



Similarity Report

Metadata

Name of the organization

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Title

Dini Artikel

Author(s)

Coordinator

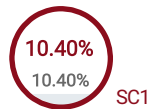
perpustakaanumsidairta

Organizational unit

Perpustakaan

Record of similarities

SCs indicate the percentage of the number of words found in other texts compared to the total number of words in the analysed document. Please note that high coefficient values do not automatically mean plagiarism. The report must be analyzed by an authorized person.



25

The phrase length for the SC2

3116

Length in words

24688

Length in characters

Alerts

In this section, you can find information regarding text modifications that may aim to temper with the analysis results. In visible to the person evaluating the content of the document on a printout or in a file, they influence the phrases compared during text analysis (by causing intended misspellings) to conceal borrowings as well as to falsify values in the Similarity Report. It should be assessed whether the modifications are intentional or not.

Characters from another alphabet	ß	0
Spreads	A →	0
Microspaces		0
Hidden characters	␣	0
Paraphrases (SmartMarks)	a	15

Active list of similarities

This list of sources below contains sources from various databases. The color of the text indicates in which source it was found. These sources and Similarity Coefficient values do not reflect direct plagiarism. It is necessary to open each source, analyze the content and correctness of the source crediting.

The 10 longest fragments

Color of the text

NO	TITLE OR SOURCE URL (DATABASE)	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
1	Competition of Mobile Banking Service Quality of Syariah Banking in the Digital Era Nurul Khomariyah, Hasan Asyari;	40 1.28%
2	Pengaruh Teknologi Digital Dalam Perkembangan Layanan Perbankan Syariah Cintya Priska, Fauzatul Laili Nisa;	30 0.96%
3	PENGARUH SELF SERVICE TECHNOLOGY TERHADAP KEPUASAN NASABAH PENGGUNA LAYANAN BANK SYARIAH INDONESIA DENGAN DIGITALISASI BAGAI VARIABEL MODERASI Siti Fatimah, Ema Ema;	29 0.93%



4	PemanfaatanTeknologidalamPerkembanganOperasionalPerbankanSyariah BayuAjiLaksono,FauzatulLailyNisa;	240.77%
5	RegulasiHukumPerbankanDalamMenghadapiTrenInovasiFintechDanKeberhasilanIndustri Perbankan di Era Society 5.0 Mar'atulKhumairok;	230.74%
6	UpayaPeningkatanKualitasUMKMMakananOlahan SelviMaiHetti;	220.71%
7	PeluangdanTantanganBankSyariahdilIndonesiaDalamMempertahankanEksistensidiEraDigital MugiyatiMugiyati,SetiawanJunetAndi;	190.61%
8	AnalisisPerkembangandanTantanganBankSyariahDalamPersainganDenganBankKonvensionaldi Pasar Keuangan Modern KrisnaReswara,FauzatulLailyNisa;	190.61%
9	https://paperity.org/p/261550298/impact-of-digital-transformation-on-the-individual-job-performance-of-insurance-companies	150.48%
10	https://repository.uinsaizu.ac.id/11484/2/Sri%20Watini_STRATEGI%20PENGEMBANGAN%20KOPERASI%20DALAM%20MENINGKATKAN%20SISA%20HASIL%20USAHA%20%28STUDI%20KASUS%20PADA%20KOPE RASI%20PEGAWAI%20REPUBLIK%20INDONESIA%20%28KPRI%29MEMPENG%20KALI GONDANG%20PURBALINGGA%29.pdf	120.39%





