

Strategi Dalam Meningkatkan Kualitas Layanan SMS *Banking* di PT. Bank Sumut
Syariah KC Medan Katamso

¹Danu Satria, ²Atika

¹Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri
Sumatera Utara Medan, danusatria360@gmail.com

²Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri
Sumatera Utara Medan, atika@uinsu.ac.id

Abstract

SMS Banking service is currently one of the service the best provided by the bank to support bank operational activities become more effective and efficient. The goal is to facilitate the performance of a product bank service, so as to increase customers based on the number of customers of Bank Sumut users of SMS Banking reached around 50% responding to this, Bank Sumut Syariah seeks to improve and maintain the quality of service provided to attract customers. The problem in this research what is the Bank's strategy that is an obstacle to improving the quality of SMS Banking service. The purpose of this research is to find out the strategy of Bank Sumut Syariah in improving service quality and to find out what are the obstacles for Bank Sumut Syariah in improving the quality of SMS Banking services and to find out what are the solutions for Bank Sumut Syariah in facing obstacles to improve the quality of SMS services. Banking. The method used in this research is a field study, this method is used to find out how far the suitability between the theories used is with the actual situation of the object under study. In this field study using interviews and observation. And the type of research used is descriptive qualitative research as a whole it can be concluded from this research is the strategy of Bank Sumut Syariah in improving service quality, namely launching "New SMS Banking Bank Sumut".

Keywords: Strategy, Quality, Service, Banking SMS.

Pendahuluan

Perbankan merupakan suatu lembaga keuangan yang dipercaya oleh masyarakat atau nasabah untuk menyimpan uang yang mereka miliki. Bank dalam kegiatan operasionalnya dapat dibedakan menjadi dua yaitu bank konvensional dan bank syariah. Bank Konvensional merupakan lembaga keuangan bank yang melaksanakan kegiatan usahanya secara konvensional yang memberikan jasa lalulintas pembayaran. Pada Bank Konvensional prinsip operasional yang digunakan adalah dengan menetapkan bunga sebagai harga, baik pada produk tabungan, deposito berjangka, maupun produk pinjaman (kredit). Sedangkan Bank Syariah merupakan lembaga keuangan bank yang sistem operasionalnya berbeda dengan bank konvensional, perbedaan yang paling mendasar adalah dari segi perolehan keuntungan, dimana pada bank syariah melarang adanya bunga dan menggunakan prinsip bagi hasil.

Saat ini perkembangan dunia perbankan sangat pesat, banyak nya pesaing menyebabkan perusahaan sulit untuk mempertahankan nasabah. Dalam usaha memenangkan persaingan tersebut, maka pemanfaatan teknologi merupakan hal yang wajib dilakukan oleh Lembaga perbankan. Peranan teknologi dalam pengembangan dan peningkatan layanan produk baru atau fasilitas jasa perbankan sangat signifikan. Dengan peningkatan kualitas layanan para pengguna jasa perbankan dimanjakan dengan berbagai fasilitas yang memudahkan mereka untuk melakukan transaksi

perbankan. Untuk mengantisipasi persaingan tersebut maka bank sumut juga bersaing dan berupaya untuk mengembangkan dan meningkatkan kualitas layanan teknologi melalui berbasis SMS Banking.

Layanan SMS Banking harus menggunakan strategi yang tepat sehingga kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen dapat lebih baik mulai dari memindahkan data dari formulir aplikasi kedalam sistem (*data entry*), analisis data calon nasabah (*credit analysis*), hingga *card delivery* (Indah, 2016)

Menanggapi hal ini Bank Sumut berusaha untuk meningkatkan dan menjaga kualitas layanan yang diberikan untuk menarik minat nasabah. Kualitas dipandang sebagai salah satu alat untuk menarik minat nasabah. Kualitas dipandang sebagai salah satu alat untuk mencapai keunggulan kompetitif, karena kualitas merupakan salah satu faktor utama yang menentukan pemilihan produk dan jasa bagi nasabah. Produk layanan SMS Banking yang ditawarkan kepada nasabah harus memiliki perbedaan pada setiap bank untuk membedakan dari para pesaing pada kriteria lain yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah.

