

### STRATEGI MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN MELALUI BSI MOBILE PADA BANK SYARIAH INDONESIA DI KANTOR CABANG PEMBANTU SUBANG OTISTA 2

Sara Amirah<sup>1</sup>, Zumara<sup>2</sup>, Haryono<sup>3</sup>

Sekolah Tinggi Agama Islam Darussalam Kunir<sup>123</sup>

[saraamirah20@gmail.com](mailto:saraamirah20@gmail.com)

#### ABSTRAK

Penelitian yang dilakukan untuk menjelaskan strategi kualitas pelayanan pada BSI Mobile Bank Syariah di Kantor Pembantu Subang Otista 2. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dalam menjelaskan Aplikasi BSI Mobile dalam meningkatkan kualitas pelayanan, sumber data primer dari study pustaka, dan sumber data sekunder melalui wawancara. Jenis data yang digunakan berupa data kualitatif. teknik pengumpulan data berupa hasil penelusuran penelitian terdahulu terkait kualitas pelayanan BSI Mobile, dan teknik analisis data berupa deskriptif kualitatif. Bank Syariah Indonesia merupakan badan keuangan di Indonesia yang besar yang berlandaskan prinsip ekonomi Islam. Bank Syariah Indonesia adalah tiga bank yang dihubungkan yaitu seperti Bank BNI Syariah, Bank Mandiri Syariah, dan Bank BRI Syariah. Berdasarkan hasil penelitian ini menjelaskan bahwa sejak BSI memiliki aplikasi BSI Mobile para nasabah dapat melakukan transaksi secara mandiri atau tidak datang langsung ke cabang bank, dan memudahkan nasabah dalam memahami fitur fitur syariah, dengan adanya aplikasi BSI Mobile memberikan kualitas pelayanan yaitu berkurangnya antrian nasabah di cabang bank, dan memberikan kualitas pelayanan yang efektif.

**Kata Kunci:** Kualitas, pelayanan, BSI Mobile

#### ABSTRACT

*The research was conducted to explain the service quality strategy at BSI Mobile Bank Syariah at the Subang Otista 2 Sub-Office. The research methods used are qualitative in explaining the BSI Mobile Application in improving service quality, primary data sources from literature studies, and secondary data sources through interviews. The type of data used is qualitative data. data collection techniques in the form of search results of previous research related to the quality of BSI Mobile services, and data analysis techniques in the form of qualitative descriptive. Bank Syariah Indonesia is a large financial institution in Indonesia based on Islamic economic principles. Bank Syariah Indonesia is three connected banks, namely Bank BNI Syariah, Bank Mandiri Syariah, and Bank BRI Syariah. Based on the results of this study, it is explained that since BSI has the BSI Mobile application, customers can make transactions independently or not come directly to bank branches, and make it easier for customers to understand the features of sharia features, with the BSI Mobile application provides service quality, namely reducing customer queues at bank branches, and providing effective service quality.*

**Keywords:** Quality, service, BSI Mobile

#### PENDAHULUAN

Penelitian ini dilatar belakangi oleh adanya aplikasi Bank Syariah Indonesia Mobile yang sangat update dan telah tersebar luas ke berbagai kalangan, dengan demikian bank syariah KCP Subang memiliki peluang besar dalam meningkatkan kualitas pelayanan nasabah agar dapat memberikan feedback baik terhadap perusahaan. Bank syariah yang merupakan badan usaha penghimpun dana milik masyarakat yang berbentuk simpanan atau tabungan, dan menyalurkan dalam rangka memperoleh taraf hidup rakyat, adapun dalam UU NO 21 Tahun 2008 terkait Perbankan Syariah, memaparkan bahwa bank syariah

adalah kegiatan usaha yang melibatkan prinsip syariah dan memiliki beberapa jenis yaitu Bank Umum Syariah, Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Bank syariah memiliki fungsi sosial yang berbentuk lembaga baitul mal yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infaq, sedekah, hibah, dan dana sosial lain (Bankir, 2018, p. 3).

