

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Bisnis perbankan adalah bisnis jasa yang berdasarkan kepada azas kepercayaan sehingga masalah kualitas pelayanan menjadi faktor yang sangat menentukan dalam keberhasilan usaha, Kemajuan perekonomian mempengaruhi kehidupan masyarakat. Dalam perubahan tersebut pada akhirnya mempengaruhi selera kepuasan terhadap suatu produk. Jadi, masyarakat menginginkan produk dan pelayanan berkualitas yang sesuai dengan kebutuhan mereka (Philip kotler, 2009,139).

Menurut M. Nur Rianto (2012,209-210), Produk *Electronic Channel (E-Channel)* merupakan produk layanan perbankan berbasis digital yang bisa diakses melalui komputer, laptop bahkan telepon seluler atau *Smartphone* dimanapun selama 24 jam. Produk *e-channel* terdiri dari ATM, SMS banking, *Internet Banking*, *Mobile Banking*, *Debit Online*, *Cash Management System (CMS)* dan LinkAja. Produk *Electronic Channel (E-Channel)* yang ada di Bank BTN Syariah Kendari tidak meluas seperti Bank syariah lainnya, Produk *Electronic Channel (E-Channel)* yang ada di Bank BTN Syariah Kendari terdiri dari Sms Notifikasi, ATM, *Mobile Banking*, dan *CMS (Cash Management Sistem)*. Jadi, Produk ini bisa berjalan dengan baik apabila disertai dengan kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan

masyarakat, dapat memberikan keamanan, kenyamanan dan manfaat dalam jangka panjang.

Menurut Nina Ramayanty (2013,146-148), Kualitas Pelayanan didefinisikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan. Hal-hal pokok dalam merencanakan pemberian pelayanan, yaitu: Pertama, penyusunan dan pengembangan jasa pelayanan pada pelanggan mencakup sistem, aturan, tata cara pelayanan dan keluhan agar memudahkan dalam standar pelaksanaan pelayanan serta berguna menyampaikan produk dan atau jasa perbankan. Kedua, fasilitas-fasilitas layanan (*Service Facilities*). Ketiga, yaitu peranan manajer operasional dalam membuat perencanaan dan persiapan yang teratur mengenai sistem, prosedur pelayanan, monitoring, memberikan motivasi, dan meningkatkan pengetahuan. Keempat, yaitu kemudahan memperoleh pelayanan, kejelasan informasi, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau layanan. Hemat waktu dan tenaga, harga murah dengan kualitas dan manfaat yang baik. Kelima yaitu kesediaan pribadi untuk memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada pelanggan, memberikan pelayanan dengan penuh antusias, memperbaiki dan meningkatkan kinerja pelayanan dari waktu ke waktu, pelayanan harus mampu memberikan nilai tambah, menarik, berkesan, namun tidak berlebihan, memberikan perhatian dan kepedulian kepada pelanggan, pelayanan yang telah diberikan harus selalu di evaluasi secara rutin.

Ketika pelayanan yang dirasakan atau yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dapat diapresiasi dengan baik dan memuaskan. Tetapi ketika pelayanan yang dirasakan atau yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan diapresiasi sebagai kualitas pelayanan yang ideal dan begitu sebaliknya ketika yang di rasakan atau yang diterima lebih rendah maka kualitas pelayanan dianggap kurang baik. Kualitas harus dapat memenuhi keinginan pelanggan agar dapat diapresiasi dengan baik dan memuaskan.

Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan, memuaskan nasabahnya adalah sebuah hal pokok yang tidak boleh diabaikan, yaitu dimana kepuasan nasabah merupakan aspek strategis dalam memenangkan persaingan dan mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas, sehingga pelayanan yang bermutu bagi nasabah merupakan hal yang penting. Jadi, dengan adanya perbankan syariah yang telah memasuki persaingan berskala global, itu merupakan suatu tantangan yang harus dihadapi dan di tangani oleh bank syariah untuk dapat memberikan kontribusi dalam pembangunan bangsa melalui pemberdayaan ekonomi kuat. Dengan meningkatkan kualitas layanan dalam perusahaan perbankan merupakan suatu cara yang nyata dalam memenangkan persaingan dan mempertahankan nasabah. Sehingga kepuasan nasabah dalam bidang jasa merupakan elemen penting dan menentukan dalam menumbuh kembangkan perusahaan agar tetap eksis dalam menghadapi persaingan.

