
ANALISIS KUALITAS PELAYANAN CUSTOMER SERVICE PADA KEPUASAN NASABAH DI BANK BJB SYARIAH KCP CIANJUR

Dadang Yudih^{1*}, Cut Andini Kusumah², Anwar Musyaddad³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Suryakencana

*Corresponding Author e-mail: dadangyudih@unsur.ac.id.

cutandini21@gmail.com, anwarmusyaddad0407@gmail.com

Masuk: Januari 2023

Penerimaan: Februari 2023

Publikasi: Maret 2023

ABSTRAK

Perbankan merupakan sektor bisnis yang bergerak dalam bidang jasa, di mana standar pelayanan menjadi faktor penting yang harus dimiliki oleh bank dalam menjalankan aktivitasnya. Untuk mencapai kepuasan nasabah, diperlukan kualitas pelayanan yang prima dari seluruh unit kerja di dalam bank, termasuk di antaranya unit kerja *customer service*. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi apakah Bank Jabar Banten Syariah (BJBS) kantor cabang pembantu Cianjur telah memberikan pelayanan yang baik melalui *customer service*-nya kepada nasabahn untuk menjaga loyalitas dan kepuasan mereka. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif, yang bertujuan untuk memahami fenomena secara holistik melalui deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa. Penelitian ini melibatkan observasi langsung dan wawancara dengan sampel karyawan *customer service* dan nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum, bank BJBS kantor cabang pembantu Cianjur melalui *customer service*-nya sudah memberikan pelayanan terbaik, namun masih terdapat aspek-aspek yang perlu ditingkatkan guna mengurangi keluhan dan meningkatkan kepuasan serta loyalitas nasabah.

Kata Kunci : *Kualitas Pelayanan; Customer Service; Kepuasan Nasabah, Bank BJB Syariah KCP Cianjur.*

ABSTRACT

Banking is a business sector that operates in the field of services, where service standards are an important factor that banks must possess in carrying out their activities. To achieve customer satisfaction, it is necessary to provide excellent service quality from all units within the bank, including the customer service unit. This research aims to evaluate whether Bank Jabar Banten Syariah (BJBS) Cianjur Branch has provided good service through its customer service to maintain customer loyalty and satisfaction. The research method used is qualitative, aiming to understand phenomena holistically through descriptive analysis in words and language. The research involves direct observation and interviews with samples of customer service employees and customers. The results of the research indicate that overall, BJBS Cianjur Branch, through its customer service, has provided excellent service, but there are still aspects that need improvement to reduce complaints and enhance customer satisfaction and loyalty.

Keywords: *Customer Service Quality; Customer Satisfaction; Bank BJB Syariah KCP Cianjur.*

A. PENDAHULUAN

Bank merupakan lembaga keuangan yang bergerak dalam penghimpunan dan penyaluran dana serta memberikan jasa-jasa dari masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat.

Sebagai lembaga keuangan yang mendapat kepercayaan masyarakat atas dananya, bank semaksimal mungkin melakukan daya tarik ekonomi berupa bunga tinggi, bonus serta hadiah yang menarik. Berbagai cara dilakukan bank dengan tujuan meningkatkan penghimpunan dana dari masyarakat yang salah satu caranya adalah meningkatkan *volume* (kapasitas) nasabah. Hal ini dapat terjadi dikarenakan kesalahan bank itu sendiri sebagai perusahaan, yang kurang mampu memenuhi selera masyarakat yang, tidak tanggap akan tugas sehari-hari yang berhubungan dengan nasabah. Ada hal yang menyebabkan *customer service* kurang mendapat tempat di hati nasabah. Dari beberapa hal tersebut bahwa pelayanan yang kurang baik menjadi penyebab dominan bagi nasabah untuk meninggalkan bank. Terdapat pengaruh kuat antara pelayanan yang buruk yang diberikan kepada nasabah terhadap kinerja suatu bank. Prosentasi yang tinggi kekecewaan nasabah, sebagai penyebab nasabah meninggalkan bank, dalam memandu pelayanan, sehingga tercipta suatu kesatuan budaya dalam tubuh perusahaan.

