



Pengaruh Strategi SERVO Analisis Terhadap Kinerja Bank Syariah Indonesia KCP Purwokerto Karangkobar

Fatmah Nur Aliyah^{1*}, Mohamad Riski Maulana², Salsabila Destria Fardah³, Yoiz Shofwa Shafrani⁴

¹⁻⁴Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, Indonesia

Alamat: Jl. A. Yani No. 40A, Karanganjing, Purwanegara, Kec. Purwokerto Utara, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53163

*Korespondensi penulis: 224110202062@mhs.uinsaizu.ac.id

Abstract. Competition within Indonesia's banking landscape, specifically at BSI KCP Purwokerto Karangkobar, necessitates flexible strategies to stay relevant. This research assesses how the utilization of SERVO (Strategy, Environment, Resources, Value, Organization) analysis impacts the performance of the firm. Employing qualitative descriptive techniques, information was gathered through comprehensive interviews, observations, and document reviews. Results reveal that strategies focusing on digital advancement, community engagement, and operational effectiveness are vital components. Cooperation among departments, particularly between gold services and microfinance, fosters social bonds and enhances transparency. The teller and security teams uphold service excellence through the consistent application of Standard Operating Procedures. The SERVO framework has shown to be effective in merging digital advancements with sharia principles within company operations, which enhances customer satisfaction and boosts competitiveness. Proactive modifications in response to evolving customer demands are essential for enhancing institutional effectiveness.

Keywords: SERVO analysis, digitization, efficiency in operations, sharia-compliant offerings, business output.

Abstrak. Persaingan dalam industri perbankan di Indonesia, terutama di BSI KCP Purwokerto Karangkobar, memerlukan pendekatan yang fleksibel agar tetap dapat bersaing. Penelitian ini menganalisis dampak penerapan metodologi SERVO (Strategi, Lingkungan, Sumber Daya, Nilai, Organisasi) terhadap performa perusahaan. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, pengamatan, dan analisis dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi, pendekatan berbasis komunitas, dan efisiensi operasional merupakan faktor penting. Kerjasama antar divisi, seperti layanan emas dan pembiayaan mikro, memperkuat hubungan sosial dan transparansi. Divisi teller dan keamanan menjaga standar layanan dengan penerapan prosedur operasional yang konsisten. Metode SERVO terbukti efektif dalam menggabungkan inovasi digital dan prinsip-prinsip syariah dalam operasi perusahaan, sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan dan daya saing. Responsif terhadap perubahan kebutuhan pelanggan menjadi dasar untuk meningkatkan kinerja organisasi.

Kata kunci: analisis SERVO, digitalisasi, efisiensi operasional, layanan syariah, kinerja perusahaan.

1. LATAR BELAKANG

Persaingan dalam dunia perbankan di Indonesia semakin tajam, terutama dengan munculnya berbagai lembaga keuangan yang menyediakan produk dan layanan yang bervariasi. BSI KCP Purwokerto Karangkobar sebagai cabang dari Bank Syariah Indonesia perlu beradaptasi dan menyusun strategi yang efektif untuk mempertahankan daya saingnya. Salah satu metode yang berguna untuk mengukur

strategi adalah analisis SERVO yang mencakup Aspek Strategi, Lingkungan, Sumber Daya, Nilai, dan Organisasi. Dengan menggunakan analisis ini, perusahaan dapat mengevaluasi sejauh mana strategi yang diterapkan selaras dengan berbagai faktor internal dan eksternal yang berdampak pada performanya.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Strategi

Manajemen strategi merupakan kumpulan keputusan dan tindakan yang diambil oleh manajer, sebagaimana yang dibahas oleh Wheelen dan Hunger pada tahun 2004, halaman 2. Proses ini meliputi perumusan dan pelaksanaan rencana, seperti yang dijelaskan oleh Pearce dan Robinson pada tahun 2005, halaman 3, dengan tujuan untuk meraih keunggulan dalam persaingan. Ketika menghubungkan definisi ini dengan istilah "manajemen", manajemen strategis juga dapat dipahami sebagai serangkaian kegiatan perencanaan, pengarahan, pengorganisasian, dan pengontrolan atas berbagai keputusan serta tindakan strategis perusahaan, yang ditujukan untuk memperoleh keunggulan kompetitif (Ismail Solihin, 2012).