NO TITLE

Source:Paperity

1	PengaruhTeknologiDigitalDalamPerkembanganLayananPerbankanSyariah CintyaPriska,FauzatulLailyNisa;	47(3)1.51%
2	CompetitionofMobileBankingServiceQualityofSyariahBankinginthedigitalEra NurulKhomariyah,HasanAsyari;	40(1)1.28%
3	PENGARUHSELF-SERVICE-TECHNOLOGY TERHADAP KEPUASAN NASABAH PENGGUNA LAYANAN BANK SYARIAH INDONESIA DENGAN DIGITALISASI SEBAGAI VARIABEL MODERASI SitiFatimah,EmaEma;	35(2)1.12%
4	PemanfaatanTeknologidalamPerkembanganOperasionalPerbankanSyariah BayuAjiLaksono,FauzatulLailyNisa;	24(1)0.77%
5	RegulasiHukumPerbankanDalamMenghadapiTrenInovasiFintechDanKeberhasilanIndustri PerbankandiEraSociety5.0 Mar'atulKhumairok;	23(1)0.74%
6	UpayaPeningkatanKualitasUMKMMakananOlahan SelviMaiHetti;	22(1)0.71%
7	AnalisisPerkembangandanTantanganBankSyariahDalamPersainganDenganBankKonvensional PasarKeuanganModern KrisnaReswara,FauzatulLailyNisa;	19(1)0.61%
8	PeluangdanTantanganBankSyariahdidiIndonesiaDalamMempertahankanEksistensidiEraDigital MugiyatiMugiyati,SetiawanJunetAndi;	19(1)0.61%
9	PrinsipAdilDanKemaslahatanPadaBagiHasilAkadMu??rabahDiBankSyariah DedeMaryadi,ArifKhaM.Dawud,UmiKhusnulKhotimah;	6(1)0.19%



NO TITLE

NUMBEROFIDENTICALWORDS(FRAGMENTS)



NO	TITLE	NUMBEROFIDENTICALWORDS(FRAGMENTS)
----	-------	-----------------------------------

NO	SOURCEURL	NUMBEROFIDENTICALWORDS(FRAGMENTS)
1	https://irje.org/irje/article/view/1007	27(3)0.87%
2	https://paperity.org/p/261550298/impact-of-digital-transformation-on-the-individual-job-performance-of-insurance-companies	15(1)0.48%
3	http://papers.iafor.org/wp-content/uploads/conference-proceedings/ACE/ACE2011_proceedings.pdf	12(2)0.39%
4	http://repository.iainbengkulu.ac.id/10370/1/ANDRE.pdf	12(1)0.39%
5	https://repository.uinsaizu.ac.id/11484/2/Sri%20Watini_STRATEGI%20PENGEMBANGAN%20KOPERAS%20DALAM%20MENINGKATKAN%20SISA%20HASIL%20USAHA%20%28STUDI%20KASUS%20PAD%20KOPERASI%20PEGAWAI%20REPUBLIK%20INDONESIA%20%28KPRI%29MEMPENG%20KALI%20GONDANG%20PURBALINGGA%29.pdf	12(1)0.39%
6	https://jiemar.org/index.php/jiemar/article/view/162	11(1)0.35%

Listofacceptedfragments(noacceptedfragments)

NO	CONTENTS	NUMBEROFIDENTICALWORDS(FRAGMENTS)
----	----------	-----------------------------------

ABSTRACT

This study examines customer service's role in enhancing customer satisfaction within Shariabankinginthedigitalera,usingBankSyariahIndonesia(BSI)SepanjangWonocoloBranchasacase study. Amid rapid technological advancements and the digitalisation of banking services, customer service has become increasingly vital in maintaining service quality and fostering strong customer relationships. Aqualitativeapproachwasemployed,utilisingobservations,in-depthinterviews,and document analysis to collect data. Thefindings reveal thatcustomer service personnel at BSI Sepanjang Wonocolo provide transactional assistance and information, actively educate customers on digital banking tools, respond promptly to complaints, and maintain effective and personalised communication. These efforts have been shown to improve customer satisfaction and loyalty significantly. Therefore,optimisinganadaptivecustomerserviceinlinewithdigitaldevelopments is essential for sustaining customer trust in the transformational landscape of Sharia banking. Keywords:CustomerService, CustomerSatisfaction, ShariaBanking, Digitalisation, BSI

ABSTRAK

Penelitianinibertujuanuntukmengetahuiperancustomerservicedalammeningkatkankepuasan nasabah pada perbankan syariah di era digitalisasi, dengan studi kasus di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Sepanjang Wonocolo. Di tengah perkembangan teknologi dan digitalisasi layananperbankan,perancustomerservicemenjadisemakinpentingdalammenjagakualitaslayanan serta menciptakan hubungan secara tepat terhadap nasabah. Maetode penelitian yang dimanfaatkan merupakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data seperti observasi, wawancara, serta dokumentasi. hasil penelitian membuktikan mengenai customer service di BSI Sepanjang Wonocolo tidak hanya memberikan pelayanan informasi dan bantuan transaksi, tetapi juga berperan aktif dalam edukasi digital kepada nasabah, merespons keluhan secara cepat, serta menjaga komunikasi yang efektif dan personal. Peran ini terbukti memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatankepuasandanloyalitasnasabah. Dengandemikian, optimalisasiperancustomerservice yang adaptif terhadap perkembangan digital menjadi kunci dalam mempertahankan kepercayaan nasabah di era transformasi digital perbankan syariah.