Bank BJB Syariah merupakan salah satu bank syariah yang beroperasi di Indonesia. Dalam menjalankan operasinya Bank BJB Syariah masih harus berupaya untuk selalu menjaga dan meningkatkan hubungan dengan nasabahnya, agar nasabah loyal dan tidak tertarik dengan bank lain baik sama-sama berazaskan Islam ataupun konvensional.

Dari sistem pelayanan yang diberikan oleh Bank BJB syariah diharapkan nasabah akan merasa puas, sehingga loyal terhadap bank ini dan selanjutnya nasabah menggunakan serta memanfaatkan kembali. Jika nasabah loyal maka yang diharapkan oleh Bank adalah perekomendasi kepada rekannya yang lain untuk menggunakan jasa Bank BJB Syariah, dan meningkatkan proporsi pembelanjaan layanan bank.

Kualitas pelayanan merupakan jaminan terbaik kesetiaan pelanggan. Kualitas pelayanan yang berkualitas akan menghasilkan kepuasan nasabah yang tinggi pula, oleh karena itu program penyempurnaan kualitas pada umumnya akan meningkatkan profitabilitas. Bank harus melakukan pemantauan kepuasan agar selalu terjalin hubungan kenasabahan yang memuaskan. Untuk mewujudkan suatu layanan berkualitas yang bermuara pada kepuasan nasabah, bank harus mampu mengidentifikasi siapa nasabahnya

sehingga mampu memahami tingkat persepsi dan harapan nasabah atas kualitas layanan. Kepuasan nasabah merupakan perbandingan antara persepsi dengan harapan nasabah terhadap layanan perbankan yang dirasakan nasabah.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah nilai bagi nasabah (*Customer Value*). Monroe (2002:46) mendefinisikan nilai bagi nasabah (*Customer Value*) sebagai pembandingan persepsi nasabah terhadap kualitas, manfaat produk dan pengorbanan yang dilakukan lewat pengorbanan yang dibayar. Nilai bagi nasabah bisa juga dilihat sebagai cerminan dari kualitas, manfaat dan pengorbanan yang diberikan untuk mendapatkan sebuah produk atau layanan.

Hasil jurnal tersebut menunjukkan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berarti bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh bank maka nasabah semakin merasa puas terhadap layanan tersebut.

Dalam dunia perbankan, *customer service* merupakan salah satu bagian penting dalam sebuah perusahaan dan menjadi ujung tombak bagi perusahaan yang bergerak di bidang keuangan, khususnya di bidang perbankan dalam persaingan yang semakin meningkatnya bank harus aktif di dalam meningkatkan usahanya baik untuk mendapatkan nasabah baru yang potensial maupun untuk mempertahankan nasabah lama.

Seorang *Customer Service* dituntut untuk memberikan pelayanan yang prima kepada nasabah, agar kita dapat memberikan pelayanan yang prima kita harus mengenal karakteristik nasabah dengan baik. Nasabah bermacam-macam tipe, penyabar, pendiam, hati-hati, masing-masing tipe ini kita harus dekati dengan metode yang berbeda pula.

Customer Service sangat berperan aktif dalam suatu pelayanan di suatu bank, karyawan bank yang bertanggung jawab terhadap lalu lintas pelayanan. Dari latar belakang di atas, maka penulis ingin mengetahui dan menjelaskan tentang pelayanan yang diberikan *customer service* pada suatu bank.

B. KERANGKA TEORI

1. Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)

Kualitas yang sering disebut mutu adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Kualitas menurut Kotler secara istilah adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Setiap perusahaan baik yang bergerak di bidang manufaktur maupun jasa untuk menjaga reputasi atau nama baiknya yaitu dengan cara memproduksi barang atau jasa yang bermutu baik atau berkualitas tinggi. Kualitas memegang peranan penting dalam suatu perusahaan, karena keberhasilan perusahaan dalam memperluas pasar atau pelanggan adalah memproduksi barang atau jasa sesuai dengan standar kualitas yang telah ditetapkan. Kepuasan pelanggan dan kemampuan perusahaan mencetak laba berkaitan erat dengan mutu atau kualitas dari produk atau jasa. Oleh karena itu tugas memperbaiki mutu produk dan jasa seharusnya menjadi prioritas utama bagi perusahaan.