Bank Syariah Indonesia merupakan gabungan dari tiga bank yang meliputi Bank BRI Syariah, Bank BNI Syariah, dan Bank Mandiri Syariah, ketiga penggabungan ini dipengaruhi oleh penduduk Muslim Indonesia sebagai penduduk terbesar di dunia, sehingga hadirnya Bank Syariah Indonesia membuat kapasitas permodalan yang cukup baik, selain itu Bank Syariah Indonesia memiliki dukungan dan komitmen dari kementerian BUMN, dimana Bank Syariah Indonesia disuport untuk dapat bersaing dalam dunia global, dan menjadi semangat baru dalam pembangunan ekonomi nasional (Harahap et al., 2022, p. 101). Digital marketing yaitu suatu teknik dalam memasarkan produk dan jasa yang melalui media online, adapun beberapa contoh media ini meliputi social media, website, COE, iklan, dan lainnya. Digital marketing bertujuan untuk memperluas media sosial di kawasan pasar agar memudahkan para konsumen dalam mencari produk yang dibutuhkan. Digital marketing memiliki banyak manfaat diantaranya menghubungkan konsumen dengan penjual terkait produk yang akan dicari oleh konsumen menggunakan media channel yang disediakan dalam pemasaran digital, memperoleh pendapatan yang lebih besar dengan menjangkau lebih besar produk yang diesbarkan ke seluruh pengguna media sosial, selain itu juga digital marketing membuat para penjual sangat hemat dalam mengeluarkan budget promosi, media digital dapat mendorong pengusaha kecil atau memiliki sumber daya yang terbatas dalam pengeluaran pengusaha yang lebih hemat, memiliki peluang dalam persaingan antara perusahaan besar (Rachmadi, 2020, p. 5). Kepuasan nasabah merupakan hal yang sangat diprioritaskan bagi para perusahaan jasa perbankan, dimana kepuasan nasabah salah satu unsur dalam pertahanan citra perusahaan dimasyarakat, dengan demikian pelayanan yang bermutu bagi nasabah sangat perlu untuk ditingkatkan karena sangat berkontribusi dalam hal pendapatan yang secara langsung ataupun tidak langsung dalam mendorong pertumbuhan perusahaan (Febriana, 2016).

Loyalitas nasabah menjadi hal yang sangat penting untuk bank yang ingin tetap bertahan, hal ini dilakukan dengan memprioritaskan nasabah untuk meningkatkan persaingan perusahaan, adapun retensi nasabah yaitu titik keberhasilan dunia perbankan, sebab nasabah yang loyal, dan puas akan memberikan pesan baik, dan bahkan menebar kebaikan atas produk perbankan yang telah diperoleh, loyalitas bank Muamalat sangat dikenal bagus, terdapat dalam Market Research Indonesia Tahun 2021 telah menginformasikan ajang 5 Tahun info bank satisfaction, loyalty, and engagment award 2022, memaparkan bahwa Bank Muamalat telah menempati posisi terdepan dalam ajang tersebut, dan di Tahun 2017 dan 2018 memperoleh penghargaan yang sama di dua tahun tersebut (Fattah et al., 2024). Penelitian terdahulu terkait pelayanan kualitas pada BSI Mobile sudah banyak dilakukan diantaranya;

*Pertama*, yang dilakukana oleh Akmal Arif Amanullah dalam strategi meningkatkan kualitas pelayanan di Bank Syariah KCP Ciledug Cirebon memaparkan bahwa adanya BSI Mobile pada JCP Ciledug sangat memberikan inovasi baru dan memberikan arahan kepada para nasabah agar dapat mengakses rekening, transaksi, mengelola keuangan secara efektif, dan efisien. Penelitian ini dilakukan melalui analisis SWOT. Berdasarkan penelitian ini menunjukan bahwa adanya aplikasi BSI Mobile menjadikan kekuatan bagi BSI Kcp Ciledug



seperti faktor pendukung yang meliputi brand recognition yang tidak mengandung riba, mempunyai beragam fitur syariah dan inovatif sehingga membuat perkembangan pasar memiliki banyak peluang (Akmal Arif Amanullah, 2024).

*Kedua*, Penelitian yang telah dilaksanakan oleh Niken Wijayanti memaparkan bahwa BSI Mobile memiliki pelayanan kualitas yang cukup menarik perhatian khususnya dikalangan gen Z. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh pelayanan kualitas layanan BSI Mobile terhadap nasabah sangat berpengaruh signifikan hal ini ditunjukkan dari penyebaran kuisioner dan diujikan melalui regresi linier berganda yaitu dari hasil variabel tangibles, realibility, dan emphaty sangat berpengaruh positif dalam pelayanan BSI Mobile pada generasi gen Z (Wijayanti, 2023).

