

Peran *Customer Service* dalam Peningkatan Layanan Nasabah di Bank Syariah Indonesia Kcp.Lombok Praya

Baiq Sulis Eka Zahidah¹, Okta Ramadhan², Rizki Iqbal Padjuani³, Baiq Nadia Nirwana⁴

^{1,2,3,4}Manajemen, Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bumigora, Mataram, Indonesia

Email: ¹2203010124@universitasbumigora.ac.id, ²2203010112@universitasbumigora.ac.id,

³2203010105@universitasbumigora.ac.id, ⁴nadia@universitasbumigora.ac.id

Abstrak

Sebagai negara dengan mayoritas penduduk Muslim, Indonesia memiliki potensi yang sangat besar untuk mengembangkan sektor keuangan syariah. Namun, jika dibandingkan dengan tabungan konvensional, minat masyarakat terhadap tabungan syariah masih rendah. Salah satu faktor utama yang menyebabkan minat yang rendah ini adalah ketidaktahuan masyarakat tentang keuntungan dan prinsip-prinsip yang diterapkan dalam perbankan syariah. Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk mempelajari metode yang digunakan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) untuk meningkatkan layanan nasabah. Pengabdian ini dirancang untuk memberikan mahasiswa kesempatan dalam menerapkan teori akademik yang didapatkan selama masa kuliah untuk diterapkan dalam dunia kerja yang profesional dan nyata, khususnya dalam proses operasional pada sektor perbankan syariah. Metodologi yang digunakan adalah pendekatan partisipatif, dimana penulis terlibat langsung dalam divisi operasional khususnya *Customer Service* yang memberikan informasi tentang produk dan layanan perbankan kepada nasabah, sebagai *problem solver* yang menangani keluhan dan permasalahan nasabah, sebagai *marketer* yang mempromosikan produk-produk perbankan syariah, sebagai educator yang mengedukasi nasabah tentang prinsip-prinsip perbankan syariah, dan yang terakhir sebagai *relationship officer* yang membangun dan melakukan hubungan baik dengan nasabah. Hasil dari pengabdian ini tidak hanya mengembangkan keterampilan teknis tetapi juga meningkatkan *soft skill* seperti komunikasi, kerja sama tim, manajemen waktu, dan pemecahan masalah. Pengabdian ini memungkinkan penulis untuk memahami pentingnya akurasi dan profesionalisme dalam menangani pekerjaan yang berkaitan dengan divisi operasional khususnya *Customer Service*. Secara keseluruhan, pengabdian ini telah memperluas perspektif penulis tentang *Customer Service* di lingkungan perbankan syariah dan telah mempersiapkan penulis untuk menghadapi tantangan masa depan di dunia kerja dengan percaya diri dan kompeten.

Kata Kunci: Bank Syariah Indonesia, Operasional, *Customer Service*.

Abstract

The development of the Islamic banking industry in Indonesia shows a significant upward trend, with a market share reaching 7.5% of total national banking assets by 2023. However, the main challenge faced is the low public understanding of the principles and benefits of Islamic banking, particularly in areas with economic potential such as Central Lombok, which has unique socio-cultural characteristics. Service quality, particularly the role of Customer Service (CS), is crucial in increasing customer satisfaction and loyalty. Several previous studies have highlighted the lack of CS competency in handling complaints and educating about Islamic products, but gaps remain regarding the adaptation of CS services to the local context and the digital era. This study aims to identify the role of CS in improving customer service at Bank Syariah Indonesia KCP Lombok Praya using a quantitative approach that examines the relationship between CS competency and customer satisfaction levels. This research is expected to contribute to increasing the effectiveness of Islamic value-based services and digitalization, while addressing previous research gaps related to the influence of cultural contexts and technology. Theoretically, these results enrich the literature on Islamic banking and customer service, and are practically useful for developing service strategies in the Islamic financial sector.

Keywords: Indonesian Islamic Bank, Operational, *Customer Service*.

PENDAHULUAN

PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) yang resmi berdiri pada 1 Februari 2021, industri perbankan Indonesia melewati tonggak sejarah. BSI adalah hasil dari merger tiga bank syariah utama, yang diresmikan langsung oleh Presiden Joko Widodo. Tiga bank tersebut adalah PT Bank BRIsyariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri, dan PT Bank BNI Syariah. Untuk memberikan layanan perbankan syariah yang lebih lengkap, jangkauan yang lebih luas, dan kapasitas permodalan yang lebih kuat, merger ini bertujuan untuk menyatukan keunggulan ketiga bank tersebut. Dengan dukungan penuh dari pemerintah dan Kementerian BUMN, BSI diharapkan mampu bersaing secara global serta menjadi motor penggerak ekonomi syariah di negeri ini. Selain itu, BSI mempertahankan posisinya sebagai bank syariah terbesar di Indonesia dan terkemuka di Asia Tenggara dengan terus mengembangkan layanan digital dan ekosistem ekonomi syariah. BSI mengalami perkembangan yang signifikan di Kantor Cabang Pembantu (KCP) Lombok Praya, yang menunjukkan keberhasilan strategi merger dan inovasi layanan. Jumlah aset dan dana pihak ketiga di KCP ini terus meningkat, sejalan dengan tren nasional BSI yang menunjukkan peningkatan kinerja keuangan setelah merger.