Kualitas sebagai suatu yang memenuhi standar, yang berorientasi kepada konsumen. Konsumen pada umumnya menghendaki barang atau jasa pelayanan yang baik, harga murah atau relatif, jumlah cukup serta pengiriman yang tepat waktu.

Kualitas layanan mengacu pada penilaian-penilaian pelanggan tentang inti pelayanan, yaitu si pemberi pelayanan itu sendiri atau keseluruhan organisasi pelayanan, sebagian besar masyarakat sekarang mulai menampakkan tuntutan terhadap pelayanan prima, mereka bukan lagi sekedar membutuhkan produk yang bermutu tetapi mereka lebih senang menikmati kenyamanan pelayanan.

Maka dapat disimpulkan, kualitas suatu produk adalah keadaan atau sifat dan ciri suatu produk yang menunjukkan tingkat kemampuan produk tersebut di dalam menjalankan fungsinya untuk memenuhi kebutuhan konsumen berarti semakin tinggi kualitas produk tersebut, sebaliknya semakin rendah kemampuan produk tersebut dalam memenuhi kebutuhan konsumen berarti kualitas produk tersebut semakin rendah.

2. Pelayanan (Service)

Pelayanan yang baik atau layanan prima adalah pelayanan dengan standar kualitas yang tinggi dan selalu mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan setiap saat, secara konsisten dan akurat (handal). Berorientasi kepada kepuasan pelanggan, selalu mengikuti perkembangan standar internasional / ISO, dan menerapkan manajemen mutu total konsistensi dan kesadaran mutu yang tinggi (*high quality consciousness*) seperti *customer orientation* (fokus pelanggan), *QC-Circles* (siklus kendali mutu), *automation* (otomatisasi), *discipline in the workplace* (disiplin), *quality improvement* (perbaikan mutu), *zero defects* (kerusakan nol), dan sebagainya.

Sejak diberlakukannya ekonomi daerah, pelayanan publik menjadi ramai diperbincangkan, karena pelayanan publik merupakan salah satu variabel yang menjadi

ukuran keberhasilan pelaksanaan otonomi daerah. Apabila pelayanan publik yang dilakukan oleh pemerintah/ pemerintah daerah untuk meningkatkan kualitas berbagai pelayanan yang diberikan kepada masyarakat, isu tentang kualitas pelayanan publik ini juga dipicu adanya pengaruh perubahan paradigma ilmu administrasi, termasuk perubahan global yang terjadi di berbagai bidang kehidupan dan di berbagai belahan dunia.

New Public Service (NPS) sebagai paradigma terbaru dari administrasi Negara/ publik meletakkan pelayanan public sebagai kegiatan utama para administrator Negara/ daerah. Salah satu intisari dari prinsip NPS adalah bagaimana administrator public mengartikulasikan dan membagi kepentingan (*shared interests*) warga Negara (Denhardt & Denhart, 2007). Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan itu sesuai dengan apa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik buruknya kualitas pelayanan tergantung kepada kemampuan penyedia layanan dalam memenuhi harapan masyarakat (parapenerima layanan) secara konsisten.

Setiap penyelenggaraan pelayanan publik harus memiliki standar pelayanan dan dipublikasikan sebagai jaminan adanya kepastian bagi penerima pelayanan. Standar pelayanan merupakan ukuran yang dibakukan dalam pelayanan publik yang wajib ditaati oleh pemberi atau penerima pelayanan.

3. Faktor – faktor yang Menentukan Tingkat Kepuasan Nasabah

Untuk memuaskan nasabah perlu diketahui faktor-faktor yang menentukan kepuasan nasabah. Menurut Irwan terdapat lima faktor yang menentukan tingkat kepuasan nasabah, yaitu :

a. Kualitas Produk

Pelanggan merasa puas jika setelah membeli dan menggunakan produk, ternyata produk yang digunakan berkualitas. Ada beberapa elemen kualitas produk, yaitu: Kemampuan, Daya Tahan, Fitur, Keandalan Konsistensi, Desain.

b. Harga

Untuk pelanggan yang sensitif biasanya harga murah adalah sumberkepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan value for moneyyang tinggi.

