



Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Pada Bank Syariah Indonesia (BSI)

Sophie Nazwah Irawan¹, Hanny Putri Permata Sari¹, Mohamad Zein Saleh¹

¹Fakultas Humaniora dan Bisnis, Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya, Tangerang Selatan, Indonesia
Email: ¹sophie.nazwahirawan@student.upi.ac.id, ²hanny.putripermata@student.upi.ac.id,
³zein.saleh@upi.ac.id

Abstrak – Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi meningkatkan kepuasan pelanggan di Bank Syariah Indonesia (BSI). Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, penulis mendapatkan hasil bahwasannya strategi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Bank Syariah Indonesia yaitu melalui kualitas pelayanan dan kualitas produk. Hal ini dikarenakan kualitas pelayanan merupakan salah satu tindakan untuk memuaskan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan sebaik-baiknya. Kualitas produk juga menjadi strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan karena ketika sebuah produk sesuai dengan harapan dan keinginan maka konsumen akan merasakan kepuasan.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan; Kualitas Pelayanan; Kualitas Produk

Abstract – *The purpose of this research is to determine the strategies for enhancing customer satisfaction at Bank Syariah Indonesia (BSI). This research employs a qualitative research method, and the findings indicate that the strategies for improving customer satisfaction at Bank Syariah Indonesia include service quality and product quality. This is because service quality is one of the actions to satisfy customers by providing the best service to them. Product quality is also a strategy to enhance customer satisfaction because when a product meets expectations and desires, consumers will experience satisfaction.*

Keywords: *Customer Satisfaction; Service Quality; Product Quality*

1. PENDAHULUAN

Ekonomi yang berkembang pada saat ini sudah mulai maju dengan semakin banyaknya lembaga keuangan syariah. Masyarakat masih menganggap bahwa menabung pada bank konvensional tidak berbeda dengan menabung di bank syariah. Hal tersebut dapat terjadi karena kurangnya sosialisasi dan pemahaman masyarakat pada bank syariah (Latifah, 2023). Hal lain yang menyebabkan masyarakat kurang mengerti adanya bank syariah karena lebih banyaknya bank konvensional yang sudah lebih dulu masuk ke dalam lingkup keuangan (Silvanita, 2021). Persaingan antar bank di Indonesia memunculkan era baru perbankan. Era baru yang dimaksud adalah era yang dinamis tingkat persaingan bisnis antar perusahaan semakin ketat baik di pasar domestik maupun pasar internasional, khususnya persaingan bisnis antar jasa layanan bank. Banyaknya bank menyebabkan persaingan dalam industri perbankan semakin ketat. Masing-masing bank berlomba menarik dana dari masyarakat, baik dengan tawaran hadiah maupun bunga yang tinggi. Bank yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus dapat memberikan jasa berkualitas dengan pelayanan yang lebih baik serta produk yang variatif sehingga timbul loyalitas (Putra, Ameris Ganefi, 2017). Bank Syariah Indonesia (BSI) telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, mencapai posisi yang signifikan dalam industri perbankan syariah. Kepuasan pelanggan adalah faktor kunci dalam meningkatkan pangsa pasar serta menjadikan BSI sebagai lembaga keuangan yang terpercaya dan berkelanjutan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menyajikan strategi-strategi yang dapat digunakan oleh Bank Syariah Indonesia untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Strategi yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan seperti kualitas pelayanan dan kualitas produk.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor utama dalam menentukan kepuasan pelanggan serta memberikan suatu dorongan terhadap pelanggan dalam menjalin hubungan jangka panjang yang erat dengan perusahaan. Kualitas pelayanan merupakan bentuk penilaian atas layanan yang akan digunakan, konsumen tentunya tidak akan menggunakan layanan yang tidak bisa memenuhi harapannya (Hermawan Saputra, Andre, 2021). Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen terhadap layanan yang digunakan,



Manengal (2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Penting dapat berupaya untuk meningkatkan sistem kualitas layanan untuk kelangsungan bisnis, melalui kualitas layanan yang baik maka nilai yang disampaikan kepada pelanggan akan menjadi lebih positif dan membawa kepuasan kepada konsumen.