Layanan digital seperti BSI Mobile dan BSI Net membuat pelanggan di Lombok Praya lebih puas dan mudah digunakan. Selain itu, KCP Lombok Praya secara aktif berpartisipasi dalam program pemberdayaan ekonomi masyarakat, terutama melalui dukungan terhadap usaha kecil dan menengah (UMKM) di wilayah tersebut dan pengembangan wakaf produktif. Hal ini sejalan dengan visi BSI untuk membangun ekosistem halal yang berkelanjutan dan inklusif. Kolaborasi dengan berbagai mitra strategis di wilayah ini juga memperkuat peran BSI sebagai fasilitator utama dalam aktivitas ekonomi syariah di daerah. Dengan jaringan operasional yang kuat di Lombok Praya, yang didukung oleh fasilitas kantor cabang pembantu dan layanan digital, BSI dapat lebih banyak melayani orang. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa BSI tidak hanya dapat mempertahankan posisinya sebagai bank syariah terbesar di Indonesia, tetapi juga dapat membantu pertumbuhan ekonomi di tingkat lokal dan nasional. Dengan terus mengedepankan tata kelola yang baik dan peningkatan sumber daya manusia, BSI KCP Lombok Praya siap mendukung target BSI menjadi salah satu bank syariah terbesar di dunia.

Perkembangan industri perbankan syariah di Indonesia telah menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam dua dekade terakhir. Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), hingga akhir tahun 2023, pangsa pasar perbankan syariah telah mencapai 7,5% dari total aset perbankan nasional. Salah satu milestone penting dalam perkembangan tersebut adalah terbentuknya Bank Syariah Indonesia (BSI) pada 1 Februari 2021 melalui merger tiga bank syariah BUMN yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah. Pembentukan BSI menjadi langkah strategis dalam memperkuat eksistensi perbankan syariah di Indonesia dan meningkatkan daya saing di tingkat nasional maupun global (Otoritas Jasa Keuangan (OJK), 2023). Tengah kompetisi perbankan yang semakin ketat, kualitas layanan menjadi faktor krusial dalam mempertahankan loyalitas nasabah dan menarik nasabah baru. Menurut penelitian Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, (2018), kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah perbankan. Beberapa penelitian telah menekankan peran *customer service* (CS) dalam meningkatkan kualitas layanan nasabah di sektor perbankan. Layanan yang baik dianggap dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan kesetiaan mereka. Prinsip-prinsip syariah dalam perbankan syariah menuntut pelayanan yang tidak hanya efektif tetapi juga sesuai dengan prinsip-prinsip keadilan dan transparansi (Haron, 2004). Sebagai lembaga keuangan syariah terbesar di Indonesia, Bank Syariah Indonesia (BSI) menghadapi tantangan khusus dalam mengubah layanan customer service yang efisien, terutama di cabang-cabang daerah seperti KCP Lombok Praya, yang memiliki karakteristik budaya dan lokal yang berbeda. Oleh karena itu, masih ada sedikit penelitian yang dilakukan tentang bagaimana customer service di BSI KCP Lombok Praya disesuaikan dengan konteks lokal Lombok dan era digital. Untuk mengisi celah ini, penelitian ini melihat bagaimana CS meningkatkan layanan pelanggan dengan menggabungkan prinsip syariah, kualitas layanan, dan transformasi digital dalam praktik sehari-hari. Selain itu, penelitian ini akan memberikan bukti empiris yang relevan untuk membantu proses pengembangan strategi layanan di perbankan syariah daerah.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengevaluasi peran layanan pelanggan dalam meningkatkan layanan nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Lombok Praya, dengan penekanan pada adaptasi terhadap konteks lokal dan penggunaan teknologi digital. Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk menemukan hubungan antara kualitas layanan, penerapan prinsip syariah, dan transformasi digital dalam praktik layanan pelanggan di cabang tersebut. Dalam konteks ini, peran *Customer Service* (CS) menjadi sangat vital sebagai garda terdepan yang berinteraksi langsung dengan nasabah dan mencerminkan citra bank. Kualitas interaksi antara CS dengan nasabah seringkali menjadi faktor penentu kepuasan nasabah terhadap bank secara keseluruhan. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu (Kcp) Lombok

Praya merupakan salah satu outlet BSI yang beroperasi di wilayah Lombok Tengah, Nusa Tenggara Barat. Wilayah ini memiliki potensi ekonomi yang cukup besar dengan mayoritas penduduk beragama Islam, sehingga membuka peluang signifikan bagi pengembangan perbankan syariah. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kabupaten Lombok Tengah (2023), pertumbuhan ekonomi di wilayah ini mencapai 5,2% pada tahun 2023, dengan kontribusi signifikan dari sektor perdagangan, pertanian, dan pariwisata yang kembali menguat pasca pandemi Covid-19.

