
PERAN *CUSTOMER SERVICE* DALAM MENINGKATKAN KEPERCAYAAN DAN JUMLAH NASABAH PADA TABUNGAN HAJI BANK SYARIAH INDONESIA KCP AHMAD YANI SIDOARJO

Eka Cipta Putri Apsari Rahmi Gelbi Surya Pertiwi¹, Zsa Zsa Izazi²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, STIE Mahardhika, Indonesia

Email: rahmigelbi@gmail.com¹, zsazaizazi07@gmail.com²

Abstrak

Bank Syariah Indonesia merupakan salah satu Bank Syariah yang mengalami peningkatan setiap tahunnya pada produk tabungan haji. Penelitian ini dilakukan dibagian layanan tabunagn haji pada Bank Syariah Indonesia (BSI) pada KCP AHMAD YANI SIDOARJO yang melibatkan 2 orang pegawai yang bertugas pada Customer Service dan 2 nasabah yang mempunyai produk tabungan haji tersebut yang dijadikan sampel dengan Teknik wawancara langsung antara penulis dengan responden. penelitian ini diambil ditengah persaingan industri perbankan syariah yang semakin ketat, pelayanan yang baik menjadi faktor penting dalam menarik dan mempertahankan nasabah. Metode yang digunakan yakni Kualitatif Deskriptif dengan tektik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Penelitian ini menunjukkan bahwa Customer Service memiliki peran strategis dalam membangun kepercayaan nasabah melalui komunikasi yang efektif, jelas, dan pelayanan yang ramah mengenai produk tabungan haji.

Kata Kunci: Customer Service, Kepercayaan Nasabah, Tabungan Haji.

Abstract

Bank Syariah Indonesia is one of the Islamic Banks that has experienced an increase every year in the hajj savings product. This study was conducted in the hajj savings service section at Bank Syariah Indonesia (BSI) at KCP AHMAD YANI SIDOARJO involving 2 employees who work in Customer Service and 2 customers who have the hajj savings product which were used as samples with direct interview techniques between the author and respondents. This study was taken amidst the increasingly tight competition in the sharia banking industry, good service is an important factor in attracting and retaining customers. The method used is Qualitative Descriptive with data collection techniques through interviews, observations and documentation. This study shows that Customer Service has a strategic role in building customer trust through effective, clear communication and friendly service regarding hajj savings products.

Keywords: Customer Service, Customer Trust, Hajj Savings.

A. PENDAHULUAN

Layanan akan perbankan saat ini sesuai dengan prinsip syariah yang terus meningkat, terutama dalam mendukung umat islam dalam menunaikan ibadah haji pada rukun islam yang

ke lima. Bank Syariah Indonesia (BSI) hadir sebagai solusi produk tabungan haji yang dirancang untuk membantu masyarakat dalam merencanakan dan mempersiapkan dana haji secara bertahap. Ditengah persaingan industri perbankan yang ketat pada masa kini, peran Customer Service menjadi sangat penting dalam membangun kepercayaan dan meningkatkan jumlah nasabah.

Produk tabungan haji diterapkan dalam satu kegiatan bisnis PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Ahmad Yani Sidoarjo yang bertujuan untuk mempermudah bagi nasabah untuk menjalankan ibadah haji. Serta kolaborasi lembaga keuangan syariah dengan kementerian agama membuat masyarakat sangat antusias dengan hadirnya produk tabungan haji pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Ahmad Yani Sidoarjo yang semakin meningkat setiap tahunnya. Tabungan Ibadah haji sendiri merupakan tabungan pada Bank Syariah Indonesia (BSI) yaitu produk yang dirancang khusus dalam membantu masyarakat yang merencanakan dan mempersiapkan dana guna untuk menunaikan ibadah haji. Produk ini ditujukan bagi warga negara indonesia (WNI) berusia 17 tahun ke atas yang berencana melaksanakan ibadah tersebut (Bank Syariah Indonesia, 2024).