Komponen harga ini relatif tidak penting bagi mereka yang tidak sensitif terhadap harga.

c. Kualitas Pelayanan

Pelanggan merasa puas apabila mereka memperoleh pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. Salah satu konsep kualitas pelayanan yang paling populer adalah *SeryQual* yang dikembangkan oleh Parasuratnan, Berry, dan Zeithalm. Berdasarkan konsep terdapat lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy* dan *Tangible*.

d. Faktor Emosional

Pelanggan yang merasa bangga dan yakin orang lain kagum terhadap dia apabila menggunakan produk brand tertentu cenderung memiliki tingkat kepuasan lebih tinggi. Kepuasan bukan karena kualitas produk tetapi karena merasa bangga dan percaya diri.

e. Biaya dan Kemudahan untuk Mendapatkan Produk atau Jasa

Pelanggan akan merasa semakin puas dan senang apabila relatif mudah dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan. Hal ini disebabkan pelanggan tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan produk atau jasa.

4. Strategi Pemasaran Untuk Memuaskan Nasabah

Kepuasan nasabah berhubungan erat dengan keandalan produk jasa bank yang ditawarkan dan pelayanan yang diberikan bank. Keandalan produk terkait dengan kualitas produk tersebut. Dalam hal ini kualitas merupakan jaminan terbaik kesetiaan nasabah. Kualitas yang lebih tinggi, menghasilkan kepuasan nasabah yang lebih tinggi pula. Sekaligus mendukung harga lebih tinggi dan sering juga biaya yang lebih rendah. Oleh karena itu program penyempurnaan kuantitas pada umumnya meningkatkan profitabilitas. Beberapa strategi yang perlu dilakukan lembaga keuangan adalah sebagai berikut :

- a. Lembaga keuangan harus mendengarkan "suara" nasabah sehingga kualitas produk/jasa tepat seperti nasabah sehingga yang diinginkan nasabah.
- b. Perbaikan kualitas memerlukan komitmen total dari para petuganya lembaga keuangan.
- c. Melalui bench marking yaitu mengukur kinerja lembaga dibandingkan dengan pesaing terbaik di kelasnya dan berupaya meniru bahkan melampauinya, penyempurnaan kualitas produk/ jasa lembaga dapat

ditingkatkan. Jadi, kualitas tidak dapat diperiksa saja tetapi juga harus direncanakan semenjak awal.

- d. Dalam penelitian ini strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank BJB Syariah KCP Cianjur adalah yang dijadikan acuan untuk memuaskan nasabah adalah terdapat dalam point "a", yaitu lembaga keuangan harus mendengarkan "suara" nasabah sehingga kualitas produk/ jasa tepat seperti yang diinginkan nasabah. Karena penyempurnaan kualitas produk/ jasa hanya akan berarti jika disadari dan dirasakan oleh nasabah.

5. Customer Service

Secara umum, pengertian *customer service* adalah setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah melalui pelayanan yang diberikan seseorang. Jadi pada intinya *customer service* melayani segala keperluan nasabah secara memuaskan. Pelayanan yang diberikan termasuk menerima keluhan atau masalah yang sedang dihadapi dengan jamaah. *Customer service* harus pandai dalam mencari jalan keluar untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh nasabahnya.

6. Fungsi Dan Tugas Customer Service

Banyak nasabah yang masih beranggapan bahwa *customer service* (CS) itu adalah sebagai pusat informasi, padahal kenyataannya *customer service* ini juga memberikan pelayanan terhadap nasabah.

Untuk dapat menduduki jabatan ini ada beberapa kriteria yang harus dipenuhi antara lain, memiliki pengetahuan luas tentang masalah- masalah yang berhubungan dengan pelayanan terhadap nasabah. Aktif memiliki sifat bijaksana, tanggap, setia, dan ramah pada setiap nasabah.