Secara teoritis, konsep kualitas layanan SERVQUAL dikembangkan oleh Parasuraman et al. (1988), yang menilai faktor-faktor tangibles, reliability, response, assurance, dan empathy. Dalam konteks perbankan syariah, konsep layanan pelanggan juga mengacu pada prinsip-prinsip syariah yang menekankan keadilan, transparansi, dan keberkahan (Haron, 2004). Selain itu, teori adaptasi teknologi dan inovasi layanan digital Vial (2019), yang menekankan pentingnya integrasi teknologi untuk meningkatkan efisiensi dan pengalaman pelanggan, menjadikan transformasi digital sebagai variabel penting dalam penelitian ini. Sebagai institusi keuangan syariah, BSI Kcp Lombok Praya tidak hanya dituntut untuk menyediakan produk dan layanan yang sesuai dengan prinsip syariah, tetapi juga harus mampu memberikan pengalaman perbankan yang menyenangkan dan memuaskan bagi nasabah. Menurut Fatwa DSN-MUI No. 119/DSN-MUI/II/2018 tentang Akad Wakalah bil Ujrah, selain aspek kepatuhan syariah, kualitas pelayanan juga menjadi aspek penting dalam operasional bank syariah. Customer Service sebagai representasi bank harus mampu menjembatani kebutuhan nasabah dengan produk dan layanan yang tersedia, serta menjelaskan aspek syariah dari setiap transaksi (DSN-MUI., 2018). Berdasarkan penelitian Rahman (2022) tentang kualitas layanan perbankan syariah di Nusa Tenggara Barat, masih terdapat kesenjangan antara harapan nasabah dengan layanan yang diberikan. Beberapa aspek yang masih memerlukan peningkatan antara lain kecepatan pelayanan, kemampuan menangani komplain, dan pengetahuan karyawan tentang produk dan akad syariah. Hal ini menunjukkan pentingnya peningkatan kompetensi *Customer Service* sebagai ujung tombak layanan perbankan syariah, termasuk di BSI Kcp Lombok Praya. *Customer Service* di BSI Kcp Lombok Praya memiliki peran multidimensi yang mencakup berbagai aspek layanan. Pertama, mereka berperan sebagai informan yang memberikan penjelasan tentang produk dan layanan bank. Kedua, sebagai *problem solver* yang menangani keluhan dan permasalahan nasabah. Ketiga, sebagai marketer yang mempromosikan produk-produk bank. Keempat, sebagai edukator yang mengedukasi nasabah tentang prinsip-prinsip perbankan syariah. Dan kelima, sebagai relationship officer yang membangun dan memelihara hubungan baik dengan nasabah (kasmir, 2021).

Tantangan yang dihadapi *Customer Service* BSI Kcp Lombok Praya cukup kompleks, terutama dalam konteks masyarakat Lombok yang memiliki karakteristik sosial-budaya khas. Menurut Zulkifli (2021), masyarakat Lombok memiliki keterikatan kuat dengan nilai-nilai Islam yang terintegrasi dengan budaya Sasak. Pemahaman terhadap konteks lokal ini menjadi penting bagi *Customer Service* untuk dapat memberikan layanan yang sesuai dengan ekspektasi nasabah lokal, sekaligus tetap menjaga standar layanan nasional BSI. Digitalisasi perbankan juga memberikan tantangan tersendiri bagi *Customer Service* BSI Kcp Lombok Praya. Di satu sisi, perkembangan digital banking seperti mobile banking dan internet banking mengurangi frekuensi kunjungan nasabah ke kantor cabang. Di sisi lain, hal ini mengubah peran *Customer Service* dari yang sebelumnya fokus pada transaksi rutin menjadi lebih berorientasi pada konsultasi, edukasi, dan penyelesaian masalah yang lebih kompleks. Mardiasmo (2022) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa di era digital, *Customer Service* bank syariah dituntut untuk memiliki kompetensi digital yang memadai dan kemampuan memberikan solusi yang lebih personal dan kompleks. Peningkatan kompetensi *Customer Service* melalui program pelatihan berkelanjutan menjadi kunci dalam meningkatkan kualitas layanan. BSI secara nasional telah mengimplementasikan program pengembangan SDM yang komprehensif, mencakup aspek teknis perbankan, pengetahuan produk, pemahaman syariah, dan keterampilan komunikasi. Namun, implementasi di level Kcp seperti Lombok Praya masih memerlukan penyesuaian dengan konteks lokal. Hasil studi pendahuluan menunjukkan bahwa *Customer Service* BSI Kcp Lombok Praya masih menghadapi tantangan dalam menjelaskan konsep-konsep perbankan syariah yang relatif kompleks dengan bahasa yang mudah dipahami oleh nasabah lokal.