KataKunci:CustomerService, KepuasanNasabah, PerbankanSyariah, Digitalisasi, BSI

PENDAHULUAN
Teknologi digital yang berkembang sudah menunjukkan perubahan signifikanpadasejumlahidang, mencakupsektorkeuangan. Digitalisasiyangsemakin pesat memberikantantangandanpeluangbagiindustriperbankan, termasukperbankan syariah. Perbankansyariah, denganberjalanberlandaskanprinsip-prinsipsyariah, menghadapi tantangan untuk bersaing dengan perbankan konvensional yang semakin inovatif dalam menyediakan layanan berbasis digital (Tartila, 2022). Di

zaman modern saat ini fungsi perbankan untuk meningkatkan perekonomian sebuah negara sangat besar di tengah persaingan secara semakin ketat ini, perbankan syariah perlu mampu menarik dan mempertahankan nasabah dengan memanfaatkan teknologi digital tanpa meninggalkan prinsip-prinsip syariah yang menjadi dasar operasionalnya (Suganda, 2023).

Perbankan syariah memiliki potensi pasar yang besar. Meskipun demikian, perbankan syariah masih relatif kecil jika dibanding terhadap perbankan konvensional. Bentuk alasan utama merupakan kurangnya adopsi teknologi yang efisien serta inovasi layanan yang dapat memenuhi kebutuhan nasabah di era digital.

Banyak nasabah, terutama generasi milenial dan Gen Z, lebih memilih layanan perbankan yang cepat, mudah diakses, dan terintegrasi dengan ekosistem digital, seperti mobile banking, e-wallet dan lainnya. Mengingat realita perkembangan bank syariah di Indonesia pada masa lalu, sehingga penguatan daya saing bank syariah perlu dilakukan secepatnya, dengan obyek tiff harus diketahui mengenai bank syariah masih kalah bersaing daripada untuk bank konvensional, dengan demikian untuk mencapai keunggulan kompetitif di sektor perbankan nasional diperlukan strategi bersaing yang tepat. Bank sebagai suatu badan usaha dengan melaksanakan aktifitas funding serta lending, merupakan menghimpun dana dari masyarakat berupa simpanan tabungan dan selanjutnya bank disalurkan kembali untuk masyarakat berupa pembiayaan (Marimin and Romdhoni 2017). Akan tetapi bank syariah pada konteks ini merupakan menjalankan sistem dalam ekonomi Islam serta sesuai prinsip syariah yang telah ditentukan dari Al-Qur'an serta al-Hadist juga memanfaatkan transaksi secara tidak melanggar ketentuan agama Islam diantaranya terdapat sesuai secara haram, riba, gharar, maysir maupun lainnya. (A'yun n.d.)

Bank dapat dengan mudah didefinisikan menjadi lembaga keuangan yang usahanya mengumpulkan dana masyarakat berupa tabungan serta mengembalikannya untuk masyarakat berupa pinjaman, juga menyediakan jasa perbankan lainnya seperti pengiriman uang. Digitalisasi tidak hanya mengubah cara nasabah berinteraksi dengan bank, tetapi juga mengubah ekspektasi mereka terhadap layanan yang ditawarkan. Kecepatan, kemudahan, keamanan, dan aksesibilitas menjadi faktor penting dalam memilih layanan keuangan. Perbankan syariah dihadapkan pada tantangan untuk menyediakan layanan digital yang sejalan terhadap prinsip-prinsip syariah.

