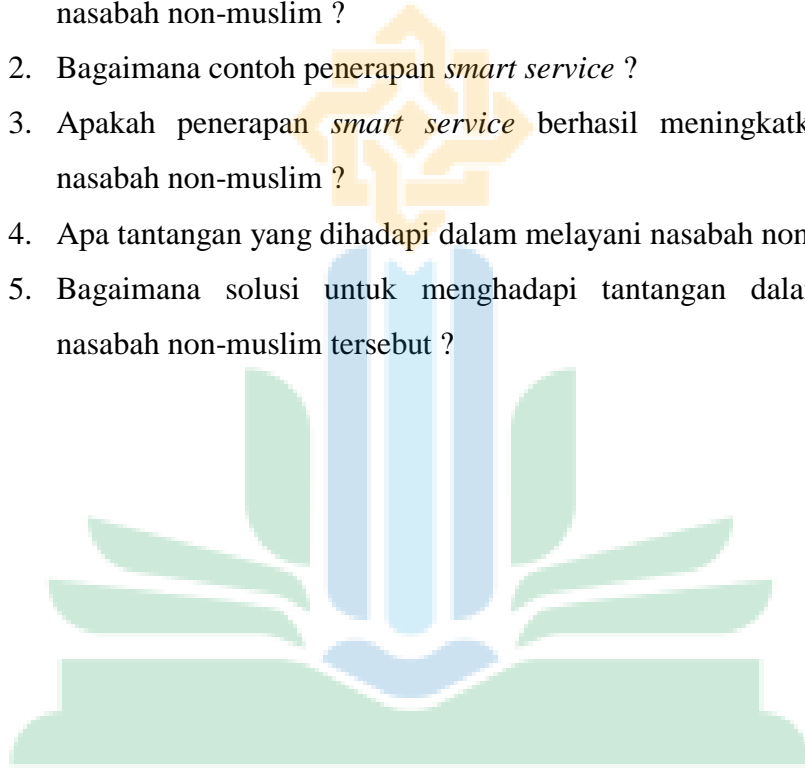
Angga Wahyuda Prawiroso  
Branch Manager

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

**Pedoman Wawancara Pimpinan, dan *Customer Service Representatif* Bank  
BSI**

**KC Denpasar Bali**

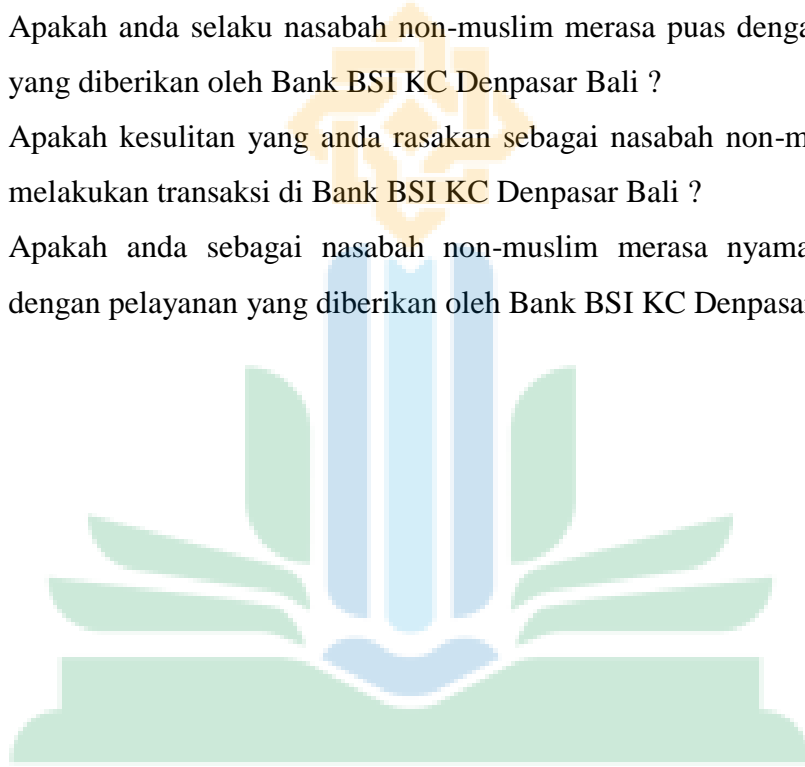
1. Bagaimana penerapan *smart service* untuk meningkatkan loyalitas nasabah non-muslim ?
2. Bagaimana contoh penerapan *smart service* ?
3. Apakah penerapan *smart service* berhasil meningkatkan loyalitas nasabah non-muslim ?
4. Apa tantangan yang dihadapi dalam melayani nasabah non-muslim ?
5. Bagaimana solusi untuk menghadapi tantangan dalam melayani nasabah non-muslim tersebut ?



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

### **Pedoman Wawancara Nasabah Non-muslim Bank BSI KC Denpasar Bali**


1. Bagaimana pelayanan yang anda rasakan selaku nasabah non-muslim di Bank BSI KC Denpasar bali ?
2. Bagaimana penyampaian informasi yang diberikan oleh pihak Bank BSI kepada anda selaku nasabah non-muslim ?
3. Apakah anda selaku nasabah non-muslim merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Bank BSI KC Denpasar Bali ?
4. Apakah kesulitan yang anda rasakan sebagai nasabah non-muslim dalam melakukan transaksi di Bank BSI KC Denpasar Bali ?
5. Apakah anda sebagai nasabah non-muslim merasa nyaman dan puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Bank BSI KC Denpasar Bali ?



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R


## Jurnal Kegiatan Penelitian

### Jurnal Penelitian BSI KC Denpasar Bali

No	Tanggal	Uraian Penelitian	Paraf
1.	19 Desember 2023	Penyerahan surat penelitian kepada mbak Tasya selaku operasional staf	
2.	10 Januari 2024	Wawancara dengan bapak Angga Wahyuda Prawiroso selaku pimpinan Bank BSI KC Denpasar Bali	
3.	10 Januari 2024	Wawancara dengan mbak Rindye Septina selaku Customer Service Refresentatif	
4.	12 Februari 2024	Wawancara dengan mbak Rindye Septina selaku Customer Service Refresentatif	
5.	20 Februari 2024	Wawancara dengan bapak Ketut Nukman selaku nasabah non-muslim	
6.	20 Februari 2024	Wawancara dengan Niluh Ramiastini selaku nasabah non-muslim	

Yang menyatakan

BSI KC Denpasar Bali

  
Angga Wahyuda Prawiroso

Branch Manager

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI AGHMAD SIDDIQ  
JEMBER

## Keterangan Selesai Bimbingan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur Kode Pos 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail febi@uinkhas.ac.id Website http://febi.uinkhas.ac.id



### SURAT KETERANGAN

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

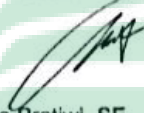
Nama : Nengah Qurniatul Haironi

NIM : 204105010054

Semester : 8

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 6 Maret 2024  
Koordinator Prodi. Perbankan Syariah

  
Ana Pratiwi, SE., Ak., MSA.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R





## Bukti Lulus Plagiasi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Matarani No. 01 Mangrove Katwaten Jember Jawa Timur Kode Pos 68136 Telp. (0331) 5087550 Fax. (0331) 427005  
e-mail: febs@uisuhs.ac.id Website: <http://uisuhs.ac.id>



### SURAT PENERANGAN LULUS PLAGIASI

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam mencangkan bahwa

Nama	Nengah Qurniatul Haironi
NIM	204105010054
Program Studi	PERBANKAN SYARIAH
Judul	Implementasi Smart Service Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah Non-muslim Pada BSI KC Denpasar Bali

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dan Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 25%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

Jember,  
Operator Turnitin  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

  
Dr. Hersa Fanda Qurani, S.Kom., M.E.I



## Foto Dokumentasi



*Sumber:* wawancara dengan bapak Angga Wahyuda Prawiroso selaku pimpinan BSI KC Denpasar Bali



*Sumber:* wawancara dengan mbak Rindy Septina selaku *Customer Representatif* BSI KC Denpasar Bali



*Sumber:* wawancara dengan Niluh Ramiastini selaku nasabah non-muslim BSI  
KC Denpasar Bali



*Sumber:* wawancara dengan Ketut Nukman selaku nasabah-non muslim BSI KC  
Denpasar Bali

**Pelayanan dengan menerapkan Implementasi *Smart Service* yang dilakukan oleh *Customer Service Representatif* Bank BSI KC Denpasar Bali**



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

## Biodata Penulis



Nama: Nengah Qurniatul Haironi  
Tempat Tanggal Lahir: Pegayaman, 06 November 2001  
Jenis Kelamin: Perempuan  
Alamat: Dusun Kubu, Singaraja, Bali  
Agama: Islam  
No. Hp: 088987162809  
Alamat Email: nengahqurnia@gmail.com

### RIWAYAT PENDIDIKAN

SD/MI : SDN 2 Pegayaman

SMP/MTS : SMP Satu Atap Negeri Satu Sukasada

SMA/MA/SMK : MAN 2 Pasuruan

Perguruan Tinggi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq  
Jember