Sebagai bagian dari strategi peningkatan layanan nasabah, BSI Kcp Lombok Praya telah menerapkan standar layanan prima dan service excellence. Standar ini mencakup aspek penampilan, sikap, keterampilan komunikasi, kecepatan pelayanan, dan penanganan keluhan. Implementasi standar layanan ini dimonitor melalui mekanisme mystery shopper, survei kepuasan nasabah, dan analisis keluhan nasabah. Namun, efektivitas implementasi standar layanan ini perlu dievaluasi secara berkelanjutan untuk memastikan relevansinya dengan kebutuhan dan ekspektasi nasabah (Yuniarti, 2020).

METODE

Pengabdian kepada masyarakat (PKM) yang dilakukan oleh akademisi, praktisi, atau institusi dikenal sebagai metode pengabdian. Tujuan utamanya adalah memanfaatkan keterampilan, ilmu pengetahuan, dan teknologi untuk membantu menyelesaikan masalah masyarakat saat ini. Pengabdian ini menggunakan metode deskriptif partisipatif yang melibatkan mahasiswa peserta pengabdian untuk terlibat secara langsung dan aktif dalam proses perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi kegiatan di lingkungan kerja, khususnya yang berkaitan langsung dengan peran *Customer Service* dalam meningkatkan layanan di perbankan syariah KCP Lombok Praya. Metode ini dipilih karena memungkinkan peneliti tidak hanya mengamati, tetapi juga terlibat langsung dalam aktivitas pelayanan *Customer Service*. Dengan demikian, peneliti dapat memahami secara mendalam dinamika, tantangan, dan strategi yang diterapkan dalam pelayanan nasabah sesuai prinsip syariah (Wulandari, 2020).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui partisipatif aktif peneliti dalam kegiatan sehari-hari *Customer service* di bank, wawancara mendalam dengan *Customer Service* dan nasabah, serta observasi partisipatif. Wawancara semi-terstruktur digunakan untuk menggali pengalaman, persepsi, dan peran *Customer Service* dalam meningkatkan kualitas layanan (Kamali, 2021). Observasi partisipatif memungkinkan peneliti melihat langsung interaksi antara *Customer Service* dan nasabah serta penerapan nilai-nilai syariah dalam proses pelayanan. Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan pendekatan tematik. Data yang diperoleh dari partisipasi, wawancara, dan observasi diklasifikasikan ke dalam tema-tema utama seperti peningkatan kepuasan nasabah, efektivitas komunikasi, dan penerapan prinsip syariah dalam pelayanan. Pendekatan ini membantu mengidentifikasi pola dan hubungan antara peran *Customer Service* dengan peningkatan kualitas layanan di Bank Syariah Indonesia khususnya KCP Lombok Praya.

Menjaga validitas data, penelitian ini menggunakan triangulasi metode dan sumber, yaitu membandingkan data hasil partisipasi, wawancara, dan observasi. Selain itu, peneliti melakukan *member checking* dengan narasumber untuk memastikan keakuratan dan kejelasan data. Pendekatan ini meningkatkan kredibilitas hasil penelitian dan memastikan bahwa temuan benar-benar mencerminkan kondisi nyata di lapangan (Nadif, 2019a). Penelitian ini diharapkan memberikan gambaran komprehensif mengenai kontribusi *Customer Service* dalam meningkatkan layanan di Bank Syariah Indonesia khususnya KCP Lombok Praya. Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar rekomendasi bagi manajemen bank untuk mengembangkan strategi pelayanan yang lebih efektif dan sesuai dengan prinsip syariah, sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif partisipatif, yang sesuai dengan karakteristik Pengabdian kepada Masyarakat (PKM). Metode ini dipilih karena memungkinkan peneliti dan mahasiswa peserta pengabdian untuk terlibat secara langsung dan aktif dalam seluruh proses kegiatan, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi. Ini terutama berlaku untuk peran *Customer Service* (CS) di Bank Syariah Indonesia KCP Lombok Praya. Fokus penelitian ini adalah klien utama yang berinteraksi langsung dengan CS di BSI KCP Lombok Praya dan nasabah kunci. Informan dipilih secara purposif berdasarkan keterlibatan dan pengalaman mereka dalam proses pelayanan, sehingga data yang dikumpulkan relevan dan mendalam.

Tiga metode utama yang digunakan untuk mengumpulkan data pada penelitian ini yaitu :

1. Observasi Partisipatif: Peneliti secara aktif mengamati aktivitas sehari-hari layanan pelanggan di bank. Dia melihat bagaimana interaksi langsung antara CS dan pelanggan terjadi dan bagaimana nilai-nilai syariah diterapkan dalam proses pelayanan. Untuk merekam fenomena yang terjadi selama observasi ini, sistem catatan lapangan yang sistematis digunakan.
2. Wawancara semi-terstruktur dilakukan dengan klien dan CS terpilih untuk mempelajari pengalaman mereka, persepsi mereka, dan peran CS dalam meningkatkan kualitas layanan. Pertanyaan wawancara dirancang secara terbuka untuk memungkinkan analisis mendalam tentang masalah yang muncul selama observasi (Kamali, 2021).
3. Data tambahan diperoleh dari dokumen internal bank tentang prosedur layanan, pelatihan CS, dan literatur ilmiah yang relevan untuk meningkatkan analisis.