Peran Customer Service dalam meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap produk tabungan haji sangat krusial, terutama pada perbankan syariah seperti Bank Syariah Indonesia (BSI). Customer Service berfungsi sebagai orang utama dalam memberikan informasi, pelayanan dan edukasi kepada nasabah mengenai produk haji. Pelayanan yang diberikan Customer Service bukan hanya mempengaruhi kepuasan nasabah, tetapi juga berkontribusi pada citra bank secara keseluruhan. Serta Pelayanan yang responsif, informatif, dan ramah dapat meningkatkan kepercayaan nasabah, yang pada gilirannya mendorong peningkatan jumlah nasabah yang memilih produk Tabungan Haji di BSI.

B. LANDASAN TEORI

Customer Service menjadi orang terdepan yang melakukan interaksi langsung antara bank dan nasabah. Peran Customer Service tidak hanya sebatas pada pelayanan administratif, tetapi juga mencakup edukasi mengenai prinsip-prinsip syariah yang mendasari produk dan layanan bank. strategi pelayanan dengan komunikasi yang sopan serta penyampaian informasi yang akurat dan empati terhadap kebutuhan nasabah dapat meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap produk tabungan haji (Firdaus et al. 2024).

Kepercayaan nasabah merupakan elemen krusial dalam industri perbankan, terutama perbankan syariah yang menekankan pada nilai-nilai keagamaan, keadilan, transparansi, dan kepatuhan kepada prinsip syariah. Nasabah akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, maka dari itu dapat menciptakan kepercayaan serta mendorong mereka untuk menabung di BSI. Keyakinan rasional nasabah tersebut dapat tercipta dikarenakan kemampuan bank dalam mengelola dana secara profesional dan sesuai syariah (Febi Pirmansyah 2024).

Tabungan haji sebagai produk unggulan perbankan syariah adalah produk simpanan yang dirancang untuk membantu umat muslim dalam perencanaan dan mempersiapkan dana untuk menunaikan ibadah haji. Produk ini menggunakan akad Wadiah yaitu (titipan) atau Mudharabah yaitu (bagi hasil) yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Tabungan Haji Indonesia juga telah tergabung dalam layanan online SSKOHAT (Sistem Koordinasi Haji Terpadu) yang memungkinkan jamaah haji memperoleh kepastian porsi dari Kementerian Agama pada saat jumlah tabungan yang telah memenuhi persyaratan, nominal pada satu porsi sebanyak 25 jt dan 200 rb pada awal membuka tabungan baru (Bank BSI 2025).

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif atau jenis penelitian lapangan. Pendekatan melalui metode ini bertujuan untuk memahami fenomena kesenjangan dan kepercayaan nasabah secara jelas melalui pengumpulan data dalam bentuk kata-kata, wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi, serta menggambarkan secara mendalam bagaimana peran *Customer Service* dalam meningkatkan kepercayaan dan jumlah nasabah tabungan haji Bank Syariah Indonesia KCP Ahmad Yani Sidoarjo.

Pertanyaan-pertanyaan yang akan diberikan kepada responden dalam sesi wawancara adalah sebagai berikut:

Pertanyaan yang diajukan kepada *Customer Service* :

1. Apa layanan unggulan Bank Syariah Indonesia KCP Ahmad Yani Sidoarjo?
2. Apa saja tugas dan tanggung jawab utama customer service di BSI KCP Ahmad Yani terkait produk tabungan haji?
3. Apa saja pendekatan yang digunakan customer service dalam membangun hubungan baik dengan nasabah?
4. Apa saja strategi customer service dalam meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap produk tabungan haji?

5. Seberapa besar pengaruh pelayanan customer service terhadap tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah?
6. Apakah terdapat pelatihan khusus bagi customer service untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam menarik nasabah baru?
7. Bagaimana customer service menjelaskan manfaat dan keunggulan tabungan haji kepada calon nasabah?
8. Sejauh mana customer service berperan dalam proses awal hingga akhir pembukaan tabungan haji?
9. Bagaimana customer service menangani keluhan atau kendala dari nasabah yang berkaitan dengan tabungan haji?
10. Apa tantangan terbesar yang dihadapi customer service dalam meningkatkan kepercayaan dan jumlah nasabah tabungan haji?