Faktor lain yang dapat menjadi strategi meningkatkan kepuasan pelanggan adalah Kualitas Produk. Menurut (Astuti et al., 2019) kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk ketika melakukan berbagai fungsinya, kemampuan tersebut mencakup ketelitian, kehandalan, daya tahan yang diperoleh produk dengan cara keseluruhan. Organisasi maupun perusahaan yang menjadikan kualitas produknya sebagai instrumen penting akan menikmati keunggulan akan kompetitornya ketika melakukan pengendalian pasar dikarenakan tak semua perusahaan dapat mencapai popularitas. Artinya suatu perusahaan bisa bertahan pada persaingan bisnis ini jika perusahaan itu terus melaksanakan evaluasi pada kualitas produk yang diproduksinya selanjutnya melakukan peningkatan kualitas produknya.

2. METODE

Jenis penelitian ini adalah penelitian teoritis dasar. Penelitian ini dilaksanakan dalam rangka memperluas dan memperdalam pengetahuan secara teoritis melalui sebuah kajian terhadap jurnal-jurnal ilmiah dan berbagai literature. Metode yang digunakan untuk melakukan analisis terhadap berbagai sumber yang relevan dengan penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Metode penulisan paper ini digunakan untuk memperkuat tulisan dan penelitian ini dengan menganalisis dan menyusun artikel mengenai strategi meningkatkan kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan dan kualitas produk di Bank Syariah Indonesia.

3. TINJAUAN PUSTAKA

3.1 Kualitas Pelayanan

3.1.1 Definisi

(Manengal, 2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. (Dzikra, 2020) juga menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu sistem yang strategis melibatkan seluruh satuan kerja atau satuan organisasi dari mulai pimpinan sampai pegawai sehingga memenuhi kebutuhan yang diharapkan oleh konsumen. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang baik sangatlah penting dalam mempertahankan kepuasan pelanggan, karena bentuk pelayanan yang berkualitas dapat menarik perhatian dari pelanggan. Pelayanan yang dikelola dengan baik akan dapat memenuhi harapan pelanggan.

3.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Menurut (Hidayati et al., 2023) faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan, antara lain :

1. Transcendental approach, kualitas dipandang sebagai innate excellence, dimana kualitas dapat dirasakan atau diketahui, tetapi sulit didefinisikan dan dioperasionalkan, biasanya diterapkan dalam dunia seni.
2. Product-based approach, kualitas merupakan karakteristik atau atribut yang dapat dikuantitatifkan dan dapat diukur. Perbedaan dalam kualitas mencerminkan perbedaan dalam jumlah beberapa unsur atau atribut yang dimiliki produk.
3. User-based approach, kualitas tergantung pada orang yang memandangnya, sehingga produk yang paling memuaskan preferensi seseorang merupakan produk yang berkualitas tinggi.



4. Manufacturing-based approach, kualitas sebagai kesesuaian / sama dengan persyaratan. Dalam sektor jasa bahwa kualitas seringkali didorong oleh tujuan peningkatan produktivitas dan penekanan biaya.
5. Value based approach, kualitas dipandang dari segi nilai dan harga

3.1.3 Indikator Kualitas Pelayanan

(Dzikra, 2020) menyatakan bahwa untuk mengukur persepsi atas kualitas layanan meliputi lima dimensi, yaitu:

1. Bukti Fisik adalah wujud nyata secara fisik yang meliputi fasilitas, peralatan, karyawan, dan sarana informasi atau komunikasi.
2. Keandalan adalah kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
3. Daya Tanggap adalah keinginan para karyawan untuk membantu dan memberikan pelayanan dengan tanggap dan peduli terhadap keluhan atau harapan konsumen.
4. Jaminan adalah kompetensi yang sedemikian hingga memberikan rasa aman dari bahaya, resiko, atau keraguan dan kepastian yang mencakup pengetahuan, kesopanan dan sikap dapat dipercaya yang dimiliki karyawan.
5. Empati adalah sifat dan kemampuan untuk memberikan perhatian penuh kepada konsumen, kemudahan melakukan kontak, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan secara individual.