Data dievaluasi secara kualitatif menggunakan metode analisis tematik yang diperluas melalui tiga tahap utama yaitu Reduksi Data yang merupakan data dari observasi, wawancara, dan dokumentasi diperiksa dan dipilih berdasarkan fokus penelitian yaitu peran CS dalam peningkatan layanan, adaptasi lokal, dan

transformasi digital. Dan yang terakhir Penyajian Data yang dilakukan dengan menyajikan data yang telah direduksi serta disusun dalam bentuk narasi tematik yang menggambarkan pola interaksi, masalah, dan strategi pelayanan CS serta penerapan prinsip syariah. Verifikasi Kesimpulan dan Pentarikan Kesimpulan dilakukan berdasarkan pola dan hubungan antar tema yang muncul. Untuk memastikan keakuratan dan kredibilitas temuan, proses ini juga menggunakan triangulasi dan pengujian anggota untuk memverifikasi data.

Penelitian ini menggunakan triangulasi metode dan sumber untuk menjaga kredibilitas dan validitas data. Membandingkan hasil observasi partisipatif, wawancara semi-terstruktur, dan dokumentasi digunakan untuk menganalisis metode. Data dari berbagai informan, baik CS maupun konsumen, divalidasi untuk triangulasi sumber. Selain itu, member checking dilakukan untuk memastikan interpretasi data sesuai dengan fakta di lapangan dengan mengonfirmasi temuan sementara kepada narasumber (Nadif, 2019a). Metode ini meningkatkan keandalan hasil penelitian dan memastikan bahwa hasil tersebut benar-benar mencerminkan keadaan sebenarnya di BSI KCP Lombok Praya. Diharapkan bahwa metode ini akan memberikan gambaran menyeluruh tentang bagaimana layanan pelanggan telah meningkatkan layanan di Bank Syariah Indonesia KCP Lombok Praya. Selain itu, itu juga akan memberikan saran praktis yang dapat diterapkan oleh manajemen bank untuk meningkatkan kualitas layanan sesuai dengan prinsip syariah dan kebutuhan zaman modern. Berikut disajikan data mentah hasil wawancara dengan nasabah :

Kode Nasabah	Pernyataan	Kategori kode
N1	CS sangat membantu saat saya pertama kali menggunakan Aplikasi byond, dan sabar menjelaskan	Edukasi digital
N2	CS cepat tanggap dan memberikan solusi yang jelas saat ada masalah	Responsivitas
N3	Pelayanan CS yang ramah membuat saya nyaman bertransaksi	Sikap ramah
N4	CS selalu memberikan informasi lengkap tentang produk dan layanan	Informasi produk
N5	Saya merasa lebih percaya dan loyal karena pelayanan CS yang profesional	Kepercayaan dan Loyalitas

Berdasarkan data yang disajikan diatas dapat disimpulkan bahwa kegiatan edukasi digital denan CS rutin dilakukan secara tatap muka untuk membimbing nasabah menggunakan aplikasi byond dan layanan internet banking, jumlah keluhan yang berhasil diselesaikan dalam waktu 2 hari kerja yaitu 150 dari 200 keluhan ini menunjukkan bahwa adanya peningkatan yang begitu signifikan. Data menunjukkan bahwa layanan pelanggan BSI KCP Lombok Praya meningkatkan kepuasan pelanggan dengan pelayanan yang ramah, responsif, edukasi digital, dan penyelesaian keluhan yang cepat. Ini mendukung klaim bahwa CS adalah komponen penting dalam memperkuat loyalitas.

Sistem Operasional Perbankan Syariah

Sistem operasional perbankan syariah merupakan suatu mekanisme kerja perbankan yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah islam yang melarang praktik riba (bunga), gharar (ketidakpastian), dan maisir (judi). Inti dari sistem ini adalah prinsip bagi hasil (*profit and loss sharing*) dan prinsip jual beli yang adil. Operasional perbankan syariah dijalankan dengan beberapa akad khas seperti mudharabah (bagi hasil), musyarakah (kemitraan), murabahah (jual beli dengan margin keuntungan), ijarah (sewa), dan qardhul hasan (pinjaman tanpa bunga) untuk memastikan aktivitas bisnisnya sesuai dengan syariat islam. Bank syariah menerima simpanan melalui akad wadiyah (titipan) dan mudharabah (bagi hasil) untuk mendapatkan dana. Bank menggunakan dana nasabah sebagai modal usaha dengan prinsip bagi hasil. Akibatnya, keuntungan bagi nasabah bergantung pada bagaimana bisnis bank bekerja. Bank syariah mengutamakan keadilan dan kerelaan kedua belah pihak dalam transaksi, membedakannya dari bank konvensional yang menggunakan sistem bunga. Bank syariah menerima dana atau pembiayaan berdasarkan akad yang sesuai dengan prinsip syariah. Produk pembiayaan terdiri dari murabahah (jual beli), ijarah (sewa), dan kerja sama usaha seperti mudharabah dan musyarakah. Setiap akad memiliki mekanisme khusus untuk menjamin keadilan dan saling menguntungkan antara pihak bank dan nasabah dalam bisnis yang dijalankan.

