



Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Kuala Tungkal

Mohan Tridipa Syamta¹, Ridhwan², Yusuf Zaini Aprizal³

^{1,2,3} Universitas Jambi, Indonesia

*Corresponding author, email; mohanjelahye@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history:

Received Juni 2026

Revised Juni 2026

Accepted Juni 2026

Available online

<http://journal.uaindonesia.ac.id/index.php/JSE>

Keywords:

Service Quality, Complaint Handling, Customer Loyalty

Turabian style in citing this article: [citation Heading]

Mohan Tridipa Syamta, Ridhwan, Yusuf Zaini Aprizal " Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Kuala Tungkal" *Journal of Sharia Economics* 8, No. 1 June: 2026

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality and complaint handling on customer loyalty at Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Kuala Tungkal. The research is motivated by the increasing level of competition in the banking industry, where these two variables are considered the main factors that distinguish one bank from another in maintaining customer loyalty. This study employs a quantitative approach using multiple linear regression analysis with IBM SPSS version 25. The sample consisted of 100 respondents who are customers of BSI KCP Kuala Tungkal. The results show that service quality ($t = 0.986 < 1.984$) has no significant effect on customer loyalty, while complaint handling ($t = 8.653 > 1.984$) has a significant positive effect. Simultaneously, service quality and complaint handling together have a significant effect on customer loyalty ($F = 62.017 > 1.984$). Thus, fast, fair, and empathetic complaint handling becomes the dominant factor in building customer loyalty at BSI KCP Kuala Tungkal.

2026 Journal of Sharia Economics with CC BY SA license.

Pendahuluan

Perkembangan industri perbankan syariah di Indonesia dalam dua dekade terakhir mengalami pertumbuhan yang signifikan. Perbankan syariah hadir sebagai alternatif sistem keuangan yang mengedepankan prinsip keadilan, kemitraan, dan keberkahan dalam transaksi. Kehadiran bank syariah diharapkan tidak hanya menjadi penyedia layanan keuangan, tetapi juga menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi nasional yang berlandaskan nilai-nilai Islam. Salah satu bentuk nyata dari perkembangan tersebut adalah lahirnya Bank Syariah Indonesia (BSI) pada tahun 2021, hasil penggabungan tiga bank syariah milik Badan Usaha Milik Negara (BUMN),

yakni Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah. Penggabungan ini dimaksudkan untuk memperkuat daya saing perbankan syariah Indonesia di tingkat global dan menjadikan BSI sebagai bank syariah terbesar di tanah air.

Seiring meningkatnya persaingan antar lembaga keuangan, baik konvensional maupun syariah, loyalitas nasabah menjadi faktor strategis yang menentukan keberlanjutan usaha. Dalam konteks perbankan syariah, loyalitas nasabah tidak hanya berkaitan dengan aspek fungsional seperti kecepatan layanan, kemudahan transaksi, dan inovasi produk, tetapi juga mencakup aspek emosional dan spiritual seperti kepercayaan terhadap prinsip syariah dan integritas lembaga. Menurut Griffin (2007), loyalitas pelanggan merupakan komitmen yang mendalam untuk terus menggunakan produk atau jasa secara konsisten di masa mendatang, bahkan ketika terdapat alternatif yang menarik. Bagi perbankan syariah, loyalitas nasabah menjadi aset penting karena membentuk hubungan jangka panjang yang didasari oleh kepercayaan (*trust*) dan nilai keagamaan. Salah satu faktor yang memengaruhi loyalitas nasabah adalah **kualitas layanan (service quality)**. Kualitas layanan mencerminkan sejauh mana jasa yang diberikan bank mampu memenuhi atau melampaui harapan nasabah. Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) menyebutkan lima dimensi utama kualitas layanan, yaitu *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati). Dalam konteks perbankan syariah, dimensi ini perlu diperluas dengan kepatuhan terhadap prinsip syariah (*Sharia compliance*). Bank yang memberikan layanan dengan standar tinggi dan sesuai nilai Islam akan mampu membangun persepsi positif di mata nasabah. Namun, kualitas layanan tidak selalu menjadi jaminan utama terbentuknya loyalitas, karena nasabah juga mempertimbangkan bagaimana bank menangani permasalahan atau keluhan yang mereka alami.