Pertanyaan yang diajukan kepadah nasabah :

1. Apa alasan Bapak/Ibu memilih untuk membuka tabungan haji di Bank Syariah Indonesia KCP Ahmad Yani Sidoarjo?
2. Sejak kapan Bapak/Ibu menjadi nasabah tabungan haji di BSI KCP Ahmad Yani?
3. Bagaimana pendapat Bapak/Ibu mengenai sikap dan pelayanan customer service di BSI KCP Ahmad Yani?
4. Apakah customer service memberikan penjelasan yang jelas dan mudah dipahami tentang produk tabungan haji?
5. Apakah Bapak/Ibu merasa yakin dan aman dalam menyimpan dana tabungan haji di BSI setelah mendapatkan pelayanan dari *Customer Service* ?
6. Apakah Bapak/Ibu merekomendasikan BSI KCP Ahmad Yani kepada keluarga atau teman untuk membuka tabungan haji?

Lokasi Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Bank Syariah Indonesia KCP Ahmad Yani Sidoarjo, peneliti memilih lokasi ini dikarenakan lokasi ini sangat aktif dalam pemasaran produk tabungan haji dan memiliki *Customer Service* sebagai orang terdepan dalam pelayanan nasabah.

Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini ialah pegawai *Customer Service* serta nasabah tabungan haji. Informan ditentukan secara purposive sampling, dan sesuai kriteria seperti pengalaman bekerja yang cukup lama dan pernah menangani nasabah tabungan haji. Metode pengumpulan data melalui wawancara mendalam, dokumentasi dan observasi. Dan untuk analisis data menggunakan reduksi data, triangulasi sumber penyusunan data, dan penyimpulan data.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dengan pendekatan kualitatif deskriptif ini, menunjukkan bahwasanya *Customer Service* memiliki peran penting dalam membangun kepercayaan nasabah dan menarik minat calon nasabah baru untuk membuka tabungan haji di Bank Syariah KCP Ahmad Yani Sidoarjo. Berdasarkan wawancara dan observasi, pelayanan *Customer Service* sangat berpengaruh dalam membangun nilai kepercayaan pada nasabah dan citra positif terhadap bank. Peran *Customer Service* sendiri menjelaskan alur dan persyaratan produk tabungan haji secara jelas dapat membantu nasabah dalam proses pengambilan keputusan (safitri 2023).

Hal ini sangat penting karena produk tabungan haji merupakan produk jangka panjang yang memerlukan kepercayaan tinggi dari nasabah terhadap sistem perbankan syariah. *Customer Service* mampu memberikan pelayanan yang ramah, konsisten, dan informatif dapat membangun loyalitas serta meningkatkan kepuasan nasabah, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan jumlah nasabah baru melalui rekomendasi dari mulut ke mulut.

Tabungan Haji pada bank syariah indonesia merupakan produk simpanan yang dirancang khusus untuk membantu masyarakat menyiapkan dana guna melaksanakan ibadah haji, dengan tetap berpedoman pada prinsip-prinsip syariah. Produk ini hanya berfungsi sebagai sarana menabung, tetapi juga sebagai bentuk pelayanan keuangan yang amanah dan sesuai dengan ketentuan islam. Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia (BSI) menggunakan akad Wadiah yang berarti titipan dan Mudharabah yang berarti bagi hasil, dimana bank sebagai pengelola dana akan menyalurkan dana tersebut ke sektor yang halal dan produktif, dengan sistem bagi hasil yang disepakati di awal antara bank dan nasabah. Tabungan Haji memberikan berbagai kemudahan seperti setoran ringan, bebas biaya administrasi, serta integritas langsung dengan sistem SISKOHAT kementerian agama, yang memungkinkan nasabah secara otomatis masuk dalam antrean keberangkatan haji setelah saldo mencapai

batas minimum yang ditentukan pemerintah, untuk nominal setoran awal sekitar Rp 25 juta sesuai SISKOHAT Kemenag (Safitri et al 2023).