3.2 Kualitas Produk

3.2.1 Definisi

Menurut Ekaprana et al., (2020) Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, reparasi produk, dan atribut produk lainnya. Produk harus memiliki tingkat kualitas tertentu karena produk dibuat untuk memenuhi selera konsumen atau memuaskan pemakainya (Suartama dan Setiawan, 2019). Sedangkan kualitas produk menurut Kotler dan Armstrong dalam Lizardo, dkk (2022) adalah “Ability of a product to perform its function” yang berarti kemampuan suatu produk dalam memberikan kinerja sesuai dengan fungsinya. Kualitas yang sangat baik akan membangun kepercayaan konsumen sehingga merupakan penunjang kepuasan konsumen. Berdasarkan semua teori tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan suatu kondisi secara fisik, fungsi dan sifat dari sebuah produk entah itu merupakan barang ataupun layanan yang didasarkan pada tingkat mutu sesuai dengan durabilitas, reliabilitas, mudahnya pengoperasian, kesesuaian reparasi dan atribut lainnya dengan tujuan memenuhi kepuasan serta kebutuhan pelanggan.

3.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk

Menurut Assauri dalam (Harjadi & Arraniri, 2021) terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas sebuah produk diantaranya:

1. Fungsi suatu produk, yaitu fungsi untuk apa produk tersebut digunakan atau dimaksudkan.
2. wujud luar, yaitu faktor wujud luar yang terdapat dalam suatu produk tidak hanya terlihat dari bentuk tetapi warna dan pembungkusnya.
3. Biaya produk bersangkutan, merupakan biaya untuk perolehan suatu barang, misalnya harga barang serta biaya untuk barang sampai kepada pembeli.

3.2.3 Indikator Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Keller dalam Handayani, Lilis (2020) terdapat 9 indikator pada kualitas produk dalam penelitian ini yaitu :

1. Bentuk, meliputi ukuran, bentuk, atau struktur fisik produk.



2. Fitur, karakteristik produk yang menjadi pelengkap fungsi dasar produk.
3. Kinerja, adalah tingkat dimana karakteristik utama produk beroperasi.
4. Ketepatan/Kesesuaian, berkaitan dengan spesifikasi yang ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan. Kesesuaian merefleksikan derajat ketepatan antara karakteristik kualitas standar yang telah ditetapkan.
5. Ketahanan, berkaitan dengan berapa lama suatu produk dapat digunakan.
6. Keandalan, berkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu barang berhasil menjalankan fungsinya setiap kali digunakan dalam periode waktu tertentu dan dalam kondisi tertentu pula.
7. Kemudahan perbaikan, adalah ukuran kemudahan perbaikan produk ketika produk itu tidak berfungsi atau gagal.
8. Gaya, menggambarkan penampilan dan kesan konsumen terhadap produk.
9. Desain, keseluruhan keistimewaan produk yang akan mempengaruhi penampilan dan fungsi produk terhadap keinginan konsumen.

3.3 Kepuasan Pelanggan

3.3.1 Definisi

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja sesuai dengan yang diharapkan atau bahkan melebihi harapan pelanggan (Khumaini, 2022). Kepuasan pelanggan didapat ketika pelanggan mendapatkan hal yang sesuai dengan harapannya (Apriliani, 2022). Tjiptono et al (2020), mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan atau ketidakpuasan pelanggan adalah perbandingan dari ekspektasi konsumen kepada persepsi mengenai interaksi pelayanan yang sebenarnya. Dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan memiliki arti sejauh mana tanggapan pelanggan terhadap kualitas produk dalam pemenuhan yang dibutuhkan. Pelanggan melakukan pembelian jasa tentunya memiliki harapan tertentu.

3.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Menurut Indrasari (2019) dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat lima faktor utama dan harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu:

1. Kualitas produk, pelanggan akan merasa puas bila evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan memang berkualitas.
2. Kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosional, pelanggan akan merasa bangga dan yakin bahwa orang lain akan kagum terhadap mereka, apabila memakai produk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
4. Harga, produk dengan kualitas yang sama tetapi harga yang relatif rendah menawarkan nilai yang lebih besar kepada pelanggan.
5. Biaya, pelanggan yang tidak mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk cenderung merasa puas dengan produk tersebut.