*Ketiga*, Penelitian yang telah dilaksanakan oleh Wulandari terkait analisis kualitas pelayanan BSI Mobile di KCP Ajibarang memaparkan bahwa kualitas pelayanan yang dilakukan sangat berpengaruh dan menguntungkan bagi KCP Ajibarang dan konsumen, hal ini ditunjukkan melalui hasil analisis SWOT dimana strategi yang digunakan adalah meningkatkan kekuatan dan peluang yang ada untuk diterapkan dan dikembangkan oleh perusahaan, sehingga KCP Ajibarang dapat memberikan pelayanan kualitas yang sangat baik dan sesuai SOP yang ditentukan, hal ini pun membuat pendapatan yang diperoleh meningkat sejak adanya aplikasi BSI Mobile (Wulandari, 2022).

*Keempat*, Penelitian yang telah dilaksanakan oleh Fattah terkait strategi bank dan mempertahankan loyalitas nasabah bank Muamalat Indonesia di KCP Banjarmasin memaparkan bahwa KCP ini telah melakukan research pada pemilihan segmen pasar yang diperkirakan dapat menjadi nasabah loyal contohnya dilihat dari tingkat pendidikan, nasabah muslim, tingkat religius dan lainnya, selain itu juga pelayanan di KCP Banjarmasin selalu memprioritaskan poin pelayanan nasabah melalui komunikasi yang baik, dan ramah, setelah itu KCP ini melakukan monitoring dalam menjaga kepercayaan loyalitas nasabah. Dengan demikian KCP Banjarmasin dapat menjalankan loyalitas nasabah dengan peraturan yang telah ditentukan sehingga pelayanan yang dilakukan cukup memberikan dampak positif dan dapat menarik nasabah lebih banyak lagi (Fattah et al., 2024).

*Kelima*, Penelitian yang telah dilaksanakan Elvira Aprilia Primastika & R Yuniardi Rusdianto terkait Strategi Pemasaran dan Kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada Bank BJB KCP Mojokerto memaparkan bahwa Kualitas layanan dan tingkat kepuasan pelanggan memiliki dampak signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sebagaimana dibuktikan oleh peningkatan jumlah pengguna produk dan program yang disediakan oleh Bank BJB KCP Mojokerto. Strategi pemasaran yang efektif terbukti menjadi faktor utama dalam meningkatkan mutu layanan perusahaan. Dengan mempertahankan fokus pada kualitas dan kebutuhan pelanggan, Dengan demikian KCP Mojokerto dapat terus menjadi salah satu pilihan utama masyarakat (Elvira Aprilia Primastika & R Yuniardi Rusdianto, 2024).

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan, adapun penelitian yang ditulis oleh peneliti yaitu untuk mengisi kesenjangan dari peneliti sebelumnya, dan memberikan kontribusi dalam strategi peningkatan pelayanan BSI Mobile di KCP Subang Otista 2. Gap penelitian ini meliputi pada objek penelitian, dan hasil strategi peningkatan pelayanan BSI Mobile yang beragam sehingga dapat meningkatkan pelayanan nasabah di KCP Subang Otista 2.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian yang dilakukan menggunakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif yaitu metode yang hanya fokus terhadap pengamatan secara lebih dalam agar mendapatkan kajian komprehensif (Tobing et al., 2017). Pada penelitian pendekatan kualitatif ini akan menjelaskan bagaimana BSI KCP Subang Otista 2 mengoperasikan BSI Mobile dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Sumber data adalah sumber dalam penelitian yang dilakukan dimana agar mendapatkan sebuah informasi yang menghasilkan jawaban dari beberapa pertanyaan (Rony, 2017). Data primer yang dilakukan berupa study pustaka, dan sumber data sekunder yang dilakukan oleh peneliti melalui hasil wawancara.