Tidak hanya itu, literasi keuangan syariah yang masih rendah di masyarakat, serta persepsi bahwa perbankan syariah kurang inovatif dan modern, menjadi hambatan tersendiri. Oleh karena itu, perbankan syariah perlu mengedepankan strategi yang mampu meningkatkan literasi keuangan syariah, sambil terus berinovasi dalam mengembangkan produk dan layanan digital yang dapat bersaing dipasar. Kekuatan bersaing sangat penting untuk keberhasilan maupun kegagalan perusahaan pada industri tertentu, apabila bank syariah terus beroperasi secara tidak kompetitif dan tidak mendukung pembangunan ekonomi negara, maka keberadaannya akan terancam oleh semakin ketatnya persaingan di sektor perbankan. Perkembangan serta keadaan persaingan sekarang ini menunjukkan dibutuhkan program akselerasi sehingga bank syariah bisa mencapai ketertinggalan bank konvensional. Dengan demikian, penting untuk memahami bagaimana perbankan syariah dapat mengatasi tantangan tersebut melalui penerapan digitalisasi yang tepat, agar mampu menarik lebih banyak nasabah dan memperluas. Perbankan syariah harus mampu mengintegrasikan prinsip-prinsip syariah dengan teknologi digital yang terus berkembang agar dapat bersaing dalam industri keuangan yang semakin kompetitif (Pratama, 2022).

Urgensi untuk mengeksplorasi peran digitalisasi dalam memperkuat daya

saing perbankan syariah serta strategi yang dapat dilakukan untuk menarik nasabah di era yang didominasi oleh teknologi. Keberadaan bank syariah ditujukan mampu memberikan dampak untuk keberadaan sistem ekonomi syariah. Terdapatnya perbankan ditujukan mampu menunjukkan alternatif kepada masyarakat untuk menggunakan jasa perbankan dengan masih didominasi dari sistem suku bunga. Serta menjalankan bisnis memerlukan pengembangan strategi untuk mencapai tujuan. Ketika perusahaan menerapkan strateginya, mereka perlu memantau hasil perkembangan baru di lingkungan internal dan eksternal. Strategi mengacu pada sumber daya dan kondisi pribadi yang memberikan keuntungan terbesar untuk memenangkan daya saing pasar (Pratama, 2022).

Strategi sebagai rencana dalam memperoleh tujuan perusahaan, seperti tujuan jangka panjang, prioritas alokasi sumber daya, maupun program tindak lanjut.



Kegiatan penjualan mengacu terhadap kegiatan yang berkaitan dengan penjual jasa dan produk dengan tujuan untuk meningkatkan keuntungan. Mendefinisikan kedua pengertian tersebut, kita dapat mengatakan mengenai strategi bisnis merupakan strategi dalam memperoleh visi serta misi sebuah perusahaan atau manajemennya untuk menghadapi persaingan. Dengan demikian dalam menghadapi persaingan global di bidang perbankan di perlukan peran aktif dalam pengelolaan manajemen keuangan serta diminati para nasabah. Persaingan secara ketat mengharuskan perusahaan dalam terus melakukan inovasi untuk menghasilkan produk yang sekiranya disukai pelanggan. Tanpa adanya inovasi produk sebuah perusahaan mampu tenggelam pada persaingan terhadap berbagai produk lain yang semakin melengkapi pasar. Pada sisi lain pihak konsumen juga semakin kritis dengan apa yang mereka peroleh serta keinginan pada sebuah produk. Apabila pada akhirnya tidak sejalan terhadap keinginan pelanggan, perusahaan tidak sekedar kehilangan kepercayaan pelanggan saja namun juga berpeluang untuk kehilangan pelanggan potensial. Pelanggan secara puas mampu tetap melaksanakan pembelian akan tetapi pelanggan secara kurang puas mampu menghentikan pembelian produk terkait serta terdapat kemungkinan mampu membongkar berita tersebut dengan orang lain. (A. J. R. N. d., 8) Oleh karena itu kami tertarik dalam pembuatan proposal ini dengan judul peran perbankan syariah menghadapi persaingan dalam menarik nasabah di era digitalisasi BSI Sepanjang Wonocolo.

METODE PENELITIAN

Untuk penelitian ini penulis memanfaatkan pendekatan penelitian kualitatif melalui pendekatan studi kasus. Penelitian studi kasus sebagai penelitian yang ingin mendapatkan gambaran dengan menyeluruh tentang obyek penelitian tentang peran perbankan syariah menghadapi persaingan dalam menarik nasabah di era digitalisasi di BSI Sepanjang Wonocolo. Kami akan menggunakan Teknik pengumpulan data primer dan sekunder. Data primer kami peroleh melalui wawancara secara mendalam bersama sejumlah pihak yang berhubungan pada penelitian ini diantaranya manajer BSI, satpam BSI dan pegawai BSI.