Strategi

Dalam konteks ini, strategi tidak hanya dipahami sebagai cara-cara untuk mencapai tujuan, tetapi juga mencakup penetapan berbagai tujuan itu sendiri. Menurut penjelasan Chandler, strategi adalah penetapan tujuan jangka panjang dari sebuah perusahaan serta penerapan langkah-langkah dan pembagian sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Selain itu, strategi juga dapat dilihat sebagai suatu pola yang mencakup baik strategi yang telah direncanakan maupun strategi yang awalnya tidak direncanakan oleh perusahaan tetapi kemudian menjadi pilihan untuk diimplementasikan (Ismail Solihin, 2012).

Evaluasi Strategi

Evaluasi merupakan langkah terakhir dalam manajemen strategi. Seperti yang dinyatakan oleh Amirullah (2015:190), evaluasi strategi adalah bagian dari proses strategi di mana manajemen puncak berupaya memastikan bahwa strategi yang telah dipilih diimplementasikan dengan benar dan mencapai sasaran perusahaan. Sementara itu, Jauch dan Gluek (1999:45) menyatakan bahwa "evaluasi strategi

adalah fase dalam manajemen strategi di mana manajemen puncak berusaha untuk memastikan bahwa strategi yang diadopsi telah sesuai, efektif, serta dapat dilaksanakan, dan juga berfungsi sebagai alat untuk memanfaatkan masukan yang diperoleh untuk perencanaan strategi yang baru." (M Nuroni, 2017)

Analisis SERVO

SERVO adalah singkatan dari strategi, lingkungan, sumber daya, nilai, dan organisasi (M Nuroni, 2017). Kerangka model analisis SERVO berfungsi sebagai alat untuk mendiagnosis manajemen, yang dirancang untuk menyusun dan menilai keputusan serta langkah strategis perusahaan. Saat melakukan analisis SERVO, interaksi dan hubungan antara lima elemen penting ini diperhatikan untuk mengevaluasi tingkat konsistensi atau keselarasan antara strategi yang diterapkan di perusahaan, aspek organisasi, kemampuan, kecenderungan manajerial, dan lingkungan. Model analisis ini dikembangkan untuk mengevaluasi serta mendukung proses perumusan dan pelaksanaan strategi dalam menghadapi perubahan pasar dan organisasi. (M Nuroni, 2017, dikutip dalam Fleisher dan Bensoussan, 2007:139).

Sesuai dengan lima komponen yang membentuknya, teori ini akan membahas tentang strategi (S), lingkungan (E), sumber daya (R), nilai (V), dan organisasi (O).

1. Strategy

Strategi adalah suatu rencana yang luas dan teratur yang dijalankan untuk meraih sasaran suatu organisasi. Strategi mencakup kombinasi antara pilihan bersaing dan langkah-langkah yang direncanakan sebagai respon terhadap situasi di perusahaan.

2. Environment

Sebuah organisasi terdiri dari dua jenis lingkungan, yaitu lingkungan di dalam dan lingkungan di luar. Lingkungan luar organisasi dibagi menjadi dua kategori, yang mencakup lingkungan umum dan lingkungan tugas. (M Nuroni, 2017 dikutip dalam Griffin, 2007:68).

3. Resource

Sumber daya yang ada di dalam organisasi mencakup barang dan kemampuan yang dimanfaatkan oleh perusahaan untuk menciptakan produk dan layanan di pasar. Evaluasi strategi perlu menyederhanakan kompleksitas yang berhubungan dengan berbagai jenis sumber daya perusahaan berikut: financial resources (dana keuangan), human resources (tenaga kerja), physical resources (barang fisik), dan intangible resources (aset tidak berwujud). (M Nuroni, 2017, dikutip dalam Fleisher dan Bensoussan, 2007:142).