3.3.3 Indikator Kepuasan Pelanggan

Indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan, menurut Indrasari (2019) adalah:

1. Kesesuaian harapan, yaitu kepuasan tidak diukur secara langsung tetapi disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan yang sebenarnya.



2. Minat berkunjung kembali, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan ingin membeli atau menggunakan kembali jasa perusahaan.
3. Kesediaan merekomendasikan, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan akan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain seperti, keluarga, teman, dan lainnya.

4. ANALISA DAN PEMBAHASAN

4.1 Penerapan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Pelayanan di Bank Syariah Indonesia

Strategi disini dimaksudkan sebagai suatu kegiatan proses pengaturan dalam mengimplementasikan sebuah strategi perusahaan sehingga keluaran dari strategi tersebut bisa memenuhi standar kualitas yang diharapkan oleh perusahaan. Strategi jangka panjang merupakan sebuah strategi yang diterapkan untuk berorientasi pada kemitraan yang kuat. Strategi Pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Strategi meningkatkan kepuasan nasabah mempunyai peranan yang sangat penting untuk keberhasilan usaha perusahaan umumnya dan di bidang pemasaran khususnya.

Meningkatkan kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan merupakan hal yang penting bagi perusahaan, termasuk Bank Syariah Indonesia (BSI). Berikut adalah beberapa strategi umum yang dapat digunakan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan, beserta contoh-contohnya yang sudah diterapkan di Bank Syariah Indonesia:

1. Personalisasi Layanan

Membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dengan mengenali mereka secara individual dan memberikan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka. Kualitas pelayanan yang baik sangatlah penting dalam mempertahankan kepuasan pelanggan, karena bentuk pelayanan yang berkualitas dapat menarik perhatian dari pelanggan. Pelayanan yang dikelola dengan baik akan dapat memenuhi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan dipengaruhi oleh beberapa faktor yang dianggap penting bagi masyarakat dalam menggunakan layanan jasa. Kualitas pelayanan menjadi salah satu ukuran atas keberhasilan dalam memberikan jaminan kepuasan bagi pelanggan. Pelanggan dapat memberikan penilaian terhadap suatu pelayanan secara objektif dalam usaha menciptakan kepuasan. Di Bank Syariah Indonesia para teller atau petugas layanan pelanggan dalam mengenali dan menyapa pelanggan secara personal, memberikan solusi yang sesuai dengan situasi keuangan pelanggan, dan menawarkan produk yang relevan. Selain itu, teller juga melayani nasabah dengan cepat dan cekatan, ketelitian yang tinggi, informatif dan solutif serta para teller juga memberikan alternatif solusi transaksi, yaitu mengedukasi transaksi melalui digital proses. Menurut, Daga (2020) beberapa layanan Teller yaitu : 1) Berpenampilan rapi sesuai standar bank. 2) Memberi salam : "Selamat pagi/siang/sore Pak/Bu". 3) Memberi senyum di awal dan akhir pertemuan. 4) Tawarkan bantuan : "Ada yang bisa saya bantu?". 5) Mengucapkan terimakasih dan tanya kembali "Masih ada yang bisa saya bantu?".

2. Peningkatan Pelatihan Karyawan:

Pelatihan karyawan di bank adalah suatu kegiatan yang penting untuk meningkatkan kualitas dan kompetensi karyawan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Pelatihan dan pengembangan karyawan di bank bertujuan untuk meningkatkan kualitas layanan dan kemampuan karyawan dalam menghadapi persaingan di dunia perbankan serta melatih karyawan untuk memberikan pelayanan yang lebih baik dan lebih informatif. Terdapat berbagai macam pelatihan yang dapat diikuti oleh karyawan bank, seperti pelatihan perbankan, pelatihan manajemen, pelatihan keuangan, dan lain sebagainya. Metode pelatihan yang dapat diterapkan di bank antara lain training reguler, pendidikan pra jabatan, e-learning, dan lain sebagainya