Setiap *Customer Service* tentu telah diterapkan fungsi dan tugas yang harus diembannya. Fungsi dan tugas yang harus dilaksanakan dalam arti dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya dan bertanggung jawab dari awal sampai selesainya suatu pelayanan nasabah. Fungsi dan Tugas *Customer Service*, sebagai berikut:

- a. Sebagai Resepsionis

Resepsionis artinya *Customer Service* sebagai penerima nasabah yang datang ke Bank dengan ramah tamah, tenang, simpatik, menarik, dan menyenangkan. Dalam hal ini *Customer Service* harus bersikap memberikan perhatian, berbicara dengan suara yang lembut dan jelas dengan bahasa yang mudah

dimengerti. Selama melayani nasabah *Customer Service* tidak diperkenankan makan dan minum.

b. Sebagai Sales

Sales artinya *Customer Service* sebagai orang yang menjual produk Bank sekaligus mengadakan pendekatan, mencari nasabah baru, menjawab pertanyaan nasabah mengenai produk yang ada di bank serta membantu nasabah untuk mengisi formulir pendaftaran.

c. Sebagai *Customer Service Relation Officer*

Customer service artinya sebagai orang yang dapat membina hubungan baik dengan seluruh nasabah.

7. Ciri-ciri Pelayanan yang Baik

Dalam melayani nasabah hal-hal yang perlu diperhatikan adalah kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan. Puas artinya nasabah akan merasa semua keinginan dan kebutuhannya dapat dilakukan secara tepat waktu. Berikut ini ciri-ciri pelayanan yang baik terhadap nasabah, sebagai berikut:

a. Memiliki Kepribadian yang baik

Kenyamanan nasabah juga sangat tergantung dari petugas *customer service* yang melayaninya. Petugas *customer service* harus ramah, sopan, cepat tanggap, pandai bicara, menyenangkan serta pintar.

b. Tersedia Sarana dan Prasarana yang baik

Sarana dan Prasarana harus dilengkapi oleh kemajuan teknologi masa kini. Karena berpengaruh pada pelayanan yang prima.

c. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah

Dalam menjalankan kegiatan pelayanan *customer service* harus mampu melayani dari awal hingga selesai. Nasabah akan merasa puas jika *customer service* bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diberikan.

d. Mampu melayani secara cepat dan tepat

Dalam melayani nasabah diharapkan harus sesuai prosedur. Layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan nasabah.

- e. Mampu Berkomunikasi
Petugas *customer service* harus mampu berbicara kepada setiap nasabah. Petugas *customer service* pun mampu dengan cepat memahami keinginan jamaah.
- f. Berusaha memahami kebutuhan nasabah
Customer service harus cepat dan tanggap apa yang diinginkan oleh nasabah. Petugas *customer service* yang lambat akan membuat jamaah merasa tidak puas dengan pelayanannya sehingga nasabah meninggalkan Bank.
- g. Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah.
Kepercayaan calon nasabah kepada bank mutlak diperlukan sehingga calon nasabah mau menjadi nasabah bank yang bersangkutan. Demikian pula untuk menjaga nasabah yang lama agar dapat menjaga kepercayaannya.

C. METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini digunakan metode deskriptif kualitatif. Metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti kondisi obyek yang alamiah sesuai dengan factor dilapangan, dimana peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisa data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna (Sugiyono, 2016). Tujuan penelitian kualitatif adalah untuk menjelaskan fenomena sedalam mungkin dengan mengumpulkan data terdalam, menunjukkan pentingnya kedalaman dan detail dalam data yang diselidiki. Hal ini dilakukan oleh peneliti dengan tujuan untuk memberikan gambaran yang lebih lengkap mengenai suatu kejadian yang sedang berlangsung maupun yang sudah lampau. Peneliti dapat memberikan gambaran mengenai suatu keadaan saja atau bisa juga mendeskripsikan perkembangan dari keadaan tersebut.

Penelitian memakai pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Riset Lapangan (*Field Research*), yaitu studi lapangan datang langsung pada objek penelitian untuk melakukan pengamatan dan meminta data yang diperlukan. Data-data tersebut diperoleh dengan cara pengamatan (*Observation*) kepada para nasabah yang sedang dilayani oleh unit layanan pelanggan di bank BJB Syariah kantor cabang pembantu Cianjur. Selain itu juga dilakukan teknik wawancara (*interview*).