4. Value

Nilai atau value, merupakan elemen manusiawi dari individu yang membuat keputusan dalam dunia bisnis. Prinsip yang dianut seorang pemimpin perusahaan akan terlihat dalam pendekatan manajerialnya, terutama saat dihadapkan pada pilihan bisnis. Salah satu indikator terpenting dari sikap pemimpin perusahaan adalah cara mereka membagi waktu mereka. Indikator penting lainnya adalah tindakan simbolis yang dapat dilihat sebagai usaha berulang dari pemimpin perusahaan untuk menanamkan nilai-nilai dasar dalam organisasi, sehingga nilai tersebut menjadi bagian dari budaya perusahaan dan selaras dengan kepentingan strategis para pengambil keputusan. (M Nuroni, 2017, dikutip dalam Fleisher dan Bensoussan, 2007:144).

5. Organization

Komponen dasar dalam analisis SERVO adalah budaya, kepemimpinan, sumber daya manusia, struktur, dan sistem. Budaya merupakan elemen yang khas, bervariasi antara organisasi atau perusahaan yang satu dengan yang lainnya. Budaya dalam suatu perusahaan mencerminkan sifat dari lingkungan kerja serta karakter perusahaan tersebut. Budaya terbentuk dari keyakinan, kepercayaan, sejarah, tradisi, dan nilai-nilai dalam organisasi.

Penekanan pada analisis SERVO terletak pada kesesuaian strategis antara lima elemen yang ada. Untuk meraih keberhasilan, penyusunan dan pelaksanaan strategi membutuhkan pengelolaan yang transparan mengenai hubungan di antara unsur strategi, lingkungan, sumber daya, nilai, dan organisasi. (M Nuroni, 2017, dikutip dalam Fleisher dan Bensoussan, 2007: 140).

3. METODE PENELITIAN

3. 1 Jenis Penelitian

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif deskriptif dengan maksud untuk menilai dampak dari strategi SERVO terhadap performa BSI KCP Purwokerto Karangkobar.

3. 2 Populasi dan Sampel

Populasi yang diteliti dalam penelitian ini meliputi staf dan manajemen di BSI KCP Purwokerto Karangkobar. Metode yang diterapkan untuk pengambilan sampel adalah purposive sampling, dengan memilih responden yang memiliki pemahaman yang luas tentang strategi dan kinerja bank.

3. 3 Teknik Pengumpulan Data

Data diperoleh melalui:

1. Interview: Melaksanakan wawancara mendalam dengan pihak manajemen dan karyawan.
2. Observasi: Mengunjungi serta mengamati aktivitas operasional di BSI KCP Purwokerto Karangkobar.
3. Evaluasi Dokumen: Mengumpulkan dokumen yang terkait dengan strategi dan kinerja bank.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari wawancara menunjukkan strategi SERVO telah diterapkan secara adaptif di setiap divisi, dengan memperhatikan 3 aspek utama yaitu digitalisasi, efisiensi operasional, dan layanan. Berikut ini adalah pembahasan dari masing-masing divisi:

1. Strategy

Strategi (strategy) bukan hanya dipahami sebagai "berbagai cara untuk mencapai tujuan (ways to achieve ends)" melainkan mencakup pula penentuan berbagai tujuan itu sendiri. Sebagaimana yang disampaikan oleh Chandler, strategi merupakan: "the determination of long-term goals of an enterprise and the adoption of courses of action and the allocation of resources necessary for carrying out these goals". Strategi dipahami pula sebagai sebuah pola yang mencakup di dalamnya baik strategi yang direncanakan (intended strategy dan deliberate strategy) maupun strategi yang pada awalnya tidak direncanakan oleh perusahaan (emerging strategy) tetapi menjadi strategi yang dipertimbangkan

bahkan dipilih oleh perusahaan untuk diimplementasikan (realized strategy) (Ismail Solihin, 2012).

