RESPONS PENGGUNA TWITTER TERHADAP KUALITAS LAYANAN BANK SYARIAH INDONESIA

SKRIPSI

Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :

ROSALIANA SARI
NIM. 18.52.31.114

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA
2022

RESPONS PENGGUNA TWITTER TERHADAP KUALITAS LAYANAN BANK SYARIAH INDONESIA

SKRIPSI

Diajukan Kepada

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Mas Said Surakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :

ROSALIANA SARI

NIM. 18.52.31.114

Surakarta. 12 Oktober 2022

Disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing Skripsi :

Mokhamad Zainal Anwar, S.H.I.,M.S.I.

NIP. 19801130 201503 1 003

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA	: ROSALIANA SARI
NIM	: 18.52.31.114
PROGRAM STUDI	: PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS	: EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul **"RESPONS PENGGUNA TWITTER TERHADAP KUALITAS LAYANAN BANK SYARIAH INDONESIA ".**

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila di kemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Surakarta, 17 Oktober 2022

METERAI TEMPEL

Rosaliana Sari

SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA	: ROSALIANA SARI
NIM	: 18.52.31.114
PROGRAM STUDI	: PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS	: EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul **"RESPONS PENGGUNA TWITTER TERHADAP KUALITAS LAYANAN BANK SYARIAH INDONESIA ".**

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan mengambil data. Apabila di kemudian hari diketahui bahwa skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Surakarta, 17 Agustus 2022

Rosaliana Sari

Mokhamad Zainal Anwar, S.H.I.,M.S.I.
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS
Hal : Skripsi
Sdr : Rosaliana Sari

Kepada Yang Terhormat
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mas Said Surakarta
Di Surakarta

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudari Rosaliana Sari NIM.18.52.31.114 yang berjudul :

"RESPONS PENGGUNA TWITTER TERHADAP KUALITAS LAYANAN BANK SYARIAH INDONESIA "

Sudah dapat dimunaqasahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarja Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Perbankan Syariah.
Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqasahkan dalam waktu dekat.

Dengan, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Surakarta, 12 Oktober 2022
Dosen Pembimbing Skripsi

Mokhamad Zainal Anwar, S.H.I.,M.S.I.
NIP. 19801130 201503 1 003

PENGESAHAN

RESPONS PENGGUNA TWITTER TERHADAP KUALITAS LAYANAN BANK SYARIAH INDONESIA

Oleh:

ROSALIANA SARI
NIM. 18.52.31.114

Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosah
Pada hari Selasa tanggal 08 November 2022 M / 13 Rabiul Akhir 1444 H dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji :

Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)
Helmi Haris, S.H.I., M.S.I
NIP. 19810228 200801 1 005

Penguji II
Supriyanto, S.Ud, M.Ud
NIP. 19860306 201503 1 005

Penguji III
Yulfan Arif Nurrohman, S.E., M.M
NIK. 19860613 201701 1 177

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

Dr. Mufahmawan Arifin, M.Si
NIP. 19720304 200112 1 004

MOTTO

Percayalah, Allah tidak pernah menakdirkan sesuatu yang buruk untukmu. Sesungguhnya Dia (Allah) sangat baik kepadaku. - QS. Maryam: 47

Believe in something bigger than yourself and find your purpose in life. - Justin Bieber

Dalam sprint 100 meter, semua orang memiliki titik awal yang berbeda. Tapi kau tidak tahu siapa yang akan finish lebih dahulu. Bukan "Aku ingin finish lebih dahulu" tapi "Aku ingin finish". Tidak ada alasan untuk tiba dengan cepat. Selama kau tidak jatuh dan pingsan, kau hanya perlu menyelesaikannya. - Park Seo-Joon

PERSEMBAHAN

Alhamdullilahi rabbil aalamin dengan penuh rasa syukur atas Rahmat dan nikmat sehat dari Allah SWT saya persembahkan skripsi ini kepada kedua orang tuaku tercinta Bapak Sri Yanto dan Ibu Lamiyem, yang tiada henti selalu memberikan do'a dan limpahan kasih sayang yang tak ternilai.

Terimakasih Bapak dan Ibu telah menjadi orang tua yang hebat bagi saya. Selalu bersedia merangkul saya, memberi saya banyak dukungan dalam berbagai bentuk serta selalu mempercayai semua yang saya lakukan selama ini. Saya mencintai kalian.

Terimakasih kepada dosen pembimbing skripsi Bapak Mokhamad Zainal Anwar, S.H.I, M.SI. yang telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan nasihat dalam membantu menyelesaikan tugas akhir ini.

Terimakasih untuk Kakak-kakaku dan Adik-adikku yang juga selalu mendoakan dan menyayangi saya.

Terimakasih kepada diri saya sendiri, yang telah bertahan dan berjuang hingga saat ini sampai waktu perkuliahan selesai.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Respons Pengguna Twitter Terhadap Pelayanan Prima Bank Syariah Indonesia dalam Jaringan Percakapan #banksyariahindonesia". Skripsi ini disusun guna memenuhi syarat dalam menyelesaikan Studi Jenjang Strata I (SI) pada Program Studi Perbankan Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri raden Mas Said Surakarta. Mustahil tentunya dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari adanya hambatan dan kekurangan. Berkat dukungan, bantuan, bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak, sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini. Oleh karena hal tersebut, dengan segala kerendahan hati penulis bermaksud untuk mengucapkan terimakasih yang tulus kepada :

1. Prof. Dr. Mudhofir, S.Ag.,M.Pd, selaku Rektor Universitas Negeri Islam Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. M. Rahmawan Arifin, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Budi Sukardi, S.E.I, M.S.I selaku Ketua Jurusan Studi Perbankan Syariah.
4. Rais Sani Muharrami, S.E.I., M.E.I selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah.
5. M. Zainal Anwar, S.H.I.,M.S.I. selaku dosen Pembimbing, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya untuk waktu, motivasi, bimbingan dan nasihat selama penulisan skripsi ini.
6. Taufiq Wijaya, S.H.I, M.S.I Selaku Dosen Pembimbing Akademik.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.

8. Kedua orang tuaku tercinta Bapak Sri Yanto dan Ibu Lamiyem, kakakku Sarah dan Rayhan, adikku Sendi dan Annisa, semua keluarga besarku yang telah memberikan dukungan dalam bentuk moril dan materil, semangat, do'a serta kasih sayang yang tak terhingga.
9. Informan Sulistyanto, Andi Laksono, Rifhani Attaya dan Sofia Nur yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mendukung terselesaikannya penelitian ini.
10. Sahabat-sahabatku dan teman-temanku Perbankan Syariah C angkatan 2018, DEMA FEBI Kabinet Adi Karsa yang telah memberikan pengalaman dan rasa semangat dalam menempuh studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta.
11. Sahabat-sahabat kosku tersayang Azza Mayda dan Siti Hariani yang telah bersama-sama saling memberikan support dan do'a dari awal maba hingga akhir masa studi di UIN Raden Mas Said Surakarta.
12. Semua orang yang namanya tidak sempat saya sebutkan, terimakasih karena telah bersedia ada selama proses penulisan tugas akhir ini.

Kepada semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya, semoga Allah SWT membalas semua jasa dan kebaikan kepada semuanya. Amin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 12 Oktober 2022

Penulis

ABSTRACT

This research is motivated by the growing use of social media as a place for customers to connect directly with a banking company. In connection with this, a banking company is required to continue to improve optimal services in providing services to its customers. This effort is carried out to provide services in the form of up-to-date information, complaint facilities and handle customer complaints quickly and responsively. This study aims to determine customer responses to the quality of service provided by Bank Syariah Indonesia on the Twitter platform. These responses can be used as a reference for companies to improve and improve the quality of banking services in order to meet the expectations and needs of customers.

This research method uses a qualitative approach with descriptive methods, by placing 4 Twitter users, especially those who are customers of Bank Syariah Indonesia as the object of research. The data collection method in this study used semi-structured interviews and documentation. The stages of data analysis include data collection, data reduction and drawing conclusions based on the results of the discussion.

The research results related to the response of twitter users to the excellent service of Bank Syariah Indonesia refers to 5 indicators of e-service quality which include: Direct Evidence (Tangible) – System Quality *(System Quality), Reliability (Reliability), Responsiveness (Responsiveness), Assurance (Security) and Empathy (Empathy) - (Convenience). It can be concluded that most of the customers who became informants in this study gave the same response, namely a good or positive response, and 1 (one) of each indicator of Direct Avidence (Tangible)* – System Quality *(System Quality) and Reliability (Reliability). Likewise, customer responses to the overall quality of service provided by Bank Syariah Indonesia received a positive response from 2 informants with information on the services provided exceeding their expectations and 2 informants responding simply with information on the services provided being the same as their expectations.*

Keywords: Response, E-Service Quality, Twitter

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin berkembangnya penggunaan media sosial sebagai tempat bagi para nasabah untuk terhubung secara langsung dengan suatu perusahaan perbankan. Sehubungan dengan hal tersebut suatu perusahaaan perbankan dituntut untuk terus meningkatkan pelayanan yang optimal dalam memberikan jasa kepada para nasabahnya. Upaya ini dilakukan untuk memberikan pelayanan berupa informasi terkini, sarana pengaduan dan menangani keluhan nasabah dengan cepat dan tanggap. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui respons nasabah atas kualitas pelayanan yang diberikan Bank Syariah Indonesia pada platform Twitter. Respon – respon tersebut kiranya dapat dijadikan acuan bagi perusahaan untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas layanan perbankan agar dapat memenuhi apa yang menjadi harapan dan kebutuhan nasabah.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, dengan menempatkan 4 pengguna Twitter khususnya yang menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia sebagai objek penelitian. Adapun metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan wawancara semi terstruktur dan dokumentasi. Dengan tahapan analisis data meliputi pengumpulan data, reduksi data dan penarikan kesimpulan berdasarkan dari hasil pembahasan.

Adapun hasil penelitian terkait dengan respons pengguna twitter atas pelayanan prima Bank Syariah Indonesia mengacu pada 5 dimensi e- kualitas layanan yang meliputi : Bukti Langsung *(Tangible)* – Kualitas Sistem *(System Quality)*, Kehandalan *(Reliability)*, Daya Tanggap *Rresponsiveness)*, Jaminan *(Security)* dan Empati *(Empathy)* Kenyamanan *(Convenience)*. Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar nasabah yang menjadi informan pada penelitian ini memberikan respons yang sama, yaitu respons yang baik atau positif, dan 1 (satu) dari masing – masing dimensi Bukti Langsung *(Tangible)* – Kualitas Sistem *(System Quality)* dan Kehandalan *(Reliability)*. Begitupun juga respons nasabah atas keseluruhan kualitas pelayanan yang diberikan Bank Syariah Indonesia mendapatkan respons positif dari 2 informan dengan keterangan pelayanan yang diberikan melebihi yang mereka harapkan dan 2 informan merespons simple dengan keterangan pelayanan yang diberikan sama dengan harapan mereka.

Kata Kunci : Respons, E-Kualitas Layanan, Twitter

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING ii

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI iii

SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN iv

NOTA DINAS ..... **v**

HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI vi

MOTTO vii

PERSEMBAHAN viii

KATA PENGANTAR ix

ABSTRACT xi

ABSTRAK xii

DAFTAR TABEL xvi

DAFTAR GAMBAR xvii

DAFTAR LAMPIRAN xviii

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Identifikasi Masalah 9

1.3 Batasan Masalah 10

1.4 Rumusan Masalah 10
1.5 Tujuan Penelitian 10
1.6 Manfaat Penelitian 11
1.7 Jadwal penelitian 12
1.8 Sistematika Penulisan Skripsi 12
BAB II LANDASAN TEORI 14
2.1 Media Sosial 14
2.2 Media Sosial Twitter 16
2.2.1 Pengertian Twitter 16
2.2.2 Interaksi Pengguna di Twitter 18
2.3 Kualitas Layanan 19
2.3.1 Pengertian Kualitas Layanan 19
2.3.2 Konsep Kualitas Layanan 22
2.3.3 Dimensi Kualitas Layanan Perbankan 23
2.3.4 Karakteristik Pelayanan 26
2.4 E-Servive Quality (E-SERVQUAL) 29
2.4.1 Pengertian E-SERVQUAL 29
2.5 Respons Nasabah 32
2.5.1 Pengertian Respons 32
2.5.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Respons 33
2.5.3 Respons Terhadap Kualitas pelayanan perbankan 34
2.6 Penelitian Terdahulu 36
2.7 Kerangka Berpikir 42

BAB III METODE PENELITIAN 43
3.1 Waktu dan Wilayah Penelitian 43
3.2 Jenis penelitian 43
3.3 Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel 43
3.3.1 Populasi 44
3.3.2 Sampel 44
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel 44
3.4 Data dan Sumber Data 45
3.5 Teknik Pengumpulan Data 45
3.5.1 Kusioner 45
3.5.2 Wawancara 46
3.5.3 Dokumentasi 46
3.5.4 Triangulasi 46
3.6 Teknik Analisa Data 47
BAB IV PEMBAHASAN 48
4.1 Gambaran Umum Penelitian 48
4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan 51
4.2.1 Hasil Penelitian 51
4.2.2 Pembahasan 63
BAB V PENUTUP 74
5.1 Kesimpulan 74
5.2 Keterbatasan Penelitian 75
5.3 Saran 75
DAFTAR PUSTAKA 76

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 7 Negara dengan Jumlah Pengguna Twitter Terbanyak 2

Tabel 2.1 Modifikasi dimensi SERVQUAL untuk layanan online..... 31

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu 36

Tabel 4.1 Karakteristik Informan 51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Twitter di Indonesia (dalam Juta) 3

Gambar 1.2 Contoh Aktivitas Layanan di Media Twitter @bankbsi_id :..... 4

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir 42

Gambar 4.1 Profil Bank Syariah Indonesia di Platform Twitter..... 49

DAFTAR LAMPIRAN

JADWAL PENELITIAN 81

PANDUAN WAWANCARA 82

TRANSKIP WAWANCARA 84

LAMPIRAN 94

BUKTI INTERAKSI INFORMAN DI AKUN TWITTER BSI 94

LAMPIRAN 96

CEK TURNITIN 96

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perluasan strategi pangsa pasar yang saat ini juga diiringi dengan kemajuan teknologi digital, bank syariah merambah potensi pasar yang ada salah satunya dengan situs dunia maya seperti *social media*. Alasan lain bahwa media sosial merupakan tempat yang tepat dalam merambah strategi pasar adalah bahwasanya media sosial dapat menjalin hubungan baik dengan para pelanggan, selain itu akun-akun perusahaan di media sosial juga dapat meningkatkan pelayanan purna mereka. Para pelanggan juga dapat berkomunikasi secara langsung kepada pemilik akun *social media* terkait produk, keluhan terhadap produk tersebut maupun memberikan apresiasi, kritik dan saran.

Pada konteks persaingan pasar antara perbankan konvensional dan perbankan Islam, para perusahaan perbankan berlomba-lomba meningkatkan kualitas layanan yang beragam. Oleh karena hal ini perlu dilakukan eksplorasi tentang layanan Perbankan Syariah melalui platform media sosial. Ini diharapkan mampu meningkatkan strategi untuk meningkatkan kinerja dan kualitas layanan bank syariah (Nugroho, 2018).

Platform Twitter menjadi salah satu dari sepuluh situs yang paling banyak dikunjungi di internet, yang biasa dijuluki sebagai "pesan singkat dari internet" (Zukhrufillah, 2018). Pengguna Twitter dapat membuat status yang *di-twit*, dengan mengulang konten menarik dari pengguna lain, *replies to,* pembubaran komentar, menyebut pengguna lain *(mention)* maupun menggembangkan simbol tagar (#) guna memfokuskan isi konten pada isu tertentu (Larasati & Eddyono, 2021). Berikut data 7 Negara dengan jumlah pengguna Twitter terbanyak yang terakhir diupdate pada Oktober tahun 2021 :

Tabel 1.1

7 Negara dengan Jumlah Pengguna Twitter Terbanyak

pada Oktober 2021 (dalam Juta)

No	Negara	Jumlah Pengguna
1.	Amerika	77.75
2.	Jepang	58.2
3.	India	24.45
4.	Brazil	19.05
5.	Inggris	19.05
6.	Indonesia	17.55

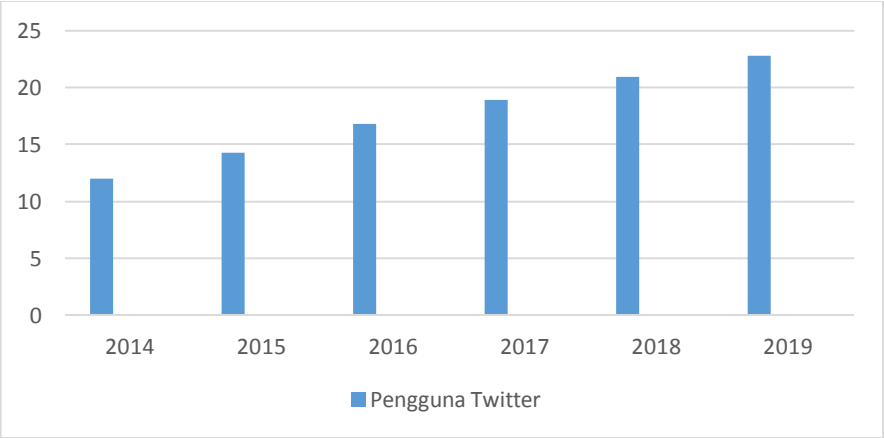
7.	Turki	16.25

Sumber : (Statistia Research Department, 2015)

Dari data diatas Indonesia menempati urutan ke-5 sebagai Negara dengan jumlah pengguna Twitter terbanyak dengan 17.55 juta pengguna, ini mengindikasikan bahwa banyak masyarakat Indonesia yang terlihat aktif dalam jejaring sosial Twitter. Dengan demikian, ini menjadi peluang bagi para perusahaan Perbankan Syariah dalam meningkatkan pelayanan prima mereka bagi para pengguna yang aktif di platform Twitter. Bank syariah juga dapat menunjukkan proposisi layanan terbaik mereka bagi para pelanggan di media sosial khususnya Twitter. Berikut data pengguna Twitter di Indonesia :

Gambar 1.1

Data Pengguna Twitter di Indonesia (dalam Juta)



Sumber : (Statistia Research Department, 2015)

Data diatas menunjukkan adanya peningkatan pengguna Twitter disetiap tahunnya, dengan jumlah tertinggi pada tahun 2019 dengan total 22,8 juta pengguna. Peningkatan jumlah pengguna ini, memiliki peluang bagi perkembangan bank syariah. Media sosial Twitter disediakan perusahaan perbankan untuk menyediakan layanan pengaduan serta *customer care* melalui media online.