Faktor kedua yang tidak kalah penting adalah **penanganan keluhan (complaint handling)**. Dalam industri jasa seperti perbankan, keluhan merupakan hal yang tidak dapat dihindari. Keluhan muncul ketika layanan yang diterima tidak sesuai dengan ekspektasi nasabah. Tjiptono (2008) menyatakan bahwa penanganan

keluhan yang efektif tidak hanya berfungsi sebagai solusi terhadap masalah, tetapi juga sebagai kesempatan bagi perusahaan untuk memperbaiki hubungan dan memperkuat kepercayaan pelanggan. Dalam perspektif Islam, konsep ini sejalan dengan nilai-nilai *'adl* (keadilan), *ihsan* (berbuat baik), dan *amanah* (kepercayaan). Bank yang mampu menangani keluhan dengan cepat, adil, dan penuh empati mencerminkan implementasi nilai-nilai tersebut dalam praktik bisnisnya. Sebaliknya, penanganan keluhan yang lambat dan tidak transparan dapat menimbulkan ketidakpuasan dan menurunkan loyalitas nasabah.

Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Kuala Tungkal menjadi salah satu cabang yang menarik untuk dikaji karena wilayah ini memiliki masyarakat dengan mayoritas penduduk Muslim dan tingkat pertumbuhan nasabah yang tinggi. Berdasarkan data internal BSI KCP Kuala Tungkal, jumlah nasabah mengalami peningkatan dari 18.499 nasabah pada April 2024 menjadi 20.305 nasabah pada Januari 2025. Peningkatan ini menunjukkan tingginya minat masyarakat terhadap layanan keuangan syariah. Namun, di sisi lain, masih ditemukan beberapa keluhan terkait keterlambatan layanan, keterbatasan mesin ATM, serta lambatnya proses penanganan masalah nasabah di aplikasi BSI Mobile. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa peningkatan jumlah nasabah tidak selalu sejalan dengan peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Beberapa penelitian sebelumnya juga menyoroti pentingnya kualitas layanan dan penanganan keluhan dalam membangun loyalitas nasabah. Mustofa (2016) menemukan bahwa kualitas layanan dan penanganan keluhan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Muamalat Gorontalo. Penelitian serupa dilakukan oleh Wahyudi (2019) di BPRS Tanmiya Artha Kediri yang menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Dengan demikian, dapat diasumsikan bahwa peningkatan kualitas layanan dan pengelolaan keluhan yang baik merupakan strategi penting dalam menjaga loyalitas nasabah perbankan syariah.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis **pengaruh kualitas layanan dan penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Kuala Tungkal.**

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat teoritis dan praktis. Secara teoritis, hasil penelitian dapat memperkaya literatur mengenai perilaku nasabah dalam konteks perbankan syariah, khususnya dalam memahami faktor-faktor yang membentuk loyalitas. Secara praktis, penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi manajemen BSI KCP Kuala Tungkal dalam merancang strategi peningkatan layanan dan penanganan keluhan berbasis nilai-nilai syariah agar tercipta kepuasan dan loyalitas jangka panjang. Dengan pengelolaan yang baik, BSI tidak hanya berfungsi sebagai lembaga keuangan, tetapi juga sebagai lembaga dakwah ekonomi yang memberikan manfaat bagi masyarakat luas sesuai prinsip *rahmatan lil 'alamin*.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode analisis regresi linear berganda. Populasi penelitian meliputi 17.966 nasabah BSI KCP Kuala Tungkal. Sampel diambil dengan metode simple random sampling menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh 100 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner berbasis skala Likert (1–4). Variabel penelitian meliputi kualitas layanan (X1), penanganan keluhan (X2), dan loyalitas nasabah (Y). Analisis data dilakukan dengan IBM SPSS 25, melalui uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, uji T, uji F, dan koefisien determinasi (R^2).

Hasil dan Diskusi

Hasil penelitian ini memberikan gambaran bahwa **penanganan keluhan** memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap **loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Kuala Tungkal**, dibandingkan dengan **kualitas layanan**.