Landasan Teori

Strategi

Strategi adalah ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya bangsa untuk melaksanakan kebijakan tertentu dalam perang atau bisa juga diartikan sebagai rencana yang cerdas mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran tertentu.

(Murtopo, 2008) mengemukakan definisi strategi secara etimologi strategi berasal dari kata majemuk bahasa Yunani yaitu *Stratos* dan *Agein*. *Stratos* artinya pasukan sedangkan *Agein* berarti pemimpin.

Strategi secara perspektif termonologis, dikemukakan oleh banyak ahli. Diantaranya menurut Onong Uchjana Effendy (2007) yang menganggap strategi pada hakikatnya adalah “perencanaan (*planning*) dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan tersebut”. (Effendy, 2007)

Sedangkan menurut Stephani K. Marrus strategi didefinisikan sebagai proses penetapan terhadap kiat dari pihak petinggi perusahaan yang disertai dengan merancang cara untuk misi jangka Panjang perusahaan agar misi tersebut dapat diraih. (Husein, 2001)

Dari penjabaran diatas dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan rencana yang dikhususkan pada tujuan organisasi dalam hal ini pelayanan kepada masyarakat. Strategi didalamnya menggambarkan misi dasar dari organisasi serta tujuan dan sasaran yang hendak dicapai, juga cara-cara pemanfaatan sumber-sumber organisasi untuk mencapai sasarannya.

Kualiatas layanan

Layanan adalah suatu perbuatan atau penampilan yang dapat ditawarkan oleh suatu partai kepada yang lain yang tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Ini mungkin atau mungkin tidak diikat pada suatu produk fisik. (Kotler, 1999).

Pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha pada kegiatan yang sifatnya jasa. Peranannya akan lebih besar dan menentukan jika pada kegiatan jasa tersebut kompetisi (persaingan) cukup ketat dalam upaya merebut pangsa pasar atau pelanggan. Sehingga dalam kondisi persaingan yang cukup ketat tersebut, setiap perusahaan mampu memberikan pelayanan yang bermutu untuk mempertahankan anggota yang sudah setia dengan perusahaan.

Kasmir mengemukakan bahwa pelayanan adalah sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada anggota. (Kasmir, 2005), Sedangkan menurut Barata bahwa suatu pelayanan akan terbentuk karena adanya proses pemberian layanan tertentu dari pihak penyedia layanan kepada pihak yang dilayani. (Brata, 2004)

Pelayanan dapat terjadi antara:

1. Seseorang dengan seseorang
2. Seseorang dengan kelompok
3. Kelompok dengan Seseorang
4. Orang-orang dalam organisasi

Tingkat kualitas pelayanan tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang perusahaan, tetapi harus dipandang dari sudut pandang penilaian anggota. Karena itu, dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, perusahaan harus berorientasi pada kepentingan anggota dengan memperhatikan komponen kualitas anggota. Kualitas jasa atau kualitas layanan (*service quality*) berkontribusi signifikan bagi penciptaan diferensiasi, *positioning*, dan strategi bersaing setiap organisasi pemasaran, baik perusahaan manufaktur maupun penyedia jasa. Sayangnya, minat dan perhatian pada pengukuran kualitas jasa dapat dikatakan baru berkembang sejak beberapa perusahaan-perusahaan besar menyediakan jasa layanan antar jemput bola pada anggota

Kualitas memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan pelanggan, yaitu kualitas memberikan suatu dorongan khusus bagi para anggota untuk menjalin hubungan kerja atau partner yang saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan anggota serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya kepuasan anggota dapat menciptakan kerjasama yang baik antara anggota dengan perusahaan yang memberikan kualitas memuaskan.