PT. Bank Syariah Indonesia dengan akun resmi *@bankbsi_id,* per 1 Maret tahun 2022 telah menjaring 306.000 *followers* dan memiliki *tweet* sebanyak 59.3000 *tweets* di akun Twitternya. Aktivitas yang dilakukan pada akun Twitter BSI sendiri diantaranya melayani keluhan nasabah, memberi informasi tentang suatu produk, quis, quote, promosi produk, informasi keamanan dan lain-lain. Berikut tabel contoh aktivitas layanan di media Twitter *@bankbsi_id* :

Gambar 1.2

Contoh Aktivitas Layanan di Media Twitter @bankbsi_id :

No	Tanggal di Tweets	Tipe Interaksi	Keterangan

1.	24 Desember 2021	Informasi Produk	
2.	03 Januari 2022	*Customer Care*	

3.	03 Januari 2022	Kutipan	
4.	20 Februari 2022	Informasi Keamanan	
5.	24 Februari 2022	Promosi Produk	

Sumber : Data Sekunder Akun Twitter *@bankbsi_id* : diakses pada 07 Maret 2022

Interaksi pengguna Twitter seperti pada contoh diatas, dapat dibedakan menjadi : pengguna Twitter aktif, yang mana mereka berperan dalam "*tweeting*" untuk mendorong pengguna berpartisipasi secara aktif dalam pembuatan konten (link, foto, video), *mentioning* dan *direct massage* di sosial media ; sementara pengguna Twitter pasif juga berperan penting dalam memperluas informasi kepada pengguna lain melalui "mengikuti pengguna lain" dan "*retweeting*" konten, atau hanya sekedar mencari informasi dengan cara "*following* dan *retweeting*" pada sebuah akun di sosial media (Mayangsari & Ryan, 2016).

Akun BSI sendiri telah bergabung sejak bulan Mei tahun 2010, dengan adanya akun tersebut diharapkan dapat menghubungkan interaksi langsung antara pihak BSI dengan para nasabah mereka yang aktif di media sosial Twitter. Selain itu dengan ini dapat dijadikan sebagai langkah dalam meningkatkan pelayanan prima pihak BSI dengan men-*share* informasi maupun merespon keluhan atau pertanyaan dari nasabah melalui bagian *tweet*-nya (Nugroho, 2018).

Pelayanan prima dapat mendorong nasabah dalam menjalin ikatan dalam jangka panjang dengan pihak bank. Perusahaan perbankan sendiri akan memahami harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Pada dasarnya baik tidaknya kualitas pelayanan suatu perusahaan perbankan akan mempengaruhi perilaku pelanggan di masa mendatang.

Memberikan pelayanan prima melalui media sosial khususnya Twitter, juga dapat menyalurkan manfaat praktis. Pasalnya terdapat cukup internet dan *gadget* yang dapat diakses dengan mudah melalui berbagai situs maupun aplikasi kapanpun dan dimanapun. Manfaat yang lainya, nasabah atau pihak yang berkepentingan selain nasabah tidak perlu datang ke Bank untuk mengajukan keluhan maupun hanya sekedar untuk mendapatkan informasi tertentu. Fasilitas semacam ini juga dapat memungkinkan satu *user* bertukar pikiran maupun wawasan dengan *user* lainnya. Mengikuti tren ini, beberapa perusahaan perbankan syariah telah memiliki akun Twitternya masing-masing.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Mujiono, dkk menjelaskan bahwa kualitas pelayanan melalui media sosial dan SMS center mendapatkan penilaian positif serta kesan yang baik dihati pelanggan (Mujiono, 2019). Berbeda dengan penelitian Arissetyanto Nugroho, bahwa pengembangan @syariahmandiri dalam memberikan layanan melalui Twitter selama periode setengah tahun terakhir telah menghasilkan peningkatan yang signifikan (Nugroho, 2018). Penelitian lain oleh Arfa Azura memaparkan hasil bahwa tingkat kualitas pelayanan nasabah terhadap pihak bank sangat puas dan sangat baik dalam mengkonfirmasi semua kebutuhan nasabahnya (Zuhra, 2017).

Melanjutkan penelitian ini menjadi penting dilakukan karena terdapat kebaruan menganalisis respons positif atau negatif suatu kualitas pelayanan perbankan syariah melalui media sosial yang berasal dari cuitan para pengguna yang

berkomentar di akun Twitter Bank Syariah Indonesia. Selain itu penelitian ini akan menganalisis bagaimana interaksi pelayanan prima antara pengguna dan Bank Syariah Indonesia. Ini bertujuan untuk mengetahui dimensi kualitas layanan yang perlu diperbaiki atau mendapat perhatian lebih dari suatu perusahaan perbankan sehingga dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada pengguna. Berdasarkan pemaparan dan data-data yang relevan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait dengan hal tersebut.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas, maka dapat diidentifikasikan masalah dari penelitian ini, yakni :

1. Tingkat persaingan yang tinggi, terutama pada bank syariah yang baru saja melakukan merger. Kebutuhan nasabah yang lebih digital persaingan yang kompetitif yang mengharuskan perusahaan meningkatkan kualitas pelayanan untuk menjawab kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cepat dan tepat (Rombe, 2020).
2. Semakin besarnya jumlah nasabah di media sosial khususnya pada platform Twitter BSI dengan jumlah 306.000 *followers*, yang mengharuskan perusahaan untuk mengimplementasikan program kepuasan pelanggan dengan meningkatkan kualitas pelayanan,
3. Harapan pelanggan yang berubah dari waktu ke waktu. Pihak perusahaan wajar jika melakukan pengukuran untuk mengetahui, apa yang menjadi harapan

pelanggannya, dan seberapa jauh toleransi pelanggan terhadap suatu kualitas produk atau pelayanan (Zuhra, 2017).

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah digunakan sebagai upaya mempersempit ruang lingkup pembahasan dalam penelitian dengan tujuan untuk menghindari penyimpangan dan kesimpangsiuran dalam mengidentifikasi hasil penelitian. Sehingga batasan masalah akan memfokuskan pada suatu permasalahan dan menghasilkan sebuah permasalahan yang terselesaikan. Pada penelitian ini penulis membatasi penelitian hanya pada respons dan interaksi pengguna Twitter terhadap pelayanan prima Bank Syariah Indonesia, yang berfokus pada Bank Syariah Indonesia di platform Twitter @bankbsi_id.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan indikasi masalah pada penelitian ini, maka rumusan masalah hanya akan difokuskan pada pembahasan :

1. Bagaimana analisis respons pengguna Twitter terhadap kualitas layanan Bank Syariah Indonesia berdasarkan dimensi *E-SERVQUAL*?
2. Bagaimana respons pengguna Twitter terhadap kualitas layanan Bank Syariah Indonesia?

1.5 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas maka, tujuan yang ingin dicapai penulis dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui analisis respons pengguna Twitter terhadap kualitas layanan Bank Syariah Indonesia berdasarkan dimensi *E-SERVQUAL*.
2. Untuk mengetahui respons pengguna Twitter terhadap kualitas layanan Bank Syariah Indonesia.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini, dimaksudkan agar dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, antara lain sebagai berikut:

1. Secara Teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dibidang perbankan khususnya dalam merespons kualitas pelayanan bank syariah melalui media sosial terkhusus pada platform Twitter. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, referensi serta dijadikan bahan evaluasi bagi para marketing media sosial Bank Syariah dalam meningkatkan kualitas layanan terkhusus pada media sosial platform Twitter. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan untuk penelitian yang akan datang.
2. Secara Praktis, dengan penelitian ini diharapkan dapat menjadi wadah dalam menyalurkan ilmu, menambah wawasan dan pengetahuan di bidang perbankan syariah. Selanjutnya penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan acuan khususnya pada bidang kualitas pelayanan. Dengan penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber informasi bagi pihak bank untuk meningkatkan kualitas pelayanan untuk mempertahankan kualitas pelayanan yang akan bermanfaat dalam jangka panjang.

1.7 Jadwal penelitian

Terlampir

1.8 Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan memiliki tujuan untuk memberi deskripsi terkait dengan masalah yang akan dibahas pada setiap bab dan materi dalam setiap bab penelitian ini. Penelitian terdiri dari 5 bab, dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada pendahuluan memaparkan uraian tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, jadwal penelitian serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Landasan teori adalah bagian yang menjelaskan tentang tinjauan pustaka yang mendukung permasalahan dan sebagai fondasi kajian dalam penelitian. Landasan teori tentang sosial media, media sosial Twitter, pelayanan prima, dan pelayanan prima bank syariah. Selain itu pemaparan penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian dan kerangka berfikir.

BAB III METODE PENELITIAN

Bagian metode penelitian memaparkan terkait dengan Waktu dan Wilayah Penelitian, Jenis Penelitian, Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel, Data dan Sumber Data, Teknik dan Pengumpulan Data, teknik Analisis Data yang digunakan pada penelitian ini.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini memberikan uraian mengenai analisis data penelitian yang didasarkan pada teori-teori yang telah dipaparkan pada bagian teori dan tinjauan umum. Uraian bab ini adalah penjelasan deskripsi tentang hasil interaksi dan respons para pengguna Twitter terhadap pelayanan prima Bank Syariah Indonesia.

BAB V PENUTUP

Penutup merupakan bagian terakhir pada penulisan skripsi. Pada bagian ini akan memaparkan kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Media Sosial

Media sosial merupakan sebuah media online yang memungkinkan para pengguna *(User)* dapat berinteraksi dengan aplikasi berbasis internet. Para pengguna dapat berbagi, ikut serta dalam membuat berbagai konten Seperti : blog, wiki, forum, jejaring sosial serta ruang dunia virtual yang didukung oleh teknologi multimedia (Juanda, 2017). Menurut bahasa media sosial *(Social Media)*, terdiri atas dua kata yakni : media dan sosial. Media adalah alat, sarana komunikasi, perantara, atau penghubung, sosial artinya berkenaan dengan masyarakat atau suka memperhatikan kepentingan umum (Daring, 2021).

Menurut pendapat para ahli Seperti, P.N. Howard dan M.R. Parks (2012: 21), mengemukakan bahwa media sosial terbentuk atas tiga bagian, yakni: Infrastruktur informasi serta alat yang memiliki fungsi sebagai alat untuk memproduksi dan mendistribusikan isi media yang berbentuk pesan-pesan pribadi, berita, pemikiran, dan produk-produk budaya dalam bentuk digital. Selanjutnya individu, organisasi, dan industri adalah yang memproduksi dan mengkonsumsi isi media tersebut. Sehingga dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan alat maupun sarana komunikasi bagi masyarakat untuk saling berinteraksi yang atau sebuah jaringan dan jalinan hubungan secara online di internet.

Seiring dengan semakin berkembangnya teknologi informasi, saat ini terdapat banyak jenis-jenis media sosial. Berikut beberapa jenis media sosial yang sering digunakan:

a. WhatsApp

WhatsApp bergabung dengan facebook pada 2014, dan berfokus beroperasi sebagai aplikasi bertukar pesan yang bekerja dengan cepat dan reliabel dimanapun diseluruh dunia. WhatsApp menawarkan alternatif mengirim pesan, mengirim berbagai media (teks, foto, video, dokumen, lokasi, panggilan suara dan panggilan video). Pesan dan panggilan juga dilengkapi fitur enkripsi *end-to-end* yang artinya pengguna lain tidak dapat membaca pesan dan mendengarkan panggilan lain (WhatsApp, 2021).

b. Instagram

Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memberikan fitur bagi para penggunanya dalam mengambil foto, video, menerapkan filter digital serta membagikan ke berbagai layanan jejaring sosial melalui akun instagram pribadi pengguna.

c. Twitter

Twitter adalah salah satu media sosial berbentuk digital. Twitter merupakan jaringan sosial dan jaringan informasi yang terdiri atas pesan-pesan sepanjang 140 karakter atau biasa disebut dengan *Tweet.*

Penelitian ini fokus pada platform media Twitter karena, di masa sekarang perkembangan Twitter sedang sangat massif dan tren di kalangan gen-Z. Dengan

alasan tersebut memungkinkan peneliti untuk mendapatkan informasi data yang lebih besar dan ketersediaan konten yang selalu terbaru.

2.2 Media Sosial Twitter

2.2.1 Pengertian Twitter

Twitter adalah suatu media sosial yang memiliki fungsi sebagai platform untuk memberikan informasi berupa fakta maupun pendapat dari satu pengguna *(User)* kepada pengguna-pengguna Twitter yang lain. Informasi-informasi yang dibagikan melalui Twitter sering disebut dengan *tweet.* Twitter bermanfaat untuk menyampaikan pengalaman, pemikiran, pendapat, ataupun tentang fakta mengenai topik tertentu (Sediyono et al., 2018).

Menurut Hadi (2010:2), mengatakan Twitter sebagai sebuah situs microblog yang memfasilitasi para pengguna untuk membagikan sebuah pesan teks dengan panjang maksimal 140 karakter. Twitter memungkinkan menghubungkan antara satu pengguna dengan pengguna lain untuk berdiskusi tentang suatu topik. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Twitter merupakan sebuah layanan jejaring sosial yang memungkinkan para pengguna untuk mengirim, membaca dan berdiskusi sebuah cuitan *(tweet)* hingga 140 karakter.

Berikut beberapa istilah-istilah penting yang ada di aplikasi Twitter (Kurnia et al., 2021) :

a. *Tweet* dan Cuitan

Tweet adalah pesan yang dikirimkan oleh pengguna melalui layanan jejaring sosial Twitter. Sedangkan cuitan merupakan pesan teks atau informasi yang diproduksi oleh pengguna melalui aplikasi digital Twitter.

b. *Retweet*

Istilah *retweet* merupakan aktivitas memposting kembali sebuah *tweet*, dimana fitur *retweet* di Twitter ini berfungsi untuk membantu pengguna membagikan *tweet* dengan cepat kepada pengikut pengguna lain. Pengguna dapat *me retweet tweet* yang diposting sendiri maupun *tweet* dari pengguna lain.

c. *Mention*

Mention adalah *tweet* yang berisi nama pengguna lain dimanapun dalam sebuah isi *tweet*. Sehingga jejaring mention terdiri atas jumlah kemunculan nama pengguna dari total *tweet* keseluruhan yang telah diambil.

d. *Insight* dan *Trending Topic*

Insight merupakan informasi, pengetahuan yang memberikan petunjuk bagi pengambilan keputusan. Sedangkan trending topik merupakan isu yang sedang hangat diperbincangkan. Sebuah topik dapat dikatakan trending apabila topik tersebut menjadi *tweet* yang paling banyak di *retweet* dan dibagikan oleh pengguna lain.

e. Tagar

Tagar merupakan simbol berbentuk pagar (#) yang diletakkan pada awal kata/kalimat pada konten media sosial seperti Twitter, Facebook maupun Instagram. Tagar berfungsi untuk memfokuskan konten pada isu tertentu.

2.2.2 Interaksi Pengguna di Twitter

Twitter menyediakan fitur meneruskan pesan *(Retweet)*, menulis pesan *(Tweet)*, mengomentari pesan *(Comment)*, serta menyebut pengguna lain *(Mention)*. Fitur ini dimaksudkan untuk menyebarkan informasi agar dengan mudah dijangkau oleh pengguna lain dan merupakan sebuah cara tentang bagaimana berkomunikasi di platform Twitter. Fitur-fitur tersebut dimaksudkan sebagai balasan *(Replay)* antara dua pengguna yang dapat dilihat orang lain.

Interaksi di Twitter juga bermanfaat dalam menyebarkan informasi khusus melalui akun-akun pengguna dan terhubung secara langsung dengan para *followers* sebuah akun. Interaksi dapat berupa jawaban tentang pertanyaan, penyampaian keluhan, penyampaian opini dan tanggapan terhadap opini dengan pengguna lain. Terdapat empat pola komunikasi yang umum terjadi di Twitter (Abraham, 2014) :

a. Pola Komunikasi yang Bersumber dari Sumber Utama

   Pada pola komunikasi ini tidak ada sumber lain yang memberikan informasi. Informasi yang diberikan kepada *followers* akun Twitter bersifat statis, dan tidak ada *feedback* yang diberikan oleh pemilik akun.

b. Pola Broker Komunikasi

Mudahnya adalah, dengan pola ini followers dapat mengajukan pertanyaan tentang suatu informasi tertentu, menyebut pengguna lain *(mentioning)* pada sebuah tweet. Sebuah tweet juga dapat diteruskan kepada pengguna lain, pola ini dapat memberikan kesempatan sebuah informasi dapat diketahui oleh lebih banyak *followers* pada akun tersebut.

c. Pola Komunikasi Ideal

Pola komunikasi ini berfokus pada informasi terkait suatu topik dan interaksi yang diperbincangkan pada satu waktu tertentu hanya terkait topik tersebut. Contohnya topik yang diperbincangkan pada jam 9 malam adalah terkait masalah pendidikan, maka interaksi pengguna pada jam tersebut hanya terkait dengan pendidikan, dan fokus perbincangan dapat berubah-ubah setiap jamnya.

d. Pola Komunikasi Hiperaktif

Berlawanan dengan pola komunikasi ideal, pola komunikasi hiperaktif tidak berfokus pada topik tertentu, informasi yang disampaikan dapat dengan mudah berubah-ubah. Dengan pola ini *followers* menjadi lebih dekat dengan pemilik akun tersebut.