1.1 *Customer Service*

Customer Service menekankan pentingnya keamanan dan kelengkapan dalam pelayanan. Petugas CS juga dituntut untuk memiliki pemahaman yang mendalam tentang layanan yang tersedia, mulai dari informasi terkait produk tabungan, layanan online, hingga penyelesaian kendala nasabah.

1.2 Teller

Teller memastikan setiap transaksi dilakukan sesuai dengan prosedur. Hal ini termasuk memeriksa kelengkapan dokumen, memastikan keaslian uang yang diterima, dan menjaga kerahasiaan data nasabah.

1.3 Konter Emas

Di dalam konter emas menawarkan dua produk utama yaitu cicil emas dan nabung emas. Strategi promosi yang dilakukan yaitu melalui media sosial, sosialisasi, dan melalui BSI Agent.

1.4 Mikro

Mikro melakukan pendekatan langsung melalui kegiatan sosialisasi di pasar dan paguyuban lokal untuk menjangkau pasar.

1.5 Non Mikro

Strategi pelayanan mengintegrasikan teknologi digital dalam proses pengajuan dan pemantauan kredit untuk meningkatkan efisiensi dan transparansi.

1.6 Satpam

Fokus utama satpam adalah memastikan kenyamanan nasabah dengan penerapan SOP (Senyum, Sapa, Salam). Satpam memiliki strategi pelayanan ramah dan proaktif, tanggap terhadap kebutuhan nasabah, menjaga lingkungan tetakondusif meski dalam kondisi ramai atau cuaca tidak mendukung.

Apabila terjadi penumpukan nasabah, satpam dapat mengarahkan nasabah ke cabang lain atau memanfaatkan layanan online.

2. *Environment*

Lingkungan didefinisikan sebagai salah satu objek berinteraksi dengan lingkungan tempatnya bekerja. Ini termasuk objek yang berinteraksi dan dapat mempengaruhi sebuah organisasi serta perilaku yang terjadi di dalamnya.

Organisasi yang bertahan hanyalah yang dapat beradaptasi dengan perubahan lingkungannya

2.1 Customer Service

Kondisi lingkungan internal customer service terpantau ruang kerja terlihat rapi sehingga nasabah nyaman. Menjalin komunikasi yang baik dengan teller dan juga divisi pembiayaan lainnya.

Sedangkan kondisi eksternalnya banyak tuntutan dari nasabah dan perubahan kebijakan produk atau jasa dari kantor pusat.

2.2 Teller

Lingkungan internal dari teller yaitu pengawasan ketat terhadap ketelitian transaksi. Sedangkan lingkungan eksternalnya adalah naik turunnya jumlah nasabah harian yang tidak dapat diprediksi, dan juga gangguan dari system, seperti error.

2.3 Konter Emas

Kondisi lingkungan internal meliputi kebijakan dari BSI KCP Karangkobar yang belum menerima semua jenis emas (minimal 16 karat) dan tidak menerima emas putih. Sedangkan kondisi lingkungan eksternal yaitu persaingan dengan platform emas lain, kenaikan dan penurunan emas secara global, serta kepercayaan masyarakat terhadap kualitas emas.

2.4 Mikro

Tekanan dari pencapaian target pembiayaan dan pemahaman mendalam mengenai akad-akad syariah yang digunakan termasuk dalam lingkungan internal. Kemudian lingkungan eksternalnya yaitu perubahan kondisi ekonomi serta tingkat literasi keuangan masyarakat.

2.5 Non Mikro

Lingkungan internal non mikro kurang interaksi dan komunikasi sesama anggotanya. Sedangkan kondisi lingkungan eksternal non mikro adalah kurangnya pemahaman pelaku usaha besar terhadap perbankan syariah sehingga nonmikro harus lebih dapat memasarkan produk atau jasanya agar bisa bersaing dengan bank konvensional.

2.6 Satpam

Lingkungan internal satpam adalah berinteraksi dengan seluruh unit atau divisi di BSI KCP Karangkobar, serta bertanggung jawab menjaga ketertiban dan SOP keamanan. Lingkungan eksternal satpam yaitu potensi gangguan dari luar seperti pencurian, dan kepercayaan masyarakat terhadap lingkungan bank.