Penelitian ini berusaha mencari informasi tentang peran perbankan Syariah menghadapi persaingan dalam menarik nasabah di era digitalisasi BSI Sepanjang, jadi dalam melaksanakan penelitian ini peneliti harus melaksanakan penelitian dengan langsung di BSI Sepanjang, dengan demikian peneliti menentukan memanfaatkan metode kualitatif. Metode kualitatif ini sebagai metode penelitian yang mana metode tersebut dimanfaatkan dalam penelitian keadaannya objek, dengan demikian peneliti menjadi instrument penting teknik pengumpulan data bersifat kualitatif dikarenakan untuk penelitian ini terdapat tujuan dalam mendeskripsikan menganalisis objek penelitian. Pendekatan untuk penelitian ini memanfaatkan studi kasus. Studi kasus sebagai penelitian sebuah kasus maupun kejadian tertentu yang terdapat pada masyarakat yang dilaksanakan dengan detail dalam rangka mempelajari latar belakang kondisi juga kejadian yang berlangsung. Hal tersebut dilaksanakan dengan tujuan sehingga penelitian yang diteliti mampu fokus. Lokasi penelitian BSI Sepanjang Wonocolo Sidoarjo.

Sumber Data

Dalam penelitian ini jenis penelitian memanfaatkan penelitian lapangan, adalah penelitian lapangan dilaksanakan dari kehidupan secara sebenarnya. Dalam mendapatkan informasi untuk penelitian ini memanfaatkan data sebagai berikut: Pertama, data primer. Untuk penelitian ini penulis data diperoleh melalui metode wawancara untuk pegawai serta nasabah. Wawancara dilaksanakan dengan langsung yang dilaksanakan dari peneliti untuk responden maupun narasumber. Data ini ini sebagai data utama yang terdapat dengan tujuan dalam memperoleh informasi. Hal ini terdapat tujuan dalam mengukur tingkat kesejahteraan menurut indikator maqasid syariah.

Kedua, data sekunder. Tidak hanya pada data primer, pelengkap maupun menjadi pendukung untuk penelitian ini penulis juga memanfaatkan data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari berbagai sumber diantaranya sumber internal serta sumber eksternal. Untuk penelitian ini penulis memperoleh data sekunder yang didapat dari berbagai dokumen yang terdapat pada lembaga dengan berhubungan terhadap penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Untuk penelitian ini penulis memanfaatkan berbagai metode pengumpulan data dalam memperoleh data. Terdapat teknik pengumpulan data yaitu, pertama adalah observasi. Untuk penelitian ini memanfaatkan observasi partisipatif merupakan meneliti terkait kehidupan sehari-hari bersama informan. Sebelum menjalankan observasi peneliti telah menetapkan berbagai aspek yang akan diteliti seperti mengenai apapun yang dilaksanakan pada tahapan observasi.

Kedua, wawancara. Pelaksanaannya dalam penelitian ini yaitu memanfaatkan wawancara terstruktur, seperti penulis sudah menyiapkan sejumlah pertanyaan tertulis. Didalam penelitian ini penulis melakukan wawancara pada 3 pegawai BSI Sepanjang. Salah satunya yang pertama bagian manajer, yang kedua satpam, dan

yang ketiga kepala kantor cabang.

Ketiga, dokumentasi. Dokumentasi ini bisa berupa tulisan maupun foto, dalam dokumentasi ini yang dikumpulkan adalah kondisi BSI sedang melayani nasabah yang sedang datang dan dokumentasi saat sedang melakukan wawancara.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah penelitian kualitatif yang dilakukan berbagai tahapan selama penelitian berjalan. Teknik analisis data dilakukan untuk penelitian ini merupakan teknik analisis data ketikadilakukan langsung dengan aktivitas berupa data reduksi, penyaji data serta kesimpulan. HASIL

DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Peran Perbankan Syariah Menghadapi Persaingan Dalam Menarik Nasabah di Era Digitalisasi Perbankan syariah, termasuk Bank Syariah Indonesia (BSI), terus beradaptasi dalam menghadapi persaingan di era digitalisasi. Berikut adalah hasil dan peran utama perbankan syariah dalam menarik nasabah dan bertahan di tengah persaingan ketat dengan bank konvensional serta fintech:

Pertama, hasil dari transformasi digital perbankan syariah. Berbagai strategi digital telah menghasilkan dampak positif bagi perbankan syariah: Pertama, peningkatan jumlah nasabah. Digitalisasi layanan telah membuat akses perbankan syariah lebih mudah, sehingga nasabah meningkat. Misalnya dengan menggunakan BSI Mobile yang menawarkan berbagai fitur transaksi, investasi, hingga zakat online. Kedua, pertumbuhan aset dan dana pihak ketiga (DPK). Melalui digitalisasi, banyak nasabah baru tertarik membuka rekening secara online. Aset perbankan syariah di Indonesia terus tumbuh, dengan peningkatan tabungan berbasis syariah. Ketiga, efisiensi operasional dan inovasi produk. Bank Syariah lebih efisien dalam layanan karena pengurangan transaksi manual. Munculnya produk inovatif seperti BSI Hasanah Card (kartu pembiayaan syariah tanpa riba) dan cicil emas online. Keempat, peran perbankan syariah dalam menarik nasabah di era digital. Digitalisasi Layanan Perbankan Syariah Penggunaan BSI Mobile, Internet Banking, dan QRIS memudahkan transaksi digital. Pembukaan rekening dengan online tanpa perlu menuju kantor cabang. Kolaborasi dengan fintech dalam layanan keuangan berbasis syariah.

Kelima, edukasi dan literasi keuangan syariah. Bank syariah aktif melakukan kampanye literasi digital dan syariah melalui media sosial, webinar, dan komunitas. Meningkatkan kesadaran masyarakat tentang manfaat sistem syariah yang bebas riba.

Keenam, penguatan keamanan dan kepercayaan nasabah. Menggunakan

teknologi keamanan tinggi seperti biometrik, enkripsi data, dan AI dalam deteksi fraud. Meningkatkan transparansi melalui laporan keuangan berbasis syariah yang lebih adil.

Ketujuh, kolaborasi dengan e-commerce dan startup fintech syariah. BSI dan bank syariah lainnya bermitra dengan marketplace seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak untuk metode pembayaran syariah. Menyediakan pembiayaan digital untuk UMKM berbasis syariah. Perbankan syariah juga telah menunjukkan hasil positif dalam meningkatkan jumlah nasabah, aset, dan efisiensi operasional berkat digitalisasi. Dengan inovasi digital, edukasi keuangan syariah, serta keamanan transaksi yang kuat, bank syariah semakin kompetitif dalam menghadapi persaingan dan menarik lebih banyak nasabah di era digital ini.

Perkembangan Data Nasabah Bulanan

Bank Syariah Indonesia (BSI) telah mengalami pertumbuhan signifikan dalam jumlah nasabah seiring dengan transformasi digital yang dilakukan. Berikut adalah data terkait jumlah nasabah BSI sebelum dan sesudah era digitalisasi.

Gambar 1. Perkembangan Data Nasabah Bulanan BSI

Sebelum transformasi digital yang masif, data spesifik mengenai jumlah nasabah BSI tidak tersedia secara publik. Namun, secara umum, perbankan syariah di Indonesia memiliki jumlah nasabah yang lebih sedikit dibandingkan dengan bank konvensional. Setelah implementasi digitalisasi, BSI mencatat peningkatan jumlah nasabah yang signifikan Tahun 2022: BSI memiliki 17.797.506 nasabah. Juni 2024 Jumlah nasabah meningkat menjadi lebih dari 20 juta, dengan rata-rata



pertumbuhan sekitar 2 juta nasabah setiap tahunnya. Transformasi digital yang dilakukan BSI, seperti pengembangan aplikasi BSI Mobile, telah berkontribusi besar dalam peningkatan jumlah nasabah. Per Juni 2024, BSI Mobile memiliki 7,12 juta pengguna, meningkat 33,9% secara tahunan. Sekitar 97,9% nasabah BSI telah menggunakan layanan digital untuk melakukan transaksi keuangan, dan 94,4% pembukaan rekening dilakukan dengan online melalui BSI Mobile. Peningkatan jumlah nasabah ini mencerminkan keberhasilan BSI dalam mengadopsi teknologi

digital untuk meningkatkan aksesibilitas dan kenyamanan layanan perbankan syariah bagi masyarakat Indonesia.