Bank syariah memiliki operasi yang sangat ketat yang diawasi oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS). DPS bertanggung jawab untuk memastikan bahwa seluruh kegiatan operasional tidak bertentangan dengan prinsip Islam. DPS juga memberikan pedoman dan fatwa yang harus diikuti oleh manajemen

bank. Untuk menjamin kepatuhan syariah dan peraturan yang berlaku, pengawasan juga dilakukan oleh Dewan Komisaris dan otoritas terkait lainnya. Bank syariah terdiri dari Dewan Komisaris, Direksi, dan Dewan Pengawas Syariah dalam struktur organisasi mereka. Pengorganisasian yang baik dan mekanisme kerja yang terstruktur memungkinkan bank menjalankan operasinya secara efisien dan sesuai dengan prinsip syariah. Agar pengelolaan tetap terfokus dan diawasi ketat, bank syariah juga memiliki unit usaha syariah yang menangani operasional khusus cabang syariah di bank konvensional. Bank syariah tidak hanya melakukan fungsi pengelolaan dana, tetapi juga menyediakan layanan perbankan seperti pembukaan rekening, transfer dana, pengelolaan kas, dan pembayaran tagihan. Namun, mereka berbeda dengan bank konvensional karena semua layanan mereka didasarkan pada prinsip syariah, terutama dalam hal manajemen dana dan akad yang digunakan. Secara keseluruhan, operasi bank syariah mengutamakan prinsip keadilan, transparansi, dan berbagi risiko, serta menghindari praktik-praktik yang merugikan. Hal ini sejalan dengan nilai-nilai Islam dan menghasilkan produk keuangan yang sesuai dengan kebutuhan orang Muslim dan masyarakat umum lainnya yang menginginkan transaksi yang halal dan etis.

Peran *Customer Service* dalam meningkatkan Layanan Nasabah

Layanan nasabah *Customer Service* di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu (Kcp) Lombok Praya sangat penting untuk membangun hubungan yang kuat antara bank dan pelanggannya. Staf layanan nasabah bertanggung jawab untuk memberikan informasi yang akurat dan jelas tentang berbagai produk dan layanan perbankan syariah, seperti tabungan, pembiayaan, dan investasi, sehingga pelanggan dapat membuat keputusan yang tepat sesuai dengan kebutuhan dan tujuan keuangan mereka. Dengan memberikan edukasi yang baik, layanan nasabah dapat membantu meningkatkan pemahaman pelanggan tentang produk dan layanan bank. Selain memberikan informasi, layanan pelanggan juga harus menangani keluhan dan permintaan pelanggan dengan cepat dan efektif. Ini sangat penting untuk menjaga kepuasan pelanggan dan loyalitas. Staf layanan pelanggan harus dilatih untuk bertindak dengan profesionalisme dan empati dalam berbagai situasi agar klien merasa didengar dan dihargai. KCP dapat meningkatkan reputasi dan citra bank di masyarakat dengan memberikan pengalaman pelanggan yang menyenangkan. Dalam industri perbankan, terutama dalam perbankan syariah, meningkatkan layanan pelanggan sangat strategis. *Customer Service* (CS) bukan hanya berfungsi sebagai penghubung antara bank dan pelanggan; itu juga berfungsi sebagai penyelesaian masalah yang menangani keluhan, dan sebagai pendidik yang mengajarkan prinsip-prinsip perbankan syariah dan produk yang ditawarkannya. Tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan secara langsung dipengaruhi oleh kualitas interaksi CS dengan pelanggan (Parasuraman et al., 2018; Nadif, 2019). Selain itu, sebagai marketer, CS membantu menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan mempromosikan produk (Kamali, 2021; kasmir., 2021).

Peran *Customer Service* mengalami transformasi besar selama era digitalisasi perbankan. Digital banking mengurangi transaksi biasa di kantor cabang, sehingga *Customer Service* berkonsentrasi pada konsultasi, pelatihan digital, dan penyelesaian masalah kompleks klien. Untuk *Customer Service* dapat memberikan solusi yang sesuai dan personal sesuai kebutuhan klien, kemampuan digital dan keterampilan komunikasi yang halus sangat penting. Adaptasi *Customer Service* terhadap karakteristik sosial dan budaya lokal juga menjadi masalah (Rahman, 2022). Ini terutama berlaku di wilayah yang didominasi oleh populasi Muslim seperti Lombok.