3. Resources

Sumber daya (resources) merupakan sekumpulan aset baik dalam bentuk aset yang berwujud (misalnya fasilitas pabrik yang dimiliki perusahaan, produk yang dihasilkan oleh perusahaan, persediaan bahan baku yang dimiliki oleh perusahaan, dll.) maupun dalam bentuk aset tak berwujud (misalnya citra merek perusahaan, reputasi perusahaan, dll.) yang berada di dalam kendali perusahaan serta akan membantu perusahaan dalam melakukan implementasi strategi untuk memperoleh keunggulan kompetitif (Ismail Solihin, 2012).

3.1 Customer Service

Jumlah customer service yang ada di BSI KCP Karangkobar berjumlah 2 orang yang bertugas untuk mengatasi keluhan nasabah seperti konsultasi tentang berbagai pembiayaan serta gangguan aplikasi BYOND by BSI yang difasilitasi dengan komputer, mesin fotokopi dan mesin print yang sudah memadai.

3.2 Teller

Jumlah teller yang ada di BSI KCP Karangkobar berjumlah 3 orang di mana mereka bertugas untuk melayani pembayaran, penarikan, setor, dan penukaran mata uang asing serta uang pecahan kecil. Mereka difasilitasi dengan computer dan alat penghitung uang yang memadai.

3.3 Konter Emas

Di BSI KCP Karangkobar jumlah sumber daya yang ada yaitu 2 orang pegawai yang bertugas untuk melayani nasabah mengenai cicil emas, menabung emas, menggadaikan emas, dan konsultasi mengenai emas. Untuk fasilitas yang disediakan sudah memadai seperti computer, mesin print dan fotokopi, serta emas dummy untuk display.

3.4 Mikro

Pegawai mikro yang ada di BSI KCP Karangkobar yaitu berjumlah 5 orang yang bertugas melakukan survei ke rumah atau perusahaan nasabah dan

difasilitasi dengan mobil kantor dan seperangkat alat teknologi yang cukup memadai.

3.5 Non Mikro

Untuk pegawai non mikro yang ada di BSI KCP Karangkobar yaitu berjumlah 3 orang yang bertugas melakukan pemasaran dan sosialisasi ke berbagai lembaga seperti sekolah, rumah sakit dan perkantoran, mereka difasilitasi dengan seperangkat alat teknologi untuk mempermudah dalam proses pemasaran.

3.6 Satpam

Satpam yang bertugas di BSI KCP Karangkobar yaitu berjumlah 3 orang yang bertugas untuk menjaga keamanan pegawai, nasabah, maupun fasilitas bank. Untuk fasilitas yang sudah tersedia dan memadai yaitu berupa cctv disetiap sudut ruangan.

4. *Values*

Dalam analisis SERVO, "value" mengacu pada preferensi manajemen dan elemen manusiawi perusahaan. Aspek-aspek ini mencerminkan nilai-nilai, budaya, dan prinsip yang dianut oleh manajemen dan karyawan saat membuat keputusan dan menerapkan strategi. Karena elemen nilai ini mempengaruhi konsistensi keputusan strategis dan inisiatif perusahaan, serta bagaimana perusahaan merespon perubahan lingkungan internal dan eksternal, elemen nilai ini sangat penting, karena dapat membantu manajemen membuat keputusan yang dapat dilihat dari preferensi manajer dalam perusahaan (Vania C. L, 2015, di kutip dalam Fleisher & Bensoussan, 2007).

Selain itu, nilai-nilai ini membahas bagaimana perusahaan menciptakan dan mempertahankan nilai bagi pelanggan dan pemangku kepentingan lainnya, serta bagaimana nilai-nilai ini berhubungan dengan strategi, sumber daya, dan lingkungan perusahaan. Secara keseluruhan, value dalam bisnis membantu dalam pengambilan keputusan, meningkatkan semangat kerja karyawan, dan membentuk identitas perusahaan.