SMS Banking

SMS Banking adalah layanan informasi perbankan yang dapat diakses langsung melalui telepon seluler / atau handphone dengan menggunakan SMS (*Short Message Service*).

Arti istilah *SMS Banking* merupakan layanan yang disediakan bank menggunakan sarana SMS untuk melakukan transaksi keuangan dan permintaan informasi keuangan. Hampir semua bank telah menyediakan fasilitas *M-Banking*nya baik berupa *SIM Toolkit* (menu layanan data) maupun *SMS Plain* (*SMS Manual*) atau *SMS Banking*.

(Daliyanik, 2013) menyebutkan jenis-jenis transaksi *SMS Banking* antara lain:

1. Informasi saldo
2. Informasi transaksi terakhir
3. Transfer atau rekening
4. Isi ulang pulsa
5. Penggantian pin *SMS Banking*
6. Informasi berbagai macam tagihan seperti kartu kredit, telepon rumah, ponsel pasca bayar dan lain sebagainya
7. Pembayaran tagihan kartu kredit telepon rumah, ponsel pasca bayar dan lain sebagainya.

Adapun Manfaat SMS *Banking* yaitu hampir semua bank di Indonesia telah menikmati kemudahan akses perbankan yang ditawarkan melalui SMS *Banking* dimana saja melalui perangkat *mobile* seperti handphone. Dengan adanya SMS *Banking* bank berusaha mempermudah akses para nasabahnya dalam melakukan transaksi perbankan. Hampir semua bank telah menyediakan fasilitas SMS *Banking*.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi lapangan, metode ini digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kesesuaian antar teori yang digunakan dengan keadaan yang sebenarnya dari objek yang diteliti. Dalam studi lapangan ini menggunakan wawancara dan observasi. Dan jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif.

Hasil Dan Pembahasan

Adapun tugas dan tanggung jawab masing-masing karyawan Bank Sumut Syariah KC Medan Katamso adalah sebagai berikut:

Pimpinan Cabang

Tugas Pimpinan Cabang adalah:

1. Memimpin, mengkoordinasikan dan mengawasi serta melakukan penilaian terhadap kinerja pejabat karyawan dilingkungan kantor cabang
2. Membina dan mengarahkan kegiatan pelayanan kepada nasabah pengguna teknologi informasi, administrasi, kredit dan pengelolaan likuiditas dan serta memantau dan mengendalikan kegiatan-kegiatan tersebut
3. Membina dan mengarahkan kegiatan menghimpun dana, menyalurkan kredit, pemasaran jasa-jasa bank sesuai dengan ketentuan yang berlaku
4. Merencanakan dan mengontrol pengelolaan program pemasaran dan penjualan produk dana dan jasa serta pembiayaan agar tercapai target bisnis
5. Mengarahkan kepatuhan kebijakan sistem dan prosedur dalam rangka terlaksananya penerapan *standart operating proccesure* di unit kerjanya

Tanggung Jawab Pimpinan Cabang

1. Seluruh operasional kantor cabang syariah dan unit kantor dibawahnya kepada direksi
2. Pencapaian program kerja cabang syariah
3. Terjaminnya likuiditas bank sesuai dengan ketentuan yang berlaku
4. Kelayakan dan kualitas pembiayaan yang diberikan
5. Pengeluaran biaya yang terjadi dikantor cabang syariah

Pemimpin Operasional

Tugas Pemimpin Operasional adalah sebagai berikut:

1. Memonitor sistem pendataan nasabah agar memenuhi aspek kehati-hatian dan regulasi
2. Memonitor sistem / proses pelayanan nasabah untuk meningkatkan kepuasan nasabah.
3. Mengkoordinasikan pemenuhan saldo kas dalam rangka memenuhi kewajiban likuiditas bank.