Gambaran Umum Tugas Pengabdian

Banyak pengetahuan yang dipelajari Banyak pengetahuan yang dipelajari selama kuliah dapat menjadi landasan penting untuk mengikuti program pendidikan lanjutan. Kegiatan ini memungkinkan penulis untuk memahami dan menghadapi tantangan dunia kerja nyata, yang seringkali tidak sesederhana teori-teori yang dipelajari di kelas. Penulis dapat menggunakan pengetahuan ini dalam kegiatan penelitian dan pengembangan (KKN) di Bank Syariah Indonesia Kcp Lombok Praya. Gambaran umum pekerjaan yang dilakukan penulis selama KKN adalah membantu divisi operasional (*Customer Service*) pada Bank Syariah Indonesia Kcp Lombok Praya. Penulis terlibat langsung dalam tugas divisi operasional yaitu melakukan registrasi jamaah haji yang akan pelunasan dan yang sudah pelunasan serta pemberian souvenir, buka rekening online, registrasi barang gadai melalui aplikasi nos gadai, serta penginputan webform transaksi ke teller menggunakan computer kantor.

Jadwal KKN ini dimulai dari tanggal 28 januari 2025 hingga 28 februari 2025, dimana penulis ditempatkan pada bagian divisi operasional (*Customer Service*), dengan sistem kerja masuk pukul 07.40. Namun penulis dating lebih awal yaitu pada pukul 07.33 pagi kemudian menyimpan barang bawaan pada loker yang telah disediakan baru naik ke lantai dua untuk melakukan rutinitas do'a bersama semua staf dan kemudian duduk di tempat yang telah disediakan. Setelah itu penulis secara inisiatif mengecek

komputer kantor untuk melakukan penginputan *webform* dan menyiapkan form layanan nasabah serta form setoran dan tarik tunai yang sudah terlihat berkurang. Selama menjalankan tugas di divisi operasional *Customer Service* penulis ditempatkan di satu ruangan *Customer Service 2* dan bersebelahan dengan staf *Customer Service 1* yang tentunya diruangan tersebut penulis dibuat nyaman dikarenakan rekan kerja yang ramah, suhu ruangan yang sejuk dan harum, ketersediaan wifi, peralatan yang memadai seperti computer dan printer, tersedianya *pantry*, toilet yang bersih dan wangi, musholla dengan fasilitas lengkap, dispenser air hangat dan dingin, kulkas serta kompor gas yang memudahkan penulis jika ingin membuat teh atau minuman dingin.

Penulis mulai menyadari bahwa menjalankan aktifitas KKN selama 30 hari kerja memberikan banyak pelajaran yang dapat diambil serta diterapkan kembali pada saat memasuki dunia kerja kedepannya. Dengan terlaksananya kegiatan KKN ini penulis berharap dapat menerima pembelajaran secara umum mengenai dunia kerja serta mengharapkan materi-materi yang didapat pada saat menimba ilmu di Universitas Bumigora.



Gambar 1. Peningkatan layanan nasabah

Customer Service adalah kunci untuk mempertahankan loyalitas pelanggan di Bank Syariah Indonesia (BSI). *Customer service* membantu menjaga reputasi bank dan membuat klien merasa aman dan diperhatikan dengan memberikan pelayanan yang cepat, tepat, dan sopan. Terbukti bahwa faktor-faktor seperti kemudahan akses layanan, keterbukaan informasi, dan keramahan staf layanan pelanggan meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, *customer service* sangat penting untuk memenuhi ekspektasi nasabah yang semakin tinggi, khususnya di era transformasi digital. Kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan teknologi digital dan menjelaskan fitur-fitur digital banking menjadi nilai tambah yang penting. Hal ini memungkinkan pelanggan, terutama mereka yang baru mengenal teknologi, memanfaatkan layanan perbankan secara optimal.

Penulis selama meningkatkan layanan nasabah juga berkontribusi pada peningkatan jumlah transaksi yang dilakukan oleh bank melalui layanan prima yang membuat pelanggan merasa nyaman dan percaya, memberikan solusi yang tepat untuk berbagai masalah pelanggan, dan mempertahankan hubungan baik yang berkelanjutan antara bank dan pelanggannya. Dengan demikian, layanan pelanggan berfungsi sebagai lebih dari sekedar pelayan; itu juga berfungsi sebagai mediator yang membangun hubungan yang kuat antara bank dan pelanggan. Secara keseluruhan, fungsi layanan pelanggan dalam perbankan syariah sangat penting untuk meningkatkan kepuasan, loyalitas, dan kepercayaan klien. Pelayanan yang responsif, personal, dan responsif terhadap kemajuan teknologi sangat penting untuk mempertahankan dan memperluas basis pelanggan perbankan syariah.