2.3 Kualitas Layanan

2.3.1 Pengertian Kualitas Layanan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBII) menjelaskan sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain. Kotler (2001) dalam (Lengket & Taroreh, 2014) mendefinisikan pelayanan sebagai suatu tindakan aktivitas yang ditawarkan suatu

pihak yang diberikan kepada lain, pelayanan ini tidak berwujud atau tidak menyebabkan suatu kepemilikan apapun. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelayanan umumnya merupakan suatu kegiatan untuk memberikan *service* atau kepuasan kepada orang lain, dimana *service* ini dapat memberikan kemudahan serta dapat memenuhi semua keperluan orang.

Menurut Maddy (2009:8) Pelayanan prima *(Service Excellent)* mendefinisikan bahwa suatu pelayanan yang paling terbaik dalam memenuhi harapan serta kebutuhan para pelanggan atau dapat dikatakan pelayanan prima adalah suatu bentuk pelayanan untuk meningkatkan standar kualitas dengan cara memberikan sebuah pelayanan yang memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan.

Dari pengertian kualitas layanan diatas, maka terdapat beberapa kesamaan yakni (Rohman, 2017) :

a. kualitas adalah sebuah usaha untuk memenuhi kepuasan pelanggan;
b. kualitas adalah sebuah kondisi yang mana setiap waktu dapat mengalami perubahan;
c. kualitas mencangkup sebuah proses, produk, barang, jasa, manusia, dan lingkungan;
d. kualitas merupakan sebuah kondisi dinamis yang berhubungan dengan cangkupan kualitas untuk memenuhi bahkan melebihi harapan pelanggan.

Umumnya pada definisi kualitas pelayanan terdapat elemen – elemen antara lain: kualitas adalah usaha memenuhi harapan nasabah, kualitas menliputi produk,

jasa, manusia, proses serta lingkungan. Kualitas sendiri merupakan suatu kondisi yang sifatnya selalu berubah (Cancera, 2021).

Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan adalah bentuk performa terbaik yang diberikan perusahaan dalam meningkatkan kualitas layanan bagi para pelanggan untuk memberikan kemudahan dan pemenuhan kebutuhan para pelanggan.

Memberikan kenyamanan, kemudahan serta memberikan apa yang nasabah butuhkan, memerlukan pelayanan secara langsung maupun tidak langsung. Pada praktiknya nasabah membutuhkan bantuan perusahaan perbankan yang terbagi atas 4 (empat) macam, yakni (Rafidah, 2014) :

a. Nasabah sangat membutuhkan bantuan dari seseorang, dalam hal ini adalah *Customer Service* yang akan bertugas untuk menuntun dalam memberikan informasi tentang berbagai hal dalam lingkup perusahaan perbankan tersebut.
b. Nasabah membutuhkan bantuan dengan mencari sendiri, memilih sendiri dan kemudian berhubungan dengan petugas untuk melakukan pembayaran.
c. Nasabah juga membutuhkan bantuan melalui telepon dan serupanya, yang dalam praktiknya nasabah tidak perlu bertemu secara langsung dengan petugas.
d. Nasabah juga tidak perlu bantuan petugas jika berada di keadaan darurat. Dalam hal ini misal dalam penggunaan mesin ATM dan layanan digital banking.

2.3.2 Konsep Kualitas Layanan

Barata (2003;31) mengemukakan tentang konsep pelayanan prima untuk keberhasilan dalam melaksanakan dan meningkatkan kualitas pelayanan yakni sebagai berikut (Frimayasa, 2017):

a. Sikap *(Attitude)*

   Perilaku harus diperhatikan pada saat menanggapi pelanggan, meliputi : penampilan, sopan santun, berpikir positif, sehat dan serasi, serta sikap menghargai orang lain.

b. Perhatian *(Attention)*

   Perhatian lebih yang diberikan kepada pelanggan dalam hal kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun dalam *feedback* atas kritik dan saran dari pelanggan, meliputi: memahami dan mendengarkan kebutuhan pelanggan, mengamati dan menghargai perilaku para pelanggan, serta memberikan perhatian penuh kepada pelanggan.

c. Tindakan *(Action)*

   Seluruh aksi nyata yang wajib diberikan pada saat melakukan pelayanan kepada pelanggan, meliputi: mencatat pesan dan kebutuhan para pelanggan, menindak lanjuti dan mewujudkan kebutuhan tersebut serta menyatakan tanda terima kasih dengan harapan mendapat loyalitas dari para pelanggan.

d. Kemampuan *(Ability)*

Merupakan sebuah pengetahuan dan keterampilan tertentu yang jelas dibutuhkan untuk meningkatkan program pelayanan prima, meliputi: kemampuan sesuai dengan bidang kerjanya, berkomunikasi secara efektif, meningkatkan motivasi dan *public relation* dalam memperluas hubungan kedalam dan keluar perusahaan.

e. Penampilan *(Appearance)*

Penampilan yang dimaksud adalah suatu cara yang untuk menunjukkan kredibilitas dan kepercayaan diri kepada pihak lain melalui penampilan fisik maupun non fisik.

f. Tanggung Jawab (Accountability)

Merupakan sebuah sikap loyal kepada pelanggan sebagai wujud kepedulian dan perhatian dengan tujuan untuk mengantisipasi atau meminimalisir kerugian serta *complain* dari pelanggan.

2.3.3 Dimensi Kualitas Layanan Perbankan

Kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono 2001). Pengertian lain tentang kualitas layanan adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dilakukan dengan baik (Supranto 2006:226).

Dimensi kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2008: 68), antara lain :

a. Bukti langsung *(Tangible)*

Bukti langsung meliputi: fasilitas yang berbentuk, perlengkapan, pegawai, sarana prasarana komunikasi. Bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

Kualitas pelayanan berupa bukti fisik ini akan membentuk image positif bagi para nasabah yang akan dilayani dan akan menjadi salah satu aspek yang akan dinilai dalam menentukan perkembangan pelayanan suatu perusahaan. Memperlihatkan hal yang dapat dilihat secara fisik berupa alat dan perlengkapan pelayanan, maupun menunjukkan kemampuan memberikan inovasi dan adopsi teknologi.

Memperlihatkan performance tampilan yang cakap, berwibawa serta mempunyai intregritas yang tinggi sebagai wujud presentasi baik atas pelayanan yang akan diberikan kepada seseorang (Shadiqqin, 2004).

b. Kehandalan *(Reliability)*

Kehandalan adalah sebuah kemampuan dalam memberikan pelayanan yang tepat, segera, akurat, dan memiliki kualitas. Contohnya, kehandalan pada bidang jasa pemrosesan informasi adalah dengan menyediakan informasi yang mumpuni, yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan.

c. Daya Tanggap *(Responsiveness)*

Daya Tanggap adalah sebuah kesiapan dan kesedian karyawan dalam membantu menyelesaikan masalah dan keluhan para pelanggan dengan memberikan pelayanan dan solusi tepat. Contoh dari Daya Tanggap adalah daya tangkap dan menepati komitmen.

Terkait hal-hal ketidaksesuaian dari pelayanan maupun produk perbakan, maka ini diperlukan penjelasan yang bijaksana, terstruktur, membina, memberikan arahan melaui bentuk-bentuk prosedur dan mekanisme kerja yang ada pada suatu perusahaan sehingga akan membentuk respons yang positif dari para nasabah.

d. Jaminan *(Assurance)*

Jaminan meliputi cangkupan pengetahuan, kemampuan, kesopanan serta sifat dapat dipercaya *(Amanah)* yang harus dimiliki dan ditanamkan dalam diri para karyawan, bebas dari bahaya, risiko atau tidak ada keraguan-keraguan. Contoh dari jaminan adalah dapat berupa kemampuan perusahaan dalam memberikan keamanan, kenyamanan, kejujuran dan lain-lain.

Dimensi jaminan adalah representasi dari sifat *amanah*, dimana amanah merupakan sifat tanggungjawab dan dapat dipercaya. Apabila suatu perusahaan memiliki sifat amanah maka nasabah akan merasa aman dan nyaman dengan perusahaan tersebut (Shadiqqin, 2004).

e. Empati *(Empathy)*

Empati merupakan kemudahan dalam menjalin interaksi, hubungan, komunikasi yang efektif dan baik, memberikan perhatian personal serta pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.

Dalam memberikan pelayanan empati merupakan salah satu yang penting diberikan atau ditunjukkan oleh seorang pegawai. Pasalnya empati memiliki inti yakni mampu memahami nasabah yang akan dilayani dengan sikap perhatian, serius, simpatik, pengertian serta adanya keterlibatan permasalahan yang dihadapi oleh nasabah. Saaat empati yang diberikan seorang pemberi jasa baik dan tidak membuat nasabah merasa diskriminatif makan akan mendorong nasabah tersebut memberikan respon yang baik juga terhadap kualitas pelayanan suatu perusahaan perbankan.

2.3.4 Karakteristik Pelayanan

Dalam praktiknya sebuah pelayanan dari perbankan syariah dapat dikatakan baik apabila memiliki ciri-ciri sebagai berikut (Aliansyah, 2012):

a. Tersedianya karyawan yang baik

Karyawan dapat dikatakan baik apabila dapagt melayani nasabah dengan sikap ramah, sopan, cepat tanggap dan memiliki keterampilan dalam berkomunikasi. Memiliki pengetahuan yang memumpuni, terbiasa dengan cara kerja yang rapi, cepat dan teleti. Hal-hal yang demikian akan membuat nasabah merasa nyaman dengan suatu perusahaan perbankan.

b. Tersedianya sarana prasarana yang mendukung

Jika ingin memberikan pelayanan yang prima kepada nasabah maka selain seumber daya manusia, yang juga penting adalah ketersediaaan sarana prasarana yang mendukung peralatan dan fasilitas yang dimiliki perusahaan akan mempengaruhi kenyamanan para nasabahnya.

c. Memiliki rasa bertanggung jawab dengan nasabah

Dalam memberikan pelayanan seorang karyawan harus mampu bertanggung jawab dari awal hingga akhir jika terjadi sesuatu yang menjadi kebutuhan nasabah. Karyawan harus menjadi orang yang pertama kali memberikan arahan atas keluhan yang dialami nasabah hingga kendala tersebut selesai.

d. Memberikan pelaynan dengan cepat dan tepat

Memeberikan pelayanan yang cepat dan tepat artinya karyawan harus melakukan dengan tanggap dan sesuai dengan prosedur. Karena proses yang lama dan kompleks akan mempengaruhi respons nasabah dan menjadi malas berhubungan kembali dengan perusahaan tersebut.

e. Memiliki komunikasi yang baik

Komunikasi yang baik dapat dijalin ketika seorang karyawan mampu berbicara dengan baik dan sopan dengan nasabah. Komunikasi yang baik akan membuat nasabah segan dan tidak sungkan untuk mengemukkan kepada karyawanb jika mempunyai masalah.

f. Memberikan jaminan kerahasiaan

Memeberikan jaminan kerahasiaan berkiatan dengan uang dan data pribadi nasabah terkait administrasi. Jika perusahaan mampu menjaga kerahasiaan nasabah maka akan memebrikan perasaan percaya dari nasabah.

g. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang mempuni

Demi terwujudnya pelayanan perusahaan yang sifatnya prima dan baik maka dalam memebrikan pelayanan kepada nasabah, seorang karyawan harus memiliki pengetahuan yang cukup agar mampu mengemban tugas dengan baik. Karyawan perlu dilatih secara khusus terkait dengan kemampuan menghadapi nassabah, kemampuan bekerja akan mempercepat proses pelayanan nasabah sesuai degan waktu yang diinginkan oleh nasabah.

h. Memahami kebutuhan nasabah

Perusahaan harus berusaha memahami dan memenuhi apa yang sudah menjadi kebutuhan nasabah. Usaha yang dapat dilakukan yakni dengan cepat tanggap atas apa yang diinginkan nasabah. Pelayanan yang lamban akan menimbulkan respons yang negative dari nasabah, karena pada dasarnya nasabah tidak mau menunggu terlalu lama.

i. Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah

Kepercayaan dari nasabah maupun calon nasabah diperlukan karna kan mempengaruhi nasabah untuk bergabung dengan suatu perusahaan.

Serta menjaga kepercayaan nasabah lama juga penting agar nasabah tersebut tidak berpindah atau meninggalkan perusahaan.

2.4 *E-Servive Quality* (E-SERVQUAL)

2.4.1 Pengertian E-SERVQUAL

Menurut Zeithml dalam (Tjiptono dan Chandra 2016: 176) *E-service quality* merupakan suatu penilaian dan evaluasi secara menyeluruh atas keunggulan dari sebuah pelanan secara elektronik di pasar virtual. E-servqual adalah versi baru dari *service quality* (servqual) yang dikembangkan dengan tujuan dapat mengevaluasi siatu pelayanan yang diberikan melalui jaringan internet.

2.4.2 Dimensi E-SERVQUAL

Seperti yang dikemukakan oleh Li et al. (2002), dimensi "berwujud" dalam lima dimensi model SERVQUAL tradisional tidak penting dalam konteks kualitas layanan berbasis web. Menurut Zhang dkk. (2006) menyatakan bahwa dimensi “reliability” dan “responsiveness” tetap berlaku dalam lingkungan *e-service*. Penyempurnaan model SERVQUAL diperlukan ketepatan layanan pada lingkungan *e-service*. Penelitian Maija Poyry mendukung penelitian sebelumnya, mendefiniskan masing-masing dimensi dengan beberapa modifikasi yang tepat untuk layanan *e-servqual*, yakni (Poyry, 2012) :

a. Bukti Langsung *(Tangible)* – Kualitas Sistem *(System Quality)*

Pada dimensi bukti langsung membutuhkan modifikasi dari yang model servqual asli meliputi fasilitas fisik, staf layanan, sarana dan prasarana yang digunakan perusahaan tertentu sebagai faktor kualitas layanan yang dirasakan.

Pada e-service semua ini hilang karena sifatnya tidak dapat dilihat, maka tangible dapat dimodikasi dengan faktor lain yakni kualitas sistem. Dapat meliputi antara lain: design web, ketrsediaan konten, dan kecepatan akses.

b. Kehandalan *(Reliability)*

Keandalan dalam model SERVQUAL asli berisi catatan bebas kesalahan, ketergantungan dan akurasi pada layanan. Keandalan juga berarti minat tulus staf layanan dalam memecahkan masalah nasabah. Dimensi ini juga penting juga dalam pelayanan online, namun cara untuk mencapainya berbeda. Ini dapat meliputi: efisiensi, pemenuhan kebutuhan dan memberikan batuan secara online *(online help)*.

c. Daya Tanggap *(Responsiveness)*

Model SERVQUAL asli mendefinisikan daya tanggap sebagai kesediaan staf layanan untuk membantu nasabah dan memberikan pelayanan yang cepat. Nasabah harus diberitahu kapan dan bagaimana sampai transaksi atau masalah selesai. Dalam *e-service*, Daya Tanggap perusahaan dapat diukur dengan kecepatan dalam memrespon permintaan informasi, kompensasi dan membangun interaksi (kontak).

d. Jaminan *(Assurance)*

Jaminan dalam model SERVQUAL asli berupa kepercayaan nasabah pada karyawan dan perusahaan serta nasabah perlu merasa aman dalam bertransaksi. Pada *e-service* jaminan meliputi kepercayaan, privasi, keamanan dan bebas dari resiko.

e. Empati *(Emphaty)* – Kenyamanan *(Convenience)*

Empati dalam model SERVQUAL asli berarti pelanggan harus dilayani secara individual dan memberikan perhatian pribadi sebanyak yang diperlukan. Sedangkan pada e-service empati meliputi kejelasan, pemahaman, kemudahan untuk dipelajari dan diikuti serta dapat menghemat uang dan waktu.

Tabel 2.1

Modifikasi dimensi SERVQUAL untuk layanan online

NO	DIMENSI	DEFINISI SERVQUAL	DEFINISI BARU E-SERVQUAL
1.	Bukti langsung *(Tangible)* – kualitas sistem *(System Quality)*	a. fasilitas fisik b. peralatan modern c. penampilan staf d. bahan yang disediakan	a. Design laman dan konten b. ketersediaan informasi
2.	Kehandalan *(Reliability)*	a. Keakuratan b. Kualitas Informasi c. Tepat waktu	a. Bantuan Online b. Pemenuhan kebutuhan informasi

		d. *Customer Service*	c. Efisiensi
3.	Daya Tanggap *(Responsiveness)*	a. Kesediaan untuk membantu b. Kecepatan membantu c. Informasi service (kapan dan bagaimana)	a. Tanggap terhadap permintaan informasi b. Kompensasi c. Interaksi/ Kontak
4.	Jaminan *(Assurance)*	a. Percaya kepada pegawai b. Keamanan c. Kesopanan	a. Kualitas Informasi b. Kepercayaan c. Privasi dan Keamanan d. Bebas dari risiko
5.	Empati *(Emphaty)* – Kenyamanan *(Convenience)*	a. Perhatian individu b. Empati pegawai c. Jam buka yang nyaman	a. Upaya penghematan (uang dan waktu), kemudahan

Sumber: Hasil Pengolahan Data Sekunder, (Poyry, 2012).

2.5 Respons Nasabah

2.5.1 Pengertian Respons

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia respon merupakan jawaban, balasan atau tanggapan *(reaction)*. Respon secara luas dapat diartikan ketika seseorang

memberikan reaksinya dengan pikiran, sikap dan perilaku. Secara umum respon atau tanggapan merupakan sebuah hasil atau kesan yang diperoleh dari sebuah pengamatan tentang subjek, peristiwa-peristiwa yang kemudian disimpulkan untuk menjadi informasi atau pesan (Herna, 2020).

Respon seseorang dapat dalam bentuk baik atau buruk, positif atau negatif. Jika respon positif maka orang tersebut cenderung menyukai atau mendekati objek, sedangkan respon negatif maka orang tersebut cenderung tidak tertarik dengan objek atau menjauhi objek. Menurut Stevan M Caffe memberi respon dalam 3 bagian :

a. Kognitif adalah respon yang berkaitan dengan pengetahuan keterampilan dan informasi seseorang mengenai suatu hal.
b. Afektif adalah respon berupa emosi, sikap dan menilai seseorang terhadap sesuatu.
c. Psikomotorik adalah respon berupa perilaku nyata dalam bentuk tindakan dan kebiasaaan.