Gambar 1. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R Square (R^2)
Kualitas Layanan	0.20
Penanganan Keluhan	0.42
Kombinasi X1 dan X2	0.62

Hal ini terlihat dari nilai koefisien determinasi (R^2) pada Tabel 1 yang menunjukkan kontribusi sebesar **0,62 (62%)** dari kedua variabel bebas terhadap loyalitas nasabah. Artinya, sebesar 62% variasi loyalitas nasabah dapat dijelaskan oleh kualitas layanan dan penanganan keluhan, sedangkan 38% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model, seperti kepercayaan terhadap prinsip syariah, reputasi bank, serta pengalaman digital banking.

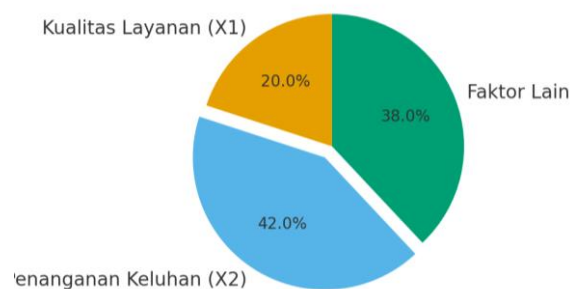
Interpretasi Hasil Berdasarkan Tabel 1

Sebagaimana disajikan dalam **Tabel 1**, variabel **kualitas layanan (X1)** memiliki nilai R^2 parsial sebesar **0,20**, sedangkan **penanganan keluhan (X2)** mencapai **0,42**. Ini menunjukkan bahwa kontribusi penanganan keluhan hampir dua kali lebih besar daripada kualitas layanan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa upaya BSI dalam memperbaiki dan menanggapi keluhan nasabah secara cepat, empatik, dan transparan lebih berpengaruh terhadap terbentuknya loyalitas dibandingkan hanya meningkatkan aspek pelayanan umum seperti keramahan petugas atau kenyamanan fasilitas.

Nilai R^2 sebesar 0,62 juga termasuk dalam kategori tinggi untuk penelitian sosial-ekonomi, menandakan bahwa model regresi yang digunakan memiliki kemampuan yang baik dalam menjelaskan hubungan antarvariabel. Hasil ini sejalan dengan penelitian Mustofa (2016) dan Wahyudi (2019) yang menemukan bahwa penanganan keluhan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada bank syariah. Hal ini memperkuat temuan bahwa nasabah lebih menghargai kemampuan bank dalam menyelesaikan masalah dibandingkan sekadar memberikan pelayanan yang baik sejak awal.

Interpretasi Gambar 1 (Pie Chart)

Pengaruh Variabel terhadap Loyalitas Nasab



Gambar 1. Proposi Pengaruh Variabel terhadap Loyalitas Nasabah

Gambar 1 menggambarkan distribusi kontribusi masing-masing variabel terhadap loyalitas nasabah. Penanganan keluhan memberikan pengaruh terbesar, yaitu 42%, sedangkan kualitas layanan berkontribusi sebesar 20%. Sementara itu, faktor lain seperti reputasi bank, kepercayaan terhadap prinsip syariah, dan pengalaman digital banking berkontribusi sebesar 38%. Hal ini menegaskan bahwa penanganan keluhan yang baik menjadi faktor dominan dalam meningkatkan loyalitas nasabah di BSI KCP Kuala Tungkal.

Dominasi penanganan keluhan ini dapat dijelaskan secara konseptual melalui teori *service recovery paradox*, yaitu fenomena di mana pelanggan yang mengalami masalah tetapi memperoleh penyelesaian yang cepat dan memuaskan justru memiliki tingkat loyalitas yang lebih tinggi dibanding pelanggan yang tidak pernah mengalami masalah sama sekali (Hart, Heskett, & Sasser, 1990). Dalam konteks perbankan syariah, hal ini berarti nasabah yang merasakan adanya perhatian dan tanggapan empatik dari bank akan merasa lebih dihargai, sehingga memperkuat hubungan emosional dan spiritual antara nasabah dan lembaga keuangan syariah tersebut.

Selain itu, hasil pada Gambar 1 juga mencerminkan bahwa faktor-faktor lain seperti **reputasi bank**, **kepercayaan terhadap nilai-nilai Islam**, serta **pengalaman digital banking (BSI Mobile)** masih memiliki porsi pengaruh yang cukup besar (38%). Ini mengindikasikan perlunya pendekatan yang lebih komprehensif dalam membangun loyalitas, tidak hanya melalui peningkatan layanan dan sistem keluhan, tetapi juga melalui penguatan citra syariah dan inovasi digital.