Jenis data adalah sebuah data yang akan diolah dari bentuk angka atau observasi yang telah dikumpulkan agar dapat diolah guna memperoleh suatu tujuan penelitian (Abdussamad, 2021). Peneliti menggunakan jenis data berupa kualitatif yaitu untuk mengetahui bagaimana strategi peningkatan kualitas pelayanan BSI Mobile KCP Subang Otista 2. Teknik pengumpulan data adalah sebuah prosedur yang dilakukan pada saat penelitian agar mendapatkan berbagai data (Tobing et al., 2017). Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data adalah sebuah metode olah data agar dapat menghubungkan informasi yang dianggap penting dalam penelitian (Sugiyono, 2014). Peneliti menggunakan teknik analisis data berupa deskriptif kualitatif yaitu mendeskripsikan strategi peningkatan kualitas pelayanan BSI Mobile.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Strategi meningkatkan kualitas pelayanan**

Strategi adalah rencana yang dirancang untuk mencapai tujuan pemasaran (Evasari, 2020). Dalam jurnal Akbar Saleh Sope Menurut Kotler dan Armstrong, Pemasaran merupakan suatu proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan serta menjalin hubungan yang kokoh dengan mereka untuk memperoleh timbal balik berupa nilai dari pelanggan. Pemasaran juga dapat diartikan sebagai aktivitas manusia yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui pertukaran barang atau jasa. Selain itu, pemasaran juga mencakup strategi bisnis yang mengarahkan proses penciptaan, penyampaian, dan perubahan nilai dari pihak yang memulai kepada para pemangku kepentingan (Akbar Saleh Sope, 2023).

Aktivitas yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Subang Otista 2 meliputi pelayanan nasabah, melayani transaksi setor, dan tarik tunai, melayani pembayaran tagihan seperti listrik, air dan lainnya, menjualkan produk Bank Syariah, selain itu aktivitas pelayanan syariah di KCP Subang Otista 2 diantaranya yaitu melayani konsultasi berkaitan produk syariah, melayani pengelolaan zakat, infaq, melayani pengelolaan wakaf, memberikan edukasi kepada nasabah terkait keuangan syariah, melayani pembayaran zakat dan pajak. Adapun macam macam produk di KCP Subang yaitu tabungan syariah, kredit syariah seperti KPR, kendaraan Usaha, selain itu produk deposito syariah, rekening koran syariah (T. Abdullah, personal communication, 2024).

### **Meningkatkan kualitas pelayanan melalui BSI Mobile**

Strategi pelayanan yang diterapkan di Bank Syariah Indonesia KCP Subang Otista 2 sangat diprioritaskan karena bank ini melayani nasabah dengan cepat tanggap seperti



mengalami keluhan dan lainnya, memberikan pembelajaran atau edukasi terkait penggunaan BSI Mobile, selain itu strategi dalam meningkatkan pelayanan BSI Mobile yaitu dengan cara melakukan pemasangan iklan BSI Mobile yang melalui media sosial, menjalin hubungan kerjasama dengan perusahaan fintech, mengadakan kegiatan yang bermanfaat edukasi BSI Mobile (T. Abdullah, personal communication, 2024).

Teknik strategi dalam meningkatkan kualitas aplikasi BSI Mobile di KCP Subang Otista 2 memuat berbagai teknis seperti memperbarui sistem dan teknologi dalam kecepatan proses transaksi, mengoprasikan teknologi keamanan terkini, mengintegrasikan sistem pembayaran lainnya seperti e wallet, dan kartu kredit, pihak KCP juga memantau sistem secara efektif demi kenyamanan para nasabah (T. Abdullah, personal communication, 2024). Strategi pengembangan yang diterapkan di KCP Subang Otista 2 yaitu dengan meningkatkan super aplikasi baru yang bernama *Byond by BSI Mobile*, aplikasi tersebut akan diterapkan dan menggantikan aplikasi BSI Mobile, adapun fitur layanan serta fasilitas yang sangat menarik dan lebih memudahkan para nasabah dalam mengoprasikan appilkasi tersebut diantaranya ada fitur pembukaan rekening online, pengajuan cicil emas online, deposito online, pelayanan zakat, infaq, wakaf secara online, melakukan transaksi terjadwal, memiliki fitur jadwal sholat, dan fitur arah kiblat (T. Abdullah, personal communication, 2024).