Selain itu, melalui pemanfaatan teknologi digital seperti aplikasi byond by bsi, nasabah dapat membuka rekening, melakukan penyetoran secara mandiri, dan memantau saldo dari aplikasi tersebut, sehingga proses menabung menjadi lebih praktis dan transparan, informasi tersebut dijelaskan oleh Customer Service kepada nasabah yang ingin membuka tabungan baru, dengan informasi yang jelas dan lengkap dapat membuat dan menarik nasabah kepada kepercayaan pada produk tabungan haji tersebut.

Penulis telah melakukan wawancara kepada 4 orang, yakni 2 orang pegawai Customer Service (CS) dan 2 nasabah yang memiliki tabungan haji pada Bank Syariah Indonesia. Tujuan wawancara untuk mengetahui pendapat nasabah serta pelayanan Customer Service dalam meningkatkan kepercayaan dan jumlah nasabah pada tabungan haji Bank Syariah Indonesia KCP Ahmad Yani Sidoarjo yang akan dijadikan bahan penilaian dan pertimbangan terhadap produk tabungan haji dari sisi nasabah dan Customer Service. Berikut ini merupakan hasil wawancara dengan nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Ahmad Yani Sidoarjo :

Hasil wawancara Customer Service pada Bank Syariah Indonesia KCP Ahmad Yani Sidoarjo

Customer Service, seperti Nur Laili Ramadhani dan Miftah Dewi Ariyanti, memegang peran penting dalam meningkatkan kepercayaan nasabah. Melalui layanan personal penuh perhatian saat pembukaan rekening haji, pemorsian serta pelunasan, pendekatan yang ramah dan tutur kata yang sopan serta rasa empati dapat membentuk *perceived service quality*, yang dimana secara langsung dapat meningkatkan rasa percaya nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Ahmad Yani Sidoarjo (Firdaus et al. 2024).

Strategi promosi pada produk tabungan haji mudharabah- wadiah yakni dengan tidak adanya admin dan banyak nya reward yang dapat menciptakan *perceived value* tinggi. Ini sejalan dengan penjelasan customer service bahwa penjelasan produk dengan jelas dapat menjadi kunci dalam menarik dan mempertahankan nasabah. Selain itu, pelatihan intensif bagi Customer Service termasuk komunikasi efektif, *listening* aktif, manajemen emosi, dan digital marketing, dapat melatih customer service dalam pelayanan yg lebih baik dan nyaman untuk nasabah. Pemanfaatan saluran digital seperti instagram, whatsapp, open booth dan kunjungan langsung dapat menunjukkan penerapan *e-service quality*, yaitu kualitas layanan

berbasis digital, strategi ini juga sangat relevan untuk segmen memperluas basis nasabah pada Tabungan Haji.

Hasil wawancara nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Ahmad Yani Sidoarjo