Perkembangan kualitas layanan menjadi hal yang harus di perhitungkan oleh perusahaan atau organisasi. Baik dalam perusahaan yang bergerak dibidang jasa maupun perusahaan yang bergerak pada sektor industri. Seperti yang kita ketahui bahwa di era sebelum tahun 1980, faktor pelayanan nasabah atau pelanggan kurang mendapatkan perhatian dari berbagai perusahaan. Pelayanan nasabah masih dianggap sepele dan tidak dipedulikan dengan anggapan nasabah yang membutuhkan perusahaan. Seiring dengan berkembangnya perekonomian Indonesia khususnya dan global umumnya serta kemajuan pola pikir dan perilaku masyarakat, pola seperti diatas menjadi semakin ditinggalkan. Kemajuan ekonomi telah mengakibatkan tingkat persaingan menjadi semakin tinggi sehingga perusahaan yang mampu memberikan kepuasan kepada pelangganlah yang akan memperoleh simpati.

Oleh sebab itu, layanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas layanan. Sebagai pihak yang membeli dan mengkonsumsi produk/jasa, pelanggan (dan bukan produsen atau penyedia jasa) yang menilai tingkat kualitas layanan sebuah perusahaan. Tantangannya, penilaian konsumen terhadap kinerja layanan yang diterimanya bersifat subyektif, karena tergantung persepsi masing-masing individu.

Di masa pandemi Covid-19 seperti saat ini menjadi tantangan bagi perbankan untuk tetap menjaga kualitas pelayanan dengan memperhatikan protokol kesehatan yang diterapkan pertengahan bulan Maret 2020, agar perbankan tetap menjaga eksistensinya di tengah

pandemi covid-19. Oleh karena itu menjadi penting bagi perbankan termasuk Bank BTN Syariah Kendari dalam meningkatkan kualitas pelayanannya, terlebih pada produk *e-channel* yang saat ini banyak digunakan oleh nasabah. Pada masa pandemi covid-19 saat ini jumlah pengguna produk *e-channel* mengalami kenaikan, meskipun tidak ada data tertulis karena semua data pengguna langsung terinput sistem dan masuk ke pusat. Kenaikan ini terjadi karena semua nasabah yang datang ke Bank BTN Syariah Kendari mendapatkan penawaran produk-produk *e-channel*. Menurut pihak Bank BTN Syariah Kendari banyak nasabah yang tertarik dan menggunakannya, karena dapat diakses selama 24 jam oleh nasabah dan bisa meminimalisir adanya tatap muka antara nasabah dengan karyawan Bank BTN Syariah Kendari.

Namun demikian, peningkatan pengguna produk *e-channel* melalui penawaran langsung kepada nasabah tidak diimbangi dengan kualitas pelayanan yang memadai. Hal ini bisa dilihat pada objek-objek fisik seperti jumlah kursi yang terbatas, tidak ada kursi tunggu untuk nasabah yang mengantri di luar kantor, tidak digunakannya *handsanitizer* atau AC yang terkadang tidak berfungsi dan pelayanan mengenai objek-objek non fisik seringkali terkendala oleh pembaruan sistem dan jaringan yang tidak stabil, hal ini menjadi kendala bagi *customer service* dalam memberikan pelayanan produk *e-channel*, sehingga nasabah harus lama menunggu, sementara jam operasional yang sebelumnya sampai pukul 15.00 WITA sekarang hanya sampai pukul 14.00 WITA. Selain itu pemakaian masker dan *face shield*

membuat nasabah sering tidak mendengar dan memahami apa yang disampaikan oleh *customer service* karena intonasi menjadi kurang jelas. Padahal pelayanan *e-channel* tidak sebatas melalui media elektronik saja. Akan tetapi dalam pendaftaran, cara penggunaan, penyampaian keluhan kesah perlu adanya tatap muka. Untuk itu perlu adanya peningkatan pelayanan agar memberikan kenyamanan bagi penggunanya. Terkait regulasi pelayanan pada Bank BTN Syariah Kendari kurang dalam hal pematuhan protokol kesehatan yaitu tidak menggunakan *hand sanitizer*, hanya mewajibkan mencuci tangan. Hal ini tentunya juga kurang efektif dan kurang mematuhi protokol kesehatan, apalagi jika ada nasabah yang membawa anak-anak yang tidak mencuci tangan.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti melakukan penelitian tentang strategi pelayanan *e-channel* yang diterapkan di Bank BTN Syariah Kendari di masa pandemi covid-19 dengan judul yaitu “Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Produk *Electronic Channel (E-Channel)* Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Bank BTN Syariah Kendari”.