4. Memonitor dan mengevaluasi aktifitas transaksi keuangan sesuai ketentuan berlaku.
5. Memonitor sistem APU-PPT dan antifraud agar sesuai regulasi eksternal dan internal.
6. Memonitor kelancaran sistem Manajemen Teknologi Sistem Informasi untuk mendukung kelancaran operasional.

Tanggung Jawab Pemimpin Operasional

1. Tersedianya data base nasabah yang akurat.
2. Terjaga likuiditas unit kerjanya dan unit kantor dibawahnya
3. Terselenggaranya proses Terlaksananya *Accounting & Operanational Control* di unitnya dan unit kantor bawahnya.
4. kegiatan pelayanan nasabah di unit kerjanya dan unit kantorbawahnya.
5. Terciptanya dan terlaksananya koordinasi operasional antara unit kantor di bawahnya agar lebih efektif dan efisien.
6. Terlaksananya pendampingan terkait keputusan pembiayaan

Pemimpin Seksi Pemasaran

Tugas dari Pemimpin Seksi Pemasaran adalah sebagai berikut:

1. Mengkordinasikan proses pemeliharaan nasabah existing dalam rangka peningkatan kepuasan nasabah
2. Merekomendasikan pemetaan potensi bisnis hasil Analisa informasi market intelligence terkait produk dana dan jasa pembiayaan
3. Mengkoordinasikan program pemasaran produk dana, jasa dan pembiayaan agar tercapainya target bisnis
4. Mengordinasikan dan memonitori proses penilaian pembiayaan dan keabsahan legalitas dokumen pembiayaan untuk menjaga kualitas pembiayaan yang diberikan pada calon nasabah
5. Mengevaluasi kinerja bawahan untuk terciptanya target kinerja

Tanggung Jawab Seksi Pemasaran

1. Terbinanya hubungan dengan nasabah
2. Tersedianya pemetaan potensi pasar dana, jasa dan pembiayaan
3. Terlaksananya kegiatan pemasaran dana, jasa dan pembiayaan
4. Terlaksananya kebijakan sistem dan prosedur di unit kerjanya
5. Terciptanya penerapan GCG di unit kerjanya
6. Terlaksananya pengelolaan resiko di unit kerjanya
7. Terlaksananya budaya kepatuhan di unit kerjanya

Pemimpin Seksi Operasional

Tugas dari Seksi Operasional adalah sebagai berikut:

1. Mengkoordinasikan pengelolaan infrastruktur untuk mendukung operasional kantor
2. Mengkoordinasikan pengadaan fasilitas kerja untuk mendukung operasional bank
3. Mengkoordinasikan proses pengamanan kantor sesuai regulasi bank
4. Mengkoordinasikan pengamanan distribusi uang untuk memastikan keamanan
5. Me – review sistem jaringan agar berfungsi secara optimal
6. Mengkoordinasikan administrasi surat menyurat

Tanggung Jawab Seksi Operasional

1. Tersedianya fasilitas kerja yang memadai
2. Terlaksananya pengamanan kantor dan pengiriman uang
3. Terlaksananya administrasi kepegawaian
4. Terlaksananya administrasi perkantoran
5. Terlaksananya administrasi penerimaan negara
6. Terlaksananya proses pelimpahan pajak
7. Terlaksananya penerapan GCG di unit kerjanya

Back Office

Tugas dan Tanggung Jawab *Back Office* adalah sebagai berikut:

1. Membuat dan mengelola laporan keuangan
2. Melakukan pengecekan dan mengontrol *invoice* dan pemesanan
3. Pengurus laporan pemasaran dan penjualan
4. Mengurus berkas pengembalian
5. Mengecek stok barang yang akan habis
6. Melakukan kegiatan administrasi perusahaan
7. Mengurus bagian utang dan piutang
8. Bertanggung jawab untuk menyelenggarakan pemesanan barang terhadap *supplier*
9. Bertanggung jawab untuk melakukan pengecekan barang