4.1 Customer Service

Nilai inti: bersikap sopan, tepat, dan akurat dalam memberikan informasi, serta menunjukkan kesabaran. Menegakkan prinsip syariah dalam layanan pelanggan dan memprioritaskan kepuasan pelanggan.

4.2 Teller

Mempertahankan integritas, kecepatan, dan akurasi selama proses. Menekankan kepercayaan dan ketelitian dalam semua layanan keuangan yang diberikan.

4.3 Konter Emas

Berkonsentrasi pada mendidik nasabah tentang emas syariah seperti gadai emas dan cicil emas, kejujuran mengenai produk, dan layanan konsultatif. Nilai syariah menjadi dasar dalam penyajian produk emas berbasis syariah.

4.4 Mikro

Nilai inti: kedekatan dengan masyarakat, tanggung jawab sosial, dan pendidikan syariah. Fokus pada peningkatan kesejahteraan UMKM dengan perjanjian pendanaan yang sesuai dengan prinsip Islam.

4.5 Non-Mikro

Nilai: perilaku profesional, transparansi tanpa prasangka, dan pengetahuan yang mendalam tentang perjanjian pembiayaan utama. Berusaha untuk melayani bisnis besar dan menengah secara etis dan menggunakan nilai-nilai keuangan Islam.

4.6 Satpam

Nilai: Layanan yang sangat baik yang berlandaskan etika (3S - Senyum, Sapa, Salam). Menunjukkan kepatuhan yang tinggi terhadap disiplin, tanggung jawab, dan kenyamanan lingkungan kerja.

5. *Organization*

Organisasi adalah faktor yang mengevaluasi kesiapan serta kapabilitas internal suatu perusahaan dalam mendukung strategi dan sumber daya yang ada, termasuk budaya, struktur, dan proses manajemen. Agar bisnis dapat bertahan dan tumbuh dalam lingkungan yang fleksibel, organisasi yang efektif mampu mengelola hubungan antar elemen SERVO-nya.

5.1 Customer Service

Berada di bawah sistem layanan lini depan, berinteraksi langsung dengan pihak teller serta departemen pembiayaan yang bekerjasama dengannya. Tanggung jawab dan prosedur operasional standar telah disusun dengan rapi dan terintegrasi dalam jalur informasi nasabah.

5.2 Teller

Terstruktur dalam sistem kas untuk transaksi setiap hari yang terintegrasi dengan CS di bawah pengawasan Supervisor. Prosedur audit dan pemantauan transaksi dilaksanakan secara ketat sesuai dengan praktik perbankan syariah.

5.3 Konter Emas

Bagian ini adalah penggabungan dengan sistem pendanaan dan layanan tabungan yang berbentuk logam mulia. Kerjasama dilakukan dengan divisi pemasaran serta pelayanan digital untuk promosi dan penyampaian informasi mengenai produk.

5.4 Mikro

Memiliki kelompok sendiri yang fokus pada pendanaan mikro, sektor sosialisasi, dan pengawasan pelanggan. Aktivitas yang terencana dilakukan sesuai dengan sasaran daerah dan diawasi secara langsung oleh pimpinan cabang.

5.5 Non Mikro

Terdapat kelompok kecil dengan fokus yang terbatas yang melayani klien-klien dari kalangan perusahaan ataupun yang berukuran menengah. Mereka berkolaborasi dengan bagian analisis risiko dan pengelolaan dalam pendanaan yang berhubungan dengan pengecekan perjanjian dan batasan dana.

5.6 Satpam

Terdapat dalam sistem pengamanan kantor cabang, melakukan koordinasi langsung dengan kepala cabang. Memiliki prosedur tetap yang dirancang khusus untuk menangani nasabah, melindungi aset, dan menghadapi keadaan darurat.

Hasil-hasil yang telah diungkapkan menunjukkan bahwa metode servo memfasilitasi kerja sama antara berbagai divisi dalam menyediakan layanan yang cepat dan fleksibel. Inisiatif digitalisasi, yang diimplementasikan hampir di seluruh unit, telah menjadi faktor utama dalam meningkatkan efisiensi operasional. Misalnya, penerapan aplikasi digital untuk tabungan emas dan KUR tidak hanya mempercepat pelaksanaan, tetapi juga memperbaiki transparansi serta kepercayaan para nasabah.