Tanggapan-tanggapan yang berada dibawah alam sadar disebut dengan tanggapan laten sedangkan tanggapan-tanggapan yang berada dibawah kesadaran adalah tanggapan actual. Sehingga dapat disimpulkan respon merupakan bayangan tau kesan dari apa yang telah seseorang amati dan kenali sebelumnya.

2.5.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Respons

Tanggapan dari seseorang terjadi jika terpenuhi faktor penyebabnya. Hal ini penting agar individu tersebut dapat menanggapi dengan baik, pada proses awalnya

individu mengadakan tanggapan tidak hanya dari stimulus yang ditimbulkan oleh keadaan sekitar. Tidak semua stimulus itu mendapat respon individu, sebab individu melakukan terhadap stimulus yang ada persesuaian atau yang menarik dirinya. Dengan demikian maka stimulus akan ditanggapi oleh individu selain tergantung pada stimulus juga bergantung pada individu itu sendiri. Dengan kata lain, stimulus akan mendapatkan pemilihan dan individu akan bergantung pada dua faktor, yaitu (Herna, 2020) :

a. Faktor internal, merupakan faktor yang berasal diri individu manusia itu sendiri terdiri atas dua unsur, yakni rohani, dan jasmani yaitu seseorang yang memberikan tanggapan terhadap sesuatu melalui stimulus dengan tetap dipengaruhi oleh eksistensi kedua unsur tersebut. Jika salah satu unsur terganggu, maka akan memberikan hasil tanggapan yang berbeda, tanggapan sendiri bisa berbeda antara orang satu dengan orang yang lain. Unsur jasmani atau psikologis meliputi keberadaan, perasaan, akal, fantasi, pandangan jiwa, mental pikiran, motivasi dan sebagainya.

b. Faktor eksternal, merupakan faktor lingkungan. Faktor ini intensitas dan jenis benda dorongan atau dapat menyebutnya dengan faktor stimulus. Menurut Bimo Walgito, dalam bukunya, pengantar psikologi umum menyatakan bahwa “faktor fisik berhubungan dengan objek yang menimbulkan stimulus dan stimulus mengabaikan alat indera.

2.5.3 Respons Terhadap Kualitas pelayanan perbankan

Kualitas pelayanan dari suatu perusahaan perbankan menjadi hal utama yang harus terus ditingkatkan, sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan

pelanggan atau nasabah. Hal ini dilakukan untuk mengimbangi harapan nasabah agar terciptanya respon yang baik dari para nasabah terhadap perusahaan perbankan tersebut.

Layanan jasa pada industri perbankan berperan penting dalam mempertahankan loyalitas para nasabah (Ruyter dan Bloomer, 1999). Nasabah yang merasa puas dengan pelayanan perusahaan akan memberikan dampak positif pada perusahaan. Ini juga merupakan sebuah dimensi guna menilai keberhasilan suatu perusahaan. Penilaian atas kepuasan pelanggan sendiri dapat direspons dengan tingkat (Zuhra, 2017):

a. *Positive disconfirmation*, di mana kinerja lebih baik dari harapan
b. *Simple confirmation*, di mana kinerja sama dengan harapan
c. *Negative disconfirmation*, di mana kinerja lebih buruk dari harapan respon/interaksi

Respons nasabah dapat diukur dengan dimensi-dimensi ini untuk dapat menjawab tentang bagaimana kepuasan nasabah terhadap pelayan yang diberikan oleh suatu perusahaan perbankan :

a. Sistem keluhan dan saran diukur dengan tersedianya kesempatan serta akses yang nyaman dan bagi nasabah.
b. Pembelanja siluman *(Ghost Shopper)* diukur dengan mengamati serta memberikan penilaian tentang bagaimana menangani layanan permintaan tertentu nasabah, dan menjawab pertanyaan tentang sebuah keluhan.

c. Analisis nasabah yang hilang *(Lost Customer Analysis)* diukur dengan nasabah yang telah berhenti atau beralih ke perusahaan perbankan lain.

d. Survey terhadap kepuasan nasabah diukur dengan memperoleh tanggapan dan *feedback* secara langsung dari nasabah yang akan memberikan respons positif atau negatif.

Respons nasabah yang baik adalah dengan memberikan papa yang sebenarnya nasabah butuhkan, kapan saja mereka memerlukan dan bagaimana cara mereka memperolehnya, sehingga perlu dibentuk tahapan – tahapan untuk mencapai kepuasan pelanggan (Zuhra, 2017) :

a. Menemukan kebutuhan pokok yang menjadi *"the basic needs of customer"*

b. Mencoba memberi apa yang sebenarnya menjadi harapan nasabah, sehingga akan menumbuhkan rasa loyalitas dari dari nasabah dengan produk dan jasa yang ditawarkan

2.6 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2

Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Peneliti (Tahun), Metode & Sampel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Kualitas Layanan	Mujiono (2019),	Kualitas pelayanan melalui

	Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan (Studi Tentang Pemanfaat Media Sosial Dan Sms Center Sebagai Sarana Pengaduan Di Dinas PUPR Masyarakat Kota Blitar)	Metode penelitian kualitatif, Pemimpin dan staf Dinas Pekerjaan Umum Dan Penataan Ruang Kota Blitar	media sosial dan SMS center mendapatkan penilaian positif dan kesan yang baik di hati pelanggan.
2.	Analisis Kualitas Pelayanan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Bawelan	Zuhra (2017), Metode penelitian deskriptif kualitatif, Sampel nasabah PT. Bank BNI Syariah Cabang Medan	Tingkat kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dan nasabah sangat puas terhadap pihak bank yang selalu mengkonfirmasikan semua kebutuhan nasabahnya
3.	Strategi Meningkatkan Kualitas Layanan Melalui Digitalisasi	(Larassati & Fauzi, 2022), Metode penelitian kualitatif deskriptif, Sampel	Meningkatkan kualitas layanan dengan digitalisasi perbankan pada BSI Trade Center Kota Kediri menurut

	Perbankan di BSI Trade Center Kota Kediri	BSI Trade Center Kota kediri	perspektif manajemen pemasaran, telah dilaksanakan dengan tepat sehingga dapat menarik minat nasabah dalam penggunaan aplikasi *mobile banking*.
4.	Meningkatkan Kualitas Pelayanan di Bank Syariah	Astuti et al. (2014), Metode Penelitian kuantitatif, Sampel 100 informan nasabah PT. BRI Syariah Cabang Surakarta	Dimensi *reliability* dan *tangibility* yang signifikan. Meski begitu, dimensi lain yang memiliki nilai kepuasan yang lebih baik dari dimensi *tangibility* tetap harus ditingkatkan
5.	Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Model CARTIER Terhadap Kepuasan Nasabah BMT Assyafi'iyah	Saniyah (2019), Metode penelitian deskriptif kualitatif, sampel pimpinan dan karyawan BMT	Berdasarkan standar operasional prosedur yang telah ditetapkan variabel compliance, assurance dan empathy sudah dirasakan puas oleh nasabah.

	Kotagajah	Assyafi'iyah Kotagajah serta 50 nasabah	
6.	Analisis Persepsi dan Respon Nasabah Atas Kualitas Pelayanan di KSPPS Nuri Jatim Bangkalan	Suryadi & Setiawan, (2020), Metode penelitian Kualitatif deskriptif, Sampel nasabah KSPPS Nuri Jatim Bangkalan	Persepsi nasabah memberikan persepsi baik dan 1 persepsi negatif, respon nasabah terkait kualitas pelayanan memberikan respon baik dan 1 respon negatif.
7.	Persepsi Dan Respon Masyarakat Terhadap Layanan BRI*link* Di Desa Mattunru-Tunrue Kabupaten Pirang *(Analisis Perbankan Syariah)*	Herna (2020), Metode penelitian Deskriptif Kualitatif	Persepsi dan respons positif dari adanya layanan BRIlink karena didukung kemudahan dalam bertransaksi.
8.	Analisis Strategi Peningkatan	(Sahara et al., 2022), Metode	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa PT.

	Kualitas Pelayanan Terhadap Nasabah Pada Masa Pandemi Covid-19 Di PT. Asuransi Syariah Cabang Palembang	penelitian kualitatif deskriptif, Sampel staff PT. Asuransi Syariah Cabang Palembang	Asuransi Jasindo Syariah cabang Palembang meluncurkan program atau produk baru yang mendorong suksesnya kegiatan Bulan Inklusi Keuangan (BIK)
9.	*Antecedents Of Saving Decision At Sharia Banks : Islamic Financial Literacy, Religiosity And Service Quality (Studies On Millennial Generation)*	Rachmatulloh & Solekah (2021), Metode penelitian Kuantitatif, Sample 170 responden dari generasi milenial di Indonesia	Variabel literasi keuangan dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan pada keputusan menabung.
10.	*Market Orientation, Service Quality On Customer Satisfaction And Loyalty: Study On*	Saraswati (2022), Metode Penelitian Kuantitatif, Sampel 170 responden	Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan

	Sharia Banking In Indonesia		

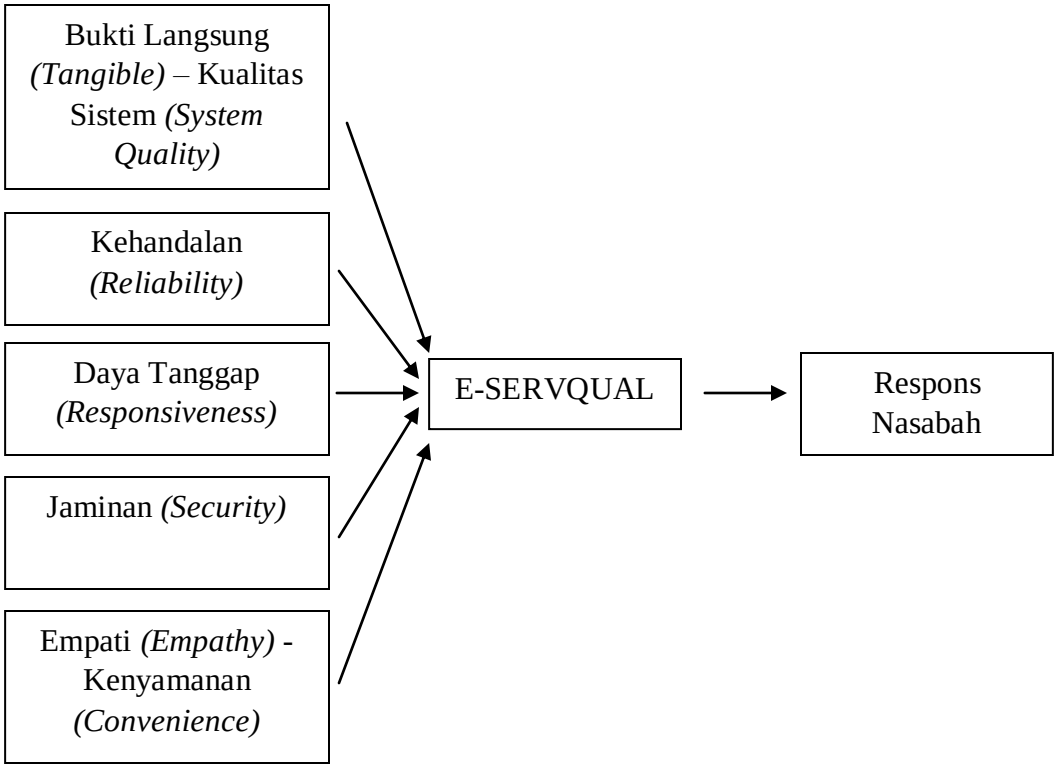
Pada tabel 2.1 diatas menjelaskan bahwa penelitian terdahulu membahas mengenai kualitas pelayanan atau pelayanan prima pada Bank Syariah. Metode yang paling banyak digunakan pada penelitian tersebut adalah deskriptif kualitatif dan membahas tentang respons atau kepuasan nasabah perbankan dan ada pula yang membahas kualitas pelayanan di media sosial. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada metode penelitian yakni kualitatif deskriptif yang akan menjabarkan hasil secara rinci dan menganalisis tentang kualitas pelayanan.

Perbedaan penelitian diatas dengan penelitian ini adalah terletak pada studi kasus. Penelitian ini akan membahas tentang pelayanan prima pada Bank Syariah Indonesia di media sosial Twitter. Ini penting karena Bank Syariah Indonesia merupakan bank yang baru saja melakukan merger dan perlu untuk mengetahui pangsa pasar tidak hanya di lapangan melainkan juga pada media sosial. Oleh karena hal tersebut perlu dilakukan penelitian terkait dengan pelayanan prima untuk mengetahui respons dan interaksi para pengguna Twitter terhadap pelayan prima Bnnk Syariah Indonesia.

2.7 Kerangka Berpikir

Gambar 2.1

Kerangka Berpikir



Langkah pertama yang dilakukan adalah dengan analisa seluruh data terkait dengan kualitas pelayanan. Mengidentifikasi pengaruh yang muncul melalui metode wawancara dengan para informan yang merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia yang aktif di platform Twitter dengan mengacu pada dimensi kualitas pelayanan, selanjutnya adalah menarik kesimpulan terhadap respons – respon nasabah dari hasil wawancara yang muncul.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Wilayah Penelitian

Data yang dikumpulkan untuk menyusun penelitian ini dimulai pada bulan Agustus. Peneliti melakukan penelitian analisis konten pada wilayah di platform Twitter akun resmi Bank Syariah Indonesia, dengan nama akun *@bankbsi_id*.

3.2 Jenis penelitian

Dilihat dari pendekatannya, penelitian ini tergolong penelitian kualitatif, artinya metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber dan data dilakukan secara *purposive* dan *snowball*, teknik pengumpulan data dilakukan dengan triangulasi (gabungan) analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2015).

Penelitian deskriptif kualitatif ditujukan untuk mengumpulkan informasi secara aktual dan terperinci, mengidentifikasi masalah, membuat perbandingan atau evaluasi, dan menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan di waktu mendatang (Suyanto et al., 2006).

3.3 Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel

3.3.1 Populasi

Arikunto menjelaskan bahwa populasi (*purposive)* merupakan keseluruhan objek penelitian. Sedangkan menurut Sugiyono, populasi *(purposive)* dapat didefinisikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah para pengikut Bank Syariah Indonesia di Twitter pada akun @bankbsi_id.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil dari sebuah populasi Arikunto (2006 : 131). Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2017). Sampel dari penelitian dengan kriteria yang dapat diwawancarai memberikan informasi yang jelas mengenai pembahasan penelitian ini yaitu 4 pengguna Twitter yang sekaligus merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia.

3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel digunakan untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik sampling dibagi menjadi dua yakni *Probability Sampling* dan *Nonprobability Sampling*. Pada penelitian kualitatif teknik sampling yang digunakan yakni *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan sumber data pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2017).

Karakteristik sampel dalam penelitian ini adalah :

1. Merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia yang mengikuti akun Twitter *@bankbsi_id*.
2. Merupakan nasabah yang berkomentar pada akun Twitter @bankbsi_id.
3. Rentang usia 20 – 40 tahun.

3.4 Data dan Sumber Data

Pada penelitian ini menggunakan data primer. Data primer adalah suatu data yang diperoleh dengan berkaitan langsung dengan objek penelitian. Hasil data yang diperoleh melalui metode wawancara kepada informan yang memiliki keterkaitan dengan penelitian atau pihak-pihak terkait dengan kualitas pelayanan Bank Syariah Indonesia pada platform Twitter (Sugiyono, 2017).

Data sekunder adalah sumber data tidak langsung yang dapat memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2015). Sumber data sekunder dapat berupa buku, jurnal, karya ilmiah, skripsi, dokumen SOP serta berbagai literatur yang memuat pembahasan serupa mengenai respons atas kualitas pelayanan pada lembaga perbankan yang menjadi objek penelitian.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Sumber data pada penelitian ini adalah data primer yang merupakan sebuah sumber data yang dihasilkan dengan berkaitan langsung dengan objek penelitian. Sementara itu teknik pengumpulan data penelitian yang digunakan yakni :

3.5.1 Kusioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan membuat daftar pertanyaan untuk diisi oleh informan yang dipilih untuk diselidiki atau sebagai

sampel (Sugiyono, 2015). Kuesioner dibagikan dalam bentuk google form antara rentang waktu bulan September – Oktober tahun 2022 dan mendapatkan respons dari 11 orang, namun dikarenakan kendala satu dan lain hal, hanya 4 orang yang akhirnya dipilih menjadi sampel pada penelitian ini.

3.5.2 Wawancara

Wawancara digunakan untuk memperoleh informasi-informasi akurat yang terkait dengan penelitian atau pihak-pihak yang terkait dengan Bank Syariah Indonesia. Untuk menjaga pokok-pokok yang akan dibicarakan dapat tercangkup seluruhnya, maka pewawancara membuat kerangka dan garis besar daftar pertanyaan dalam proses wawancara. Sehubungan dengan informan yang merupakan netizen media sosial, peneliti tidak dapat melakukan wawancara secara langsung (*face to face)*, namun peneliti mendapatkan informasi dari wawancara melalui *whatsapp* dan telepon yang akan dilaksanakan sepanjang penelitian ini berlangsung.

3.5.3 Dokumentasi

Dokumen adalah sebuah catatan peristiwa yang telah berlalu. Dokumen dapat berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa. Selain itu juga dapat berbentuk tulisan atau karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2015).

3.5.4 Triangulasi

Triangulasi merupakan suatu usaha untuk memastikan kebenaran atau kredibilitas data dan informasi yang diperoleh peneliti dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data (Sugiyono, 2015). Dalam penelitian ini

menggunakan triangulasi sumber yakni menggali kebenaran dengan membandingkan dan melakukan pengecekan ulang dari suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda. Triangulasi yang dilakukan yakni membandingkan teori-teori pada bab 2 dengan hasil wawancara dengan nasabah Bank Syariah Indonesia di Twitter.