Front Office

Tugas dan Tanggung Jawab *Front Office* adalah sebagai berikut:

1. Memastikan meja depan dalam keadaan rapi dan memiliki semua alat tulis yang diperlukan
2. Memastikan layanan pelanggan tepat waktu dan akurat
3. Menangani keluhan dan permintaan pelanggan tertentu
4. Memecahkan masalah keadaan darurat
5. Memantau stok dan pesanan perlengkapan kantor
6. Memastikan distribusi surat yang benar
7. Menyiapkan dana pantau anggaran kantor
8. Menyiapkan catatan biaya dan biaya kantor yang diperbaharui
9. Memastikan kebijakan dan persyaratan keamanan perusahaan terpenuhi

Account Officer

Tugas dan Tanggung Jawab *Account Officer* adalah sebagai berikut:

- a. Mengenalkan produk ke Klien/Nasabah
- b. Follow Up atau menjaga hubungan baik dengan Klien/Nasabah
- c. Berkoordinasi dengan marketing dalam hal pemasaran
- d. Mampu memberikan solusi jika Klien/Nasabah mengalami masalah
- e. Melakukan Analisa kelayakan dari Klien/Nasabah
- f. Memastikan produk perusahaan terdistribusi dan diperkenalkan dengan baik
- g. Memastikan nasabah memahami produk yang diambil dari perusahaan
- h. Memastikan hubungan dengan nasabah di jaga dengan baik
- i. Menjaga kredibilitas dan nama baik perusahaan

Customer Service

Tugas dan Tanggung Jawab *Customer Service* adalah sebagai berikut:

1. Melayani nasabah pada waktu pembukaan dan penutupan (giro, deposito, dan tabungan).
2. Melayani dan menyelesaikan berbagai masalah serta complain nasabahnya
3. Memelihara ketersediaan aplikasi-aplikasi yang berhubungan dengan pembukaan dan penutupan (giro, deposito, dan tabungan).
4. Melayani setoran BPIH (Biaya Perjalanan Ibadah Haji)

Teller

Tugas dan Tanggung Jawab *Teller* adalah sebagai berikut:

1. Menerima dan menghitung fisik uang tunai untuk memastikan keakuratan transaksi
2. Memeriksa saldo mesin ATM agar sesuai ketentuan
3. Melakukan pengawasan pengambilan dan pengisian uang tunai ke mesin ATM
4. Melakukan approval atas transaksi tunai dan *overbooking* pada *teller* tunai sesuai ketentuan
5. Terlaksananya distribusi uang tunai
6. Terlaksananya otorisasi transaksi tunai dan non tunai
7. Tersedianya laporan transaksi
8. Terlaksananya standar kualitas pelayanan teller
9. Terlaksananya kebijakan, sistem dan prosedur di unit
10. Terciptanya penerapan GCG di unitnya

Funding Sales Officer

Tugas dan Tanggung Jawab *Funding Sales Officer* adalah sebagai berikut:

1. Mempromosikan dan memasarkan produk bank yang berupa tabungan, giro, dan deposito
2. Membuka rekening tabungan baru atau akuitis
3. Menjalin hubungan baik kepada para nasabah agar tetap menyimpan atau berinvestasi di bank tersebut
4. Mencari dan mengajak nasabah untuk melakukan top up
5. Mengawasi dan memonitoring produk bank yang telah terjual
6. Melaporkan Analisa nasabah deposito dan tabungan
7. Melaporkan pertumbuhan portopolio dana pihak ketiga atau nasabah bank tersebut
8. Bertanggung jawab pada pencapaian target funding yang telah ditetapkan perusahaan berupa tabungan, giro, dan deposito
9. Menjaga hubungan baik kepada para nasabah
10. Memberikan pelayanan terbaik kepada para nasabah
11. Memastikan tercapainya target perusahaan
12. Meyiapkan laporan DASR