Customer Servis pada Bank Syariah Indonesia KCP Ahmad Yani Sidoarjo menjadi peran kunci dalam membangun kepercayaan nasabah. Pengalaman Bapak Ragil (28 tahun) dan ibu Azzahra (20 tahun) menegaskan hal tersebut, mereka memilih produk tabungan haji pada Bank Syariah Indonesia KCP Ahmad Yani Sidoarjo dikarenakan Customer Servis memberikan pelayanan yang ramah, dan penyampaian terkait produk tabungan haji ini dengan jelas dan mudah dipahami. Layanan yang konsisten dan profesional seperti ini dapat mendorong *perceived trust*, yang dimana pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepercayaan secara simultan, namun kepercayaan saja tidak cukup, tetapi perlu dipadukan dengan kualitas layanan dan efektivitas optimal kepada nasabah. Kemampuan Customer Servis dalam menangani keluhan dengan cepat dan solusi yang tepat hal ini juga dapat mendorong dan menarik kepercayaan nasabah pada produk Tabungan Haji tersebut.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Sesuai hasil penelitian yang ada mengenai peran Customer Service dalam meningkatkan kepercayaan dan jumlah nasabah pada Tabungan Haji pada Bank Syariah Indonesia KCP Ahmad Yani Sidoarjo, dapat diketahui bahwa Customer Service memiliki peran strategis dalam pelayanan yang ramah, informatif, dan responsif kepada calon nasabah. Kepercayaan nasabah juga dapat meningkat seiring dengan kualitas pelayanan yang diberikan, nasabah akan merasa nyaman, aman, serta dihargai dalam hal transparansi informasi, ketepatan waktu pelayanan, serta kepatuhan pada prinsip-prinsip syariah. Jumlah nasabah Haji meningkat sebagai dampak dari pelayanan yang memuaskan, serta adanya *Word of-mouth* (promosi dari mulut ke mulut) dari nasabah yang berkontribusi serta rasa puas atas pelayanan bank. Customer Service juga berperan sebagai jembatan komunikasi antara bank dan nasabah terhadap produk Tabungan Haji dan prosedur keberangkatan haji.

Saran

Saran yang dapat saya berikan untuk Bank Syariah Indonesia KCP Ahmad Yani Sidoarjo yakni dengan terus meningkatkan kompetensi sumber daya manusia, khususnya Customer

Service, melalui pelatihan rutin agar lebih profesional dan komunikatif. Diperlukan pemanfaatan teknologi digital guna memudahkan akses informasi dan pelayanan bagi nasabah. Selain itu, perlu adanya pendekatan personal yang ramah dan empatik dan juga harus dipertahankan untuk membangun hubungan yang lebih erat dengan nasabah. Serta evaluasi layanan secara berkala yang dilakukan untuk memastikan kualitas pelayanan tetap terjaga dan sesuai dengan harapan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- V. N. Safitri and E. Widyastuti, “Peran Kepuasan Dalam Memediasi Pengaruh Customer Experience, Word Of Mouth Dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah,” *Al-bank J. Islam. Bank. Financ.*, vol. 3, no. 1, p. 71, 2023, doi: 10.31958/ab.v3i1.8133.
- I. A. I. A.- Qur, O. Ilir, and S. Selatan, “Jurnal LA RIBA Jurnal Perbankan Syari’ah Program Studi Perbankan Syari’ah PERSEPSI NASABAH TERHADAP PRODUK TABUNGAN HAJI PADA BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) KCP INDRALAYA (STUDI KASUS DI DESA SUKA PINDAH) Jurnal LA RIBA Jurnal Perbankan Syari’ah P,” vol. 6, no. 01, pp. 25–31, 2024.
- S. D. D. I. Pinrang, “Strategi Peningkatan Nasabah pada Produk Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia Cabang Pinrang,” vol. 2, no. 9, pp. 170–179, 2024.
- A. Z. N. Firdaus, S. N. Holisah, and A. Sa’adah, “Analisis Peran Customer Service Dalam Pelayanan Produk Tabungan Haji Untuk Meningkatkan Kepuasan Nasabah di PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang ...,” ... *Ekon. dan Bisnis Digit.*, vol. 01, no. 03, pp. 579–584, 2024, [Online]. Available: <https://jurnal.ittc.web.id/index.php/jebd/article/view/807%0Ahttps://jurnal.ittc.web.id/index.php/jebd/article/download/807/718>
- Bank Syariah Indonesia, “Website Bank BSI.” Accessed: Nov. 06, 2025. [Online]. Available: <https://www.bankbsi.co.id/>
- B. BSI, “Tabungan BSI: Jenis, Syarat dan Cara Membuka.” Accessed: Nov. 06, 2025. [Online]. Available: <https://cekbsi.com/tabungan-bsi/>