## SIMPULAN

Berdasarkan penelitian diatas menyimpulkan bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Subang Otista 2 memiliki strategi yang kuat dalam meningkatkan kualitas pelayanan BSI Mobile seperti selalu meng upgrade infrastruktur dan teknologi, memprioritaskan kualitas pelayanan nasabah, menjaga keamanan, dan privasi data nasabah, melayani nasabah dengan cepat tanggap seperti mengalami keluhan dan lainnya, memberikan pembelajaran atau edukasi terkait penggunaan BSI Mobile, selain itu startegi dalam meningkatkan pelayanan Bank Syariah Indonesia Mobile yaitu dengan cara melakukan pemasangan iklan BSI Mobile yang melalui media sosial, selain itu juga KCP Subang Otista 2 mengembangkan fitur dan aplikasi baru yaitu *Byond by BSI Mobile*, aplikasi tersebut merupakan salah satu strategi yang menjadi pendorong nasabah dalam hal kenyamanan, dan keamanan, adapun aplikasi ini sangat menarik dan mendorong para nasabah agar dapat menggunakan aplikasi BSI Mobile dan dapat meng upgrade ke aplikasi terbaru KCP Subang Otista 2, hal tersebut membuat peningkatan kepuasan nasabah, meningkatkan kepercayaan, dan meningkatkan kompetitifitas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. (2024). *Kualitas Pelayanan Bank Syariah Indonesia KCP Subang Otista 2* [Personal communication].
- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV. syakir Media Press.
- Akbar Saleh Sope. (2023). *Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan*. 1(2), 87–100. <https://doi.org/10.62421/jibema.v1i1.56>
- AKMAL ARIF AMANULLAH. (2024). *STRATEGI MENINGKATKAN KUALITAS LAYANAN MELALUI BSI MOBILE PADA BANK SYARIAH INDONESIA KCP CILEDUG CIREBON*. [Diploma, S1-Perbankan Syariah]. <https://syekhnurjati.ac.id>
- Bankir, I. (2018). *Mengelola Bank Syariah (Cover Baru)*. Gramedia Pustaka Utama.



- Elvira Aprilia Primastika & R Yuniardi Rusdianto. (2024). Strategi Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Bank BJB. *Jurnal Rimba : Riset Ilmu Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 2(2), 37–45. <https://doi.org/10.61132/rimba.v2i2.680>
- Evasari, A. D. (2020). STRATEGI PEMASARAN ISLAMI DENGAN MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK. *Istithmar : Jurnal Studi Ekonomi Syariah*, 4(1). <https://doi.org/10.30762/istithmar.v4i1.3>
- Fattah, A., Masrina, M., & Hasanah, I. (2024). Strategi Bank Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia KC Banjarmasin. *Journal of International Multidisciplinary Research*, 2(8), 169–174. <https://doi.org/10.62504/jimr834>
- Febriana, N. I. (2016). ANALISIS KUALITAS PELAYANAN BANK TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK MUAMALAT INDONESIA KANTOR CABANG PEMBANTU TULUNGAGUNG. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(1), 145–168. <https://doi.org/10.21274/an.2016.3.1.145-168>
- Harahap, D., Sugianto, Yusrizal, & Anita, S. Y. (2022). *Integrasi Perencanaan Keuangan Religiusitas Profesional Muslim melalui Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*. Merdeka Kreasi Group.
- Rachmadi, T. (2020). *The Power Of Digital Marketing*. TIGA Ebook.
- Rony, T. Z. (2017). *SIAP FOKUS SIAP MENULIS SKRIPSI TESIS DISERTASI: Vol. Vol 1*. Pusat Studi Sumber Daya Manusia.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tobing, D. H., Herdiyanto, Y. K., Astiti, D. P., Rustika, I. M., Indrawati, K. R., Susilawati, L. K. P. A., Suarya, L. M. K. S., Lestari, M. D., Vembriati, N., Wilani, N. M. A., Wulanyani, P. N., Budisetyani, P. W., Supriyadi, & Marheni, A. (2017). *Pendekatan Dalam Penelitian Kualitatif*.
- Wijayanti, N. P. (2023). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN BSI MOBILE TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA DI KOTA SURAKARTA (Studi Pada Generasi Z di Kota Surakarta)*. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
- Wulandari, K. (2022). *ANALISIS KUALITAS PELAYANAN BSI MOBILE (STUDI KASUS DI BSI KCP AJIBARANG)*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. KH .SAIFUDDIN ZUHRI.