D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara terhadap objek penelitian (nasabah dan karyawan layanan pelanggan) dan hasil pengamatan lapangan, ditemukan bahwa pelayanan yang diberikan oleh karyawan layanan pelanggan di BJBS Kantor cabang pembantu Cianjur adalah sebagai berikut:

1. Umumnya, karyawan layanan *customer service* BJBS kantor cabang pembantu Cianjur memiliki pengetahuan yang memadai dalam memberikan pelayanan dan informasi kepada nasabah. Namun, terkadang terjadi pelayanan yang lambat terhadap nasabah karena kurangnya pengetahuan karyawan tentang produk, yang mengakibatkan keluhan dari nasabah lain. Untuk mengatasi hal ini, pihak manajemen terus melakukan peningkatan kualitas karyawan melalui program pelatihan secara periodik.
2. Karyawan layanan *customer service* BJBS kantor cabang pembantu Cianjur selalu mengenakan pakaian yang rapi, menciptakan kenyamanan bagi nasabah. Hal ini karena BJBS telah menetapkan standar pakaian yang rapi untuk karyawan dalam menjalankan tugasnya.
3. Karyawan layanan pelanggan BJBS kantor cabang pembantu Cianjur selalu menjaga kebersihan dan kerapian ruang kerja mereka, menciptakan suasana kerja yang nyaman dan memungkinkan pelayanan yang optimal.
4. Karyawan layanan pelanggan BJBS kantor cabang pembantu Cianjur selalu menyambut nasabah dengan senyuman dan berbicara dengan ramah. Hal ini membuat nasabah merasa dihargai dan nyaman saat bertransaksi.
5. Karyawan *customer service* BJBS kantor cabang pembantu Cianjur tanggap dalam menanggapi keluhan nasabah dan selalu memberikan solusi yang tepat.
6. Namun, terdapat juga keluhan dari nasabah terkait kecepatan pelayanan karyawan *customer service* BJBS kantor cabang pembantu Cianjur, terutama di unit kerja *customer service*. Hal ini menyebabkan ketidakpuasan nasabah, hal ini disebabkan beragamnya keluhan dari nasabah dan jumlah kedatangan nasabah yang hendak untuk mengunjungi *customer service*.

Berdasarkan kondisi di atas, penting bagi karyawan layanan pelanggan BJBS kantor cabang pembantu Cianjur untuk terus meningkatkan pelayanan guna menjaga loyalitas nasabah. Terkait dengan waktu pelayanan, perusahaan perlu melakukan

pembinaan kepada karyawan untuk meningkatkan keterampilan dan keahlian di setiap unit kerja. Pelatihan yang relevan dengan bidang tugas dan pelaksanaan simulasi secara berkesinambungan diharapkan dapat meningkatkan keahlian dan kinerja karyawan agar semakin handal dan terbiasa dengan situasi sebenarnya.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dalam penelitian ini, telah diketahui Bank BJB Syariah KCP Cianjur telah memberikan pelayanan yang baik bagi nasabahnya. Namun dalam realitanya Bank BJB Syariah KCP Cianjur terus memperbaiki kualitas pelayanannya untuk menciptakan kepuasan bagi nasabahnya.

REFERENSI

- Daryanto dan Ismanto Setyobudi, 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima* (Yogyakarta : Gava Media),
- Firmansyah Strategi. 2016.” Pelayanan Prima untuk Kepentingan Serta Kepuasan Pelanggan dan Masyarakat”, *Jurnal Ilmiah Widya*, Vol 3 (4),
- Guspul, A. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Kospin Jasa Cabang Wonosobo). *Jurnal PPKM UNSIQ I*, Vol 1 (No.1), PP. 40-54.
- Hamdani, H. (2019). Dampak Kualitas Layanan dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. *Ekspansi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan dan Akuntansi*, II (1). 129.
- Saputra, R. Ben & Alwie, A. PURWANTI. (2015). Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah pada Pt. Bank Riau Kepri Cabang Siak. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt. Bank Kepri Cabang Siak, VII (2), 285-294.
- Subagya, A. D., & Hanifah, H. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BJB Cabang Subang. *Ijd-Demos*, 1 (2), 148-158. <http://doi.org/10.31506/ijd.vli2.16>