3.6 Teknik Analisa Data

Analisis data menurut Sugiyono (2018:482) adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Teknik analisis data yang digunakan oleh penelitian menggunakan model Miles *and* Huberman dengan analisis model sebagai berikut :

a. Reduksi Data

Menurut Sugiyono (2018:247-249) Reduksi data adalah merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting yang sesuai dengan topik penelitian, mencari tema dan polanya, pada akhirnya memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya. Dalam mereduksi data akan dipandu oleh tujuan yang akan dicapai dan telah ditentukan sebelumnya.

b. Penyajian Data

Dalam penelitian kualitatif penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat atau dengan teks yang bersifat naratif. Melalui penyajian

data tersebut, maka data diorganisasikan, dan tersusun sehingga akan semakin mudah dipahami (Sugiyono, 2018:249).

c. Penarikan kesimpulan / Verifikasi

Menurut Sugiyono (2018:252-253) kesimpulan dalam penelitian kualitatif dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan perumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih belum jelas sehingga setelah diteliti menjadi jelas.

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan penggabungan atau merger dari PT. Bank BRI Syariah Tbk, PT Bank BNI Syariah dan PT Bank Syariah Mandiri. Penggabungan ini secara resmi disahkan oleh Presiden Jokowi pada 01 Februari 2021. Penggabungan Bank Syariah Indonesia ini merupakan wujud komitmen pemerintah dalam memajukan ekonomi syariah, yang akan berperan sebagai pilar baru kekuatan ekonomi nasional. Selain itu, secara jangka panjang akan mendorong

Indonesia sebagai salah satu pusat keuangan syariah dunia. Dengan adanya merger dari 3 Bank BUMN ini diharapkan perbankan syariah di Indonesia akan menuju pada perekonomian syariah yang lebih kreatif, bermanfaat, dan lebih kuat sehingga dapat menjadi tonggak pembangunan Indonesia (BSI, 2021).

Mengikuti perkembangan ini, peranan media sosial sanagat penting sebagai media promosi untuk mengait calon nasabah maupun pihak-pihak yang berkepentingan secara tidak langsung dengan bank tersebut. Bank Syariah Indonesia sendiri telah aktif menggunakan media sosial sebagai media untuk menyampaikan berbagai informasi maupun untuk menanggapi keluhan nasabah. Salah satunya adalah Platform Twitter dengan akun resmi *@bankbsi_id*, yang peningkatan dari bulan Maret hingga Oktober tahun 2022 telah menggaet pengikut sebanyak 311.000 pengguna dan telah mencapai 67,3 ribu *Tweets*..

Gambar 4.1

Profil Bank Syariah Indonesia di Platform Twitter

Sumber : Data Sekunder Akun Twitter @bankbsi_id, Diakses pada 10 Oktober 2022

Berdasarkan gambar diatas maka dapat diketahui profil dari Bank Syariah Indonesia. Hadirnya BSI media sosial bertujuan untuk memindahkan pelayanan konvensional yang biasanya dilakukan di lapangan dengan bantuan *customer service*, kini suatu lembaga perbankan perlu memberikan pelayanan melalui media sosial. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya pengikut akun bank BSI yang memiliki berbagai kepentingan dan kebutuhan nasabah dengan bank tersebut. Usaha – usaha yang dilakukan tersebut dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan suatu perusahaan perbankan berupa pelayanan dalam bentuk informasi yang terupdate atau dapat sebagai sarana pengaduan serta menangani keluhan nasabah dengan cepat dan tanggap melalui media sosial.

4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penelitian ini menggunakan 4 informan sebagai data primer, yang mana keempatnya merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia yang aktif menggunakan sosial media Twitter.

Tabel 4.1

Karakteristik Informan

NO	NAMA	USIA	STATUS	TANGGAL WAWANCARA
1.	Sulistyanto	29 Tahun	Nasabah	27 September 2022
2.	Andi Laksono	21 Tahun	Nasabah	27 September 2022
3.	Rifhani Attaya	27 Tahun	Nasabah	29 September 2022
4.	Sofia Nur	22 Tahun	Nasabah	29 September 2022

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2022

4.2.1 Hasil Penelitian

Bagian ini akan membahas hasil penelitian tentang respons nasabah atas kualitas pelayanan di Twitter Bank BSI. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan beberapa responden yang juga merupakan nasabah Bank BSI yang aktif di platform Twitter dengan mengkategorikan respon nasabah atas kualitas pelayanan. Dimensi kualitas lelayanan *(e-servqual)* yang digunakan yakni Bukti langsung *(Tangible)*, Kehandalan *(Reliability)*, Daya Tanggap *(Responsiveness)*, Jaminan *(Assurance)*, dan Empati *(Empathy)*. Adapun hasil pembahasanya adalah sebagai berikut :

1. Bukti Langsung *(Tangible)* – Kualitas Sistem *(System Quality)*

Bukti langsung merupakan kemampuan perusahaan dalam menunjukan eksistensinya kepada pihak eksternal. Bukti langsung dapat berupa sarana dan prasarana dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, Seperti fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan serta peralatan yang dipergunakan (teknologi) (Chrismastianto, 2017). Dengan e-bisnis, semua ini hilang karena tidak dapat dilihat. Namun, nasabah membentuk kualitas layanan yang dirasakan dari faktor lain sebagai gantinya (Poyry, 2012). Sebagaimana diungkapkan oleh salah satu informan berikut :

> "*…setiap tampilan dikategorikan pada tema masing-masing dan memuat gambar yang menarik…"* (Nasabah-Andi Laksono, 17 November 2022).
>
> *"…dicantumkan link/website bsi.id untuk pengguna agar mudah diakses. Selain itu juga terdapat keterangan bahwa akun tersebut verified yang berarti akun tersebut benar-benar milik BSI…"* (Nasabah-Sofia Nur, 17 November 2022).
>
> *"…postingannya juga berkesinambungan ini cukup baik dan bagus mudah diakses agar tidak membuat bingung."* (Nasabah-Rifhani Attaya, 17 November 2022).

Berdasarkan hasil wawancara diatas maka dapat disimpulkan bahwa dimensi *Tangible* atau bukti langsung yang fokus pada kualitas sistem yang dimiliki Bank BSI, mendapatkan respons positif sebagaimana disampaikan oleh para informan yang mana tampilan pada beranda bank bsi telah disesuaikan dengan tema, berkesinambungan, dan juga terdapat akses *link web* untuk informasi lebih lanjut. Ini dinilai mudah untuk diakses dan tidak membuat bingung bagi para nasabah.

Dari segi ketersediaan konten bank bsi juga dinilai sudah cukup baik dalam memenuhi informasi bagi para nasabah di media Twitter, dengan menyediakan informasi *ter up-to-date* seputar produk perbankan dan fitur keamanan. Sebagaimana disampaikan 3 informan dengan jawaban yang hampir sama, salah satunya sebagai berikut:

> *"Sudah memenuhi, contohnya pada postingan BSI pasti memberikan info terupdate mengenai keamanan akun, produk terbaru…"…"* (Nasabah-Andi Laksono, 17 November 2022).

Namun respon kurang baik juga diungkapkan salah satu nasbah karena bank BSI tidak menjelaskan informasi produk secara mendetal, sebagai berikut:

> *"Kurang, karena tidak menjelaskan produk-produk BSI secara detail."* (Nasabah-Rifhani Attaya, 17 November 2022).

Namun, terlepas dari respons kurang baik tersebut maka Bank BSI sudah mampu tampil dengan baik dan mampu menyediakan konten informasi untuk nasabah. Berdasarkan pemaparan diatas kualitas layanan dimensi bukti langsung yang fokus pada kualitas sistem yang dimiliki Bank BSI, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar informan telah memberikan respons yang sama yakni baik atau positif dan terdapat 1 (satu) informan memberikan respons kurang baik atau negatif.

2. Kehandalan *(Reliability)*

Kehandalan merupakan kemampuan dalam memberikan jasa dengan handal, akurat dan dapat dipercaya (Cahyani et al., 2021). Hal tersebut dapat meliputi : pengetahuan, keakuratan dalam memberikan informasi kepada nasabah, serta memberikan pelayanan yang sama kepada semua nasabah tanpa kesalahan. Dimensi ini juga penting juga dalam pelayanan online, namun cara untuk mencapainya berbeda. Ini dapat meliputi: efisiensi, pemenuhan kebutuhan dan memberikan batuan secara online *(online help)* (Poyry, 2012).

Pada dimensi ini sebagaimana disampaikan oleh informan :

> *"Saya pernah menyampaikan keluhan lewat sosial media twitter, perihal update aplikasi BSI Mobile tapi harus melakukan aktivasi kembali setelah update nya selesai…. Respon yang cepat dengan jawaban yang tepat, admin BSI cukup menguasai kendala yang saya alami."* (Nasabah – Sulistyanto, 27 September 2022).

Bahwa proses penyelesaian masalah yang dilakukan admin bank cukup cepat dan tepat, hal tersebut didukung dengan pengetahuan yang dimiliki oleh admin bank sehingga dapat memberikan informasi yang tepat dan sesuai. Begitu juga disampaikan oleh informan lain yakni sebagai berikut :

> *"Keluhan yang saya sampaikan yaitu saat saya melakukan registrasi bsi mobile terjadi error pada verifikasi wajah. saya diarahkan untuk melakukan clear cache dan reinstall aplikasi…. Menurut saya arahan yang diberikan jelas dan mudah untuk dimengerti*." (Nasabah – Andi Laksono, 27 September 2022).

> *"Keluhan tersebut dikarenakan terdapat kendala terhadap akun saya, …. Admin memberikan saran untuk datang langsung ke Customer service di kantor cabang terdekat dan admin memberi tahu tentang syarat-syarat apa saja yang dibutuhkan…. admin memberikan jawaban yang cukup memuaskan bagi saya karena jawaban yang saya dapat sangat sesuai dengan apa yang saya butuhkan."* (Nasabah – Sofia Nur, 29 September 2022).

Berdasarkan wawancara dengan AL dan SN diatas maka dapat disimpulkan bahwa admin bank cepat dan tepat dalam memberikan informasi terkait kendala-kendala yang dialami. Admin bank juga memberikan syarat-syarat serta arahan-arahan yang jelas dan mudah dimengerti meskipun tidak bertatap muka secara langsung. Adapun respons informan pada dimensi *reliability* atau kehandalan yang dimiliki oleh admin bank BSI ialah 3 (tiga) informan memberikan respons yang baik atau positif terkait kehandalan yang dimiliki admin bank tersebut. Meskipun sebagian besar informan telah memberikan respons positif, salah satu informan memberikan respons negatif atau kurang baik, sebagaimana disampaikan :

> "*Kartu kredit saya terblokir. Jawabnya sih sepertinya copy paste, tapi saya sudah dijelaskan jika kartu yang saya gunakan kurang terbaru…. Mungkin sudah sesuai dengan SOP dan Protap mereka ya, tapi menurut saya jawabanya bikin kecewa sebenarnya."* (Nasabah – Rifhani Attaya, 29 September 2022).

Pada wawancara dengan informan RA diatas maka dapat disimpulkan bahwa ia memberikan respons kurang baik atau negatif dikarenakan ia beranggapan admin bank hanya memberikan jawaban seperti *copy paste*. Pada wawancara lengkap RA juga mengatakan bahwa admin bank juga menyarankan untuk mengunjungi kantor cabang terdekat jika masih menemui kendala. Menurutnya meskipun jawaban yang diberikan mungkin sudah sesuai SOP dan protap jawaban yang diberikan kurang memuaskan.

Mengajukan keluhan maupun berkonsultasi melalui media sosial juga dinilai sangat efisien. Hal tersebut dibuktikan dengan keuntungan yang dirasakan oleh semua informan, sebagimana sebagai berikut:

> "*Kentungan dari adanya akun BSI menurut saya terletak pada kemudahan dalam penyebaran informasi dan penawaran setiap produknya…"."* (Nasabah-Sulistyanto, 17 November 2022).

> *"…bisa diakses dimanapun kapanpun tanpa harus menunggu bank buka ataupun di hari libur tetap bisa berkonsultasi." ."* (Nasabah – Rifhani Attaya, 17 November 2022).

Selain dinilai lebih mudah dalam penyebaran informasi, keuntungan lain adalah nasabah dapat dengan mudah berkonsultasi kapanpun dan dimanapun 24/7 tanpa hari libur dan tanpa harus adatang ke kantor cabang.

Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar kemampuan admin bank BSI memiliki respons yang baik pada dimensi kehandalan karena mampu memberikan bantuan secara online, dapat memenuhi kebutuhan informasi dan memiliki efisiensi. Sehingga ini dinilai baik atau positif dan satu informan memberikan respon kurang baik atau negatif. Respons positif didukung dengan pemaparan informasi, solusi terkait kendala – kendala yang disampaikan dengan sangat mudah dipahami, rinci dan spesifik sehingga masalah dapat teratasi dengan cepat.

3. Daya Tanggap *(Responsiveness)*

Daya Tanggap merupakan suatu kebijakan untuk membantu dalam memberikan pelayanan yang cepat (responsive) dan tepat waktu kepada para nasabah dengan tetap mengedepankan penyampaian informasi yang jelas. Karena membiarkan nasabah menunggu dapat menciptakan respons negative dalam kualitas pelayanan suatu perusahaan perbankan (Astisha, 2019). Adapun pada dimensi ini, sebagaimana disampaikan informan sebagai berikut :

> *"....menyampaikan keluhan saya pada tanggal 13 September 2022, dan di hari yang sama hanya berselang 2 atau 3 jam dari tweet saya,…"* (Nasabah – Sulistyanto, 27 September 2022).

> *"....dibalas pada jam 7 malam. menurut saya admin membalas 30 menit setelah saya mengajukan keluhan sudah termasuk cepat*." (Nasabah – Andi Laksono, 27 September 2022).

Berdasarkan wawancara SL dan Al diatas maka dapat disimpulkan bahwa pada dimensi ini mereka memberikan respons yang baik atau positif terkait dengan Daya Tanggap yang dimiliki admin bank BSI bahwa admin bank merespon sangat cepat kurang dari 24 jam. Selain itu, terkait dengan hal tersebut admin bank memenuhi kebutuhan nasabah sesuai dengan harapan karena mampu merespon keluhan dengan cepat. Adapun respons positif juga disampaikan informan lainnya yakni sebagai berikut :

> *"....menurut saya ini sudah termasuk cepat untuk membalas meskipun nge-tweet tengah malam."* (Nasabah – Rifhani Attaya, 29 September 2022).

> *"....berselang 2 menit kemudian admin akun BSI memberikan jawaban nya. Menurut saya ini respon yang sangat cepat dan tanggap sekali."* (Nasabah – Sofia Nur, 29 September 2022).

Berdasarkan pada penyampaian RA dan SN diatas maka dapat disimpulkan bahwa mereka juga memberikan respon positif terkait Daya Tanggap yang dimiliki admin bank Indonesia. Hal ini didukung dengan respon admin yang cepat meskipun mengajukan keluhan pada tengah malam.

Admin bank BSI juga telah memberikan jaminan pelayanan yang tepat sebagi bentuk kompensasi mereka kepada para nasabah yang mengajukan keluhan melalui media sosial. Dengan beberapa alasan pendukung seperti kemampuan admin dalam

memeberikan informasi yang aman, rinci dan mudah dipahami, semua informan kompak memberikan respon positif, sebagaimana diwakilkan beberapa informan berikut:

> *"Dilihat dari keamanannya sama cara admin ngasih jawaban, saya rasa sudah cukup memberikan jaminan pelayanannya."* (Nasabah – Rifhani Attaya, 29 September 2022).

> *"...bank sudah memberikan jaminan pelayanan yang tepat bagi saya. Jawaban yang diberikan mudah dipahami dan rinci…"* (Nasabah – Sofia Nur, 29 September 2022).

Selain itu daya tanggap juga dinilai dari bagaimana interaksi yang ditunjukkan admin bank kepada para nasabahnya. Berikut bebrapa respons dari nasabah terkait hal tersebut :

> "*Interaksi melalui direct message bahasa yang santai dan mudah dipahami secara personal cukup membuat saya merasa akrab dengan admin BSI, sehingga interaksi yang dibangun tidak membuat saya sungkan…"* (Nasabah – Sulistyanto, 27 September 2022).

> "*Admin bank menjelaskan step by step yang harus dilakukan dengan sangat jelas dan ramah. interaksi melalui laman komentar menurut saya sudah cukup"* (Nasabah – Andi Laksono, 27 September 2022).

Wawancara SL dan AL di atas dapat disimpulkan bahwa mereka memberikan respons positif yang didukung dengan keramahan admin bank BSi dalam menjelaskan informasi, bahasa yang digunakan juga santai sehingga nasabah merasa akrab dan tidak sungkan dengan admin bank BSI. Dari wawancara tersebut juga dapar diketahui bahwa admin bank BSI siap memebrikan kontak atau interaksi melalui pesan pribadi maupun laman komentar.

Pemaparan hasil wawancara dengan semua informan diatas maka disimpulkan bahwa dimensi Daya Tanggap yang dimiliki admin bank BSI mendapatkan respon positif dari semua informan.

4. Jaminan *(Assurance)*

Jaminan merupakan keamanan jasa yang diberikan oleh suatu lembaga perbankan yang meliputi keamanan data transaksi, data nasabah, uang maupun barang yang dikelola oleh lembaga tersebut (Suryadi & Setiawan, 2020). Pada layanan *e-servqual* suatu perusahaan harus mampu memeberikan informasi yang berkualitas, dapat dipercaya, memeberikan keamanan dan privasi serta terbebas dari risiko.

Admin Bank BSI pada kasus ini sudah dapat membuktikan bahwa mereka mampu memberikan informasi yang berkualitas dan dapat dipercaya. Ini dibuktikan dengan respon positif yang diberikan oleh semua informan. Salah satunya adalah sebagai berikut :

> *"Kualitas informasi yang diberikan sangat menarik dan cukup jelas, karena dikemas dengan gambar-gambar atau video."* (Nasabah – Sulistyanto, 17 November 2022)

> *"Menurut saya sudah bisa dipercaya, karena permasalahan yang kadang hanya bisa diselesaikan dengan praktik langsung dengan cs nya, ini bisa dikonsultasikan hanya jawaban dari ketikan atau hanya dari postingan yang mudah untuk diikuti."* (Nasabah – Rifhani Attaya, 17 November 2022)

Kualitas informasi yang diberikan admin bank sangat baik dan menarik. Dan informasi yang diberikan terpercaya yang didukung dengan solusi yang diberikan mudah diikuti walaupun hanya melalui ketikan saja. Jaminan juga harus dinilai dari

tingakat keamanan dan privasi yang diberikan bank kepada para nasabahnya. Sebagaimana diungkapkan:

> "*Betul, ini yang saya cukup apresiasi, admin BSI menyampaikan jawaban yang sifatnya general di reply tweet kemudian melanjutkan dengan dm…. Dari keluhan yang saya sampaikan kemudian respon cepat yang saya dapat, menurut saya ini pelayanan yang sangat tepat khususnya untuk milenial seperti saya."* (Nasabah – sulistyanto, 27 September 2022).

> "*….admin bank tidak menanyakan kartu identitas dan lain lain, tapi mengarahkan ke kantor cabang bsi terdekat jika masih mendapat keluhan…., saya merasa aman karena saya tidak perlu menyertakan informasi pribadi saya ke khalayak public*. (Nasabah – Andi Laksono, 27 September 2022)

Dari wawancara diatas maka dapat disimpulkan bahwa admin bank BSI memberikan jaminan keamanan kepada para nasabah yang mengajukan keluhan melalui media sosial dengan tetap menjaga privasi nasabah dan merespons keluhan secara pribadi atau dengan pesan. Memberikan jaminan juga artinya harus bebas dari risiko yang menyertainya dari adsnya interaksi melalui media sosial ini. Semua informan memeberikan respon positif, dengan tidak adanya risiko yang dialami para informan. Salah satunya diwakilkan pernyataan informan berikut:

> *"Saya pribadi tidak mendapati risiko dari interaksi melalui sosmed ini, justru malah membantu menyelesaikan masalah dengan cepat dan praktis."* (Nasabah – Sofia Nur, 17 November 2022)

> *"Tidak ada, dengan catatan kita tidak memberi informasi pribadi kita. Jika informasi pribadi diperlukan admin akan mengarahkan nasabah untuk mengunjungi kantor cabang terdekat*." (Nasabah – Andi Laksono, 17 November 2022)

Kedua informan diatas mengungkapkan tidak mendapati risiko dari interaksi melalui media sosial. Ini justru dapat membantu dengan praktis dan mudah. Selain itu, nasabah tidak perlu menyertakan informasi pribadi dan disarankan untuk mengunjungi kantor cabang terdekat.

Pada dimensi Jaminan *(Assurance)*, mengacu pada seluruh jawaban yang telah diberikan semua informan maka disimpulkan bahwa mereka memberikan respons yang sangat baik atau positif terkait jaminan yang diberikan oleh admin bank BSI. Ini didukung dengan kemampuan bank BSI dalam memeberikan informasi yang berkualitas dan dapat dipercaya, menjamin keamanan dan privasi nasabah, serta mampu meminimalisir risiko yang mungkin dihadapi oleh nasabah.

5. Empati *(Empathy)* – Kenyamanan *(Convenience)*

Empati merupakan kepedulian atau perhatian secara pribadi yang diberikan lembaga perbankan kepada nasabah. Pelayanan yang diberikan oleh suatu lembaga perbankan harus menunjukkan bentuk kepedulian mereka kepada para nasabah (Cahyani et al., 2021).

Empati dalam model SERVQUAL asli berarti pelanggan harus dilayani secara individual dan memberikan perhatian pribadi sebanyak yang diperlukan. Sedangkan pada e-service empati meliputi kejelasan, pemahaman, kemudahan untuk dipelajari dan diikuti serta dapat menghemat uang dan waktu.

Pada dimensi ini sebagaimana disampaikan informan sebagai berikut :

"Karena melalui media sosial lebih cepat dan gratis, ditambah lagi saya aktif di Twitter jadi sekalian aja sih. Merasa aman sekali karena tidak perlu memberikan data pribadi kecuali melalui DM atau jika terhubung langsung

dengan admin…. Dilihat dari keamanannya sama cara admin ngasih jawaban, saya rasa sudah cukup memberikan jaminan pelayanannya." (Nasabah – Rifhani Attaya, 29 September 2022).

"Jika saya mengajukan pertanyaan di sosmed maka orang lain yang memiliki kendala seperti saya tidak kebingungan lagi karena sudah menemukan jawaban dari pertanyaan saya…., Menurut saya admin bank sudah memberikan jaminan pelayanan yang tepat…. disarankan untuk tetap ke cabang terdekat jika masih menemui kendala, saya rasa tidak perlu karena arahan sudah cukup jelas meskipun tidak secara langsung." (Nasabah – Sofia Nur, 29 September 2022).

Dari wawancara RA dan SN maka dapat disimpulkan bahwa selain aman mereka juga menyertakan alasan mengajukan keluhan melalui sosial media yakni selain cepat dan gratis ini juga dapat memberikan manfaat kepada orang lain apabila memiliki kendala yang sama. Sehingga admin bank telah memenuhi kebutuhan nasbaah dalam menghemat uang dan waktu serta dapat memebrikan kemudahan.

Pernyataan – pernyataan diatas menunjukkan bahwa semua informan setuju dengan memberikan respons yang sangat baik atau positif atas empati yang dimiliki oleh admin bank BSI atau perhatian personal yang diberikan kepada para nasabahnya.

6. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan suatu upaya perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang disampaikan dengan cara yang tepat agar kebutuhan pelanggan tersebut dapat terpenuhi. Kualitas pelayanan dapat berupa barang atau jasa, keduanya dapat dikatakan berkualitas apabila dapat digunakan untuk memenuhi atau melebihi kebutuhan pelanggan (Dewi, 2017). Secara keseluruhan

kualitas pelayanan Bank Syariah Indonesia di platform Twitter, dari 2 (dua) informan memberikan penilaian yang biasa-biasa saja artinya pelayanan yang diberikan oleh admin bank BSI sama dengan harapan mereka. Yakni sebagai berikut :

> *"Simple, meskipun secara keseluruhan udah baik, tapi harapanya ya bisa ditingkatkan lagi untuk pelayanannya."* (Nasabah – Rifhani Attaya, 29 September 2022).

> *"Simple. Alasanya karena admin bank sudah mau melayani nasabah dengan baik dan membantu saat nasabah memiliki keluhan."* (Nasabah – Andi Laksono, 27 September 2022)

Sedangkan 2 (dua) informan memberikan respons positif atas keseluruhan kualitas pelayanan yang diberikan Bank Syariah Indonesia, yakni sebagai berikut :

> *"Positif. Alasan saya memberikan penilaian positif karena saya merasa terbantu dengan respon yang cepat dan dibantu sampai keluhan saya teratasi*." (Nasabah – Sulistyanto, 27 September 2022).

> *"Positif. Menurut saya kualitas pelayanan yang diberikan melebihi dengan harapan saya…."* (Nasabah – Sofia Nur, 29 September 2022).

Berdasarkan pernyataan diatas maka, dapat disimpulkan bahwa kedua informan tersebut merasa terbantu dengan adanya admin bank BSI di media sosial ini. Sehingga, kualitas pelayanan Bank Syariah Indonesia di platform Twitter sudah dapat dikatakan cukup baik.

4.2.2 Pembahasan

1. Analisis Respons Pengguna Twitter Berdasarkan Dimensi Kualitas Pelayanan

Pelayanan prima yang berkualitas akan menentukan respon positif maupun negatif dari nasabah. Hal ini akan berpengaruh pada hubungan perusahaan dengan nasabahnya, respons nasabah yang positif dapat dinilai dari apakah perusahaan sudah mampu atau belum memenuhi harapan nasabahnya. Keduanya memiliki hubungan erat, yang mana apabila pelayanan yang diberikan perusahaan baik maka nasabah akan merasa puas dan akan terus memberikan respons yang positif bagi perusahaan.

Memberikan pelayanan yang baik tidak hanya penting diberikan kepada nasabah yang berada di lapangan, melainkan juga penting memberikan pelayanan bagi nasabah yang berada didunia maya. Dengan berbagai macam kepentingan nasabah, penggunaan sosial media dapat dimanfaatkan nasabah untuk mengajukan keluhan atau sekedar bertanya mengenai suatu informasi tertentu kepada salah satu perusahaan perbankan. Oleh karena itu pihak perbankan harus tanggap dengan kebutuhan nasabah tersebut.

Bank Syariah Indonesia sendiri telah aktif memberikan pelayanan kepada nasabah melalui media sosial khususnya pada platform Twitter. Layanan customer care yang diberikan dapat memberikan respon untuk dapat terhubung langsung dengan nasabah.

a. Bukti Langsung *(Tangible)*

Menurut Tjiptono (2008: 68) Bukti langsung meliputi: fasilitas yang berbentuk, perlengkapan, pegawai, sarana prasarana komunikasi. Bukti langsung dapat berupa sarana dan prasarana dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi

jasa, Seperti fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan serta peralatan yang dipergunakan (teknologi) (Chrismastianto, 2017).). Dengan e-bisnis, semua ini hilang karena tidak dapat dilihat. Namun, nasabah membentuk kualitas layanan yang dirasakan dari faktor lain sebagai gantinya (Poyry, 2012).

Melalui hasil wawancara dengan para nasabah pada penelitian ini Berdasarkan hasil wawancara diatas maka dapat disimpulkan bahwa dimensi *Tangible* atau bukti langsung yang fokus pada kualitas sistem yang dimiliki Bank BSI, mendapatkan respons positif sebagaimana disampaikan oleh para informan yang mana tampilan pada beranda bank bsi telah disesuaikan dengan tema, berkesinambungan, dan juga terdapat akses *link web* untuk informasi lebih lanjut. Ini dinilai mudah untuk diakses dan tidak membuat bingung bagi para nasabah.

Dari segi ketersediaan konten bank bsi juga dinilai sudah cukup baik dalam memenuhi informasi bagi para nasabah di media Twitter, dengan menyediakan informasi *ter up-to-date* seputar produk perbankan dan fitur keamanan.

Adapun respons nasabah pada dimensi bukti langsung yang dimiliki Bank Syariah Indonesia di platform Twitter dapat disimpulkan 3 informan memberikan respons positif . ini didukung dengan kemampuan bank BSI dalam memberikan kemudahan *akses web* dan menyediakan konten yang memenuhi kebutuhan nasabah.

b. Kehandalan *(Reliability)*

Menurut Tjiptono (2008: 68) kehandalan pada bidang jasa meliputi: pemrosesan informasi adalah dengan menyediakan informasi yang mumpuni, yang

dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Keandalan juga dapat meliputi: kinerja petugas dalam memberikan informasi pelayanan, kehandalan petugas dalam melancarkan prosedur pelayanan, dan keadalanan petugas dalam memudahkan teknis pelayanan (Rafidah, 2014) Dimensi ini juga penting juga dalam pelayanan online, namun cara untuk mencapainya berbeda. Ini dapat meliputi: efisiensi, pemenuhan kebutuhan dan memberikan batuan secara online *(online help)* (Poyry, 2012).

Bahwa proses penyelesaian masalah yang dilakukan admin bank cukup cepat dan tepat, hal tersebut didukung dengan pengetahuan yang dimiliki oleh admin bank sehingga dapat memberikan informasi yang tepat dan sesuai.

Hasil wawancara dengan para nasabah Bank Syariah Indonesia di platform Twitter, maka kehandalan Bank Syariah Indonesia secara keseluruhan sudah sangat baik. Hal tersebut dibuktikan dengan kemampuan admin bank BSI sebagai layanan *Customer Service* telah mengkonfirmasi kebutuhan nasabah di platform Twitter dengan tepat, segera, cepat dan memiliki kualitas tanpa harus datang ke bank. Tiga informan yang mengajukan keluhan pada aplikasi BSI Mobile menyatakan jawaban yang hampir sama yakni, bahwa pihak admin bank memberikan arahan terkait update aplikasi dengan arahan yang rinci dan mudah dipahami.

Salah satu informan juga mengatakan bahwa, menurutnya admin bank BSI memberikan pelayanan yang terbaik dan tepat bahkan pada pelayanan pertama kali. Informasi yang diberikan juga sudah sesuai dengan yang dibutuhkan oleh

salah satu nasabah. Namun tanggapan kurang baik juga disampaikan salah satu informan yang menyatakan bahwa admin bank sebenarnya sudah menjawab sesuai dengan SOP dan protap tetapi jawaban hanya seperti *copy paste* dan cukup mengecewakan.

Mengajukan keluhan maupun berkonsultasi melalui media sosial juga dinilai sangat efisien. Hal tersebut dibuktikan dengan keuntungan yang dirasakan oleh semua informan, Selain dinilai lebih mudah dalam penyebaran informasi, keuntungan lain adalah nasabah dapat dengan mudah berkonsultasi kapanpun dan dimanapun 24/7 tanpa hari libur dan tanpa harus adatang ke kantor cabang.

Dapat disimpulkan pada dimensi kehandalan *(Reliability)* yang dimiliki Bank Syariah Indonesia di platform Twitter secara keseluruhan mendapatkan respons positif dari para nasabah, meskipun satu nasabah memberikan respon negatif. Ini didukung dengan kemampuan admin bank BSI memiliki mampu memberikan bantuan secara online, dapat memenuhi kebutuhan informasi dan memiliki efisiensi. Sehingga ini dinilai baik atau positif dan satu informan memberikan respon kurang baik atau negatif. Respons positif didukung dengan pemaparan informasi, solusi terkait kendala – kendala yang disampaikan dengan sangat mudah dipahami, rinci dan spesifik sehingga masalah dapat teratasi dengan cepat.

c. Daya Tanggap *(Responsiveness)*

Menurut Tjiptono (2008: 68) Daya Tanggap meliputi: daya tangkap dan menepati komitmen serta mengatasi keluhan dengan tepat. Daya Tanggap juga

dapat meliputi: keinginan nasabah memberikan layanan dengan tanggap, merespon dengan tepat waktu (Larassati & Fauzi, 2022).

Berdasarkan wawancara dapat disimpulkan bahwa pada dimensi ini informan memberikan respons yang baik atau positif terkait dengan Daya Tanggap yang dimiliki admin bank BSI bahwa admin bank merespon sangat cepat kurang dari 24 jam. Selain itu, terkait dengan hal tersebut admin bank memenuhi kebutuhan nasabah sesuai dengan harapan karena mampu merespon keluhan dengan cepat.

Admin bank BSI juga telah memberikan jaminan pelayanan yang tepat sebagai bentuk kompensasi mereka kepada para nasabah yang mengajukan keluhan melalui media sosial. Dengan beberapa alasan pendukung seperti kemampuan admin dalam memeberikan informasi yang aman, rinci dan mudah dipahami, semua informan kompak memberikan respon positif,.

Daya tanggap juga dinilai dari bagaimana interaksi yang ditunjukkan admin bank kepada para nasabahnya. Hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa mereka memberikan respons positif yang didukung dengan keramahan admin bank BSi dalam menjelaskan informasi, bahasa yang digunakan juga santai sehingga nasabah merasa akrab dan tidak sungkan dengan admin bank BSI. Dari wawancara tersebut juga dapar diketahui bahwa admin bank BSI siap memebrikan kontak atau interaksi melalui pesan pribadi maupun laman komentar.

Berdasarkan pemaparan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa dimensi Daya Tanggap *(Responsiveness)* yang dimiliki Bank Syariah Indonesia mendapatkan

respon positif dari semua informan. Ini dibuktikan dengan kemampuan bank BSI dalam tanggap terhadap permintaan informasi, memeberikan kompensasi pelayanan dan juga mampun membangun interaksi/ kontak yang baik dengan para nasabah.

d. Jaminan *(Assurance)*

Menurut Tjiptono (2008: 68) meliputi: kemampuan perusahaan dalam memberikan keamanan, kenyamanan, kejujuran. Jaminan juga dapat berupa: jaminan pelayanan tepat, keamanan data transaksi, data nasabah dan uang maupun barang yang lembaga oleh kelola (Chrismastianto, 2017).

Pada layanan *e-servqual* suatu perusahaan harus mampu memeberikan informasi yang berkualitas, dapat dipercaya, memeberikan keamanan dan privasi serta terbebas dari risiko. Kualitas informasi yang diberikan admin bank sangat baik dan menarik. Dan informasi yang diberikan terpercaya yang didukung dengan solusi yang diberikan mudah diikuti walaupun hanya melalui ketikan saja.

Jaminan juga harus dinilai dari tingakat keamanan dan privasi yang diberikan bank kepada para nasabahnya. Hasil wawancara disimpulkan bahwa admin bank BSI memberikan jaminan keamanan kepada para nasabah yang mengajukan keluhan melalui media sosial dengan tetap menjaga privasi nasabah dan merespons keluhan secara pribadi atau dengan pesan.

Memberikan jaminan juga artinya harus bebas dari risiko yang menyertainya dari adanya interaksi melalui media sosial ini. Semua informan memeberikan respon positif, dengan tidak adanya risiko yang dialami para informan. Dari hasil

wawancara informan tidak mendapati risiko dari interaksi melalui media sosial. Ini justru dapat membantu dengan praktis dan mudah. Selain itu, nasabah tidak perlu menyertakan informasi pribadi dan disarankan untuk mengunjungi kantor cabang terdekat.

Kemampuan bank BSI dalam memeberikan informasi yang berkualitas dan dapat dipercaya, menjamin keamanan dan privasi nasabah, serta mampu meminimalisir risiko yang mungkin dihadapi oleh nasabah.

Berdasarkan pernyataan para informan diatas maka, pada dimensi jaminan *(Assurance)* dapat disimpulkan bahwa seluruh informan menunjukkan respons yang positif atas jaminan keamanan yang diberikan oleh admin Bank Syariah Indonesia di platform Twitter.

e. Empati *(Empathy)* – Kenyamanan *(Convenience)*

Menurut Tjiptono (2008: 68) empati meliputi: menjalin interaksi, hubungan, komunikasi yang efektif dan baik, memberikan perhatian personal serta pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan. Pernyataan tersebut selaras dengan, bahwa empati dapat berupa perhatian tulus yang bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada nasabah (Sahara et al., 2022).