Pada Gambar 1, pertumbuhan jumlah nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) sebelum sertasetelah digitalisasi. Grafik ini menunjukkan peningkatan signifikan dari sekitar 15 juta nasabah sebelum digitalisasi, menjadi 17,8 juta pada 2022, dan lebih dari 20 juta pada 2024.

Peran Customer Service Dalam Menarik Nasabah di Era Digital

Setidaknya terdapat lima peran utama dari customer service dalam menarik nasabah di era digital. Pertama, mengedukasi masyarakat tentang layanan digital BSI.

Pegawai aktif melakukan sosialisasi dan edukasi mengenai layanan digital seperti BSI Mobile, Internet Banking, dan QRIS. Mereka memandu nasabah dalam mengunduh, mendaftar, dan menggunakan aplikasi perbankan digital. Mengadakan seminar/webinar keuangan syariah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat. Kedua, meningkatkan customer experience. Pegawai dicabang membantu proses onboarding nasabah baru secara cepat dan mudah. Memberikan pelayanan responsif melalui call center, chat support, dan media sosial. Memberikan solusi finansial berbasis syariah yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.

Ketiga, mempromosikan produk digital BSI. Menggunakan media sosial, WhatsApp, dan email marketing untuk mempromosikan produk seperti BSI Tabungan Digital, BSI Hasanah Card, dan Investasi Emas Syariah. Berkolaborasi dengan e-commerce, fintech syariah, dan merchant digital untuk meningkatkan transaksi berbasis syariah. Mengajak nasabah untuk menggunakan pembukaan rekening online dan fitur transaksi cashless.

Keempat, mengoptimalkan data dan teknologi AI untuk personalisasi layanan.

Pegawai bekerja sama dengan tim teknologi untuk menganalisis data nasabah dan menawarkan produk yang paling sesuai. Menggunakan AI chatbot dan CRM (Customer Relationship Management) untuk menjangkau nasabah dengan penawaran yang lebih personal. Memantau tren transaksi nasabah dan memberikan rekomendasi investasi atau tabungan berbasis syariah.

Kelima, membangun kepercayaan dan keamanan digital. Pegawai mensosialisasikan keamanan transaksi digital untuk mencegah penipuan. Aktif memberikan edukasi mengenai cara menjaga keamanan akun perbankan digital. Mengedepankan nilai-nilai syariah dan transparansi agar nasabah merasa nyaman dengan layanan digital. Dengan kombinasi edukasi, pelayanan prima, promosi digital, teknologi AI, dan keamanan transaksi, pegawai BSI memiliki peran besar untuk menarik serta mempertahankan nasabah di era digital ini. Mereka tidak sekedar menjadi penyedia layanan, namun juga menjadi advisor finansial berbasis syariah yang membantu masyarakat mengelola keuangan dengan lebih baik. dan juga sekarang layanan BSI Mobile berkembang menggantikan aplikasi BYMON BY BSI yang dimana bertujuan agar mempermudah nasabah untuk bertransaksi, lebih mudah di akses dan terintegrasi dengan ekosistem digitalisasi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, peran customer service di BSI Kantor Cabang Sepanjang Wonocolo terbukti krusial dalam meningkatkan kepuasan nasabah perbankan syariah di era digitalisasi. Pertama, kemampuan customer service dalam memberikan edukasi dan pendampingan penggunaan kanal digital—diantaranya internet banking serta mobile banking—membantu nasabah merasa lebih percaya diri dan nyaman dalam memanfaatkan layanan. Kedua, respons cepat terhadap keluhan dan permintaan informasi memperkuat persepsi nasabah bahwa bank peduli dan dapat diandalkan, sehingga menumbuhkan loyalitas. Ketiga, pendekatan komunikasi yang personal dan empatik membuat nasabah merasa dihargai, memperkuat hubungan emosional yang mendukung kepuasan jangka panjang. Dengan demikian, optimalisasi fungsi customer service harus mencakup pelatihan rutin teknologi digital, standar pelayanan responsif, serta penguatan soft skill interpersonal. Investasi berkelanjutan dalam pengembangan kompetensi tersebut tidak hanya mendorong kepuasan, tetapi juga menjadi keunggulan kompetitif BSI di tengah persaingan industri perbankan syariah.