Selain itu, pelaksanaan metode yang berfokus pada komunitas dalam divisi mikro dan konter emas mengungkapkan nilai dari jaringan sosial dan rasa saling percaya dalam mempromosikan produk-produk syariah. Pendekatan ini selaras dengan dasar-dasar ekonomi Islam yang menyoroti pentingnya memberikan manfaat dan memperkuat masyarakat. Divisi teller dan petugas keamanan memainkan peran yang sangat penting dalam menjaga mutu pelayanan langsung. Meskipun dipengaruhi oleh batasan sistem dan antrian, strategi proaktif serta prosedur operasional standar yang konsisten terbukti berhasil dalam menjaga tingkat kepuasan pelanggan.

Secara umum, pendekatan SERVO menunjukkan keberhasilan dalam menggabungkan inovasi teknologi dan peningkatan efisiensi dalam sistem operasional BSI KCP Purwokerto Karangkobar. Penyesuaian yang cepat terhadap perubahan kebutuhan klien menjadi faktor utama dalam peningkatan kinerja organisasi.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Implementasi analisis SERVO di BSI KCP Purwokerto Karangkobar menunjukkan bahwa kombinasi antara digitalisasi, optimalisasi operasional, dan pendekatan komunitas dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Kerjasama antar departemen dalam layanan emas, pembiayaan mikro, dan pengelolaan nasabah terbukti efektif dalam menciptakan layanan yang peka dan dapat beradaptasi dengan kebutuhan pelanggan. Peran divisi teller dan keamanan sangat vital dalam mempertahankan standar layanan fisik, meskipun harus menghadapi kendala teknis seperti gangguan sistem dan perubahan antrean. Prinsip-prinsip syariah yang diterapkan secara konsisten memperkuat kepercayaan nasabah dan meneguhkan identitas lembaga sebagai bank syariah yang kompetitif.

Namun, studi ini memiliki batasan terkait jangkauan data yang lebih luas, seperti penilaian langsung mengenai kepuasan pelanggan atau efek strategi terhadap kinerja finansial perusahaan dengan cara kuantitatif. Penelitian yang akan datang dianjurkan untuk menggabungkan analisis kuantitatif dan melakukan perbandingan antara penerapan SERVO dengan lainnya untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang dampaknya. Di samping itu, inovasi lebih lanjut dalam sektor layanan digital dan peningkatan literasi keuangan masyarakat dapat menjadi fokus dari rekomendasi strategis untuk memperluas pangsa pasar dan menjaga keunggulan kompetitif.

DAFTAR REFERENSI

- Vania, C. L., & Ratih, I. (2015). *I. Analisis Evaluasi Strategi Dengan Metode Servo Analysis (Studi Kasus Pada Pt. Aneka Cipta Total Solusindo)*. 3(2).
- M Nuroni, A. (2017). Evaluasi Strategi pada PT Elco Indonesia Sejahtera Menggunakan Analisis Servo. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 16(3), 155–163.
<https://doi.org/10.52434/jwe.v16i3.405>
- Matioson, O., & Siwalankerto, J. (2016). *Evaluasi Strategi Pada Cv Mega Jaya Menggunakan Servo Analysis*. 4(1).
- Rosita, D. N., Sutikno, B., & Rachmawati, D. L. (2023). *Evaluasi Strategi Daya Saing Terhadap Kinerja Melalui Analisis Servo Studi Kasus Pada Klinik Kecantikan Metamorf Di Kota Pasuruan*. 1(10).
- Solihin, Ismail. (2012). *Manajemen Startegik*. Penerbit Erlangga. Bandung.
- Syahrudi, S., Ariwibowo, P., & Wahbi, A. A. (2022). Evaluasi Strategi SERVO Analysis Terhadap Kinerja CV. Rafiza Chicken Indonesia. *Sosio e-Kons*, 14(1), 1. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v14i1.11599>