BSI menyelenggarakan pelatihan rutin untuk karyawan, termasuk pelatihan mengenai produk-produk perbankan syariah, etika kerja, dan keterampilan komunikasi. Baru-baru ini Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia (LPPI) menawarkan pelaksanaan program Branch



Manager Course (BMC) Level Basic. Modul dalam pelatihan ini adalah: Perencanaan Bisnis, Pendanaan Bisnis & Risiko, Operasional & SDM, Pemahaman Teknologi, Motivational/ Sharing Session, Additional, Debrief. Setelah mengikuti pelatihan peserta mampu mengoptimalkan bisnis cabang dengan berbasis risiko untuk dapat mencapai target kantor cabang secara efektif dan efisien serta Meningkatkan kompetensi peserta terkait financing management, risk management, perencanaan bisnis, operasional Bank, kepatuhan, teknologi dan mengelola kantor cabang.

3. Penggunaan Teknologi:

Penggunaan teknologi pada bank sangat penting untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah. Bank menggunakan teknologi untuk mempercepat proses transaksi dan meminimalkan kesalahan manusia dalam pengolahan data. Teknologi juga digunakan untuk meningkatkan keamanan data nasabah dan mencegah terjadinya kejahatan seperti pencurian identitas dan pencucian uang. Beberapa teknologi yang digunakan oleh bank antara lain mobile banking, internet banking, ATM, dan e-wallet. Selain itu, bank juga menggunakan teknologi seperti big data dan artificial intelligence untuk menganalisis data nasabah dan memberikan layanan yang lebih personal dan efektif.

BSI mengembangkan aplikasi perbankan mobile yang mudah digunakan. Ada 3 kebaikan yang bisa dirasakan nasabah BSI setelah unduh BSI Mobile ditengah kesibukan. Pertama, punya sahabat finansial. Fitur-fitur pada BSI Mobile tak hanya sekedar untuk cek saldo, transfer dana, atau bayar tagihan saja. Nasabah BSI juga bisa membuat transaksi terjadwal dan manajemen kartu perbankan yang dimilikinya. Kedua, punya sahabat spiritual. Aplikasi BSI Mobile memungkinkan pengguna untuk akses informasi dan transaksi islami. Ada fitur untuk cek lokasi masjid terdekat, arah kiblat, waktu shalat, sampai proses pembayaran qurban dan aqiqah. Ketiga, punya sahabat sosial. Fasilitas mobile banking dari BSI mampu mengajak pengguna untuk berbagi dengan mereka yang membutuhkan. Saat nasabah punya saldo yang lebih, maka pengguna bisa langsung menyalurkan zakat, infak, sedekah, dan wakaf dari mana saja dan kapan saja.

4. Penyampaian Informasi yang Jelas:

Memastikan informasi terkait produk, layanan, dan proses perbankan disampaikan secara jelas dan transparan kepada pelanggan. BSI menyediakan panduan sederhana mengenai produk syariah yang ditawarkan, termasuk prinsip-prinsip dasar dan manfaatnya, untuk membantu pelanggan memahami dengan lebih baik.

5. Responsif terhadap Keperluan Pelanggan:

Menjadi responsif terhadap kebutuhan dan kekhawatiran pelanggan dengan menanggapi pertanyaan atau permintaan dengan cepat. BSI menawarkan layanan pelanggan 24/7 melalui saluran komunikasi seperti telepon, obrolan langsung, atau email untuk memberikan bantuan kapan saja diperlukan.

4.2 Penerapan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Produk di Bank Syariah Indonesia

Salah satu strategi pemasaran yang turut berperan dalam meningkatkan jumlah peningkatan nasabah adalah aspek produk. Perbaikan kualitas produk akan mengurangi biaya dan meningkatkan keunggulan bersaing, bahkan lebih jauh lagi, kualitas produk yang tinggi menciptakan keunggulan bersaing yang bertahan lama. Oleh karena itu, setiap perusahaan yang bermaksud meningkatkan jumlah nasabahnya perlu mengadakan usaha penyempurnaan dan peningkatan mutu kualitas produk, sehingga dapat memberikan kepuasan daya guna dan daya tarik yang lebih besar. Selain kualitas pelayanan, kualitas produk Strategi meningkatkan kepuasan nasabah mempunyai peranan yang sangat penting untuk keberhasilan usaha perusahaan umumnya dan di bidang pemasaran khususnya.