Pembahasan

Kendala Bank Sumut Syariah Dalam Meningkatkan Kualitas Layanan SMS Banking

Ada beberapa yang menjadi kendala dalam meningkatkan kualitas layanan SMS Banking:

1. Harus memiliki *smartphone* dan Jaringan Internet
Dalam faktor ini nasabah harus memiliki *smartphone* dan jaringan internet untuk mendukung transaksi layanan aplikasi *New SMS Banking*. Hal ini menjadi kendala bagi para nasabah Bank Sumut yang letak alamat rumahnya di daerah pedesaan yang susah jaringan internet.
2. Gangguan Jaringan
Pada saat transaksi internet buruk maka akan mempengaruhi proses transaksi, prosesnya akan terganggu apalagi saat listrik dan jaringan internet mati maka bisa saja nasabah tidak dapat melakukan transaksi.

Namun sekarang aplikasi SMS Banking ini sudah mulai jarang digunakan para nasabah Bank Sumut Syariah dikarenakan para nasabah sudah mulai *upgrade* ke Aplikasi Sumut *Mobile* tetapi SMS Banking ini bukan berarti tidak digunakan lagi tetapi SMS Banking ini masih tetap berjalan.

Solusi Bank Sumut Syariah Dalam Menghadapi Kendala Meningkatkan Kualitas Layanan SMS Banking

Meskipun terdapat kendala, tetap aja ada solusi untuk meningkatkan kualitas layanan SMS Banking Bank Sumut misalnya dengan cara:

1. Strategi meningkatkan layanan SMS Banking yaitu dengan meningkatkan pada SDM pada Bank Sumut Syariah, peningkatan sistem layanan serta menerima timbal balik dari nasabah kepada pihak Bank mengenai hal-hal yang belum maksimal dalam pelayanan terhadap nasabah.
2. Bank Sumut akan bekerjasama dengan Telkomsel untuk membuat tower jaringan internet di daerah pedesaan atau kampung yang masih dapat dijangkau oleh Bank Sumut. Selain itu, walaupun koneksi jaringan buruk atau listrik mati akan tetapi nasabah masih tetap melakukan transaksi layanan SMS Banking yaitu dengan menggunakan SMS Biasa

Bagaimana Strategi Bank Sumut Syariah dalam Meningkatkan Kualitas Layanan SMS Banking

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan customers service tentang strategi Bank Sumut Syariah dalam meningkatkan kualitas layanan SMS Banking.

Strategi dalam meningkatkan kualitas layanan SMS Banking ada beberapa cara dan tahapan salah satunya mengeluarkan *New SMS Banking*. Aplikasi ini dapat menarik minat nasabah agar para nasabah selalu nyaman dan tidak bosan dalam melakukan transaksi. Dengan aplikasi ini para nasabah akan semakin mudah menggunakan transaksi layanan SMS Banking dimanapun dan kapan pun. Strategi yang dilakukan bukan hanya itu, jadi Bank Sumut Syariah juga melakukan strategi promosi.

Adapun strategi yang bisa dilakukan dalam meningkatkan layanan SMS Banking ada 2 cara yaitu:

1. Strategi Produk
Pada layanan sms *banking* Bank Sumut Syariah bisa diakses melalui dua cara yaitu melalui SMS yang paling umum digunakan dan melalui SMS *toolkit*
2. Strategi Promosi

Bank Sumut terus berupaya mendorong kemudahan transaksi perbankan melalui ponsel seiring gaya hidup *mobile* yang semakin nyata menjadi bagian dari kehidupan masyarakat Indonesia. Biasanya promosi yang dilakukan Bank Sumut Syariah menggunakan media sosial seperti Instagram, media cetak seperti brosur dan spanduk serta berbicara langsung dengan nasabah bahwasanya SMS *Banking* ini memiliki banyak segala manfaatnya