Empati dalam model SERVQUAL asli berarti pelanggan harus dilayani secara individual dan memberikan perhatian pribadi sebanyak yang diperlukan. Sedangkan pada e-service empati meliputi kejelasan, pemahaman, kemudahan untuk dipelajari dan diikuti serta dapat menghemat uang dan waktu.

Dari wawancara dapat disimpulkan bahwa selain aman mereka juga menyertakan alasan mengajukan keluhan melalui sosial media yakni selain cepat dan gratis ini juga dapat memberikan manfaat kepada orang lain apabila memiliki kendala yang sama. Sehingga admin bank telah memenuhi kebutuhan nasbaah dalam menghemat uang dan waktu serta dapat memeberikan kemudahan.

Pernyataan – pernyataan diatas menunjukkan bahwa semua informan setuju dengan memberikan respons yang sangat baik atau positif atas empati yang dimiliki oleh admin bank BSI atau perhatian personal yang diberikan kepada para nasabahnya.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan oleh peneliti dengan mengacu pada dimensi kualitas layanan *e-servqual* yang meliputi Bukti langsung *(Tangible)* – kualitas sistem *(System Quality)*, Kehandalan *(Reliability)*, Daya Tanggap *(Responsiveness)*, Jaminan *(Assurance)*, dan Empati *(Empathy* Empati *(Emphaty)* – Kenyamanan *(Convenience)*.

Disimpulkan bahwa sebagian besar informan yang juga merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia yang aktif di platform Twitter memberikan respons positif terhadap kualitas layanan yang diberikan Bank Syariah Indonesia. Berdasarkan teori yang digunakan terkait dengan kualitas pelayanan dengan menggunakan 5 (lima) dimensi diatas, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan sudah sesuai dengan apa yang terjadi dilapangan meskipun terdapat satu informan yang memberikan respons negatif pada dimensi Bukti langsung *(Tangible)* dan Kehandalan *(Reliability)*.

Hal tersebut dapat dimaklumi karena Bank Syariah Indonesia merupakan bank yang baru saja melakukan merger dan bisa juga dikarenakan banyaknya netizen yang mengajukan pertanyaan melalui kolom komentar dan *Tweets* akun Twitter bank Syariah Indonesia. Selanjutnya semua dimensi kualitas pelayanan Bank Syariah Indonesia di platform Twitter sudah bisa dikatakan cukup baik dilihat dari hasil pembahasan dan juga respons positif yang diberikan oleh sebagian besar informan.

2. Respons Pengguna Twitter Terhadap Kualitas Layanan Bank Syariah Indonesia

Kualitas pelayanan yang baik, dapat dinilai dari cara perusahaan perbankan dalam memenuhi kebutuhan fasilitas fisik, kehandalan dalam memberikan pelayanan, Daya Tanggap yang cepat dan tepat, jaminan keamanan serta empati. Hal ini dilakukan untuk menjaga hubungan baik antara pihak perbankan dengan para nasabahnya. Kualitas pelayanan yang sudah terlaksana dengan baik akan dinilai positif oleh para nasabah begitupun sebaliknya.

Dari hasil penelitian yang telah dipaparkan diatas, dapat dianalisis kualitas pelayanan terhadap respons nasabah memiliki pengaruh yang positif untuk pengembangan suatu perusahaan perbankan. Hal-hal yang tidak ada pada PT. Bank Syariah Indonesia juga dapat mempengaruhi respons nasabah terhadap optimal atau tidaknya kualitas pelayanan bank tersebut. Saat nasabah merasa puas dan mendapatkan apa yang mereka butuhkan dari suatu layanan jasa perbankan, maka nasabah akan loyal terhadap perusahaan tersebut. Ini akan memungkinkan nasabah

tetap bertahan sebagai nasabah bank tersebut. Dengan respons yang positif, nasabah juga akan merekomendasikan pelayanan baik bank tersebut kepada orang lain. Hal ini berarti nasabah secara tidak langsung melakukan promosi yang akan menguntungkan perusahaan tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara dengan 4 (empat) informan yang merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia di platform Twitter tentang respons mereka secara keseluruhan kualitas pelayanan Bank Syariah Indonesia menjawab positif dan simple. Dimana 2 (dua) informan yang memberikan respons positif, mengatakan bahwa mereka merasa terbantu dengan respons admin bank sebagai layanan *customer service* yang cepat tanggap dalam menjelaskan sampai kendala teratasi. Selain itu kualitas pelayanan yang dimiliki Bank Syariah Indonesia juga dinilai melebihi harapan informan tersebut.

2 (dua) informan yang memberikan respons simple atau dengan kata lain kinerja bank sama dengan harapan nasabah, mengatakan bahwa sebenarnya admin bank sudah melayani dan membantu nasabah dengan baik akan tetapi diharapkan kualitas pelayanan bank dapat ditingkatkan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan diatas maka dapat disimpulkan yakni sebagai berikut :

1. Adapun respons nasabah Bank Syariah Indonesia di Platform Twitter atas kualitas layanan yang ditinjau melalui dimensi e-servqul yang meliputi: Bukti langsung *(Tangible)* - kualitas sistem *(System Quality),* Kehandalan *(Reliability),* Daya Tanggap *(Responsiveness),* Jaminan *(Assurance),* dan Empati *(Empathy*) - Kenyamanan *(Convenience),* sebagian besar informan memberikan respons positif dan baik, dan masing – masing 1 (satu) respons negatif pada dimensi Bukti langsung *(Tangible)* - kualitas sistem *(System Quality),,* Kehandalan *(Reliability).*
2. Secara keseluruhan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia di platform Twitter mendapatkan 2 (dua) respons *positif disconfirmation* dengan penilaian kinerja melebihi harapan nasabah dan 2 (dua) respons *simple confirmation* dengan penilaian kinerja bank sama dengan

harapan nasabah. Sehingga, kualitas pelayanan sudah baik dan akan lebih baik lagi jika ditingkatkan kembali.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih terdapat keterbatasan – keterbatasan yang bisa diperbaiki oleh penelitian selanjutnya. Keterbatasan tersebut antara lain :

1. Fokus penelitian hanya pada respons nasabah atas kualitas pelayanan Bank Syariah Indonesia.
2. Sampel penelitian terbatas yakni hanya 4 (empat) informan yang merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia yang aktif di platform Twitter.
3. Penelitian hanya fokus pada satu platform media sosial yakni Twitter dan hanya menerapkan 5 dimensi Bukti langsung *(Tangible),* Kehandalan *(Reliability),* Daya Tanggap *(Responsiveness),* Jaminan *(Assurance),* dan Empati *(Empathy*) untuk menganalisis respon nasabah atas kualitas pelayanan Bank Syariah Indonesia.

5.3 Saran

Penelitian selanjutnya yang akan mengangkat topik yang sama dapat melakukan pembahasan yang lebih mendalam dengan memperbaiki fokus penelitian tidak hanya pada respons nasabah. Menambah sampel penelitian agar data yang dihasilkan lebih detail. Melakukan penelitian tidak hanya respons

nasabah di satu platform media sosial saja, serta menambah dimensi kualitas pelayanan untuk mengukur respons nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

Abraham, F. (2014). Pemanfaatan Twitter Sebagai Media Komunikasi Massa. *Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan*, *18*.

Aliansyah, T. (2012). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Manajemen*, *1*(1), 38.

Astisha, W. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri KC Malang*.

Astuti, S. P., Wilasari, W., & Utami, D. E. (2014). Meningkatkan kualitas Pelayanan Di Bank Syariah. *Jurnal Manajemen Bisnis*, *2*(1), 47–58.

BSI. (2021). *Bank Syariah Indonesia*. https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html

Cahyani, S. F. N., Fasa, M. I., & Suharto. (2021). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas pelayanan Terhadap Nasabah Pada Masa pandemik di Bank Syariah*. *1*(2), 103–114.

Cancera, N. R. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dengan Model CARTIER Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Bank CIMB Niaga Syariah KC Bandar Lampung)*.

Chrismastianto, I. A. W. (2017). *Analisis swot implementasi teknologi finansial terhadap kualitas layanan perbankan di indonesia*. *20*(1), 133–144.

Daring, K. (2021). *Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa*. https://kbbi.kemdikbud.go.id/

Dewi. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pasien Pengguna BPJS Dengan Kepuasan Pasien Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Dayasaing*, *18*(2).

Frimayasa, A. (2017). *Harapan Masyarakat Terhadap Layanan Publik Pada Kelurahan Makasar , Jakarta Timur*. *XVII*(2), 179–188.

Herna. (2020). *Persepsi dan Respons Masyarakat Terhadap Layanan BRIlink Di DEsa Mattunru-Tunrue kabupaten Pinang (Analisis perbankan syariah)*.

Juanda, H. (2017). *Media Sosial Sebagai Penyebarluasan Informasi Pemerintah Aceh*. *1*(1), 1–22.

Kurnia, N., Savirani, A., Eddyono, S., Kusumasari, B., Rajiyem, Widhyharto, D. S., Madya, S. Ha., Monggilo, Z. M. Z., Djindan, M., Putri, T. E., Larasati, Z. W., Prasetyo, W., Santoso, A. D., & Nityasari, A. (2021). *Big Data Untuk Ilmu Sosial : Antara Metode Riset Dan Realitas Sosial*. Gadjah Mada University Press Anggota IKAPI dan APPTI.

Larassati, N., & Fauzi, A. (2022). Strategi Meningkatkan Kualitas Layanan Melalui

Digitalisasi Perbankan di BSI Trade Center Kota Kediri. *At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, *4*(2), 202–217.

Mujiono, M. N. M. (2019). Kualitas Layanan Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Masyarakat (Studi Tentang Pemanfaat Media Sosial Dan Sms Center Sebagai Sarana Pengaduan Di Dinas PUPR Kota Blitar). *Jurnal Ilmu Manajemen*, *8*(2006), 95–101.

Nugroho, A. (2018). Analisis Faktor Eksploratori Layanan @syariahmandiri. *Jurnal Ekonomi*, *23*(3), 376. https://doi.org/10.24912/je.v23i3.419

Poyry, M. (2012). *Next Steps in SERVQUAL - Adjusting to Digitalization of Services*.

Rachmatulloh, D. P., & Solekah, N. A. (2021). Antecedents Of Saving Decision At Sharia Banks : Islamic Financial Literacy, Religiosity And Service Quality (Studies On Millennial Generation). *Economic and Islamic Business*, *6*(2), 97–111.

Rafidah. (2014). *Kualitas Pelayanan Islami Pada perbankan Syariah*. 113–126.

Rohman, A. (2017). *Kepemimpinan pelayanan prima di pedesaan*. *7*(1), 95–105.

Rombe, Y. (2020). Strategi Meningkatkan Kualitas Layanan Melalui Digitaliasi Jasa Perbankan Di PT . Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Pusat Jakarta Pusat. *Ekonomika*, *4*(2), 34–44.

Sahara, M., Faizal, M., & Meriyati. (2022). Analisis Strategi Peningkatan Kualitas

Pelayanan Terhadap Nasabah Pada Masa Pandemi Covid-19 Di PT. Asuransi Jasindo Syariah Cabang Palembang. *Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMAK)*, *1*(2), 181–210.

Saniyah, Z. (2019). *Analilis Kualitas Pelayanan Dengan Model CARTIER Terhadap Kepuasan Nasabah BMT Assyafi'iyah Kotagajah*.

Saraswati, E. (2022). Market Orientation, Service Quality On Customer Satisfaction And Loyalty: Study On Sharia Banking In Indonesia. *Golden Ratio of Markrting and Applied Psychology of Business*, *2*(1).

Sediyono, E., Kristen, U., Wacana, S., Setiawan, A., Kristen, U., & Wacana, S. (2018). *Implementasi Metode Association Rule untuk Menganalisis Data Twitter Implementasi Metode Association Rule untuk Menganalisis Data Twitter tentang Badan Penyelenggara Jaminan Sosial dengan Algoritma Frequent Pattern - Growth*. *April*. https://doi.org/10.21456/vol8iss1pp25-33

Shadiqqin, M. (2004). *Implementasi Dimensi Kualitas Pelayanan Konsumen*. Sinar Grafika.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta.

Suryadi, & Setiawan, F. (2020). *Analisis Presepsi Dan Respon Nasabah Atas Kualitas Pelayanan Di KSPPS Nuri Jatim Cab. Socah Kab. Bangkalan*. *x*(x),

181–206.

Suyanto, Bagong, & Sutinah. (2006). *Metode Penelitian Sosial*. PT. Kencana Persada.

WhatsApp, T. (2021). *tentang WhatsApp*. https://www.whatsapp.com/about/?lang=id

Zuhra, A. (2017). *Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan NAsabah Pada PT. Bank Syariah MAndiri Cabang Belawan*. 1–75.

LAMPIRAN

JADWAL PENELITIAN

No	Bulan	Februari 2022				Maret 2021				April 2022			
	Kegiatan	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penyusunan Proposal	X		X		X		X		X			
2	Konsultasi		X		X		X		X				
3	Pendaftaran Ujian Seminar Proposal									X			

No	Bulan	Mei 2022				September 2022				Oktober 2022			
	Kegiatan	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
4	Ujian Seminar Proposal		X										
5	Revisi Proposal			X	X	X							
6	Wawancara						X	X	X				
7	Penulisan Akhir Naskah Skripsi							X	X	X	X		
8	Pendaftaran Munaqosah										X		
9	Munaqosah												
10	Revisi Skripsi												

LAMPIRAN

PANDUAN WAWANCARA

NO	DIMENSI	SUB DIMENSI	PERTANYAAN
1.	Bukti langsung *(Tangible)* – kualitas sistem *(System Quality)*	a. Design laman dan konten b. ketersediaan informasi	a. Bagaimana tampilan informasi pada beranda akun Twitter *@bankbsi_id*? b. Apakah konten yang disediakan dapat memenuhi kebutuhan informasi anda?
2.	Kehandalan (Reliability)	a. Bantuan Online b. Pemenuhan kebutuhan informasi **c.** Efisiensi	a. Keluhan apa yang anda sampaikan kepada admin bank dan bagaimana tanggapan admin bank tersebut? b. Bagaimana respon anda tentang kesesuaian/ tidaknya jawaban yang diberikan admin kepada anda? c. Menurut anda apa keuntungan dari adanya akun Twitter @bankbsi_id bagi anda?
3.	Daya Tanggap (Responsiveness)	a. Tanggap terhadap permintaan informasi b. Kompensasi c. Interaksi/ Kontak	a. Kapan anda mengajukan keluhan? Kapan admin *mereplay*? b. Bagaimana kompensasi yang diberikan admin atas masalah yang anda hadapi? c. Menurut anda bagaimana interaksi yang diberikan admin bank kepada anda?
4.	Jaminan *(Assurance)*	a. Kualitas Informasi b. Kepercayaan c. Privasi dan Keamanan d. Bebas dari risiko	a. Menurut anda bagaimana kualitas informasi/ solusi yang diberikan kepada anda? b. Menurut anda apakah informasi/ solusi yang diberikan dapat dipercaya? c. Disambungnya *replay* admin tersebut, menurut anda

			apakah admin bank menjaga apa yang seharusnya sudah menjadi kerahasiaan anda sebagai nasabah yang mengajukan keluhan melalui media sosial? d. Menurut anda apakah ada risiko dari dari berinteraksi melalui media sosial?
5.	Empati *(Emphaty)* – Kenyamanan *(Convenience)*	a. Upaya penghematan (uang dan waktu), kemudahan	a. Mengapa anda memilih mengajukan keluhan melalui media sosial?
6.	E-SERVQUAL	a. *Positif Disconfirmation* = Kinerja lebih baik dari harapan b. *Simple Confirmation* = Kinerja sama dengan harapan c. *Negative Disconfirmation* = Kinerja lebih buruk dari harapan	Bagaimana keseluruhan kualitas pelayanan yang diberikan admin bank kepada anda? Berikan alasan anda!

LAMPIRAN

TRANSKIP WAWANCARA

Narasumber : Sulistyanto

Nama Akun : @s_tiyanto

Hari/ Tanggal : 27 September 2022 dan 17 November 2022

Waktu : 19:50 – 21.00 WIB

1. Bagaimana tampilan informasi pada beranda akun Twitter *@bankbsi_id*?
   Akun bank bsi_id tidak selalu berisi tentang informasi seputar perbankan, dengan menyelipkan konten menarik disetiap postingan menjadikan pengguna sosmed yang mengikuti akun tersebut tidak merasa bosan.

2. Apakah konten yang disediakan dapat memenuhi kebutuhan informasi anda?
   Konten yang disediakan sangat memenuhi informasi yang saya butuhkan sebgai nasabah.

3. Keluhan apa yang anda sampaikan kepada admin bank dan bagaimana tanggapan admin bank tersebut?
   Saya pernah menyampaikan keluhan lewat sosial media twitter, perihal update aplikasi BSI Mobile tapi harus melakukan aktivasi kembali setelah update nya selesai. Respon adminnya cukup cepat, ramah dan menggunakan bahasa yang mudah dipahami bahkan untuk pengguna baru sekalipun. Adapun reply dari keluhan saya admin Twitter BSI menjelaskan bahwa update aplikasi seharusnya tidak perlu melakukan aktivasi selama menggunakan sim card yang sama, mungkin sistem sedang dalam maintenance berkala.

4. Bagaimana respon anda tentang kesesuaian/ tidaknya jawaban yang diberikan admin kepada anda?
   Respon yang cepat dengan jawaban yang tepat, admin BSI cukup menguasai kendala yang saya alami

5. Menurut anda apa keuntungan dari adanya akun Twitter @bankbsi_id bagi anda?
   Kentungan dari adanya akun BSI menurut saya terletak pada kemudahan dalam penyebaran informasi dan penawaran setiap produknya yang bisa menjangkau banyak nasabah yang sudah diera sosial media, bahkan interaksi langsung antara admin dan nasabah melalui komenar atau direct message.

6. Kapan anda mengajukan keluhan dan kapan admin mereply?
   Saya mereply salah satu tweet di akun official Bank BSI untuk menyampaikan keluhan saya pada tanggal 13 September 2022, dan di hari yang sama hanya berselang 2 atau 3 jam dari tweet saya, admin BSI mereply kembali disambung dengan dm ke akun twitter pribadi saya.