Selain meningkatkan kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan, ada hal lain yang menjadi peran dalam meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu melalui kualitas produk. Kualitas produk juga merupakan hal yang penting bagi perusahaan, termasuk Bank Syariah Indonesia (BSI). Berikut adalah beberapa strategi umum yang dapat digunakan untuk meningkatkan kepuasan



pelanggan melalui kualitas produk, beserta contoh-contohnya yang sudah diterapkan di Bank Syariah Indonesia :

1. Inovasi Produk

Inovasi produk dalam industri perbankan adalah pengembangan dan penerapan produk-produk baru atau perubahan signifikan pada produk yang ada untuk memenuhi kebutuhan nasabah, meningkatkan efisiensi operasional, dan mengikuti perkembangan pasar. Bank Syariah Indonesia terus mengembangkan inovasi produk dan layanan untuk memenuhi kebutuhan nasabahnya. Inovasi produk yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia seperti tabungan haji, tabungan pendidikan, cicil dan gadai emas, asuransi syariah, tabungan yang tidak ada biaya admin perbulannya (tabungan easy wadiah, kartu silver), dan produk investasi syariah.

2. Pengendalian dan Pemantauan Kualitas Produk

Pengendalian dan pemantauan kualitas produk di Bank Syariah Indonesia melibatkan serangkaian tindakan yang bertujuan untuk memastikan produk dan layanan yang diberikan oleh bank memenuhi standar kualitas yang tinggi dan mematuhi prinsip-prinsip syariah. Strategi yang dapat diterapkan oleh BSI yaitu proses pengendalian kualitas yang ketat dalam seluruh tahapan produksi untuk memastikan konsistensi kualitas produk. Terdapat pengendalian dan pemantauan kualitas produk yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia seperti BSI siap menerima komplain dan juga open terhadap nasabah yang ingin bertanya secara langsung ataupun via call center. Setelah nasabah melakukan komplain terhadap produk yang dipakai, BSI pun sigap untuk membantu menanganinya dan merespon dengan sangat baik keluhan nasabah. BSI juga melakukan tindakan dan juga pemberitahuan kepada nasabah apabila ATM Center mengalami sedang mengalami gangguan sistem.

3. Pembangunan Berkelanjutan

Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah salah satu lembaga keuangan yang berkomitmen terhadap prinsip-prinsip keuangan syariah dan pembangunan berkelanjutan. BSI melakukan pembangunan berkelanjutan seperti Green Financing, yang merupakan dukungan menyeluruh dari industri jasa keuangan untuk pertumbuhan berkelanjutan yang dihasilkan dari keselarasan antara kepentingan ekonomi, sosial, dan lingkungan hidup. Bank Syariah Indonesia (BSI) menunjukkan kinerja positif dalam penyaluran pembiayaan hijau atau green financing. Sejak Juni 2021 sampai Juni 2022, Green financing non UMKM Bank Syariah Indonesia tumbuh 112% menjadi Rp8,63 triliun. Hal tersebut akan membuat BSI memiliki citra yang baik dan mempunyai nama yang berkesan di pasaran sehingga dapat menarik perhatian nasabah dengan membuat nasabah merasa penasaran dengan BSI dan membuat mereka ingin menggunakan produk yang ada di BSI.

