

MENGOPTIMALKAN KEPUASAN NASABAH MELALUI STRATEGI PELAYANAN DAN INOVASI PRODUK DI BANK

Oleh:

Meri Febri Sha Fitri¹
Muhammad Iqbal Fasa²
Is Susanto³

Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung
Alamat: JL. Endro Suratmin, Sukarame, Kec. Sukarame, Kota Bandar Lampung,
Lampung (35131).

Korespondensi Penulis: meriifebri030204@gmail.com

***Abstract.** The purpose of this research is to create customer satisfaction in banks by applying creative service and product approaches. In this study, the author uses a qualitative approach. In banking in increasingly competitive financial institutions, customer happiness is an important consideration. Customer satisfaction is proven to be significantly influenced by high-quality product and service innovation. These findings show that when the ability to work in the implementation of product innovation and the service strategy provided is in accordance with the expectations of eating, customers will feel, be happy and satisfied and vice versa. The results of the study show that improving the service strategy for banking can improve the customer experience. In addition, it has been shown that creating innovative concepts for products leads to higher client satisfaction. Through innovative product development and good service strategies, this research advises banks to keep up with shifting consumer demand and trends. Therefore, banks must always be innovative and adapt in order to satisfy customers and ultimately win customer loyalty.*

Keywords: *Customer Satisfaction, Service Strategy, Product Innovation.*

MENGOPTIMALKAN KEPUASAN NASABAH MELALUI STRATEGI PELAYANAN DAN INOVASI PRODUK DI BANK

Abstrak. Tujuan dilakukannya penelitian ini guna menciptakan suatu kepuasan nasabah pada bank dengan menerapkan pendekatan layanan dan produk yang kreatif. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kualitatif. Dalam perbankan yang ada pada lembaga keuangan yang semakin kompetitif, kebahagiaan nasabah menjadi pertimbangan penting. Kepuasan nasabah terbukti dipengaruhi secara signifikan oleh inovasi produk dan layanan berkualitas tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa ketika kemampuan kerja dalam penerapan inovasi produk dan strategi pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan maka nasabah akan merasa, bahagia dan puas dan sebaliknya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meningkatkan strategi layanan untuk pada perbankan dapat meningkatkan pengalaman nasabah. Selain itu, telah ditunjukkan bahwa menciptakan konsep inovatif untuk produk mengarah pada kepuasan klien yang lebih tinggi. Melalui pengembangan produk yang inovatif dan strategi layanan yang baik, penelitian ini menyarankan bank untuk mengikuti pergeseran permintaan dan tren konsumen. Oleh karena itu, bank harus selalu inovatif dan beradaptasi agar dapat memuaskan nasabah dan pada akhirnya memenangkan kesetiaan nasabah.

Kata Kunci: Kepuasan Nasabah, Strategi Pelayanan, Inovasi Produk.

LATAR BELAKANG

Zaman modern ini keperluan nasabah meluap disebabkan karena daya cipta yang terjadi begitu tinggi. Penerapan daya cipta diperusahaan menyebabkan kultur nasabah berubah dan menjadikan nasabah bingung karena ada nya banyak macam pilihan ketika menggunakan produk atau jasa. Menurut Dr. Indrawan Nugroho “sekarang ini orang tidak butuh motivasi, bahkan mereka sudah lengah dikarenakan banyaknya motivator yang menyerang mereka. Keperluan mereka juga berubah, sekarang orang mencari jalan keluar konkrit dari masalah yang mereka alami” (Nugroho, 2022). Pernyataan tersebut mengungkapkan bahwa seorang pengusaha, pengusaha harus dapat menentukan arah kebutuhan yang diperlukan seorang nasabah.

Salah satu jenis lembaga keuangan yaitu perbankan, lembaga keuangan ini diharapkan mampu memberikan rasa puas kepada nasabah. Salah satu komponen penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah yaitu dengan meningkatkan strategi serta inovasi produk. Kepuasan nasabah merupakan tingkat dimana nasabah atau konsumen menyatakan selisih antara kinerja yang telah dilaksanakan dan diinginkan. Adanya kepuasan nasabah

mampu memberikan kelebihan yaitu berupa manfaat, diantaranya relasi perusahaan dengan relasi nasabah menjadi baik, kesan yang bagus pada awal pertemuan, dan menjadi rekomendasi gratis dari nasabah ke nasabah lain yang tentunya membuat perusahaan (Dimas Realino et al., 2023).

Hingga sekarang kepuasan nasabah merupakan fokus utama oleh hampir semua pihak, pelaku bisnis, nasabah dan sebagainya. Hal tersebut mengakibatkan pemikiran nasabah terkait konsep kepuasan nasabah dalam meraih kemenangan persaingan menjadi positif (Rogers et al., 2021). Dalam meningkatkan kepuasan nasabah, strategi layanan sangat penting karena bank, sebagai penyedia jasa keuangan, sangat bergantung pada nasabah atau konsumen yang menggunakan layanan mereka. Karena nasabah yang harus selalu menerima layanan terbaik dari bank, merupakan bagian integral dari fungsi bank dalam kehidupan masyarakat.

Menurut Viera Valencia & Garcia Giraldo, (2019), inovasi adalah sesuatu hal baru yang tercipta dan diperuntukan bagi nasabah dengan upaya model bisnis berkelanjutan mendukung semua proses yang ada. Diharapkan perbankan mempelajari ide yang telah terkemukakan oleh pesaing yang sudah ada dari dulu. Oleh karena itu, kepuasan nasabah sebagian besar dapat dikaitkan dengan pengembangan produk baru yang unggul, produk yang dilakukan secara inovatif, serta penyediaan strategi layanan terbaik kepada nasabah. Untuk mengatasi dan memenuhi setiap kebutuhan dan kepuasan setiap nasabah, bank perlu terus meningkatkan pelayanan guna mempertahankan kepuasan nasabah dan bersaing di pasar yang semakin ketat.

KAJIAN TEORITIS

Kepuasan Nasabah

Kepuasan (*satisfaction*) adalah merasa puas; merasa gembira; mengalami kelegaan, kesenangan, kepuasan, dan sebagainya. Kepuasan merupakan kelegaan seseorang setelah menggunakan produk atau layanan, hal tersebut dapat dianggap sebagai kepuasan. Sedangkan nasabah diartikan sebagai pihak yang memakai jasa perusahaan, nasabah sebagai pihak yang mendapatkan manfaat dari kegiatan yang ada di perusahaan tersebut (James et al., 2020).

Selain itu kepuasan nasabah atau ketidakpuasan nasabah juga dapat diartikan sebagai perbandingan antara ekspektasi yang diinginkan nasabah dengan persepsi yang

MENGOPTIMALKAN KEPUASAN NASABAH MELALUI STRATEGI PELAYANAN DAN INOVASI PRODUK DI BANK

terjadi. Menurut Kotler et al, (2021) kepuasan nasabah adalah suatu hal gembira atau perasaan tidak senang yang terjadi setelah mencocokkan antara hal yang diinginkan terhadap pekerjaan yang diharapkan. Nasabah akan merasa puas saat kinerja perusahaan yang diberikan sesuai yang diharapkan (Maulidiah et al., 2023).

Kepuasan nasabah adalah ketika nasabah memberikan tanggapan atas hal evaluasi yang sudah terjadi, apakah sudah sesuai atau belum. Ketika kemampuan kerja tidak seperti yang diharapkan, nasabah merasa sedih dan tidak puas. Sedangkan kemampuan kerja sesuai yang diinginkan nasabah akan merasa puas. Sedangkan bila kinerja melebihi yang diinginkan nasabah juga akan merasa gembira dan puas. Harapan nasabah terbentuk disebabkan kemauan terdahulu, kritik positif dari orang lain dan hal positif lainnya terkait pemasaran. Nasabah yang merasa kemampuan kerja yang diberikan sudah sesuai yang diharapkan, mereka cenderung setia dalam jangka waktu yang cukup lama, tak terlalu banyak menawar dan memberikan penilaian positif kepada perusahaan (Samiudin, 2024).

Dari definisi yang sudah dijelaskan, maka ditarik kesimpulan kepuasan nasabah merupakan hal positif yang dirasakan dan diikuti dengan perilaku nasabah setelah terjadi sesuatu dalam penggunaan produk maupun jasa yang ada pada perusahaan.

Strategi Pelayanan

Strategi yang dinyatakan oleh penemuan terdahulu yang berada didalam bukunya memiliki beberapa jenis terkait strategi pelayanan. Strategi atau dalam bahasa Yunani *strategos* merupakan campuran antara *stratos* dan *ego* (pemimpin). Dalam penerapan strategi, strategi memiliki fokus utama dan memiliki skema dalam mencapai hal yang ingin dituju (Akay et al., 2021).

Sedangkan pelayanan diartikan sebagai langkah-langkah dalam melakukan aktivitas melalui langkah-langkah *real* (Maniza, et al., 2022). Menurut Wibowati, (2021) pelayanan adalah aktivitas yang terjadi dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan dari pihak lain. Pelayanan yang baik akan memberi kepuasan terhadap nasabah yang menerimanya (Sari et al., 2021).

Strategi pelayanan mendasar dapat dilakukan dengan cara:

1. Bersikap ramah tamah

Bagi pegawai baik teller maupun customer service serta semua orang yang bekerja dalam perusahaan harus melayani nasabah dengan sikap yang

ramah tamah supaya nasabah merasa nyaman ketika menjalankan aktifitasnya (Gofur et al., 2023).

2. Komunikatif

Karyawan harus mempunyai keahlian dalam komunikasi, karna bidang ini berhadapan langsung dengan nasabah (Gofur et al., 2023).

3. Memberikan timbang rasa

Timbang rasa dalam melakukan pelayanan kepada seorang frontliner adalah suatu perbuatan atau sikap dimana mereka diharuskan untuk memahami serta merasakan apa yang dirasakan seorang nasabah pada masalah yang dialaminya saat itu. Hal ini dianggap sangat penting namun dalam melakukan pelayanan karna nasabah akan merasa nyaman dan seolah sedang berdialog dengan orang yang menaruh perhatian lebih padanya, sehingga nasabah merasa bahagia ketika pelayanan yang diberikan sesuai dengan apa yang diharapkan (Gofur et al., 2023).

4. Penggunaan Bahasa

Dalam melakukan komunikasi seorang karyawan harus menggunakan bahasa yang mudah dimengerti sehingga hal tersebut mampu memberikan kenyamanan kepada calon nasabah, penggunaan bahasa yang baik ini meliputi beberapa hal seperti intonasi berbicara yang tidak terkesan kaku, kosa kata, bahasa tubuh, dan tata krama (Gofur et al., 2023).

Inovasi Produk

Inovasi dalam bahasa berasal dari kata *innovation*, yang berarti perubahan dan kelahiran kembali. Sementara itu, jika kata kerjanya adalah *innovo*, itu berarti mengubah atau memperbarui. Inovasi didefinisikan sebagai perkembangan baru yang akan menghasilkan kemajuan. Akibatnya, inovasi didefinisikan sebagai sesuatu yang diperkenalkan dengan cara atau pendekatan baru yang diimplementasikan dari input ke output dan menghasilkan perubahan yang terlihat jelas di bidang sosial dan ekonomi (Kholifah et al., 2023).

Secara umum, inovasi adalah proses pengembangan produk baru dan titik di mana siapa pun yang menerima sesuatu yang baru melakukannya (Elitan Anatan, 2019). Inovasi produk, menurut Setiadi (2020), adalah proses pengembangan barang baru yang

MENGOPTIMALKAN KEPUASAN NASABAH MELALUI STRATEGI PELAYANAN DAN INOVASI PRODUK DI BANK

memenuhi permintaan dan preferensi konsumen untuk menghasilkan permintaan terhadap produk yang diantisipasi akan ditentukan oleh keputusan pembelian. Inovasi, menurut Grecia & Puspitowati (2022), adalah kapasitas untuk melihat segala sesuatu dari perspektif segar atau baru (berpikir di luar kotak). Menurut Lorensa dan Hidayah (2022), inovasi adalah sarana untuk mempraktikkan ide dan produk baru.

Kualitas produk, menurut Yusuf dan Putra, merupakan komponen kunci dari diferensiasi produk yang dapat membantu bisnis membangun keunggulan dibandingkan pemasok saingan mereka dan menumbuhkan loyalitas merek (Rukaiyah, 2020).

Kompatibilitas antara proses dan lingkungan pendukung sangat penting untuk keberhasilan inovasi produk. Selain itu, inovasi harus diimplementasikan secara konsisten dan tidak sporadis agar berhasil (Elitan & Anatan, 2019). Prasetyo (2020) mendefinisikan inovasi produk sebagai konsep baru yang menarik yang dapat diciptakan. Inovasi sengaja digunakan untuk pertumbuhan dan taktik yang menarik. Inovasi perlu diproduksi dan digunakan secara terus menerus agar dapat bersaing dengan bisnis lain.

Pelanggan lebih tertarik dan memilih produk perusahaan karena banyaknya produk baru yang ditawarkannya dalam berbagai jenis produk, yang mendongkrak kinerja bisnis (Muhammad, Rida, & Etty, 2020).

METODE PENELITIAN

Pada penelitian penulis menggunakan kajian pustaka dan *library research* menggunakan pendekatan deskriptif, hal tersebut merupakan hal yang berkaitan dengan kualitatif. Tujuan metode kualitatif untuk memahami objek yang diteliti secara lebih jauh. Penulis menggunakan tela'ah literatur (*literature riview*) dan artikel penelitian (*research article*) dari jurnal, situs web, dan pemberitahuan online untuk mempelajari lebih lanjut tentang masalah yang sedang diselidiki dan untuk membuat penilaian dan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kepuasan muncul ketika nasabah membandingkan kinerja produk dengan harapan mereka. Jika kemampuan kerja yang dihasilkan tak sesuai ekspetasi nasabah maka akan merasa tidak puas, sebaliknya kemampuan kerja sesua ekspetasi nasabah akan merasa puas.

Terdapat dua komponen utama yang berkontribusi dalam mengoptimalkan kepuasan nasabah diantaranya:

1. Strategi pelayanan: strategi pelayanan yang baik dan ramah dilakukan secara efektif dapat membuat nasabah merasa dihargai.
2. Inovasi produk: kepuasan terhadap produk-produk baru. Masyarakat menganggap dengan adanya inovasi dapat mempermudah transaksi dan memberi rasa aman maupun nyaman.

Temuan ini menunjukkan bahwa strategi dalam melakukan pelayanan merupakan hal khusus dan menjadi kunci utama dalam menciptakan kepuasan nasabah, sejalan dengan teori bahwa kepuasan nasabah merupakan hasil yang diperoleh dari evaluasi nasabah terhadap kinerja layanan.

Inovasi produk juga terbukti penting, karna dengan adanya inovasi produk maupun layanan yang ada beragam, sehingga menumbuhkan minat bakat nasabah terhadap suatu hal.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Secara keseluruhan, kepuasan nasabah dipengaruhi oleh berbagai faktor mulai dari strategi pelayanan hingga produk inovatif. Memahami faktor-faktor ini serta dengan menerapkan strategi pelayanan yang efektif akan membantu perusahaan dalam meningkatkan kepuasan nasabah.

Saran

Penelitian selanjutnya dapat lebih mendalami peran teknologi dalam mengoptimalkan kepuasan nasabah melalui strategi pelayanan dan inovasi produk, terutama dengan memperhatikan perkembangan digital banking dan artificial intelligence (AI). Selain itu, studi lanjutan bisa difokuskan pada segmentasi nasabah berdasarkan demografi dan preferensi untuk mengeksplorasi pendekatan pelayanan yang lebih personal dan produk yang lebih disesuaikan. Analisis komparatif antar bank atau di berbagai wilayah juga dapat memberikan wawasan lebih mendalam tentang praktik terbaik dalam strategi pelayanan dan inovasi produk yang berkontribusi signifikan terhadap kepuasan nasabah.

MENGOPTIMALKAN KEPUASAN NASABAH MELALUI STRATEGI PELAYANAN DAN INOVASI PRODUK DI BANK

DAFTAR REFERENSI

- Akay, R., Kaawoan, J. E., & Pangemanan, F. N. (2021). Strategi Camat Dalam Meningkatkan Perangkat Desa di Bidang Teknologi Informaso di Kecamatan Ratahan Timur Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Governance*, 1(2), 1–8.
- Anderson, J., & Hidayah, N. (2023). Pengaruh Kreativitas Produk, Inovasi Produk, dan Kualitas Produk terhadap Kinerja UKM. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(1), 185–194.
- Dimas Realino, Valeria Eldyn Gula, & Sofiana Jelita. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. *Lokawati : Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 1(4), 68–81.
- Ellitan, L., & Anatan, L. (2020). Achieving business continuity in Industrial 4.0 and Society 5.0. *International Journal of Trend in Scientific Research and Development (IJTSRD)*, 4(2), 235-239.
- Gofur, H., Ibnudin, I., Syathori, A., & Himmawan, D. (2023). Strategi Pelayanan Prima Frontliner Pada Bank Syariah Indonesia KCP Indramayu Jatibarang. *JSEF: Journal of Sharia Economics and Finance*, 3(2), 60–70.
- Grecia, R. E., & Puspitowati, I. (2022). Pengaruh Fokus Pelanggan, Respon Pelanggan, Proaktif, Inovasi dan Pengambilan Resiko terhadap Kinerja UKM. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(3), 712-720.
- James W, Elston D, T. J. et al. (2020.). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Banking. *Andrew's Disease of the Skin Clinical Dermatology.*, 8, 15–40.
- Kholifah, N., Subakti, H., Saputro, A. N. C., Nurtanto, M., Ardiana, D. P. Y., Simarmata, J., & Chamidah, D. (2021). Inovasi pendidikan. Yayasan Kita Menulis.
- Kotler, P., Keller, K. L., Ang. S. H., Tan, C. T., & Leong, S. M. (2021). Marketing management: an Asian perspective.
- Lorensa, E., & Hidayah, N. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Orientasi Pasar Dan Media Sosial Terhadap Kinerja UMKM Fashion. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4 (3), 739-748
- Maniza, L. H., Sudarta, S., & Wirastomo, H. (2023). Analisis Kinerja Karyawan Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Kepada Konsumen Yang Membeli Produk

- Sepeda Motor Merk Honda Di Pt. Astra Motor Cabang Mataram 2022. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 7(1), 802-814.
- Maulidiah, E. P., Survival, S., & Budiantono, B. (2023). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kualitas Pelayanan Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Economina*, 2(3), 727–737.
- Muhammad, T., Rida, P., & Ety, G. (2020). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk Dan Penggunaan Sistem Akuntansi Terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Akuntansi, Perpajakan Dan Auditing*.
- Nugroho, I. (2022, July). Youtube.Com. Retrieved from Youtube.Com: <https://youtu.be/S7pMpznouo>.
- Prasetyo, T. D., & Mursito, B. (2020). Keputusan Pembelian E-Commerce Shopee Ditinjau Dari Website Quality, Inovasi Produk, dan Electronic Word of Mouth (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta). *Edunomika*, 4(2).
- Rukaiyah, S. (2020). Effect Of Product Quality and Product Value on Customer Loyalty: Empirical Study on Seaweed SME. *Point Of View Research Management*, 1(4), 144-153.
- Samiudin, A. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Bsi Mobile. *Al-Qashdu : Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 4(1), 29.
- Sari, D. M., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2021). Manfaat Dan Risiko Penggunaan Layanan Perbankan Melalui Aplikasi Mobile Banking. *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 12(2), 170. Sudarta. (2022) *16(1)*, 1–23.
- Viera Valencia, L. F., & Garcia Giraldo, D. (2019). Definisi Inovasi. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2, Hlm. 12-13.
- Wibowati, J. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Muarakati Baru Satu Palembang. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 15–31.