Kesimpulan Dan Saran

Kesimpulan

Setelah melakukan pembahasan dalam penulisan ini berdasarkan analisis secara teoritis maupun kesimpulan berdasarkan wawancara dilapangan maka penulis mengambil kesimpulan antara lain adalah sebagai berikut:

Ada beberapa yang menjadi kendala dalam meningkatkan kualitas layanan SMS *Banking*:

1. Harus memiliki *smartphone* dan Jaringan Internet
2. Gangguan Jaringan

Namun sekarang aplikasi SMS *Banking* ini sudah mulai jarang digunakan para nasabah Bank Sumut Syariah dikarenakan para nasabah sudah mulai *upgrade* ke Aplikasi Sumut *Mobile* tetapi SMS *Banking* ini bukan berarti tidak digunakan lagi tetapi SMS *Banking* ini masih tetap berjalan.

Meskipun terdapat kendala, tetap aja ada solusi untuk meningkatkan kualitas layanan SMS *Banking* Bank Sumut misalnya dengan cara:

1. Strategi meningkatkan layanan SMS *Banking* yaitu dengan meningkatkan pada SDM pada Bank Sumut Syariah, peningkatan sistem layanan serta menerima timbal balik dari nasabah kepada pihak Bank mengenai hal-hal yang belum maksimal dalam pelayanan terhadap nasabah. Bank Sumut akan bekerjasama dengan Telkomsel untuk membuat tower jaringan internet di daerah pedesaan atau kampung yang masih dapat dijangkau oleh Bank Sumut. Selain itu, walaupun koneksi jaringan buruk atau listrik mati akan tetapi nasabah masih tetap melakukan transaksi layanan SMS *Banking* yaitu dengan menggunakan SMS Biasa.
2. Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan customers service tentang strategi Bank Sumut Syariah dalam meningkatkan kualitas layanan SMS *Banking*. Strategi dalam meningkatkan kualitas layanan SMS *Banking* ada beberapa cara dan tahapan salah satunya mengeluarkan *New SMS Banking*. Aplikasi ini dapat menarik minat nasabah agar para nasabah selalu nyaman dan tidak bosan dalam melakukan transaksi. Adapun strategi yang bisa dilakukan dalam meningkatkan layanan SMS *Banking* ada 2 cara yaitu: strategi produk dan strategi promosi

Saran

Dari beberapa kesimpulan di atas maka dibuat beberapa saran untuk pihak-pihak terkait antara lain diharapkan bagi Bank Sumut Syariah untuk lebih memperhatikan sosialisasi pada masyarakat dan juga untuk fitur-fitur yang ada di aplikasi *New SMS Banking* Bank Sumut Syariah agar lebih di *upgrade* lagi agar bisa mempermudah layanan SMS *Banking*.

Daftar Pustaka

- Bank Sumut Syariah “Visi dan Misi” dalam <https://www.banksumut.co.id/visi-dan-misi/> Diakses pada pukul 21.38
- Bank Sumut Syariah. “Sejarah Bank Sumut Syariah” dalam <https://www.banksumut.co.id/sejarah-bank-sumut/>. Diakses pada pukul 21.38
- Brata, A. A. (2004). *Dasar Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Daliyanik, P. (2013). Hubungan E-Banking Dalam Meningkatkan Citra Produk Tabungan IB Plus dan Kartu BNI Syariah. *Etikonomi Vol.12 No 2*.
- Effendy, O. U. (2007). *Imu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Husein, U. (2001). *Strategi Manajemen in Action*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Indah, D. R. (2016). Pengaruh E-Banking dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank BNI'46 Cabang Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan* .
- Kasmir. (2005). *Etika Customer Service*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P. (1999). *Marketing Manajemen: An Asian Perspective*. Jakarta: Prehallindo.
- Murtopo, A. (2008). *Strategi Kebudayaan*. Jakarta: Centre For Strategic and Internasional Student-CSIS.