4. Pengawasan Produk dan Proses

Pengawasan Produk dan Proses merupakan serangkaian tindakan dan praktik yang digunakan untuk memastikan bahwa produk dan layanan yang diberikan oleh bank memenuhi standar kualitas yang tinggi, mematuhi peraturan, dan memenuhi ekspektasi pelanggan. Pengawasan ini mencakup sejumlah langkah yang dapat membantu bank menjaga integritas operasional dan kualitas produk. Dengan adanya pengawasan produk dan proses, BSI harus memiliki sistem pengawasan internal yang kuat untuk memeriksa produk-produk mereka dan memastikan bahwa proses-proses mereka berjalan dengan baik. Ini melibatkan audit internal dan pengawasan risiko yang cermat. Bank Syariah Indonesia selalu melakukan pengawasan produk dan proses dengan adanya audit internal. Audit internal di bank syariah Indonesia bertujuan untuk memastikan keefektifan pengendalian internal, pematuhan terhadap peraturan dan prinsip-prinsip syariah, keandalan informasi keuangan dan operasional. Audit internal juga membantu mengidentifikasi risiko-risiko yang mungkin memengaruhi bank. Setelah audit melakukan pengecekan, mereka akan melakukan pelaporan, dimana nantinya hasil audit internal dilaporkan kepada manajemen senior dan dewan direksi bank. Laporan audit internal berisi temuan, rekomendasi, dan langkah-langkah yang direkomendasikan untuk perbaikan. Laporan ini membantu manajemen dalam mengambil tindakan korektif. Setelah menerima laporan audit internal, manajemen bank harus mengambil tindakan yang diperlukan untuk mengatasi masalah dan ketidakpatuhan yang diidentifikasi. Pemantauan tindak lanjut dari



rekomendasi audit adalah bagian penting dari proses audit internal. Pengawasan produk akan dilakukan secara berkala oleh BSI.

5. KESIMPULAN

Oleh karena itu BSI harus memiliki strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan/nasabah agar mereka tetap menggunakan BSI sebagai wadah yang mereka rasa aman dan percaya. Strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu salah satunya melalui kualitas pelayanan dan kualitas produk. Kualitas pelayanan dan kualitas produk merupakan hal yang penting untuk membuat nasabah merasa puas dengan perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik dapat menarik perhatian dari pelanggan. Pelayanan yang dikelola dengan baik akan dapat memenuhi harapan pelanggan. Pelayanan yang dikelola dengan baik akan dapat memenuhi harapan pelanggan. Sedangkan kualitas produk dapat dikatakan bahwa "Ability of a product to perform its function" yang berarti kemampuan suatu produk dalam memberikan kinerja sesuai dengan fungsinya. Kualitas yang sangat baik akan membangun kepercayaan konsumen.

REFERENCES

- Astuti, R., Ardila, I., & Lubis, R. R. (2019). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse The Effect of Promotion and Product Quality on the Purchase Decision of Converse Brand Shoes. *Akmami*, 2(2), 204–219.
- Daga, R. (2017). Strategi Meningkatkan Kepuasan Nasabah Tabungan Pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Hasa Mitra Cabang Makassar. *AKMEN Jurnal Ilmiah*, 14(3), 445–458.
- Dzikra, F. M. (2020). Konsumen Pada Bengkel Mobil Ud . Sari Motor Di. *Eko Dan Bisnis: Riau Economic And Business Review*.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan*.
- Hidayati, S. N., Rachmawati, E., R. T. S. M., & Kharismasyah, A. Y. (2023). *Volume . 19 Issue 1 (2023) Pages 209-222 INOVASI : Jurnal Ekonomi , Keuangan dan Manajemen ISSN : 0216-7786 (Print) 2528-1097 (Online) Pengaruh citra merek , harga , kualitas produk dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian The influence of brand . 1(1), 209–222.*
- Latifah, F. N. (2023). *TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK SYARIAH. 6.*
- Manengal, B. K. J. A. A. Y. P. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Motor Ando Tombatu. *Productivity*, 2(1), 42–46.
- Saraswati, H., Sudrajat, B., Hidayat, W., Herin, T. M., Rahma, D., Ari, A., Jurusan, K., Syariah, P., Ekonomi, F., Islam, B., Banten, H., Dekan, W., Syariah, J. P., Mata, D., Statistik, K., Jurusan, I., & Hasanuddin Banten, M. (2023). *Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan Bank Syariah Indonesia (BSI). 1(3), 138–155. https://doi.org/10.59246/muqaddimah.v1i3.365*