Kedepannya, penelitian lebih lanjut dapat mengkaji dampak integrasi kecerdasan buatan (AI)

dalam proses customer service untuk meningkatkan efisiensi sekaligus tetap menjaga sentuhan personal.

DAFTAR PUSTAKA

Pratama, A. W. (2022). **Strategi Perbankan Syariah Menghadapi Persaingan Dalam Menarik Nasabah (Bank Maslahat Kota Bengkulu)**. IAIN Bengkulu.

Suganda, R. (2023). **Analisis Terhadap Peluang Dan Tantangan Perbankan Syariah Pada Era Digital**. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 677–683. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i1.7792>

Tartila, M. (2022). **Strategi Industri Perbankan Syariah dalam Menghadapi Era Digital**. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 3310–3316. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie>

Garbo, A., & Latifah, H. R. (2024). **Optimasi Pelayanan Nasabah Bank Syariah**

Indonesia Melalui Penggunaan Kecerdasan Buatan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(204), 846–862.

Irsyad, F. R., Siregar, F. A., Marbun, J., & Hasyim. (2024). **pengaruh digitalisasi perbankan syariah terhadap prediksi mahasiswa uin sultan maulana**

hasanuddin bantendalam memilih layanan perbankan. *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, 2(2), 1–18.

Parapat, E., Pebriansya, A., & Prayogo, L. (2024). **Transformasi Digital dalam Sistem Informasi Perbankan Syariah: Masa Depan Keuangan yang Berkelanjutan**. *Jurnal Sistem Informasi Dan Ilmu Komputer*, 2(1), 49–60.

<https://doi.org/10.59581/jusiik-widyakarya.v2i1.2205>

A'yun, I., & Putri, S. D. A. (2022). **Peran Digitalisasi dan Informasi Terhadap Kinerja Perbankan Syariah dalam Perspektif Society 5.0 Di Perekonomian di Indonesia**. *JIB: Jurnal Perbankan Syariah*, 02(1), 1–10.

Utama, A. S. (2021). **Digitalisasi Produk Bank Konvensional Dan Bank Syariah**. *Jurnal Justisia: Jurnal Ilmu Hukum, Perundang-Undangan Dan Pranata Sosial*, 6(2), 113. <https://doi.org/10.22373/justisia.v6i2.11532>

Supriatin, N., & Aulia, D. (2022). **Pengaruh Aset Perusahaan dan Legitimasi Organisasi Terhadap Kinerja Keuangan dengan Digitalisasi Sebagai Variabel Moderasi Pada Lembaga Perbankan di Indonesia**. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 1(1), 319–329. <https://doi.org/10.58344/jmi.v1i1.30>

Meilani, A., & Sugiarti, D. (2022). **Analisis Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia**. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2501. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6586>

Fatimah, S. (2024). **Nasabah Pengguna Layanan Bank Syariah Indonesia**. 7(2), 74–88.

Gultom, M. S. D., & Rokan, M. K. (2022). **Problematika Perbankan Syariah:**

Solusi dan Strategi Digitalisasi dalam Meningkatkan Kualitas Produk dan Layanan Perbankan di Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan. *ALEXANDRIA*

(Journal of Economics, Business, & Entrepreneurship), 3(1), 14–20.

<https://doi.org/10.29303/alexandria.v3i1.175>

Muliani, S., Samri, Y., Nasution, J., Lathief, M., & Nasution, I. (2023). **SEIKO: Journal of Management & Business Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan Dalam Menarik**

Minat Nasabah Menggunakan Produk Tabungan IB Hijrah di Bank

Muamalat KCP Stabat. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 389–408.

Winasis, S., & Riyanto, S. (2020). **Digital Transformation in the Indonesian Banking Industry: Impact on Employee Work Stress**.

IQTISHADIA: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah, 7(1), 55–64. <http://ejournal.iainmadura.ac.id/index.php/iqtishadia>

Amarta, Priska Cintya dan Nisa Fauzatul Laily. 2024. **Pengaruh Teknologi Digital Dalam Perkembangan Layanan Perbankan Syariah**. *Jurnal Ilmiah Research and Development Student (JIS) Vol.2, No3*, Page: 134-145