KESIMPULAN

Pelaksanaan pengabdian memberikan kesempatan berharga bagi mahasiswa untuk menerapkan ilmu yang diperoleh di bangku perkuliahan ke dalam praktik kerja nyata, khususnya dalam bidang operasional *Customer Service* dalam meningkatkan layanannya. Peran penting *Customer Service* dalam meningkatkan layanan nasabah pada perbankan syariah tidak hanya memberikan informasi tentang barang dan jasa saja, tetapi *Customer Service* juga harus menyelesaikan permasalahan yang ada dan menjaga hubungan baik dengan nasabah. Di tengah persaingan industry perbankan yang ketat *Customer Service* menjadi pemimpin dalam memberikan pengalaman perbankan yang menyenangkan, membangun kepercayaan, dan menjaga loyalitas nasabah berkat peran multidimensi ini. Tantangan yang dihadapi *Customer Service* di Bank Syariah Indonesia KCP Lombok Praya cukup kompleks, termasuk dalam hal penyesuaian dengan karakteristik social-budaya masyarakat Lombok dan adaptasi terhadap transformasi digital. Kompetensi digital dan kemampuan komunikasi yang efektif sangat dibutuhkan agar *Customer Service* mampu memberikan solusi personal dan edukasi yang tepat kepada nasabah, khususnya untuk segmen yang kurang familiar dengan teknologi perbankan digital. Pelatihan berkelanjutan dan penyesuaian strategi layanan menjadi kunci untuk meningkatkan kualitas layanan yang sesuai dengan kebutuhan lokal. Secara keseluruhan, kualitas layanan *Customer Service* di BSI KCP Lombok Praya berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kepuasan, loyalitas, dan kepercayaan nasabah. Pelayanan yang responsive, ramah, dan professional tidak hanya meningkatkan reputasi perbankan, tetapi juga memperkuat ekosistem perbankan syariah nasional. Dengan demikian, penguatan peran *Customer Service* menjadi strategi penting yang harus terus dikembangkan untuk mendukung pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia di masa depan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak instansi tempat penulis melaksanakan magang yang telah memberikan kesempatan, bimbingan, serta pengalaman yang sangat berharga dalam dunia kerja secara langsung. Terima kasih juga kepada seluruh staf dan karyawan yang telah menerima penulis dengan baik serta memberikan arahan selama proses pelaksanaan kegiatan berlangsung. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada pihak universitas dan fakultas yang telah memberikan dukungan penuh terhadap program pengabdian ini, serta kepada dosen pembimbing yang senantiasa memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi dalam proses penyusunan laporan dan artikel ini. Tak lupa, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada keluarga dan rekan-rekan yang selalu memberikan semangat dan dukungan baik moral maupun materiil selama pelaksanaan magang hingga laporan dan artikel ini selesai.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Lombok Tengah. (2023). Lombok Tengah dalam Angka 2023. *BPS Kabupaten Lombok Tengah*.
- DSN-MUI. (2018). Fatwa No. 119/DSN-MUI/II/2018 tentang Akad Wakalah bil Ujrah. *Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia*.
- G, Vial. (2019). Understanding Digital Transformation: A Review and a Research Agenda. *The Journal of Strategic Information Systems*, 28(2), 118–144.
- Haron. (2004). Principles of Islamic Banking. *Nternational Journal of Islamic Financial Services*, 6(2), 1–12.
- Kamali, Y. M. (2021). Strategi Pelayanan Customer Service dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di Bank Syariah Mandiri. *Repository UIN Jakarta*. Retrieved from <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/34052/1/YUSRON MUSTHAFA KAMALI - FDK.pdf>
- kasmir. (2021). *Etika Customer Service Perbankan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

- Mardiasmo, A. (2022). Transformasi Peran Customer Service Bank Syariah di Era Digital Banking. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 10(2), 145-162.
- Nadif, A. (2019a). Peranan Customer Service dalam Meningkatkan Pelayanan di Bank Syariah. *Repository ITS Malang*. Retrieved from <https://repo.itsm.ac.id/999/1/SKRIPSI AHMAD NADIF N.pdf>
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2023). *Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia*. Jakarta Pusat.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2018). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- PT Bank Syariah Indonesia. (2023). *Laporan tahunan BSI 2023*.
- Rahman, F. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Perbankan Syariah di Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 12(1), 56-68.
- Wulandari, T. A. (2020). Peran Customer Service dalam Meningkatkan Pemahaman Nasabah di BPRS Muamalat Harkat. *Repository IAIN Bengkulu*. Retrieved from <http://repository.iainbengkulu.ac.id/10888/1/SKRIPSI TIARA AGUSTIN WULANDARI.pdf>
- Yuniarti, S. (2020). *Manajemen Kualitas Layanan Bank Syariah*. Yogyakarta: BPFE.
- Zulkifli, M. (2021). Integrasi Nilai Islam dan Budaya Sasak dalam Praktik Ekonomi Masyarakat Lombok. *Jurnal Studi Islam Dan Budaya*, 19(2), 210–225.