1.2. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian masalah diatas, yaitu tentang strategi peningkatan kualitas pelayanan produk *Electronic Channel (E-Channel)* pada masa pandemi covid-19 maka fokus penelitian ini pada semua layanan *Electronic Channel (E-Channel)* yang ada di Bank BTN Syariah Kendari, Produk *e-channel* terdiri dari ATM, SMS *banking*,

Internet Banking, Mobile Banking, Debit Online, Cash Management System (CMS) dan *Link Aja*, dan objek wawancara dalam penelitian ini adalah nasabah (*user*) *e-channel* yang ada di Bank BTN Syariah Kendari.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka masalah pokok yang dikemukakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana pelayanan produk *Electronic Channel (E-Channel)* yang diterapkan oleh Bank BTN Syariah Kendari sebelum pandemi Covid-19 ?
2. Bagaimana pelayanan produk *Electronic Channel (E-Channel)* yang diterapkan oleh Bank BTN Syariah Kendari pada masa pandemi Covid-19 ?
3. Bagaimana strategi peningkatan kualitas pelayanan produk *Electronic Channel (E-Channel)* Di Bank BTN Syariah Kendari pada masa pandemi Covid-19 ?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis mekanisme pelayanan produk *Electronic Channel (E-Channel)* yang diterapkan oleh Bank BTN Syariah Kendari sebelum pandemi Covid-19.

2. Untuk menganalisis mekanisme pelayanan produk *Electronic Channel (E-Channel)* yang diterapkan oleh Bank BTN Syariah Kendari pada masa pandemi Covid-19.
3. Untuk menganalisis strategi peningkatan kualitas pelayanan produk *Electronic Channel (E-Channel)* Di Bank BTN Syariah Kendari pada masa pandemi Covid-19.

1.5. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini menambah khasanah keilmuan bagi civitas akademi mengenai ilmu perbankan syariah tentang strategi pelayanan, dan sebagai suatu karya ilmiah yang dapat menuju perkembangan ilmu pengetahuan serta sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya dalam bidang peneliti yang sama.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Untuk dapat memberikan informasi atau masukan tambahan bagi Bank Syariah Indonesia dalam penerapan pelayanan pada produk *Electronic Channel (E-Channel)* menyikapi pandemi covid-19 sehingga dapat terus optimal, terutama pada peningkatan sistem serta pengembangan produk – produk *Electronic Channel (E-Channel)*. Bagi Bank BTN Syariah Kendari diharapkan dapat memberikan informasi atau masukan tambahan bagi pimpinan,

karyawan atau organisasi terkait strategi peningkatan kualitas pelayanan.

b. Bagi Peneliti

Dengan penelitian ini penulis dapat memperoleh wawasan dan pemahaman baru mengenai salah satu aspek yang urgen dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan pada produk *Electronic Channel (E-Channel)* pada masa pandemi covid-19, selain itu sebagai masukan dan pengembangan ilmu, sehingga dapat diapresiasi dan dapat dijadikan masukan bagi perusahaan dalam menghadapi berbagai masalah yang berkaitan strategi peningkatan kualitas pelayanan pada produk *Electronic Channel (E-Channel)*.

1.6. Definisi Operasional

Penulis menggunakan definisi operasional untuk menghindari terjadinya kesalahan persepsi dalam memahami maksud, maka penulis memberikan definisi operasional dari inti pembahasan.

Adapun yang menjadi definisi operasional adalah sebagai berikut :

1. Strategi adalah rencana kerja yang memaksimalkan kekuatan dengan mengaitkan secara efektif sasaran dan sumber daya organisasi untuk mencapai suatu sasaran tujuan organisasi, tujuan yang akan dicapai dalam strategi pelayanan di Bank BTN Syariah.
2. Kualitas pelayanan merupakan suatu keharusan yang harus dimiliki oleh perusahaan baik yang memproduksi barang maupun jasa pelayanan.

3. Produk *E-Channel* merupakan layanan perbankan menggunakan media elektronik, baik itu mobile banking, sms banking, internet banking, dan ATM. Dalam hal merupakan produk *E-Channel* Bank BTN Syariah.
4. Pandemi COVID-19 adalah peristiwa menyebarnya Penyakit korona virus 2019 di seluruh dunia untuk semua Negara. Penyakit ini disebabkan oleh korona virus jenis baru yang diberi nama SARS-CoV-2. Adanya pandemi ini tidak memungkinkan pelayanan face to face atau tatap muka secara langsung karena adanya pembatasan sosial, bank dituntut untuk terus memberikan pelayanan kepada nasabah maka adanya produk *E-Chanel* ini bisa memudahkan nasabah bertransaksi dari jarak jauh di masa pandemi ini.