7. Bagaimana kompensasi yang diberikan admin atas masalah yang anda hadapi?
   Dari keluhan yang saya sampaikan kemudian respon cepat yang saya dapat, menurut saya ini pelayanan yang sangat tepat khususnya untuk milenial seperti saya.

8. Menurut anda bagaimana interaksi yang diberikan admin bank kepada anda?
   Interaksi melalui direct message menggunakan bahasa yang santai dan mudah dipahami secara personal cukup membuat saya merasa akrab dengan admin BSI, sehingga interaksi yang dibangun tidak membuat saya sungkan untuk menanyakan keluhan lain atau bahkan menanyakan produk-produk yang sedang dipromosikan BSI.

9. Menurut anda bagaimana kualitas informasi/ solusi yang diberikan kepada anda?
   Kualitas informasi yang diberikan sangat menarik dan cukup jelas, karena dikemas dengan gambar-gambar atau video.

10. Menurut anda apakah informasi/ solusi yang diberikan dapat dipercaya?
    Menurut saya informasi yang diberikan sangat terpercaya, karena admin BSI cukup mengerti untuk memisahkkan informasi umum yaitu melalui postingan atau komen sedangkan informasi yang sifatnya rahasia melalui direct message.

11. Disambungnya replay admin tersebut, menurut anda apakah admin bank menjaga apa yang seharusnya sudah menjadi kerahasiaan anda sebagai nasabah yang mengajukan keluhan melalui media sosial?
    Betul, ini yang saya cukup apresiasi, admin BSI menyampaikan jawaban yang sifatnya general di reply tweet kemudian melanjutkan dengan dm di akun pribadi untuk menjelaskan secara detail dan spesifik.

12. Menurut anda apakah ada risiko dari dari berinteraksi melalui media sosial?
    Risiko saat berinteraksi melalui sosmed menurut saya mungkin akan banyak spam penawaran yang masuk baik melalui dm atau kontak lain jika pengguna mencantumkan di bio atau akun profile, namun menurut saya masyarakat sudah mulai pintar dalam bersosial media dengan memfilter validasi informasi yang didapat.

13. Mengapa anda memilih mengajukan keluhan melalui media sosial dan apakah merasa aman dengan hal tersebut?
    Ada beberapa alasan, diantaranya saya merupakan kaum milenial yang cukup aktif menggunakan media sosial khususnya twitter, saya melihat di akun official BSI pun aktif berinteraksi untuk menyampaikan informasi-informasi atau sekedar tanya jawab perihal keluhan degan follower, dan yang terakhir media sosial adalah platform gratis yang tidak memerlukan pulsa untuk menelpon operator.

14. Bagaimana keseluruhan kualitas pelayanan yang diberikan admin bank kepada anda? Berikan alasan anda!
    a. *Positif Disconfirmation* = Kinerja lebih baik dari harapan anda
    b. *Simple Confirmation* = kinerja sama dengan harapan anda
    c. *Negative Disconfirmation* = kinerja lebih buruk dari harapan anda
    Positif. Alasan saya memberikan penilaian positif karena saya merasa terbantu dengan respon yang cepat dan dibantu sampai keluhan saya teratasi.

Narasumber : Andi Laksono

Nama Akun : @imsoopotato

Hari/ Tanggal : 27 September 2022 dan 17 November 2022

Waktu : 20:38 – 22:00 WIB

1. Bagaimana tampilan informasi pada beranda akun Twitter *@bankbsi_id*?
   Tampilan pada akun bank BSI mudah dimengerti, karena setiap tampilan dikategorikan pada tema masing-masing dan memuat gambar yang menarik.

2. Apakah konten yang disediakan dapat memenuhi kebutuhan informasi anda?
   Sudah memenuhi, contohnya pada postingan BSI pasti memberikan info terupdate mengenai keamanan akun, produk terbaru BSI dan sebagainya.

3. Keluhan apa yang anda sampaikan kepada admin bank dan bagaimana tanggapan admin bank tersebut?
   Keluhan yang saya sampaikan yaitu saat saya melakukan registrasi bsi mobile terjadi error pada verifikasi wajah. saya diarahkan untuk melakukan clear cache dan reinstall aplikasi bsi mobile, setelah itu saya melakukan restart hp kemudian mencoba registrasi kembali dan berhasil.

4. Bagaimana respon anda tentang kesesuaian/ tidaknya jawaban yang diberikan admin kepada anda?
   Menurut saya arahan yang diberikan jelas dan mudah untuk dimengerti.

5. Menurut anda apa keuntungan dari adanya akun Twitter @bankbsi_id bagi anda?
   Dengan adanya akun tersebut saya sebagai nasabah bisa mengajukan keluhan dengan mudah, jadi tidak harus datang ke kantor cabang.

6. Kapan anda mengajukan keluhan dan kapan admin mereply?
   Saya mengajukan keluhan pada 13 September 2022 jam setengah 7 malam dan dibalas pada jam 7 malam. menurut saya admin membalas 30 menit setelah saya mengajukan keluhan sudah termasuk cepat.

7. Bagaimana kompensasi yang diberikan admin atas masalah yang anda hadapi?
   Admin bank sudah memberikan jaminan pelayanan yang tepat.

8. Menurut anda bagaimana interaksi yang diberikan admin bank kepada anda?
   Admin bank menjelaskan step by step yang harus dilakukan dengan sangat jelas dan ramah, interaksi melalui laman komentar menurut saya sudah cukup.

9. Menurut anda bagaimana kualitas informasi/ solusi yang diberikan kepada anda?
   Informasi yang diberikan dikemas dengan informatif serta mudah dimengerti.

10. Menurut anda apakah informasi/ solusi yang diberikan dapat dipercaya?
    Iya, admin bank menjelaskan step by step apa yang harus dilakukan dengan sangat jelas dan ramah.

11. Disambungnya replay admin tersebut, menurut anda apakah admin bank menjaga apa yang seharusnya sudah menjadi kerahasiaan anda sebagai nasabah yang mengajukan keluhan melalui media sosial?
    Ya, karena admin bank tidak menanyakan kartu identitas dan lain lain, tapi mengarahkan ke kantor cabang bsi terdekat jika masih mendapat keluhan.

12. Menurut anda apakah ada risiko dari dari berinteraksi melalui media sosial?
    Tidak ada, dengan catatan kita tidak memberi informasi pribadi kita. Jika informasi pribadi diperlukan admin akan mengarahkan nasabah untuk mengunjungi kantor cabang terdekat.

13. Mengapa anda memilih mengajukan keluhan melalui media sosial dan apakah merasa aman dengan hal tersebut?
    Saya memilih melalui media sosial karena biasanya akan lebih cepat dibalas, saya merasa aman karena saya tidak perlu menyertakan informasi pribadi saya ke khalayak publik.

14. Bagaimana keseluruhan kualitas pelayanan yang diberikan admin bank kepada anda? Berikan alasan anda!
    a. *Positif Disconfirmation* = Kinerja lebih baik dari harapan anda
    b. *Simple Confirmation* = kinerja sama dengan harapan anda
    c. *Negative disconfirmation* = kinerja lebih buruk dari harapan anda
    Simple. Alasanya karena admin bank sudah mau melayani nasabah dengan baik dan membantu saat nasabah memiliki keluhan.

Narasumber : Rifhani Attaya

Nama Akun : @sausdynamite

Hari/ Tanggal : 29 September 2022 dan 17 November 2022

Waktu : 10:47 – 12:00 WIB

1. Bagaimana tampilan informasi pada beranda akun Twitter *@bankbsi_id*?
   Tampilan informasi beragam dan untuk tema postingannya juga berkesinambungan ini cukup baik dan bagus mudah diakses agar tidak membuat bingung.
   .
2. Apakah konten yang disediakan dapat memenuhi kebutuhan informasi anda?
   Kurang, karena tidak menjelaskan produk-produk BSI secara detail.

3. Keluhan apa yang anda sampaikan kepada admin bank dan bagaimana tanggapan admin bank tersebut?
   Kartu kredit saya terblokir. Jawabnya sih sepertinya copy paste, tapi saya sudah dijelaskan jika kartu yang saya gunakan kurang terbaru dan disarankan untuk segera mengurusnya ke kantor cabang BSI terdekat.

4. Bagaimana respon anda tentang kesesuaian/ tidaknya jawaban yang diberikan admin kepada anda?
   Mungkin sudah sesuai dengan SOP dan Protap mereka ya, tapi menurut saya jawabanya bikin kecewa sebenarnya.

5, Menurut anda apa keuntungan dari adanya akun Twitter @bankbsi_id bagi anda?
   Dapat membantu kita apabila mengalami kendala dan bisa diakses dimanapun kapanpun tanpa harus menunggu bank buka ataupun di hari libur tetap bisa berkonsultasi.

f. Kapan anda mengajukan keluhan dan kapan admin mereply?
   Saya bertanya melalui kolom komentar pada 28 september jam 23.50 dibalas sama admin sekitar jam 00.05. menurut saya ini sudah termasuk cepat untuk membalas meskipun nge-tweet tengah malam.

g. Bagaimana kompensasi yang diberikan admin atas masalah yang anda hadapi?
   Dilihat dari keamanannya sama cara admin ngasih jawaban, saya rasa sudah cukup memberikan jaminan pelayanannya.

h. Menurut anda bagaimana interaksi yang diberikan admin bank kepada anda?

Interaksinya sudah cukup baik. Dari sekian banyaknya yang mengajukan keluhan juga tapi saya masih sempat direspon melalui DM dan cepat juga penangananya.

i. Menurut anda bagaimana kualitas informasi/ solusi yang diberikan kepada anda?
Informasi sudah sangat informatif, tetapi akan lebih baik lagi jika informasi dibahas dengan lebih mendetail dan mendalam.

j. Menurut anda apakah informasi/ solusi yang diberikan dapat dipercaya?
Menurut saya sudah bisa dipercaya, karena permasalahan yang kadang hanya bisa diselesaikan dengan praktik langsung dengan cs nya, ini bisa dikonsultasikan hanya jawaban dari ketikan atau hanya dari postingan yang mudah untuk diikuti.

k. Disambungnya replay admin tersebut, menurut anda apakah admin bank menjaga apa yang seharusnya sudah menjadi kerahasiaan anda sebagai nasabah yang mengajukan keluhan melalui media sosial?
Iya, karena admin tidak tanya neko-neko tentang data pribadi saya.

l. Menurut anda apakah ada risiko dari dari berinteraksi melalui media sosial?
Tidak ada risiko, meskipun sosmed sifatnya umum dan permasalahan kita terekspos dan bisa menimbulkan kejahatan apabila kita memilah hal-hal yang berhubungan dengan data yang sifatnya privasi agar tidak beredar.

m. Mengapa anda memilih mengajukan keluhan melalui media sosial dan apakah merasa aman dengan hal tersebut?
Karena melalui media sosial lebih cepat dan gratis, ditambah lagi saya aktif di Twitter jadi sekalian aja sih. Merasa aman sekali karena tidak perlu memberikan data pribadi kecuali melalui DM atau jika terhubung langsung dengan admin.

n. Bagaimana keseluruhan kualitas pelayanan yang diberikan admin bank kepada anda? Berikan alasan anda!
a. Positif Disconfirmation = Kinerja lebih baik dari harapan anda
b. Simple Confirmation = kinerja sama dengan harapan anda
c. Negative Disconfirmation = kinerja lebih buruk dari harapan anda
Simple, meskipun secara keseluruhan sudah baik, tapi harapanya ya bisa ditingkatkan lagi untuk pelayanannya.

Narasumber : Sofia Nur

Nama Akun : @rsnapiii

Hari/ Tanggal : 29 September 2022 dan 17 November 2022

Waktu : 19:20 – 19:47 WIB

1. Bagaimana tampilan informasi pada beranda akun Twitter *@bankbsi_id*?
   Tampilan informasi pada beranda akun bank BSI menurut saya sudah sesuai dengan akun bisnis pada umumnya yang mana dicantumkan link/website bsi.id untuk pengguna agar mudah diakses. Selain itu juga terdapat keterangan bahwa akun tersebut verified yang berarti akun tersebut benar-benar milik BSI.

2. Apakah konten yang disediakan dapat memenuhi kebutuhan informasi anda?
   Menurut saya konten yang disediakan cukup untuk memebrikan informasi sesuai yang saya butuhkan. Contohnya informasi mengenai pergantian kartu debit BSI.

3. Keluhan apa yang anda sampaikan kepada admin bank dan bagaimana tanggapan admin bank tersebut?
   Saya memberikan keluhan melalui kolom komentar di akun Twitter tentang aktivasi pada BSI Mobile. Keluhan tersebut dikarenakan terdapat kendala terhadap akun saya, dimana saat saya ganti hp saya tidak dapat login ke akun BSI mobile. Admin dari akun BSI tersebut memberikan jawaban atau merespon dengan cepat. Admin memberikan saran untuk datang langsung ke Customer service di kantor cabang terdekat dan admin memberi tahu tentang syarat-syarat apa saja yang dibutuhkan.

4. Bagaimana respon anda tentang kesesuaian / tidaknya jawaban yang diberikan admin kepada anda?
   Menurut saya admin memberikan jawaban yang cukup memuaskan bagi saya karena jawaban yang saya dapat sangat sesuai dengan apa yang saya butuhkan.

5. Menurut anda apa keuntungan dari adanya akun Twitter @bankbsi_id bagi anda?
   Adanya akun BSI tersebut dapt membuat saya mengetahui perkembangan informasi yang up to date sehingga tidak ketinggalan info terbaru dari bank BSI.

6. Kapan anda mengajukan keluhan dan kapan admin mereply?
   Saya mengajukan pertanyaan tanggal 29 September 2022 pukul 17.36 berselang 2 menit kemudian admin akun BSI memberikan jawaban nya. Menurut saya ini respon yang sangat cepat dan tanggap sekali.

7. Bagaimana kompensasi yang diberikan admin atas masalah yang anda hadapi?
   Ya, Menurut saya admin bank sudah memberikan jaminan pelayanan yang tepat bagi saya. Jawaban yang diberikan mudah dipahami dan rinci. Jadi meskipun saya disarankan untuk tetap ke cabang terdekat jika masih menemui kendala, saya rasa tidak perlu karena arahan sudah cukup jelas meskipun tidak secara langsung.

8. Menurut anda bagaimana interaksi yang diberikan admin bank kepada anda?
   Interaksi bank BSI sangat perhatian yang diberikan admin bank sangat baik, admin bank meminta maaf atas ketidak nyamanan nasabah yang memiliki keluhan sebelum menanggapi keluhan tersebut.

9. Menurut anda bagaimana kualitas informasi/ solusi yang diberikan kepada anda?
   Kualitas informasi yang diberikan sudah cukup baik. Admin bank juga mampu mengatasi masalah yang saya hadapi dengan memberikan info yang mudah dipahami dan mengerti.

10. Menurut anda apakah informasi/ solusi yang diberikan dapat dipercaya?
    Iya, menurut saya informasi yang diberikan sudah membuat saya yakin bahwa hal tersebut memang benar-benar dari official akun BSI sendiri jadi tidak ragu untuk diikuti.

11. Menurut anda apakah ada risiko dari dari berinteraksi melalui media sosial?
    Saya pribadi tidak mendapati risiko dari interaksi melalui sosmed ini, justru malah membantu menyelesaikan masalah dengan cepat dan praktis.

12. Disambungnya replay admin tersebut, menurut anda apakah admin bank menjaga apa yang seharusnya sudah menjadi kerahasiaan anda sebagai nasabah yang mengajukan keluhan melalui media sosial?
    Menurut saya admin bank bisa menjaga kerahasiaan saya sebagai nasabah. Tidak menanyakan nomor rekening, kode verifikasi saya maupun data pribadi.

13. Mengapa anda memilih mengajukan keluhan melalui media sosial dan apakah merasa aman dengan hal tersebut?
    Jika saya mengajukan pertanyaan di sosmed maka orang lain yang memiliki kendala seperti saya tidak kebingungan lagi karena sudah menemukan jawaban dari pertanyaan saya. Ya tentu saja saya merasa aman dengan bertanya di media sosial.

14. Bagaimana keseluruhan kualitas pelayanan yang diberikan admin bank kepada anda? Berikan alasan anda!
    a. *Positif Disconfirmation*= Kinerja lebih baik dari harapan anda
    b. *Simple Confirmation* = kinerja sama dengan harapan anda
    c. *Negative Disconfirmation* = kinerja lebih buruk dari harapan anda

    Positif. Menurut saya kualitas pelayanan yang diberikan melebihi dengan harapan saya karena saya kira admin bank tidak akan merespon pertanyaan saya, tapi ternyata admin bank merespon dengan cepat dan sesuai dengan apa yang saya tanyakan.

LAMPIRAN

BUKTI INTERAKSI INFORMAN DI AKUN TWITTER BSI

NO	INFORMAN	DOKUMENTASI
1.	Sulistyanto Akun : @s_tiyanto	
2.	Andi Laksono Akun : @imsoopotato	

3.	Rifhani Attaya Akun : @sausdynamite	
4.	Sofia Nur Akun : @rsnapiii	

LAMPIRAN

CEK TURNITIN

SKRIPSI FIX ROSALIANA

ORIGINALITY REPORT

26%	25%	12%	15%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	3%
2	repository.umsu.ac.id Internet Source	2%
3	123dok.com Internet Source	1%
4	Submitted to Tabor College Student Paper	1%
5	pt.scribd.com Internet Source	1%
6	Submitted to Lampasas High School Student Paper	1%
7	www.scribd.com Internet Source	1%
8	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1%
9	Submitted to LL DIKTI IX Turnitin Consortium Part II Student Paper	1%
10	text-id.123dok.com Internet Source	1%
11	febi.uinsaid.ac.id Internet Source	1%
12	eprints.unisnu.ac.id Internet Source	1%
13	core.ac.uk Internet Source	<1%
14	docobook.com Internet Source	<1%
15	id.123dok.com Internet Source	<1%
16	Submitted to Brookdale Community College Student Paper	<1%
17	docplayer.info Internet Source	<1%
18	digilib.iainkendari.ac.id Internet Source	<1%
19	Submitted to Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Student Paper	<1%
	media.neliti.com	