Analisis Kritis dan Implikasi Manajerial

Hasil penelitian ini mengandung implikasi penting bagi strategi manajemen BSI. Pertama, meskipun kualitas layanan tetap menjadi fondasi penting, bank perlu memberikan perhatian khusus terhadap mekanisme penanganan keluhan. Sistem pengaduan nasabah perlu dibuat lebih efisien dengan prosedur yang cepat, akses mudah (melalui aplikasi, telepon, atau tatap muka), serta tindak lanjut yang dapat dipantau oleh nasabah secara transparan.

Kedua, pelatihan sumber daya manusia menjadi faktor kunci. Pegawai bank harus dilatih untuk bersikap empatik, komunikatif, dan solutif dalam menghadapi

keluhan. Penanganan yang lambat atau tidak profesional dapat merusak citra bank dan mengurangi kepercayaan nasabah. Oleh karena itu, BSI perlu menginternalisasi nilai-nilai *'adl* (keadilan), *ihsan*(berbuat baik), dan *amanah* (dapat dipercaya) dalam setiap interaksi pelayanan, termasuk saat menangani keluhan.

Ketiga, dari perspektif *Islamic Relationship Marketing*, loyalitas nasabah bukan hanya hasil dari kepuasan transaksional, tetapi juga dari *emotional bonding* yang terjalin berdasarkan nilai keagamaan. Nasabah yang merasa dihargai dan dilayani dengan niat baik (*niyyah*) akan memiliki keterikatan batin yang lebih kuat kepada lembaga keuangan syariah. Dengan demikian, peningkatan loyalitas tidak hanya dicapai melalui rasionalitas bisnis, tetapi juga melalui spiritualitas pelayanan.

Keterkaitan dengan Teori dan Penelitian Sebelumnya

Hasil ini memperkuat teori dari Griffin (2007) dan Kotler & Keller (2016) yang menyatakan bahwa loyalitas pelanggan terbentuk dari kombinasi kepuasan, kepercayaan, dan pengalaman positif. Dalam konteks perbankan syariah, dimensi *trust* (kepercayaan) memiliki makna yang lebih dalam karena berkaitan dengan keyakinan terhadap kepatuhan syariah. Penelitian oleh Widnyana & Suamanayasa (2021) juga menegaskan bahwa kepuasan nasabah berperan sebagai variabel mediasi antara kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah. Hal ini berarti peningkatan kualitas pelayanan harus diikuti oleh kemampuan bank dalam menciptakan pengalaman yang memuaskan, terutama saat menangani masalah nasabah.

Secara keseluruhan, baik Tabel 1 maupun Gambar 1 menunjukkan hubungan yang konsisten antara hasil empiris dan teori yang digunakan. Penanganan keluhan yang efektif tidak hanya meningkatkan loyalitas nasabah secara fungsional, tetapi juga membangun reputasi dan kepercayaan jangka panjang. Oleh karena itu, BSI KCP Kuala Tungkal disarankan untuk menjadikan *complaint handling* sebagai fokus utama strategi peningkatan layanan di masa mendatang, sekaligus memperkuat citra bank sebagai lembaga keuangan syariah yang profesional dan berkeadilan.

Kesimpulan

Kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah BSI KCP Kuala Tungkal. Penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Secara simultan, kualitas layanan dan penanganan keluhan

berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, dengan penanganan keluhan sebagai faktor paling dominan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2014). Manajemen Pemasaran dalam Perspektif Islam.
- Afrida, R., et al. (2020). Loyalitas Nasabah Bank Syariah.
- Arikunto, S. (2012). Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Rineka Cipta.
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: UNDIP.
- Griffin, J. (2007). Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It.
- Hafizh, A., Rahma, T. I. F., & Jannah, N. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kemudahan terhadap Loyalitas Nasabah Mobile Banking BSI.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th Ed.). Pearson Education.
- Mustofa. (2016). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Bank Syariah.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Susanti, N., et al. (2022). Analisis Kualitas Layanan Syariah (CARTER Model).
- Tjiptono, F. (2008). Service Management: Mewujudkan Layanan Prima.
- Wahyudi, R. H. (2019). Pengaruh Penanganan Keluhan dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah BPRS Tanmiya Artha Kediri.
- Widnyana, W., & Suamanayasa, N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi.