

TUGAS AKHIR

**EVALUASI KEPUASAN NASABAH TERHADAP PELAYANAN
CUSTOMER SERVICE DI BRI KCP METRO KOTA**

Oleh:

GUSTI RYANDHI

NPM. 14122828



**Jurusan D3 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam**

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

1440 H/2019 M

**EVALUASI KEPUASAN NASABAH TERHADAP PELAYANAN
CUSTOMER SERVICE DI BRI KCP METRO KOTA**

**Diajukan untuk memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Ahlimadya (Amd)**

Oleh:

GUSTI RYANDHI

NPM. 14122828

Pembimbing :

Dra. Siti Nurjanah, M.Ag

NIP. 19680530 199403 2 003

**Jurusan D3 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam**

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

1440 H/2019 M

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **EVALUASI KEPUASAN NASABAH TERHADAP
PELAYANAN *CUSTOMER SERVICE* DI BRI KCP
METRO KOTA**

Nama : Gusti Ryandhi
NPM : 14122828
Jurusan : Diploma Tiga (D3) Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Mengetahui dan menyetujui dapat melakukan Ujian Tugas Akhir,

Pembimbing



Dra. Siti Nurjanah, M.Ag

NIP. 19680530 199403 2 003

PENGESAHAN TUGAS AKHIR
No: 0236 / In.28.3 / D / PP.00.9 / 01 / 2019.

Tugas Akhir dengan judul: EVALUASI KEPUASAN NASABAH TERHADAP PELAYANAN CUSTOMER SERVICE DI BRI KCP METRO KOTA, disusun oleh Nama: Gusti Ryandhi, NPM: 14122828, Program Diploma Tiga (D-III) Perbankan Syariah, telah diujikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Rabu/16 Januari 2019, Kampus II (Gedung Khadijah Binti Khuwalid.I.2).

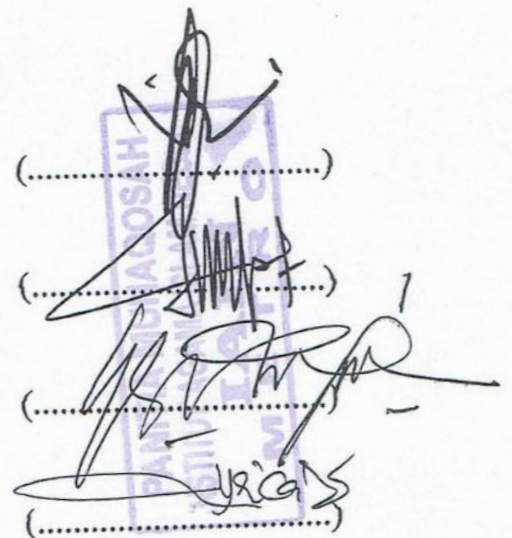
TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua/Moderator : Dra. Siti Nurjanah, M.Ag

Penguji I : Liberty, SE, MA

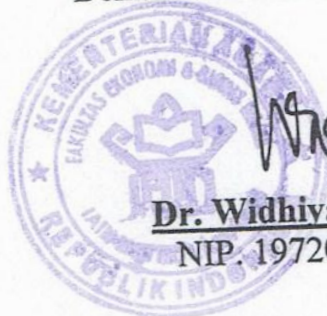
Penguji II : Elfa Murdiana, M.Hum

Sekretaris : Alva Yenica Nandavita, M.E.Sy



(.....)
(.....)
(.....)
(.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam




Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum
NIP. 19720923 200003 2 002

ABSTRAK

EVALUASI KEPUASAN NASABAH TERHADAP PELAYANAN *CUSTOMER SERVICE* DI BRI KCP METRO KOTA

**Oleh:
GUSTI RYANDHI
NPM. 14122828**

Persaingan dunia perbankan di era modern seperti sekarang, menuntut bank untuk tidak hanya sekedar mampu bertahan, namun juga harus mampu meningkatkan mutu pelayanannya. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan, maka akan semakin meningkatkan kepuasan nasabahnya. Dalam upaya meningkatkan pelayanan terhadap nasabah, maka diperlukan suatu proses yang dinamakan evaluasi. Evaluasi adalah penilaian yang dilakukan secara sistematis untuk mengetahui apakah tujuan sudah tercapai. Evaluasi dilakukan dari pihak bank maupun nasabah guna mengukur kesesuaian kinerja karyawan terhadap SOP dan dampaknya terhadap kepuasan nasabah. Apabila nasabah puas dengan pelayanan yang diberikan, sudah barang tentu akan berdampak kepada kelangsungan bank. Juga akan meningkatkan citra bank, sehingga bank akan lebih dikenal oleh masyarakat luas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menilai sejauh mana tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan oleh bank, terkhusus pelayanan *customer service* di BRI KCP Metro Kota.

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*). Sifat penelitian ini adalah deskriptif. Analisis data menggunakan teknik data kualitatif dengan berpikir induktif. Sumber data yang diperoleh melalui sumber data primer dan sekunder, dengan menggunakan metode pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian di BRI KCP Metro Kota menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan bank melalui *customer servicenya* sudah baik dan sesuai dengan standar dalam perbankan sehingga tingkat kepuasan nasabah mampu dicapai. Evaluasi yang dilakukan menjadi tolak ukur dan menunjukkan bahwa nasabah puas terhadap pelayanan yang diberikan sehingga BRI KCP Metro Kota makin dikenal dan memiliki integritas tinggi dimata masyarakat luas.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Gusti Ryandhi
NPM : 14122828
Jurusan : D3 Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, Desember 2018

Yang menyatakan,



Gusti Ryandhi

NPM. 14122828

MOTTO

يَا آمَنُوا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا لَكُمْ قِيَلَا تَفْسَحُوا فِي الْمَجَالِسِ
فُتَسَحُّوْنَ يَفْسَحْ لَكُمْ اللهُ ۖ اُنشُرُوا قِيَلَا ذَاوَا فَانْشُرُوا
دَرَجاتِ الْعِلْمِ اوتُواوَالَّذِينَ آمَنُوا الَّذِينَ اَللَّهُ يَرْفَعُ
حَبِيرًا تَعْمَلُونَ اِمَّا وَاللَّهُ

Artinya : “Hai orang-orang beriman apabila dikatakan kepadamu: "Berlapang-lapanglah dalam majelis", maka lapangkanlah niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Dan apabila dikatakan: "Berdirilah kamu", maka berdirilah, niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”(Q.S Al-Mujadilah Ayat 11)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini peneliti persembahkan kepada:

1. Kedua orangtua, Bapak Fahrizal Putra dan Ibu Dwi Sepri Yanti sekaligus guru terbaikku, terimakasih atas doa, cinta dan kasih sayang yang selalu dicurahkan kepada peneliti;
2. Bapak dan Ibu Dosen Pembimbing, Penguji, dan Pengajar, yang selama ini telah tulus dan ikhlas meluangkan waktunya untuk menuntun dan mengarahkan peneliti, memberikan bimbingan dan pelajaran yang tidak ternilai harganya, agar peneliti menjadi lebih baik.
3. Almamater tercinta IAIN Metro.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan Tugas Akhir ini. Tugas Akhir ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Jurusan D3 Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro guna memperoleh gelar A.Md.

Dalam upaya penyelesaian Tugas Akhir ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terimakasih kepada :

1. Ibu Prof. Dr.Hj. Enizar, M.Ag selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
2. Ibu Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
3. Ibu Zumaroh, M.E.Sy, selaku Ketua Jurusan Diploma Tiga Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Ibu Dra. Siti Nurjanah, M.Ag, selaku dosen pembimbing Tugas Akhir.
5. Ibu Elfa Murdiana, M.Hum selaku dosen Pembimbing Akademik.
6. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro
7. Bapak Diaz Abisatya selaku Pimpinan Cabang Pembantu dan para staff/karyawan BRI KCP Metro Kota

8. Teman-teman seperjuangan jurusan D3 Perbankan Syariah angkatan tahun 2014 yang selalu memberikan dukungan

Kritik dan saran demi perbaikan Tugas Akhir ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Dan pada akhirnya semoga hasil penelitian yang telah dilakukan kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan agama Islam.

Metro, September 2018

Peneliti



Gusti Ryandhi

NPM. 14122828

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ORISINALITAS PENELITIAN.....	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
1. Tujuan Penelitian	5
2. Manfaat Penelitian	5
D. Metode Penelitian.....	5
1. Jenis dan Sifat Penelitian	5
2. Sumber Data.....	6
3. Teknik Pengumpulan Data.....	8
4. Teknik Analisis Data.....	8
E. Sistematika Pembahasan	9

BAB II LANDASAN TEORI

A. Evaluasi	11
1. Pengertian Evaluasi	11
2. Tahap Evaluasi	12
3. Tujuan Evaluasi.....	14
B. Kepuasan Nasabah	15
1. Pengertian Kepuasan Nasabah	15
2. Faktor-faktor Kepuasan Nasabah.....	18
3. Metode Pengukuran Kepuasan Nasabah.....	21
C. Pelayanan <i>Customer Service</i>	24
1. Pengertian <i>Customer Service</i>	24
2. Tugas dan Tanggung Jawab <i>Customer Service</i>	25
3. Kualitas Pelayanan <i>Customer Service</i>	31

BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP Metro Kota	37
B. Visi dan Misi PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP Metro Kota	39
C. Struktur Organisasi PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP Metro Kota.....	40
D. Pelayanan <i>Customer Service</i> di PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP Metro Kota.....	41
E. Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan <i>Customer Service</i> di PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP Metro Kota.....	48

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan.....	57
B. Saran.....	57

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Struktur Organisasi PT. BRI KCP Metro Kota

Tabel 3.2 Tabel Jumlah Nasabah Tabungan dan Pinjaman hingga April 2017 di
PT. BRI KCP Metro Kota

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pembimbing Tugas Akhir

Lampiran 2 Kartu Bimbingan Tugas Akhir

Lampiran 3 Surat Keterangan Magang

Lampiran 4 Surat Keterangan Bebas Pustaka

Lampiran 5 Alat Pengumpul Data

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.¹ Perbankan sebagai salah satu industri mengalami kemajuan yang signifikan di Indonesia, sehingga terjadi persaingan yang ketat secara nasional bahkan global. Banyaknya bank nasional atau bank asing di Indonesia yang mendorong tumbuhnya kompetisi yang ketat di dalam dunia bisnis perbankan. Tuntutan atas kompetisi tersebut adalah kerja keras dalam peningkatan mutu pelayanan yang diberikan sebagai salah satu bentuk keunggulan bersaing bank. Seiring dengan bertambah tingginya kebutuhan, tentunya perusahaan perbankan sebagai lembaga keuangan memiliki peranan yang sangat penting.

Makin ketatnya persaingan di dunia perbankan dalam menarik nasabah untuk menggunakan produk dan layanan bank, membuat perbankan bersaing dalam memperbaiki kualitas layanan terhadap nasabah, terutama kualitas layanan *customer service* yang secara intensif melayani kebutuhan informasi, keluhan dan menangani masalah nasabah. Hubungan dengan nasabah merupakan kunci kesuksesan sebuah perusahaan perbankan. Kepuasan nasabah yang dihasilkan oleh produk atau layanan yang baik

¹ Hermansyah, *Hukum Perbankan Nasional Indonesia (Edisi kedua)*, (Jakarta : Kencana Prenadamedia Group, 2005), h. 18

merupakan suatu permulaan dari hubungan nasabah yang baik dan mendorong rekomendasi untuk mendapatkan calon nasabah lain. Kepuasan nasabah adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan dan kebutuhan nasabah dipenuhi.²

Dalam konsep islam, mengajarkan bahwa dalam memberikan pelayanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa, agar jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain. Hal ini tampak dalam Al Qur'an surah Al Baqarah ayat 267, yang menyatakan bahwa: *'Hai orang-orang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu, dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji'*.

Apabila nasabah merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan tidak efisien. Hal ini terutama sangat penting bagi pelayanan publik. Oleh karena itu kualitas pelayanan, dapat diharapkan pula membentuk citra positif perbankan. Karyawan yang mampu untuk menjalankan tugas tersebut salah satunya adalah *customer service*, yang dituntut untuk selalu berhubungan dengan nasabah dan menjaga hubungan itu tetap baik. *customer service* adalah setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditujukan untuk memberikan

² Kotler, Philip Dan Tio, *Manajemen Pemasaran*, alih bahasa Benyamin Molan, (Jakarta : Erlangga , 1999), h.49

kepuasan kepada nasabah melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.³

Peran *customer service* sangat penting dalam meningkatkan upaya intensifikasi melalui produk tabungan. *customer service* juga berperan penting dalam proses pra transaksi, saat transaksi dan pasca transaksi. Oleh karena itu, *customer service* dituntut harus memiliki kemampuan melayani nasabah secara tepat dan cepat serta memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik didukung dengan tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan, ketepatan dan keakuratan, pekerjaannya sehingga dapat memberikan pelayanan yang terbaik bagi kepuasan nasabah.

Pelayanan *customer service* yang bagus dapat meningkatkan produk dan jasa dalam bank. Dengan meningkatnya hal tersebut, maka akan berdampak pada laba bank itu sendiri dan juga meningkatkan jumlah nasabah dari masa ke masa. Persepsi nasabah terhadap kualitas total produk dan layanan perbankan akan mempengaruhi citra bank di mata pelanggan. Citra perusahaan sangatlah penting untuk dibangun, karena produk dan layanan perbankan sangat bergantung kepada tingkat kepercayaan konsumen terhadap perusahaan perbankan tersebut. Maka untuk itu perlu adanya proses evaluasi.

Begitu pula yang terjadi di BRI KCP Metro Kota. Guna mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan, khususnya di bagian *customer service*, maka diperlukan suatu proses yang dinamakan evaluasi. *Customer service* yang berperan sebagai *front liner*,

³ Kasmir, *Manajemen Perbankan (Edisi Revisi)*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2005), h.201

haruslah memiliki kemampuan yang sesuai dibidangnya, yaitu sebagai *resepsionist, deskman, salesman, customer relation officer* dan *comunicator*.

BRI KCP Metro Kota mempunyai nasabah yang cukup banyak. Sampai pada tahun 2017 tercatat sebanyak 2.341 orang nasabah, dengan perincian 2.165 nasabah tabungan dan 176 nasabah pinjaman. Banyaknya nasabah yang setiap hari melakukan transaksi di BRI KCP Metro Kota, menuntut *customer service* untuk melayani dengan baik dan cepat. Karena banyaknya nasabah yang bertransaksi setiap harinya, maka terkadang nasabah harus antre untuk waktu yang cukup lama. Tentunya akan menjadi masalah apabila nasabah merasa tidak nyaman dan berakibat pada ketidakpuasan atas pelayanan bank. Untuk itu, bank perlu mengevaluasi kinerja para karyawannya, khususnya *customer service* untuk mengetahui kesesuaian pelayanan dengan SOP yang ada di bank, sehingga berdampak pada tingkat kepuasan nasabah agar kedepannya dapat menjadi pedoman bank untuk semakin meningkatkan kualitas pelayanannya.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti mengajukan pertanyaan penelitian, yaitu “Bagaimana dampak evaluasi kepuasan nasabah terhadap pelayanan *customer service* di BRI KCP Metro Kota?”

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian diatas, dapat disimpulkan bahwa tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui evaluasi kepuasan nasabah terhadap pelayanan *customer service* di BRI KCP Metro Kota.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dilakukan untuk memperluas pengetahuan peneliti dan dapat memberikan manfaat sebagai sumbangan pemikiran untuk menambah wawasan khususnya tentang evaluasi kepuasan nasabah terhadap pelayanan *customer service*, juga diharapkan dapat menjadi referensi dan tambahan informasi untuk mengembangkan penelitian selanjutnya.

b. Manfaat Praktis

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberi informasi kepada peneliti dan pembaca, serta sebagai sumbangan pemikiran bagi BRI KCP Metro Kota.

D. Metode Penelitian

1. Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan yaitu suatu penelitian yang dilakukan secara intensif, terperinci dan mendalam terhadap suatu objek tertentu dengan

mempelajarinya sebagai susatu kasus.⁴ Dalam penelitian ini peneliti melakukan pengamatan langsung di PT. BRI KCP Metro Kota, Jl.Diponegoro No.11, Kelurahan Imopuro, Kecamatan Metro Pusat, Kota Metro, Provinsi Lampung.

Sesuai dengan judul serta fokus permasalahan yang diambil, maka sifat penelitian ini adalah deskriptif. Deskriptif adalah data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan bukan angka.⁵

Penelitian ini bersifat kualitatif, yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistic dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.⁶

Penelitian ini berupaya mengumpulkan fakta yang ada dan berfokus pada usaha mengevaluasi kepuasan nasabah terhadap pelayanan *customer service* di BRI KCP Metro Kota.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subjek data yang diperoleh dari sebuah penelitian. Data merupakan hasil pencatatan baik yang berupa fakta dan angka yang dijadikan bahan untuk menyusun informasi. Oleh karena itu, subjek penelitian adalah subjek yang diambil datanya untuk

⁴ Suraya Murchitaningrum, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Yogyakarta, Prudent Media, 2013), h 78

⁵Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, (Bandung : RemajaRosdakarya, 2012), h.11

⁶*Ibid.*,h.6.

diambil kesimpulan atau sejumlah subjek yang diteliti dalam suatu penelitian.

Sumber data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua macam, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti (atau petugas-petugasnya) dari sumber pertamanya⁷. Penelitian ini mendapatkan informasi dan data langsung dari para nasabah, dan karyawan di BRI KCP Metro Kota, seperti Pimpinan Cabang Pembantu dan *customer service*.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data kedua setelah sumber data primer. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumen-dokumen seperti (tabel, data-data rapat). Sumber sekunder adalah sumber yang tidak langsung. Data sekunder biasanya telah tersusun dalam bentuk dokumen-dokumen, misalnya data mengenai keadaan demografis suatu daerah.⁸

Penelitian ini mendapatkan data sekunder dari buku-buku referensi tentang pelayanan *customer service* dan kepuasan nasabah serta beberapa dokumen arsip dan brosur di BRI KCP Metro Kota.

⁷ Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta : Raja GrafindoPersada, 2013), h.39.

⁸ *Ibid.*

3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian lapangan, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, antara lain :

a. Wawancara

Wawancara yaitu percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan dilakukan oleh dua belah pihak, yaitu pewawancara, yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara, yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.⁹

Wawancara ini ditujukan kepada beberapa nasabah (Ibu Siti, Ibu Rina, Ibu Yunita, Pak Deni dan Pak Ikhwan), Pimpinan Cabang Pembantu (Diaz Abisatya) dan *customer service* (Ibu Dyah Ayu Setyorini dan Ibu Afifah Nur Oktarina), di PT. BRI KCP Metro Kota.

b. Dokumentasi

Dalam metode ini peneliti memanfaatkan sumber-sumber data dari arsip BRI KCP Metro Kota, struktur organisasi dan data dokumen yang berkaitan dengan pelayanan *customer service* yang dilakukan bank serta buku-buku penunjang.

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis kualitatif. Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola ,mensintesiskannya, mencari dan

⁹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, (Bandung :Remaja Rosdakarya, 2012), h.186.

menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat di ceriterakan kepada orang lain.¹⁰

Peneliti menggunakan cara berfikir induktif untuk menganalisa data. Proses berpikir induktif adalah kebalikan dari berpikir deduktif, yakni pengambilan kesimpulan dimulai dari pernyataan atau fakta-fakta khusus menuju pada kesimpulan yang bersifat umum.¹¹ Data dan fakta hasil pengamatan empiris disusun, diolah, dikaji, untuk kemudian ditarik maknanya dalam bentuk pernyataan atau kesimpulan yang bersifat umum.

E. Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui gambaran tentang isi dan untuk mempermudah pembaca, berikut peneliti sampaikan penjelasannya:

1. BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi tema, judul, latar belakang, pertanyaan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, metode penulisan, sistematika penulisan yang disusun secara sistematis menyangkut pelayanan *customer service* dan kepuasan nasabah.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini berisi teori tentang pengertian, tahap dan tujuan evaluasi, pengertian, faktor-faktor dan metode pengukuran kepuasan nasabah, serta pengertian dan kualitas pelayanan *customer service* di BRI KCP Metro Kota.

¹⁰*Ibid*, h.248.

¹¹ Nana Sudjana, *Tuntunan Penyusunan Karya Ilmiah*, (Bandung : Sinar Baru Algesindo, 2001), h.7.

3. BAB III PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi tentang gambaran umum, sejarah berdiri, visi, misi dan struktur organisasi BRI KCP Metro Kota, kualitas pelayanan *customer service*, serta evaluasi kepuasan nasabah terhadap pelayanan *customer service* di BRI KCP Metro Kota.

4. BAB VI PENUTUP

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Evaluasi

1. Pengertian Evaluasi

Evaluasi merupakan saduran dari bahasa Inggris "*evaluation*" yang diartikan sebagai penaksiran atau penilaian. Evaluasi adalah kegiatan yang dilakukan berkenaan dengan proses untuk menentukan nilai dari suatu hal. Evaluasi juga merupakan proses untuk mempertimbangkan sesuatu barang, hal atau gejala dengan mempertimbangkan beragam faktor yang kemudian disebut *Value Judgment*.

Evaluasi adalah suatu proses untuk menyediakan informasi tentang sejauh mana suatu kegiatan tertentu telah dicapai, bagaimana perbedaan pencapaian itu dengan suatu standar tertentu untuk mengetahui apakah ada selisih di antara keduanya, serta bagaimana manfaat yang telah dikerjakan itu bila dibandingkan dengan harapan-harapan yang ingin diperoleh.¹²

Dari penjelasan diatas dapat dipahami bahwa evaluasi adalah penerapan prosedur ilmiah yang sistematis untuk menilai rancangan, selanjutnya menyajikan informasi dalam rangka pengambilan keputusan terhadap implementasi dan efektifitas suatu program. Evaluasi meliputi

¹² Husein Umar, *Evaluasi Kinerja Perusahaan*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2002), h.27

mengukur atau menilai yang digunakan dalam rangka pengambilan keputusan. Hubungan antara pengukuran dan penilaian saling berkaitan.

Mengukur pada hakikatnya adalah membandingkan sesuatu dengan atau atas dasar ukuran atau kriteria tertentu (meter, kilogram, takaran dan sebagainya), pengukuran bersifat kuantitatif. Penilaian berarti menilai sesuatu. Sedangkan menilai itu mengandung arti, mengambil keputusan terhadap sesuatu yang berdasarkan pada ukuran baik atau buruk, sehat atau sakit, pandai atau bodoh dan sebagainya dan penilaian bersifat kualitatif.

Mengukur adalah membandingkan sesuatu dengan satu ukuran (bersifat kuantitatif), menilai adalah mengambil suatu keputusan terhadap sesuatu dengan ukuran baik buruk (bersifat kualitatif), dan evaluasi meliputi kedua langkah tersebut di atas.¹³

2. Tahap Evaluasi

Terdapat urutan atau proses yang mendasari sebelum melakukan evaluasi, yakni;

- a. Mengembangkan konsep dan mengadakan penelitian awal. Konsep perlu direncanakan secara matang sebelum diadakan eksekusi pesan dan perlu diadakan uji coba untuk mengecek kesesuaian antara draft yang dibuat dengan eksekusi pesannya.

- b. Dengan uji coba yang dilakukan, pengevaluasi mencoba mencari tanggapan dari khalayak. Tanggapan dari khalayak ini penting untuk mengukur efektifitas pesan yang disampaikan.

Ada beberapa model yang dapat dicapai dalam melakukan evaluasi, yaitu :¹⁴

- a. *Sistem Assessment*

Yaitu evaluasi yang memberikan informasi tentang keadaan atau posisi suatu sistem. Evaluasi dengan menggunakan model ini dapat menghasilkan informasi mengenai posisi terakhir dari suatu elemen program yang tengah diselesaikan

- b. *Program Planning*

Yaitu evaluasi yang membantu pemilihan aktivitas-aktivitas dalam program tertentu yang mungkin akan berhasil memenuhi kebutuhannya.

- c. *Program Implementation*

Yaitu evaluasi yang menyiapkan informasi apakah program sudah diperkenalkan kepada kelompok tertentu yang tepat seperti yang telah direncanakan.

- d. *Program Improvement*

Yaitu evaluasi yang memberikan informasi tentang bagaimana program berfungsi, bagaimana program bekerja, bagaimana

¹⁴ Husein Umar, *Evaluasi Kinerja Perusahaan*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2002), h.42

mengantisipasi masalah-masalah yang mungkin dapat mengganggu pelaksanaan kegiatan.

e. Program *Certification*

Yaitu evaluasi yang memberikan informasi mengenai nilai atau manfaat program. Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa meskipun terdapat beberapa perbedaan antara model-model evaluasi, tetapi secara umum model-model tersebut memiliki persamaan yaitu mengumpulkan data atau informasi obyek yang dievaluasi sebagai bahan pertimbangan bagi pengambil kebijakan.

3. Tujuan Evaluasi

Setiap kegiatan yang dilaksanakan pasti mempunyai tujuan, demikian juga dengan evaluasi. Tujuan evaluasi yaitu tujuan umum dan tujuan khusus. Tujuan umum diarahkan kepada program secara keseluruhan, sedangkan tujuan khusus lebih difokuskan pada masing-masing komponen. Tujuan dan atau fungsi evaluasi adalah :¹⁵

- a. Untuk mengetahui apakah tujuan-tujuan yang telah ditetapkan telah tercapai dalam kegiatan.
- b. Untuk memberikan objektivitas pengamatan terhadap perilaku hasil.
- c. Untuk mengetahui kemampuan dan menentukan kelayakan.
- d. Untuk memberikan umpan balik bagi kegiatan yang dilakukan. Pada dasarnya tujuan akhir evaluasi adalah untuk memberikan bahan-bahan

¹⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2002), h.13

pertimbangan untuk menentukan/membuat kebijakan tertentu, yang diawali dengan suatu proses pengumpulan data yang sistematis.

B. Kepuasan Nasabah

1. Pengertian Kepuasan Nasabah

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja produk terhadap kinerja yang diharapkan.¹⁶ Kepuasan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja actual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.¹⁷

Pengertian secara umum mengenai kepuasan atau ketidak kepuasan konsumen merupakan hasil dari adanya perbedaan-perbedaan antara harapan konsumen dengan kinerja yang dirasakan oleh konsumen tersebut.

Kepuasan pelanggan merupakan penilaian dari pelanggan atas penggunaan barang ataupun jasa dibandingkan dengan harapan sebelum penggunaannya.¹⁸ Konsep kepuasan masih bersifat abstrak. Pencapaian kepuasan dapat merupakan proses yang sederhana maupun kompleks dan rumit, peranan sikap individu dalam pemberian *service* sangat penting dan

¹⁶ Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, alih bahasa Benyamin Molan, (Jakarta : Index , 2007), h.177

¹⁷ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta : Andi Afset, 1997), h.24

¹⁸ Kasmir, *Manajemen Perbankan (Edisi Revisi)*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2005), h.10

berpengaruh terhadap kepuasan yang dibentuk.¹⁹ Kepuasan berasal dari bahasa latin *satis* artinya (cukup baik, memadai) dan *facto* yang artinya (melakukan atau membuat). Secara sederhana, kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan suatu atau membuat sesuatu memadai.²⁰

Customer (pelanggan) berasal dari kata *custom*, yang didefinisikan sebagai membuat suatu menjadi kebiasaan atau biasa dan mempraktikkan kebiasaan. Pelanggan adalah seseorang yang menjadi terbiasa untuk membeli. Kebiasaan terbentuk melalui pembelian intraksi yang sering selama periode waktu tertentu tanpa adanya hubungan yang kuat antara pembeli dan penjual.

Sesuai pandangan tradisional pelanggan adalah setiap orang yang membeli dan menggunakan produk perusahaan tersebut sesuai pandangan modern, pelanggan mencakup pelanggan eksternal dan internal. Pelanggan eksternal adalah setiap orang yang membeli produk dari perusahaan, sedangkan pelanggan internal adalah semua pihak dalam organisasi yang sama, yang menggunakan jasa atau bagian departemen tertentu termasuk selanjutnya dalam produksi bertahap.²¹

Kepuasan pelanggan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang terhadap suatu produk setelah membandingkan hasil/prestasi produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil produk yang

¹⁹ Arief, *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*, (Malang : Bayumedia Pubhling, 2007), h.41

²⁰ Tjiptono, Fandy dan Anastasya Diana, *Total Quality Manajemen*. (Yogyakarta : Andy Afset, 2003), h.28

²¹ Jill Griffin, *Customer Loyalty : Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, (Jakarta : Erlangga, 2005), h.59

diharapkan. Jika kinerja memenuhi harapan, maka itu artinya pelanggan puas atau amat puas.²²

Kepuasan pelanggan adalah setelah membandingkan antara harapan (*prepurchase expectation*) dengan kinerja aktual (*actual performance*). Apa yang dihasilkan suatu perusahaan, baginya tidak begitu penting. Pelanggan akan memikirkan apa yang akan dibelinya untuk memuaskan kebutuhannya atas dasar pertimbangan nilai dan atas pertimbangan nilai inilah selanjutnya akan menentukan bentuk apa bisnis yang perlu dikembangkan.²³

Tingkat perasaan konsumen (nasabah) setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan, kinerja dan harapan. Jika kinerja dibawah harapan maka pelanggan (nasabah) tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan (nasabah) puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan (nasabah) akan amat puas atau senang.²⁴

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan apa yang telah ia terima dan harapannya.²⁵ Tingkat perasaan konsumen dapat juga dipengaruhi oleh beberapa hal, antara lain

²² Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Index , 2015), h.17

²³ Bilson Simamora, *Membongkar Kotak Hitam Konsumen*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2003), h.67

²⁴ Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2005), h.97

²⁵ Agus Sucipto, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Malang : UIN Maliki Press, 2011), h.60

kondisi sosial ekonomi. Kondisi sosial ekonomi terkait dengan tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, gaya hidup, tingkat penghasilan, terutama kemampuan dalam hal alat pemuas kebutuhan.²⁶

Dari beragam definisi kepuasan konsumen diatas dan didefinisikan oleh para ahli pemasaran, dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen atau nasabah merupakan suatu tanggapan atau perilaku nasabah berupa evaluasi terhadap suatu barang atau jasa yang dirasakannya (kinerja/produk) dibandingkan dengan harapan nasabah. Kepuasan nasabah ini sangat tergantung pada persepsi dan harapan nasabah itu sendiri. Faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan nasabah ketika melakukan suatu transaksi keuangan adalah kebutuhan dan keinginan yang dirasakan oleh nasabah tersebut pada saat melakukan transaksi.

2. Faktor-faktor Kepuasan Nasabah

Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas barang atau jasa yang dikehendaki pelanggan, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan tersebut. Mutu pelayanan dalam perusahaan jasa merupakan hal yang sangat penting dari sudut pandang konsumen. Konsumen tidak hanya menilai dari hasil jasa, tetapi juga dari proses penyampaian jasa tersebut. Nasabah yang merasa puas atas pelayanan bank, tentu saja akan bersikap ramah dan merasa senang. Namun ada pula nasabah yang tidak merasa puas atas kinerja karyawan.

²⁶ Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Persepektif Kewirausahaan*, (Bandung : Alfabeta, 2013), h.177

dalam hal terjadi ketidakpuasan, ada beberapa kemungkinan tindakan yang bisa dilakukan pelanggan, yaitu:

a. Tidak melakukan apa-apa

Pelanggan yang tidak puas tidak melakukan komplain, tetapi mereka praktis tidak akan membeli atau menggunakan jasa perusahaan yang bersangkutan lagi.

b. Melakukan komplain

Pelanggan yang tidak puas secara langsung melakukan tuntutan atas rasa kecewa yang dialaminya dalam memperoleh pelayanan jasa dari perusahaan.²⁷

Dalam menentukan kepuasan konsumen ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan, antara lain:

a. Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

b. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.

c. Emosi, yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk atau jasa dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

²⁷ Tjiptono, Fandy dan Anastasya Diana, *Total Quality Manajemen*, (Yogyakarta : Andy Afset, 2003), h.126

- d. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.
- e. Biaya, yaitu pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa, cenderung sudah puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Untuk mempengaruhi persepsi dan ekspektasi pelanggan (nasabah) terdapat empat factor, antara lain:

- a. Apa yang didengar pelanggan (nasabah) dari pelanggan (nasabah) lainnya. Dimana hal ini merupakan factor potensial yang menentukan ekspektasi pelanggan.
- b. Ekspektasi pelanggan (nasabah) sangat bergantung dari karakteristik individu dimana kebutuhan pribadi pelanggan (nasabah) tersebut.
- c. Pengalaman masa lalu dalam menggunakan pelayanan dapat juga mempengaruhi tingkat ekspektasi pelanggan (nasabah).
- d. Komunikasi dengan pihak eksternal dari pemberi layanan memainkan peranan penting dalam membentuk ekspektasi pelanggan (nasabah).

Dengan demikian, kemungkinan antara ekspektasi pelanggan (nasabah) dan kualitas pelayanan (jasa) yang diterimanya, yaitu:

- a. Pelanggan (nasabah) menjadi senang jika kualitas pelayanan yang diterima lebih baik dari perkiraannya.

- b. Pelanggan (nasabah) menjadi biasa saja jika kualitas pelayanan yang diterima sama dengan perkiraanya.
 - c. Pelanggan menjadi kecewa jika kualitas pelayanan yang diterima lebih jelek dari perkiraanya.²⁸
3. Metode Pengukuran Kepuasan Nasabah.

Metode pengukuran kepuasan pelanggan (nasabah) sebagai berikut:

- a. Sistem Keluhan dan Saran

Sebuah perusahaan yang berfokus pada pelanggan (nasabah) mempermudah pelanggannya (nasabahnya) untuk memberikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan ditempat-tempat strategis, menyediakan kartu komentar, saluran telepon khusus dan sebagainya. Tetapi karena metode ini cenderung pasif, maka sulit mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan dan tidak kepuasan pelanggan (nasabah). Tidak semua pelanggan (nasabah) yang tidak puas lantas akan menyampaikan keluhannya. Bisa saja mereka langsung beralih keperusahaan lain dan tidak akan menjadi pelanggan perusahaan tersebut lagi.

- b. Survey Kepuasan Pelanggan (nasabah)

Umumnya banyak peneliti mengenai kepuasan pelanggan (nasabah) dilakukan dengan menggunakan metode survey baik melalui

²⁸ Lupiyoadi, R. dan Hamdani, A, *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta: Salemba Empat, 2009), h.76

pos, telepon maupun wawancara pribadi. Pengukuran pelanggan melalui metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara diantaranya:

1) *Directly reported satisfaction*

Pengukuran dilakukan secara langsung melalui pertanyaan.

2) *Derived dissatisfaction*

Pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal utama, yaitu besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang telah mereka rasakan atau terima.

3) *Problem analysis*

Pelanggan yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok, yaitu: masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari manajemen perusahaan dan saran-saran untuk melakukan perbaikan.

4) *Importance-performance analysis*

Dalam teknik ini responden diminta meranking berbagai elemen dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen tersebut. Selain itu juga responden diminta meranking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen tersebut.²⁹

c. Belanja siluman (*Ghost shopping*)

Metode ini dilaksanakan dengan cara memperkerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan

²⁹ Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, alih bahasa Benyamin Molan, (Jakarta : Index , 2007), h. 53

(nasabah) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan (nasabah) potensial produk perusahaan dan pesaing.

Lalu *ghost shopper* tersebut menyampaikan teman-temannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain para *ghost shopper* juga datang melihat langsung bagaimana karyawan berinteraksi dan memperlakukan para pelanggannya (nasabahnya). Tentu karyawan tidak boleh tahu kalau atasannya baru melakukan penilaian.

d. Analisis Pelanggan yang Hilang (*lost customer analysis*)

Pihak perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya (nasabahnya) yang sudah berhenti jadi pelanggan (nasabah) atau beralih keperusahaan lain. Yang diharapkan adalah memperoleh informasi bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan (nasabah).³⁰

Dalam menentukan puas atau tidaknya seorang nasabah terhadap pelayanan yang diberikan, maka ada beberapa indikator yang dapat dijadikan sebagai patokan, antara lain :

1. *Re-purchase*, yaitu membeli kembali, dimana konsumen atau nasabah tersebut akan kembali untuk melakukan transaksi.

³⁰ Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, alih bahasa Benyamin Molan, (Jakarta : Index , 2007), h. 54

2. Menciptakan Word-of-Mouth, dalam hal ini, konsumen akan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain, dengan kata lain secara tidak sengaja turut merekomendasikan bank tersebut
3. Menciptakan citra merek, yaitu konsumen akan kurang memperhatikan merek dan iklan dari produk pesaing
4. Menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama, artinya konsumen memilih untuk mencoba produk lainnya di bank yang sama.³¹

C. Pelayanan *Customer Service*

1. Pengertian *Customer Service*

Customer service adalah setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.³² *Customer service* mempunyai fungsi dan tugas yang harus dilaksanakan, diantaranya sebagai *resepsionis, deskman, salesman, customer relation officer, dan communicator*.³³

Semua itu harus dilaksanakan secara selaras dan seimbang demi tercapainya pelayanan prima untuk kepuasan nasabah. Peran *customer service* sangat penting dalam meningkatkan upaya intensifikasi melalui

³¹ Kotler, *Manajemen Pemasaran*, alih bahasa Benyamin Molan, (Jakarta : Index , 2007), h.100

³² Kasmir, *Manajemen Perbankan (Edisi Revisi)*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2007), h.201

³³ *Ibid*, h.202

produk tabungan. *Customer service* juga berperan penting dalam proses pra transaksi, saat transaksi dan pasca transaksi.

Oleh karena itu, *customer service* dituntut harus memiliki kemampuan melayani nasabah secara tepat dan cepat serta memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik didukung dengan tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan, ketepatan dan keakuratan, pekerjaannya sehingga dapat memberikan pelayanan yang terbaik bagi kepuasan nasabah.

Pelayanan *customer service* yang bagus dapat meningkatkan penjualan suatu perusahaan. Dengan meningkatnya penjualan maka akan berdampak pada laba perusahaan itu sendiri dan juga meningkatkan jumlah nasabah dari masa ke masa.

2. Tugas dan Tanggung Jawab *Customer Service*

a. Tugas *Customer Service*

Tugas seorang *customer service* secara umum adalah melayani nasabah sesuai dengan pedoman atau ketentuan bank. Tugas tersebut harus dilaksanakan secara sungguh-sungguh mengingat betapa pentingnya seorang *customer service* bagi bank, antara lain :

- 1) Menerima, melayani dan mengatasi permasalahan nasabah.
- 2) Pelayanan pembukaan rekening tabungan, deposito, dan giro.
- 3) Mengadministrasikan daftar hitam Bank Indonesia, daftar rehabilitasi nasabah dan mengfile nasabah.
- 4) Memberikan informasi tentang saldo dan mutasi nasabah.

- 5) Mengadministrasikan buku cek, giro, dan tabungan.
- 6) Memperkenalkan produk baru.

Tugas-tugas seorang *customer service* antara lain yaitu :³⁴

- 1) Sebagai *receptionist*

Customer service bertindak sebagai penerima tamu yang datang ke bank dengan ramah, sopan, tenang, simpatik, menarik dan menyenangkan. *Customer service* memberikan perhatian dan ucapan salam kepada nasabah yang datang dan berbicara dengan jelas.

- 2) Sebagai *deskman*

Customer service bertindak sebagai pemberi informasi mengenai produk perbankan, menjelaskan manfaat atau karakteristik produk yang akan digunakan menjawab pertanyaan nasabah. Brosur dan formulir sangat diperlukan untuk kelancaran kegiatan, dan membantu pengisian formulir aplikasi secara lengkap sesuai dengan transaksi nasabah.

- 3) *Salesman*

Customer service bertindak atau berusaha untuk menjual produk perbankan diperlukan pendekatan-pendekatan kepada nasabah untuk setia menggunakan produknya dan juga berusaha mencari nasabah baru. Keluhan dan permasalahan nasabah juga perlu diperhatikan sebab menjadi tolak ukur untuk kinerja *customer service*.

³⁴ Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2008), h.191

4) Sebagai *customer relation officer*

Customer service bertindak sebagai penghubung antara bank dengan nasabah. Bukan tidak mungkin nasabah pindah ke lain bank karena pelayanan yang kurang, sehingga diperlukan hubungan yang baik antara bank dengan nasabah agar nasabah senang, puas dan percaya untuk menggunakan jasa dan produk yang kita miliki.

5) Sebagai *comunicator*

Customer service bertindak sebagai pemberi segala informasi mengenai produk dan jasa yang ditawarkan serta memberi kemudahan kepada nasabah. Selain itu juga sebagai tempat menampung keluhan dan sarana konsultasi nasabah. Hal ini untuk menjaga hubungan baik dan lancar antara bank dengan nasabah.

b. Tanggung Jawab *Customer Service*

Tanggung jawab *customer service* yang paling utama adalah memberikan informasi dan pelayanan terbaik kepada nasabah terkait dengan berbagai produk yang ditawarkan oleh bank. Pekerjaan *customer service* dikategorikan sebagai pekerjaan pokok karena melalui pekerjaan tersebut terdapat interaksi awal antara bank dengan nasabah atau konsumen perbankan untuk melakukan pembukuan rekening simpanan atau memperoleh informasi mengenai produk dan aktivitas tertentu bank.

Pekerjaan *customer service* juga berkaitan erat dengan penerapan prinsip kehati-hatian dan manajemen risiko bank melalui

penerapan *Know Your Customer* (KYC) dan anti *money laundering*, pelaksanaan edukasi kepada nasabah agar nasabah memiliki kepehaman yang mengenai produk atau aktivitas bank, pemelihara nasabah untuk menjadi kelangsungan usaha suatu bank, dan perlindungan terhadap hak dan kepentingan nasabah dari konsumen perbankan, khususnya terkait dengan kerahasiaan data nasabah. Selain itu juga perlu adanya pelatihan untuk para karyawan yang bertugas melayani nasabah. Pemberian pelatihan dimaksudkan tidak hanya untuk menjamin kepuasan pelanggan tetapi juga untuk memberikan orientasi kepada karyawan yang akan memberikan kepuasan kepada mereka.³⁵

Customer service mempunyai tanggung jawab yang beragam, antara lain sebagai berikut :

- 1) *Front Line Officer* : sebagai cermin layanan suatu bank
- 2) *Liasson Officer* : sebagai perantara nasabah dan bank
- 3) *Salesman* : sebagai penjual
- 4) *Servising* : sebagai pelayanan nasabah
- 5) *Advisor* : sebagai konsultan nasabah
- 6) *Maintenance* : sebagai pembina nasabah
- 7) *Handling Complain* : sebagai *trouble suiter*

³⁵ Jeff Madura, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta : Salemba Empat, 2001), h.52

Adapula dasar-dasar pelayanan nasabah yang biasa dilakukan karyawan, terlebih bagi seorang *customer service* antara lain:³⁶

- 1) Berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih. Artinya, petugas *customer service* harus mengenakan baju dan celana yang sepadan dengan kombinasi yang menarik. *Customer service* juga harus berpakaian necis tidak kumal dan baju lengan panjang jangan digulung. Terkesan pakaian yang dikenakan benar-benar memikat konsumen. Gunakan pakaian seragam jika petugas *customer service* diberikan seragam sesuai waktu yang telah ditetapkan.
- 2) Percaya diri, bersikap akrab, dan penuh dengan senyum. Dalam melayani nasabah petugas *customer service* tidak ragu-ragu, yakin dan percaya diri yang tinggi. Petugas *customer service* juga harus bersikap akrab seolah-olah sudah kenal lama. Dalam melayani nasabah petugas *customer service* haruslah murah senyum dengan raut muka yang menarik hati, serta tidak dibuat-buat.
- 3) Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika kenal. Pada dasarnya nasabah datang petugas *customer service* harus segera menyapa dan kalau sudah pernah bertemu sebelumnya usahakan menyapa dengan menyebutkan namanya. Namun jika belum kenal dapat menyapa dengan sebutan Bapak/Ibu, apa yang dapat kami bantu. Tenang, sopan, hormat

³⁶ Kasmir, *Manajemen Perbankan (Edisi Revisi)*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2005), h.204

serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan. Usahakan pada saat melayani nasabah dalam keadaan tenang, tidak terburuburu, sopan santun dalam bersikap. Kemudian tunjukkan sikap menghormati tamu, tekun mendengarkan sekaligus berusaha memahami keinginan konsumennya. Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar. Artinya, dalam berkomunikasi dengan nasabah gunakan bahasa Indonesia yang benar atau bahasa daerah yang benar pula. Suara yang digunakan harus jelas dalam arti mudah dipahami dan jangan menggunakan istilah-istilah yang sulit dipahami.

- 4) Bersemangat dalam melayani nasabah dan tunjukkan kemampuannya. Dalam melayani nasabah jangan terlihat loyo, lesu, atau kurang semangat. Tunjukan pelayanan yang prima seolah-olah memang anda sangat tertarik dengan keinginan dan kemauan nasabah.
- 5) Jangan menyela atau memotong pembicaraan. Pada saat nasabah sedang berbicara usahakan jangan memotong atau menyela pembicaraan. Kemudian hindarkan kalimat yang bersifat teguran atau sindiran yang dapat menyinggung perasaan nasabah. Jika terjadi sesuatu usahakan jangan berdebat.
- 6) Mampu meyakini nasabah serta memberikan kepuasan . Setiap pelayanan yang diberikan harus mampu meyakinkan nasabah dengan argumen-argumen yang masuk akal. Petugas *customer*

service juga harus mampu memberikan kepuasan atas pelayanan yang diberikan.

- 7) Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, minta bantuan artinya, jika ada pertanyaan atau permasalahan yang tidak sanggup dijawab atau diselesaikan oleh petugas *customer service*, maka harus meminta bantuan kepada petugas yang mampu.
- 8) Belum dapat melayani, beritahukan kapan akan dilayani artinya, jika pada saat tertentu, petugas *customer service* sibuk dan tidak dapat melayani salah satu nasabah, maka beritahukan kepada nasabah kapan akan dilayani dengan simpatik.

Seorang *customer service* harus benar-benar memahami dan mengerti akan kondisi nasabah, karena nasabah memiliki sifat dan perilaku masing-masing. Perilaku konsumen adalah proses yang dilalui oleh seseorang dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan bertindak pasca konsumsi produk maupun jasa yang diharapkan mampu memenuhi kebutuhannya.³⁷

3. Kualitas Pelayanan *Customer Service*

Kualitas pelayanan merupakan suatu gagasan menarik tentang bagaimana suatu produk bila ditambah dengan pelayanan (*service*) akan menghasilkan suatu kekuatan yang memberikan manfaat pada perusahaan dalam meraih profit bahkan untuk menghadapi persaingan Pelayanan adalah aktivitas yang dapat dirasakan melalui hubungan antara penerima

³⁷ Ristiyanti Prasetijo, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta : Andi Offset, 2005), h.76

dan pemberi pelayanan yang menggunakan peralatan berupa organisasi atau lembaga perusahaan. Mutu pelayanan adalah kualitas perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri.³⁸

Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Adapun karakteristik tentang pelayanan agar menjadi dasar bagaimana memberikan pelayanan yang terbaik, yaitu :

- a. Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
- b. Pelayanan itu kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang sifatnya adalah tindakan sosial.
- c. Produksi dan konsumsi dari pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya kejadiannya bersamaan dan terjadi di tempat yang sama.³⁹
- d. Etika pelayanan adalah perilaku petugas bank terutama petugas pelayanan (*customer service*) dalam memenuhi apa yang diinginkan atau diharapkan konsumen / nasabah. Etika pelayanan bertitik tolak pada perilaku petugas bank dalam berbagai lini dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan memperhatikan mana yang

³⁸ Christopher Lovelock, *Pelayanan, Strategi dan Implementasi Bisnis*, (New York : Prentice Hall, 1994), h.111

³⁹ M.Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung : Alfabeta, 2012), h.211.

baik dan mana yang buruk, mana yang benar dan mana yang salah. Untuk itu, perlu adanya standarisasi pelayanan yang harus diterapkan dalam setiap bank.

Standar layanan perbankan sangat penting mengingat industri perbankan berkembang semakin pesat seiring dengan kebutuhan nasabah yang juga semakin meningkat dan kompleks, serta membutuhkan standar penampilan, layanan, pengetahuan, dan keterampilan mengenai produk dan jasa yang ditawarkan oleh bank. Secara umum, standar layanan perbankan yang harus dipenuhi, meliputi standar penampilan petugas perbankan, standar kebersihan dan kerapian ruang kerja, pengetahuan mengenai produk dan jasa perbankan, standar berkomunikasi dengan nasabah, dan standar penanganan keluhan nasabah.⁴⁰

Ada beberapa karakter yang harus dimiliki oleh petugas bank dalam melakukan pelayanan kepada nasabah, diantaranya adalah :

- a. Tidak melakukan perbuatan tercela;
- b. Memegang teguh amanah;
- c. Menjaga nama baik bank dan nasabah;
- d. Beriman dan mempunyai rasa tanggung jawab moral;
- e. Sabar tapi tegas dalam menghadapi permasalahan, seperti keluhan nasabah;
- f. Memiliki integritas, artinya bertindak jujur dan benar;

⁴⁰ Ikatan Bankir Indonesia (IBI), *Memahami Bisnis Bank*, (Jakarta :PT Gramedia Pustaka Utama, 2012), h.190

g. *Manners*, artinya tidak egois, disiplin dan tidak kasar.⁴¹

Perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam bidang perbankan merupakan bisnis jasa yang berdasarkan pada azas kepercayaan sehingga masalah kualitas pelayanan menjadi faktor yang sangat menentukan dalam keberhasilan usaha. Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*customer expectation*). Agar dapat bersaing, bertahan hidup, dan berkembang, maka perusahaan perbankan dituntut untuk mampu memberikan pelayanan berkualitas yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.⁴²

Adapun 10 (sepuluh) Sikap Perilaku Insan BRI dan 20 (dua puluh) Indikator Perilaku yang dapat dijadikan sebagai pedoman bagi *customer service* agar meningkatkan kualitas yang diberikan nantinya :

- a. Sepuluh sikap perilaku utama insan BRI adalah sikap dan perilaku setiap insan BRI yang mencerminkan nilai-nilai pokok budaya kerja BRI, antara lain:
 - 1) Jujur, Dapat dipercaya dan taat pada aturan;
 - 2) Selalu menjaga kehormatan dan nama baik pribadi dan perusahaan;
 - 3) Handal, disiplin dan bertanggung jawab;
 - 4) Jujur, dapat dipercaya dan taat pada aturan;
 - 5) Sebagai panutan dan berjiwa besar;

⁴¹ *Ibid*, h.209

⁴² Kasmir, *Manajemen Perbankan (Edisi Revisi)*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2008), h.193

- 6) Tegas dalam menindaklanjuti adanya penyimpangan;
 - 7) Memberikan pelayanan yang terbaik dengan tetap memperhatikan kepentingan perusahaan;
 - 8) Terampil, ramah dan senang melayani;
 - 9) Memperlakukan pekerja secara terbuka, adil dan saling menghargai.
 - 10) Mengembangkan sikap kerja sama dalam menciptakan sinergi untuk kepentingan perusahaan.
- b. Dua puluh indikator perilaku adalah parameter yang digunakan untuk mengukur implementasi sikap dan perilaku insan BRI yang mencerminkan nilai-nilai pokok budaya kerja, antara lain :
- 1) Mengutamakan kepentingan perusahaan;
 - 2) Mendorong dan menghargai keberanian menyampaikan apa adanya, termasuk penyimpangan;
 - 3) Menepati janji dan mematuhi ketentuan yang berlaku;
 - 4) Senantiasa menggunakan etika dalam bekerja;
 - 5) Melaksanakan tugas dengan hati-hati, sesuai ketentuan dan menerima konsekuensinya;
 - 6) Menggunakan sumberdaya secara optimal;
 - 7) Selalu meningkatkan kemampuan kompetensi;
 - 8) Berani mencoba gagasan baru dan cara-cara kerja yang lebih baik;
 - 9) Selalu memberikan keteladanan yang baik di lingkungan kerja maupun masyarakat;

- 10) Mau menerima kritik saran untuk kebaikan.
- 11) Selalu bertindak tanpa pilih kasih;
- 12) Yakin dan berani mengambil keputusan yang benar;
- 13) Memahami dan memenuhi kebutuhan nasabah;
- 14) Melayani dengan cepat, tepat, akurat dengan tetap sopan santun.;
- 15) Memberikan solusi terbaik untuk nasabah dengan senang hati;
- 16) Bertindak konsisten dan menjaga mutu layanan dengan memperhatikan kepentingan nasabah;
- 17) Bertindak objektif berdasarkan sikap, perilaku, dan prestasi dalam mempertahankan dan mengembangkan pekerja;
- 18) Saling menghormati antar sesama, atasan dan bawahan;
- 19) Memberikan penghargaan kepada individu/kelompok berprestasi;
- 20) Melakukan koordinasi dan bekerjasama untuk meningkatkan prestasi dan kontribusi pada perusahaan.⁴³

Dalam memberikan pelayanan berkualitas, setidaknya bank harus memenuhi 5 dimensi kualitas pelayanan sehingga dapat menciptakan nasabah yang loyal, yaitu kehandalan (*reability*), ketanggapan (*responsiveness*, jaminan (*assurance*), empati atau kepedulian (*empathy*), bukti langsung atau berwujud (*tangibles*)).⁴⁴

⁴³ E-Book Budaya Kerja BRI, (PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, 2015), h. 8-9

⁴⁴ e-journal "Acta Diurna" Volume IV. No.3. Tahun 2015

BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP Metro Kota

Sejarah singkat berdirinya PT. Bank Rakyat Indonesia KCP. Metro Kota tidak terlepas dari awal mulanya berdirinya Bank Rakyat Indonesia. Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 1 tahun 1946 Pasal 1 disebutkan bahwa Bank Rakyat Indonesia (BRI) sebagai Bank Pemerintah pertama dan terbesar di Indonesia. Pada awalnya Bank Rakyat Indonesia (BRI) didirikan di Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja dengan nama *De Poerwokertosche Hulp en Spaarbank der Inlandsche Hoofden* atau "Bank Bantuan dan Simpanan Milik Kaum Priyayi Purwokerto", suatu lembaga keuangan yang melayani orang-orang berkebangsaan Indonesia (pribumi). Lembaga tersebut berdiri tanggal 16 Desember 1895, yang kemudian dijadikan sebagai hari kelahiran BRI.⁴⁵

Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Metro Kota didirikan pada tanggal 14 Desember 2015. BRI KCP. Metro Kota ini didirikan bertujuan untuk memudahkan para nasabah untuk bertransaksi dalam lalu lintas keuangan. Selain itu, didirikannya BRI KCP. Metro Kota ini adalah sebagai diferensiasi kredit antara kantor cabang, kantor cabang pembantu dan kantor unit. Kredit yang ditangani pada BRI KCP. Metro Kota adalah jenis *middle loan* (kredit menengah), yaitu kredit yang diberikan pada

⁴⁵ <http://www.bri.co.id/> di unduh pada tanggal 1 Agustus 2018 Pukul 14.00 WIB

nasabah dengan taraf perekonomian menengah. Nasabah yang ada pada BRI KCP. Metro Kota, bukan hanya berasal dari wilayah dalam Kota Metro saja. Tetapi ada juga nasabah yang berasal dari wilayah di luar Kota Metro, seperti beberapa daerah di Lampung Timur dan Lampung Tengah.⁴⁶

Jumlah nasabah baik simpanan ataupun pinjaman (kredit/pembiayaan) pada BRI KCP. Metro Kota sebanyak 2.341 nasabah. Ditunjukkan pada data ditabel berikut ini.⁴⁷

No.	Jenis Produk	Nasabah
1.	Simpanan atau Tabungan	2.165 orang
2.	Pinjaman atau Kredit atau Pembiayaan	176 orang
TOTAL		2.341 orang

Tabel 3.1 Nasabah simpanan dan pinjaman pada BRI KCP. Metro Kota

Dengan rincian jumlah nasabah pada tahun 2016 sebanyak 1.025 orang, dan mengalami peningkatan ditahun 2017 menjadi 2.341 orang. Berdasarkan pemaparan di atas mengenai sejarah berdirinya PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. KCP Metro Kota meskipun baru didirikan dan mulai beroperasi yakni pada tanggal 14 Desember 2015, perkembangan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. KCP Metro Kota ini cukup baik. Dilihat dari berbagai produk yang dimiliki, baik simpanan ataupun pinjaman (kredit) dengan peminat atau nasabah yang banyak. Dan dapat dilihat pula dari tabel yang memaparkan total nasabah simpanan dan pinjaman pada PT. Bank

⁴⁶ Dokumentasi PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP. Metro Kota pada tanggal 20 Maret 2017

⁴⁷ Wawancara dengan Ibu Afifa Nur Oktarina (*Customer Service*) pada tanggal 20 Maret 2017 di Kantor PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP. Metro Kota

Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. KCP. Metro Kota diatas, bahwa bank ini memiliki perkembangan yang cukup baik dari awal berdirinya PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. KCP. Metro Kota itu sendiri.

B. Visi dan Misi PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP Metro Kota

1. Visi

Visi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. KCP. Metro Kota adalah menjadi bank komersil terkemuka yang selalu mengutamakan kepuasan nasabah.

2. Misi

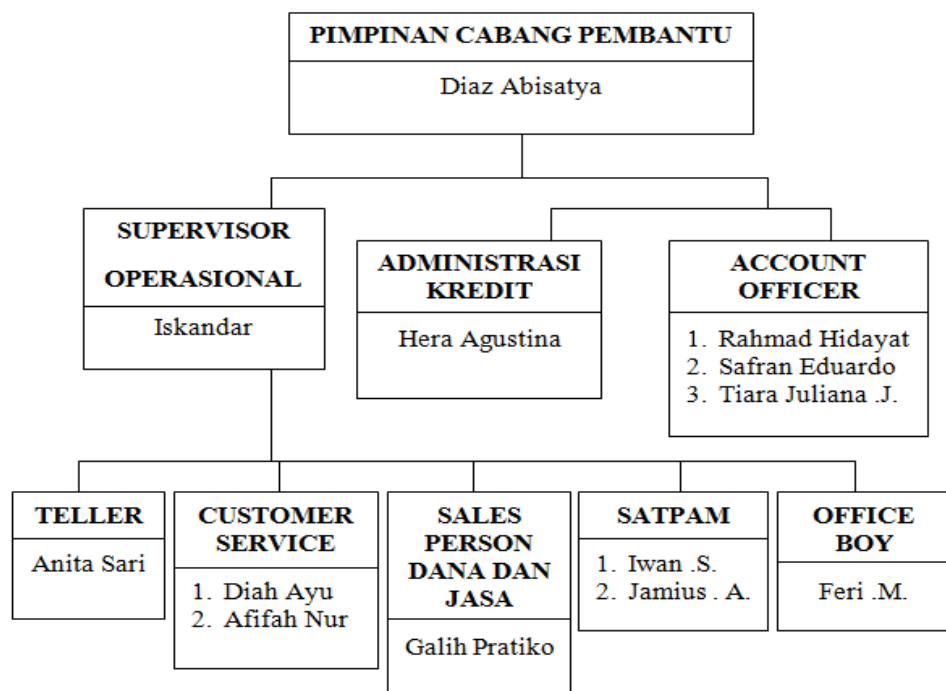
Misi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. KCP. Metro Kota adalah:

- a. Melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada usaha mikro, kecil dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat.
- b. Memberikan pelayanan prima kepada nasabah melalui jaringan kerja yang tersebar luas dan didukung oleh sumber daya manusia yang professional dan teknologi informasi yang handal dengan melaksanakan manajemen risiko serta praktek *Good Corporate Governance* (GCG) yang sangat baik.
- c. Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholders*).⁴⁸

⁴⁸ <http://www.bri.co.id/> di unduh pada tanggal 1 Agustus 2018 Pukul 14.00 WIB

Berdasarkan pemaparan diatas mengenai Visi dan Misi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. KCP. Metro Kota bahwa untuk menjadi bank yang komersil dan selalu mengutamakan kepuasan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. KCP. Metro Kota salah satunya adalah melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada para pengusaha mikro/kecil dan menengah untuk menunjang peningkatan taraf ekonomi masyarakat.

C. Struktur Organisasi PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP Metro Kota



Gambar 3.2 Struktur Organisasi PT. BRI KCP. Metro Kota⁴⁹

⁴⁹ Dokumentasi PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP. Metro Kota pada tanggal 20 Maret 2017

Berdasarkan struktur organisasi tersebut dapat dijelaskan tugas, wewenang dan tanggung jawab dari setiap bagian, khususnya bagian customer service, antara lain :

1. Memberikan penjelasan kepada nasabah tentang produk, syarat dan tata caranya yang terdapat pada bank;
2. Melayani pembukaan rekening giro dan tabungan;
3. Melayani permintaan nasabah untuk melakukan pemblokiran atau penutupan rekening, cek atau bilyet giro
4. Melayani keluhan nasabah serta memberikan solusi atas masalah yang berkaitan dengan bank.⁵⁰

D. Pelayanan Customer Service di PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP Metro Kota

Peran *customer service* di PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP Metro Kota baik dalam mengkomunikasikan produk bank, memberikan informasi yang dibutuhkan, mendengarkan keluhan nasabah dan lain sebagainya, kepada nasabah atau calon nasabah disaat proses pra transaksi, saat transaksi dan pasca transaksi, merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan minat masyarakat untuk bertransaksi dengan bank tersebut. Oleh karena itu, *customer service* dituntut harus memiliki kemampuan melayani nasabah secara tepat dan cepat serta memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik didukung dengan tersedianya sarana dan prasarana

⁵⁰ Wawancara dengan Ibu Diah Ayu Setyorini (*Customer Service*) pada tanggal 20 Maret 2017 di Kantor Bank Rakyat (BRI) KCP. Metro Kota

yang mendukung kecepatan, ketepatan, dan keakuratan pekerjaannya sehingga dapat memberikan pelayanan yang terbaik bagi kepuasan nasabah.

Peranan dan fungsi *customer service* dalam meningkatkan pelayanan terhadap nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP Metro Kota yaitu menjaga dan mempertahankan loyalitas serta kesetiaan nasabah terhadap Bank. Maka dari itu *customer service* harus dibekali berbagai keahlian sebagai penunjang untuk menjadi *customer service* yang baik ketika melayani nasabah. Dan tentunya bertanggung jawab atas pelayanan dan kepuasan nasabah tersebut, serta harus responsif terhadap keluhan. Jadi tidak sembarang orang benar-benar dapat menjadi seorang *customer service*.

Beberapa persyaratan *customer service* di PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP Metro Kota, antara lain :⁵¹

1. Segi Fisik
 - a. Memiliki wajah yang menarik dan menawan
 - b. Memiliki kulit yang bersih dan sehat
 - c. Memiliki ukuran tinggi dan berat badan yang ideal
2. Segi Mental
 - a. Memiliki mental yang kuat, disiplin dan kepercayaan diri yang tinggi
 - b. Memiliki sifat yang jujur dan bertanggung jawab yang besar
 - c. Memiliki inisiatif, teliti, cermat dan rajin

⁵¹ Wawancara dengan Bapak Diaz Abisatya (Pincapem) pada tanggal 23 Maret 2017 di Kantor Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP. Metro Kota

3. Segi Kepribadian

- a. Murah senyum, sabar, sopan dan lemah lembut ketika melayani nasabah
- b. Energik, gesit dan cepat tanggap
- c. Memiliki jiwa bisnis yang tinggi dan selalu ingin maju
- d. Selalu berbicara dan berpikir positif

4. Segi Sosial

- a. Memiliki jiwa sosial yang tinggi
- b. Bijaksana dan memiliki budi pekerti yang luhur
- c. Menguasai bahasa asing, pandai berbicara, luwes dan mudah bergaul
- d. Dapat menyesuaikan diri dan bekerjasama dengan berbagai pihak

Faktor manusia dalam organisasi perusahaan perbankan seperti *customer service* haruslah mendapat perhatian dan tidak diabaikan. Pentingnya individu dalam hubungan sosial dalam kehidupan organisasi baik kedalam perusahaan maupun keluar perusahaan. Peningkatan dan penyempurnaan perusahaan dengan meningkatkan kepuasan anggota organisasi dan menciptakan organisasi yang dapat membantu karyawan mengembangkan potensinya. Dengan meningkatkan kepuasan kerja dan mengarahkan aktualisasi diri karyawan akan mempertinggi motivasi bekerja sehingga akan dapat meningkatkan produksi perusahaan serta peningkatan mutu pelayanannya di bank.

Adapun Standar Layanan *Customer Service* di PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP Metro Kota, antara lain :⁵²

1. Berdiri dan senyum
 - a. Berdiri menyambut nasabah dengan senyum dengan tulus, tanpa kesan terpaksa dan menggunakan bahasa tubuh yang sopan
 - b. Menjaga kontak mata dengan nasabah ketika berbicara
2. Salam
 - a. Ucapkan salam dengan nada sopan dan artikulasi yang jelas
 - 1) Jika belum mengetahui nama dan agama nasabah, ucapkan:
“*Selamat pagi, siang atau sore* (sesuai konteks waktu) *pak atau ibu*”
 - 2) Jika telah mengetahui nama atau marga dan agama nasabah, misalnya muslim, maka ucapkan: “*Assalamu’alaikum, pak atau ibu...*(diikuti nama nasabah)
 - 3) Ucapan salam juga diucapkan jika bertemu nasabah yang sudah dikenal, meskipun saat itu pegawai tidak sedang berhubungan dengannya, misalnya: “*Selamat siang, pak Fadlan*” atau “*Assalamu’alaikum, bu Dinda*”
 - 4) Salam dan bahasa boleh disesuaikan dengan kondisi daerah
 - 5) Jika masih melayani nasabah lain atau sedang menyelesaikan suatu pekerjaan, minta dengan ramah dan sopan kepada

⁵² Wawancara dengan Ibu Diah Ayu Setyorini (*Customer Service*) pada tanggal 20 Maret 2017 di Kantor Bank Rakyat (BRI) KCP. Metro Kota

nasabah untuk menunggu, ucapkan: “*Maaf pak atau buk...*”
(diikuti nama nasabah), *mohon tunggu sebentar*”

b. Mempersilahkan duduk

- 1) Segera mempersilahkan nasabah untuk duduk dengan sopan dan artikulasi yang jelas
- 2) Jika belum mengetahui nama dan agama nasabah, ucapkan: “*silahkan duduk pak atau ibu*”
- 3) Jika telah mengetahui nama atau marga dan agama nasabah, ucapkan: “*silahkan duduk pak atau ibu...*” (diikuti nama atau marga nasabah)”
- 4) Selalu menjaga kontak mata ketika berbicara dengan nasabah

c. Menawarkan bantuan

- 1) Ucapkan dengan sopan dan keramahan yang terjaga: “*Ada yang bisa saya bantu pak atau ibu...*” (diikuti nama atau marga nasabah) ?”
- 2) Tanyakan kebutuhan nasabah dengan sopan
- 3) Tawarkan solusi dan berikan perhatian penuh kepada nasabah
- 4) Harus selalu dalam keadaan siap untuk melayani nasabah
- 5) Selalu menjaga kontak mata ketika berbicara dengan nasabah
- 6) Tidak berbicara dengan pegawai lain ketika sedang melayani nasabah
- 7) Tidak dalam keadaan makan atau minum ketika sedang melayani nasabah

- 8) Menyediakan alat tulis untuk nasabah yang sewaktu-waktu diperlukan untuk proses transaksi.⁵³
- d. Gali kebutuhan
- 1) Dengarkan nasabah dengan seksama
 - 2) Uraikan kembali kebutuhan nasabah
 - 3) Pahami kebutuhannya yang pasti dengan menggunakan pertanyaan yang efektif
 - 4) Arahkan kebutuhan nasabah agar lebih focus
 - 5) Penuhi kebutuhan nasabah dengan proses yang cepat dan akurat
 - 6) Tawarkan produk Bank yang sesuai dan berkaitan dengan kebutuhan nasabah yang sedang diproses
- e. Menjelaskan ketentuan secara menyeluruh
- 1) Gunakan brosur yang ada, dalam menjelaskan produk dan ketentuan
 - 2) Gunakan alat bantu seperti pulpen dan pensil untuk menunjukkan poin-poin yang penting
 - 3) Gunakan bahasa yang mudah dimengerti, jelas dan sistematis dengan keramahan yang terjaga
 - 4) Proses transaksi nasabah dengan cepat dan akurat.⁵⁴

⁵³ Wawancara dengan Ibu Dyah Ayu Setyorini (*Customer Service*) pada tanggal 20 Maret 2017 di kantor Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP Metro Kota

⁵⁴ Wawancara dengan Ibu Dyah Ayu Setyorini (*Customer Service*) pada tanggal 20 Maret 2017 di kantor Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP Metro Kota

f. Konfirmasi

- 1) Tindak lanjuti kebutuhan, keluhan dan saran nasabah dalam waktu yang cepat
- 2) Tanyakan kebutuhan lain yang mungkin bisa dibantu
- 3) Mendengarkan keluhan nasabah dengan empati dan ekspresi yang bersahabat
- 4) Memperlihatkan sikap aktif *listening* dalam upaya memahami detail permasalahan tersebut.

g. Menyuruh Nasabah

- 1) Untuk hal-hal yang dianggap perlu, misalnya untuk mengisi formulir yang harus diisi nasabah atau meminta bukti identitas diri, awali dengan kata “Mohon” atau “Maaf”. Contoh: “*Mohon diisi formulirnya Pak*” atau “*Maaf, boleh saya lihat KTP-nya Bu*”.

h. Ucapkan Terima kasih

- 1) Ucapan dan salam dengan ramah dan artikulasi yang jelas
- 2) Ketika nasabah hendak pergi melanjutkan transaksi keunit lain, ucapkan: “*Terima kasih pak atau ibu* (diikuti nama atau marga nasabah), silahkan *menuju...*(nama unit yang dituju)
- 3) Ketika transaksi selesai, ucapkan: “*Terima Kasih Bapak atau Ibu...* (diikuti nama atau marga nasabah), selamat pagi, siang atau sore (sesuai konteks waktu)

i. Menerima Kritik atau Saran

- 1) Ucapkan Terima Kasih apabila nasabah memberikan kritik atau saran. Contoh: “*Terima Kasih Pak Joltob, kritik dan saran bapak menjadi masukan berharga bagi kami*”
- 2) Bila Belum Dapat Melayani pada saat tertentu karena kesibukan, beritahukan dengan simpatik kapan akan dilayani
- 3) Jika tidak dapat melayani karena kesibukan yang cukup tinggi, minta secara simpatik agar nasabah bersedia dilayani oleh pegawai lainnya.⁵⁵

Secara keseluruhan pelayanan yang diberikan oleh *customer service* di PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP Metro Kota telah berjalan dengan baik dan sesuai dengan *Standard Operating Prosedur*. Hal ini merupakan salah satu strategi bank dalam meningkatkan kepuasan nasabah agar berdampak positif bagi citra baik bank dimata masyarakat luas.

D. Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan Customer Service di PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP Metro Kota

Kepuasan nasabah merupakan salah satu tolak ukur untuk menilai apakah bank menjalankan aktivitas keuangan dengan baik sehingga mampu bersaing dengan bank lainnya. Begitu pula yang terjadi di PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP Metro Kota. *Customer service* memegang peran penting sebagai media komunikasi antara pihak bank dengan nasabah.

⁵⁵ Wawancara dengan Ibu Dyah Ayu Setyorini (*Customer Service*) pada tanggal 20 Maret 2017 di kantor Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP Metro Kota

Customer service lah yang berhubungan langsung dengan nasabah, sehingga dituntut untuk dapat memahami apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh nasabah. Semata agar nasabah merasa puas, sehingga kedepannya tetap dan akan melakukan transaksi keuangan lagi dengan bank tersebut. Atau apabila nasabah merasa sangat puas pelayanannya, bukan tidak mungkin ia akan merekomendasikan bank kepada keluarga, teman ataupun rekan untuk ikut melakukan transaksi di bank itu juga.

Bagi nasabah, apa yang dihasilkan oleh perusahaan baginya tidak begitu penting. Nasabah memikirkan apa yang akan dibelinya untuk memuaskan kebutuhannya. Atas dasar pertimbangan inilah selanjutnya akan menentukan bentuk transaksi dan produk apa yang perlu dikembangkan. Pelayanan bermutu hanya bisa dipahami dari sudut pandang nasabah itu sendiri. Kita harus merumuskan pelayanan bermutu melalui mata nasabah.

Manfaat perlunya bank memperhatikan kepuasan nasabah, yaitu meliputi :⁵⁶

- a. Reputasi bank semakin positif di mata masyarakat pada umumnya dan pelanggan pada khususnya
- b. Mendorong loyalitas nasabah
- c. Memungkinkan terciptanya rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*) yang menguntungkan bagi bank sehingga banyak yang melakukan transaksi
- d. Meningkatkan produktivitas dan keuntungan
- e. Hubungan harmonis

⁵⁶ Wawancara dengan Bapak Diaz Abisatya (Pincapem) pada tanggal 23 Maret 2017 di Kantor Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP. Metro Kota

- f. Mendorong setiap anggota organisasi untuk bekerja dengan tujuan serta kebanggaan yang lebih baik
- g. Menekan biaya melayani nasabah sebagai dampak familiaritas dan relasi khusus dengan nasabah

Kepuasan nasabah mempunyai beberapa metode penilaian, dan untuk evaluasi kepuasan nasabah terhadap pelayanan *customer service* di PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP Metro Kota ini adalah melalui survey. Survey yang dilakukan adalah wawancara pribadi, yaitu memberikan nasabah beberapa pertanyaan secara langsung.

Sebagai contoh, dalam sehari, nasabah yang melakukan transaksi di BRI KCP Metro Kota terbilang cukup banyak. Apabila dalam sehari sekurang-kurangnya ada 40 orang nasabah, dan seorang nasabah memerlukan waktu 15 menit untuk berkonsultasi, maka diperlukan waktu sekitar 10 jam untuk melayani nasabah. Dengan adanya dua orang *customer service*, berarti satu orang *customer service* membutuhkan waktu 5 jam. Karena banyaknya jumlah nasabah inilah, proses transaksi dan konsultasi menjadi lebih lama, sehingga menyebabkan nasabah antre untuk waktu yang cukup lama. Dan jika nomor antrean semakin banyak sedangkan jam kerja sudah habis, tentunya untuk melanjutkan dihari berikutnya nasabah merasa enggan dan keberatan. Maka agar tidak terjadi penumpukan antrean nasabah, jika dirasa perlu bank dapat menambah jumlah *customer service* guna lebih memudahkan dan mempercepat proses transaksi, sehingga ketidakpuasan nasabah dapat teratasi.

Maka sebagai upaya dalam meningkatkan kepuasan nasabah, BRI KCP Metro Kota melakukan evaluasi terhadap kinerja karyawannya. Khususnya dibagian *customer service*, yaitu melalui briefing yang dilaksanakan sekali dalam satu minggu. Briefing yang dilakukan setiap hari tidak selalu digunakan untuk mengevaluasi kinerja *customer service*, melainkan hanya satu hari nya dalam kurun waktu satu minggu. *Customer service* diberi arahan tentang berbagai masalah yang mungkin timbul dan cara mengatasinya. Dengan begitu dapat diketahui apakah *customer service* sudah melaksanakan tugasnya sesuai dengan SOP yang berlaku. Proses evaluasi dari bank lainnya yaitu melalui sms atau internet banking dari pusat dalam kurun waktu 2 x 24 jam sebagai sarana kritik dan saran nasabah. Cara ini dinilai mampu menjadi tolak ukur bank untuk menentukan apakah nasabah merasa puas atas pelayanan yang diberikan. Melalui proses evaluasi ini dapat berdampak pada kinerja bank, yaitu dalam menentukan kebijakan tentang pelayanannya dikemudian hari. Dalam kasus ini, adanya kompalin atas ketidakpuasan nasabah yang mengantre cukup lama, dievaluasi oleh pihak bank untuk kemudian dapat ditindaklanjuti dan diperoleh solusi yaitu dengan adanya penambahan karyawan dibagian *customer service*.

Sesuai dengan teori, dimana kepuasan nasabah dapat dilihat dari beberapa indikator, antara lain membeli atau bertransaksi kembali, merekomendasikan kepada orang lain, tidak memperhatikan bank lain dan memutuskan untuk memilih produk lainnya di bank yang sama. Maka sejalan dengan teori tersebut, BRI KCP Metro Kota menilai puas atau tidaknya

nasabah menggunakan teori yang sama. Setelah bertransaksi dengan bank, banyak nasabah yang bertahan untuk tetap bertransaksi. Bahkan berdasarkan hasil wawancara, sebagian nasabah yang merasa puas atas pelayanan yang diberikan secara tidak langsung turut merekomendasikan kepada saudara atau kerabatnya. Dan untuk nasabah yang puas akan tetap melakukan transaksi dengan BRI KCP Metro Kota, cenderung tidak memperhatikan produk bank lain sebab mereka sudah merasa puas atas pelayanan bank tersebut.

Dalam mengevaluasi nasabah di BRI KCP Metro Kota, metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu melalui *probability sampling* (*random sampling*). *Probability sampling* merupakan pengambilan sampel secara *random* atau acak. Dengan cara ini, seluruh anggota diasumsikan memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi sampel penelitian. Metode dalam *probability sampling* yang digunakan yaitu *simple random sampling*. Sampel yang terpilih diambil secara acak, yakni dipilih acak dari jumlah nasabah yang dilayani oleh *customer service* setiap harinya. Misalkan dalam satu hari ada 40 nasabah, maka diambil 5 orang untuk diwawancarai.

Sebagai sampel, evaluasi dari nasabah menggunakan wawancara, dan ditujukan untuk 5 orang nasabah, dengan jenis pekerjaan yang berbeda. Kelima nasabah yaitu Ibu Siti (Guru SD), Ibu Rina (Ibu Rumah Tangga), Ibu Yunita (Pemilik Toko Kelontong), Pak Deni (buruh) dan Pak Ikhwan (wiraswasta).

Dari penilaian hasil wawancara dengan kelima nasabah menyatakan bahwa kelima nasabah tersebut memberikan jawaban yang positif, dan

merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh *customer service* menurut penilaian masing-masing.

Wawancara dengan Ibu Siti, beliau mengatakan bahwa *customer service* bersikap sangat ramah, murah senyum dan menggunakan bahasa yang halus saat sedang melayani nasabah. *Customer service* terlihat benar-benar memahami nasabah, berpegetahuan luas, dan membuat nasabah tidak merasa risih. Beliau merasa puas atas pelayanan yang diberikan.⁵⁷

Customer service dituntut untuk dapat bersikap professional. Apapun situasi yang sedang dialami, baik itu kesedihan, maupun kebahagiaan, *customer service* tetap harus bersikap baik dan ramah. Menyapa nasabah dengan 3-S (senyum, sapa, salam), mempersuasif nasabah dengan cara memberi solusi yang memuaskan atas keluhan nasabah dan melayani nasabah dengan cepat dan tanggap.⁵⁸

Wawancara dengan Ibu Rina, beliau mengatakan bahwa *customer service* PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP Metro Kota berpenampilan rapih, cantik, bersih, dan wangi. Beliau merasa nyaman berhadapan dengannya dan merasa senang apabila nantinya melakukan transaksi kembali dengan *customer service* tersebut.⁵⁹

Wawancara dengan Ibu Yunita, beliau mengatakan bahwa *customer service* sangat sigap dalam melayaninya, tidak membuatnya menunggu lama

⁵⁷ Wawancara dengan Ibu Siti, nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP Metro Kota, pada tanggal 27 Maret 2017

⁵⁸ Wawancara dengan Afifah Nur Oktarina (*Customer Service*) pada tanggal 20 Maret 2017, di Kantor PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP Metro Kota

⁵⁹ Wawancara dengan Ibu Rina, nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP Metro Kota, pada tanggal 27 Maret 2017

pada saat ia mengutarakan masalahnya. Mereka mendengarkan dengan seksama saat nasabah datang dan berbicara perihal keluhannya. *Customer service* langsung memberikan solusi dengan lugas dan tepat, sehingga Ibu Yunita merasa puas dan terbantu akan keluhannya. Bahkan beliau turut merekomendasikan kepada keluarga dan para kerabatnya untuk melakukan transaksi di PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP Metro Kota.⁶⁰

Dalam hal penanganan terhadap komplain dari pelanggan atau nasabah. Secara statistik hal ini penting untuk diperhatikan, namun sering kali terlambat bagi bank untuk menyadarinya. Bila komplain dari pelanggan atau nasabah tidak secepatnya diatasi, maka akan terjadi ketidakpuasan nasabah dikemudian hari.⁶¹

Wawancara dengan Pak Deni, beliau mengatakan bahwa *customer service* PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP Metro Kota dapat memberikan informasi yang ia butuhkan, dan menjelaskannya dengan bahasa yang mudah dimengerti, tidak gugup, tidak bertele-tele dan tepat sasaran. Beliau menjadi paham tentang produk tabungan deposito yang ditanyakan, sehingga tertarik untuk mendepositokan uangnya di bank tersebut.⁶²

Wawancara dengan Pak Ikhwan, beliau mengatakan bahwa *customer service* di bank tersebut sangat sopan dan menghargai nasabah. Menjawab pertanyaan nasabah dengan sabar, bahkan apabila ada nasabah yang merasa

⁶⁰ Wawancara dengan Ibu Yunita, nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP Metro Kota, pada tanggal 27 Maret 2017

⁶¹ Wawancara dengan Afifah Nur Oktarina (*Customer Service*) pada tanggal 20 Maret 2017, di Kantor PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP Metro Kota

⁶² Wawancara dengan Pak Deni, nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP Metro Kota, pada tanggal 27 Maret 2017

tidak puas dan mengadukan masalahnya, *customer service* tetap bersikap tenang dan lembut tanpa terpancing emosi. Hal ini menandakan kemampuan *customer service* untuk mengendalikan emosinya terbilang baik. Beliau pun merasa puas atas pelayanannya.⁶³

Hubungan baik antara *customer service* dengan nasabah dalam melakukan transaksi di bank juga perlu dibina, karena jika membina hubungan baik dengan nasabah akan meningkatkan mutu pelayanan di bank sehingga produksi perusahaan pun ikut meningkat.

Dengan demikian disini dapat dilihat bahwa hubungan manusia memberi ruang gerak bagi *customer service* dalam melakukan hubungan baik dengan nasabah, memberi komunikasi yang persuasif dengan nasabah, sebagai sumber informasi kepada nasabah dengan demikian pelayanan yang baik.

Pelayanan yang diberikan oleh *customer service* pada dasarnya dilakukan sebagai usaha untuk mencapai kepuasan nasabah. Karena apabila nasabah merasa kecewa dan tidak puas, maka akan berdampak negatif bagi bank. Antara lain jika nasabah merasa sangat tidak puas, kemungkinan besar nasabah akan berpindah meninggalkan bank dan menjelek-jelekkannya. Kemudian apabila nasabah merasa sedikit puas, kemungkinan ia akan berpindah ketika suatu penawaran lebih baik muncul. Lalu nasabah yang merasa puas, sangat mungkin akan melakukan transaksi kembali dan bahkan menyebar luaskan kabar baik tentang bank. Kesenangan atau kepuasan yang

⁶³ Wawancara dengan Pak Ikhwan, nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP Metro Kota, pada tanggal 27 Maret 2017

tinggi menciptakan suatu ikatan emosional dengan merek atau perusahaan tersebut dan tidak hanya terpaku pada pilihan yang itu-itu saja.⁶⁴

Costumer service dituntut untuk menyediakan jasa yang dibutuhkan nasabah sesuai dengan motto PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP Metro Kota yaitu memberikan pelayanan terbaik, sehingga nasabah merasa nyaman melakukan transaksi.

Dalam hal ini, *customer service* dituntut untuk menyampaikan jasa yang selama ini dilakukan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP Metro Kota, jasa itu berupa: pembukuaan rekening baru, setoran tunai, pinjaman kredit dan lainnya.

Customer service dituntut untuk mengetahui segala produk maupun jika ada produk terbaru yang dikeluarkan di PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP Metro Kota agar nasabah mudah memahami dan mengetahui produk yang ada di bank tersebut. Juga diharuskan untuk memiliki pengetahuan yang baik dan juga kemampuan berkomunikasi yang baik sehingga *customer service* dengan cepat menjawab pertanyaan nasabah. Memiliki wawasan yang luas serta daya ingat yang tinggi sehingga *customer service* dapat mengingat nasabah-nasabah yang pernah dilayaninya. Dan bersikap adil terhadap nasabah, yakni adil dalam hal pemberian layanan kepada semua nasabah tanpa membedakan-bedakan.

⁶⁴ Wawancara dengan Afifah Nur Oktarina (*Customer Service*) pada tanggal 20 Maret 2017, di Kantor PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP Metro Kota

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pelayanan *customer service* di PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP Metro Kota dalam melayani nasabah telah berjalan dengan baik dan sesuai dengan *Standard Operating Prosedure* (SOP). Hal tersebut berdampak pada meningkatnya kepuasan nasabah. Bank telah melakukan evaluasi kinerja *customer service* melalui briefing disetiap minggunya dan adanya sms serta internet banking layanan kritik dan saran nasabah. Dari hasil evaluasi nasabah menyatakan bahwa sebagian besar nasabah merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh *customer service* tersebut.

B. Saran

Dengan adanya penelitian ini, kiranya dapat memberikan suatu pengetahuan dan masukan, antara lain :

1. Kualitas pelayanan yang diberikan *customer service* perlu dipertahankan. Karena kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
2. Dapat memberikan pelayanan yang sebaik – baiknya kepada nasabah dengan memperhatikan proses komunikasi kepada nasabah, sehingga informasi yang diberikan tidak terjadi kesalahpahaman sehingga tidak memperlambat pelayanan kepada nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Arif, M.Nur Rianto. 2012. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung : Alfabeta.
- Arief. 2007. *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*. Malang : Bayumedia Pubhling.
- Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty : Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta : Erlangga.
- Hermansyah. 2005. *Hukum Perbankan Nasional Indonesia (Edisi kedua)*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Ikatan Bankir Indonesia (IBI). 2012. *Memahami Bisnis Bank*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Kartono, Kartini. 1996. *Pengantar Metodologi Riset Sosial*. Bandung : CV. Mandar Maju.
- Kasmir. 2005. *Manajemen Perbankan (Edisi Revisi)*. Jakarta : PT. Raja Grapindo Persada.
- Kasmir. 2008. *Etika Customer Service*. Jakarta : PT. Raja Grapindo Persada.
- Kotler, Philip. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Index.
- Kotler, Philip Dan Tio. 1999. *Manajemen Pemasaran*, alih bahasa Benyamin Molan. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*, alih bahasa Benyamin Molan. Jakarta : Index.
- Lupiyoadi, R. dan Hamdani, A. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Salemba Empat.
- Madura, Jeff. 2001. *Pengantar Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat.
- Moleong, Lexy J. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Murcitaningrum, Suraya. 2013. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Yogyakarta : Prudent Media.

Nitisusastro, Mulyadi. 2013. *Perilaku Konsumen Dalam Persepektif Kewirausahaan*. Bandung : Alfabeta.

Prasetijo, Ristiyanti. 2005. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Andi Offset.

Sucipto, Agus. 2011 *Studi Kelayakan Bisnis*. Malang : UIN Maliki Press.

Sudjana, Nana. 2001. *Tuntunan Penyusunan Karya Ilmiah*. Bandung : Sinar Baru Algesindo.

Suryabrata, Sumadi. 2013. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Raja GrafindoPersada.

Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Afset.

Tjiptono, Fandy dan Anastasya Diana. 2003. *Total Quality Manajemen*. Yogyakarta : Andy Afset.

Umar, Husein. 2002. *Evaluasi Kinerja Perusahaan*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

Website :

E-Book Budaya Kerja BRI, (PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, tahun 2015, diunduh pada 9 Agustus 2018 Pukul 19.30 WIB

e-journal "Acta Diurna" Volume IV. No.3. Tahun 2015, diunduh pada 9 Agustus 2018 Pukul 19.30 WIB

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

EVALUASI KEPUASAN NASABAH TERHADAP PELAYANAN CUSTOMER SERVICE DI PT. BANK RAKYAT INDONESIA (BRI) KCP METRO KOTA

A. METODE WAWANCARA

1. Wawancara dengan Pimpinan Cabang Pembantu
 - a. Bagaimana sejarah berdirinya PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP Metro Kota ?
 - b. Apa saja persyaratan menjadi *Customer Service* di PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP Metro Kota ?
 - c. Bagaimana kinerja customer service setiap harinya ketika bekerja di PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP Metro Kota ?
 - d. Apakah customer service telah melaksanakan pekerjaan sesuai dengan langkah-langkah kerja (*standar operating procedure*) yang telah diberikan oleh bank?
 - e. Apa sajamanafaat perlunya bank memperhatikan kepuasan nasabah?
2. Wawancara dengan Customer Service
 - a. Bagaimana Standar Layanan *Customer Service* di PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP Metro?
 - b. Bagaimana strategi yang dilakukan oleh customer service dalam memberikan pelayanan agar meningkatkan kepuasan nasabah ?

- c. Bagaimana customer service menerapkan standar layanan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah ?
 - d. Apa saja hambatan yang mungkin muncul saat sedang memberikan pelayanan kepada nasabah ?
 - e. Apa saja pentingnya meningkatkan kepuasan nasabah bagi bank?
3. Wawancara dengan Nasabah
- a. Apa yang menjadi daya tarik dari PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP Metro Kota sehingga anda ingin bertransaksi di bank ini ?
 - b. Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh customer service ?
 - c. Apakah customer service memberikan pelayanan dengan baik dan sesuai dengan standard bank?
 - d. Apakah anda merasa puas dengan pelayanan yang diberikan?
 - e. Mungkinkah anda akan merekomendasikan PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP Metro Kota kepada keluarga atau rekan untuk bertransaksi ?

B. METODE OBSERVASI

1. Kondisi nasabah, tempat dan lokasi Sumber Daya Manusia (SDM) PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP Metro Kota
- a. Keadaan nasabah
 - b. Keadaan customer service
 - c. Penilaian nasabah
 - d. Standar layanan customer service

SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-01056/In.28/S/OT.01/12/2018

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : Gusti Ryandhi
NPM : 14122828
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / D3 Perbankan Syari'ah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2018 / 2019 dengan nomor anggota 14122828.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas dari pinjaman buku Perpustakaan dan telah memberi sumbangan kepada Perpustakaan dalam rangka penambahan koleksi buku-buku Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 28 Desember 2018
Kepala Perpustakaan



[Signature]
Drs. Mokhtaridi Sudin, M.Pd.
NIP. 195808311981031001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296,
Website: www.metrouniv.ac.id; email: iainmetro@metrouniv.ac.id

Nomor : B-158a/In.28/FEBI/PP.00.9/05/2017
Lampiran : -
Perihal : **Pembimbing Tugas Akhir**

03 Mei 2017

Kepada Yth:
Dra. Siti Nurjanah, M.Ag
di – Metro

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Tugas Akhir, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk sebagai Pembimbing Tugas Akhir mahasiswa :

Nama : Gusti Ryandhi
NPM : 14122828
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : D3-Perbankan Syariah (D3-PBS)
Judul : Evaluasi Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan Customer Service Pada Pt.Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kcp. Metro Kota

Dengan ketentuan :

1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan sampai selesai Tugas Akhir. Pembimbing mengoreksi out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Tugas Akhir mahasiswa.
2. Waktu penyelesaian Tugas Akhir maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang dikeluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Tugas Akhir antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
 - a. Pendahuluan ± 2/6 bagian.
 - b. Isi ± 3/6 bagian.
 - c. Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Dekan,



[Signature]
Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum
NIP. 197209232000032002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jln. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax. (0725) 47296 Website : www.febi.metrouniv.ac.id; email : syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : Gusti Ryandhi
NPM : 14122828

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/D3 PBS
Semester/TA : IX/ 2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing	Bimbingan yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Jumat / 30 - Nov - 2018	✓	Acc outline	

Dosen Pembimbing

Dra. Siti Nurjanah, M.Ag
NIP. 19680530 199403 2 003

Mahasiswa Ybs

Gusti Ryandhi
NPM. 14122828



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jln. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax. (0725) 47296 Website : www.febi.metrouniv.ac.id; email : syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : Gusti Ryandhi
NPM : 14122828

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/D3 PBS
Semester/TA : IX/ 2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing	Bimbingan yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin / 17-12-2018	✓	Perbaikan kutipan masalah di CBN. Cara metode penelitian yang tepat Ace Bab 1- Lanjutan	hy. hy. hy.

Dosen Pembimbing

Dra. Siti Nurjanah, M.Ag
NIP. 19680530 199403 2 003

Mahasiswa Ybs

Gusti Ryandhi
NPM. 14122828



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jln. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax. (0725) 47296 Website : www.febi.metrouniv.ac.id; email : syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : Gusti Ryandhi
NPM : 14122828

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/D3 PBS
Semester/TA : IX/ 2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing	Bimbingan yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Jumat / 21-12-2018	✓	Ace APD lanjutan proses berikutnya	hy

Dosen Pembimbing

Dra. Siti Nurjanah, M.Ag

NIP. 19680530 199403 2 003

Mahasiswa Ybs

Gusti Ryandhi

NPM. 14122828



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jln. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax. (0725) 47296 Website : www.febi.metrouniv.ac.id; email : syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : Gusti Ryandhi
NPM : 14122828

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/D3 PBS
Semester/TA : IX/ 2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing	Bimbingan yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin/ 24-12-2018	v	Acce bab III-IV Uyhapri berhas And dan ajukas kembali serta persiapan test membaca AC. Dur'an	hy hy

Dosen Pembimbing

Dra. Siti Nurjanah, M.Ag

NIP. 19680530 199403 2 003

Mahasiswa Ybs

Gusti Ryandhi

NPM. 14122828



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jln. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax. (0725) 47296 Website : www.febi.metrouniv.ac.id; email : syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : Gusti Ryandhi
NPM : 14122828

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/D3 PBS
Semester/TA : IX/ 2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing	Bimbingan yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Selasa / 28-12-2018	✓	Acc untuk diujikan ke ujian Tugas Akhir. Hasil membaca AC- Qur'an	ly

Dosen Pembimbing

Dra. Siti Nurjanah, M.Ag
NIP. 19680530 199403 2 003

Mahasiswa Ybs

Gusti Ryandhi
NPM. 14122828

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Gusti Ryandhi lahir di Metro, pada tanggal 10 Agustus 1995 dan merupakan anak pertama dari empat bersaudara dari pasangan Bapak Fahrizal Putra dengan Ibu Dwi Sepri Yanti.

Pendidikan yang telah ditempuh diawali dari SD Negeri 1 Metro, Kota Metro dan selesai pada tahun 2007.

Kemudian dilanjutkan ke SMP Negeri 1 Metro, Kota Metro dan selesai pada tahun 2010. Berikutnya dilanjutkan ke SMA Negeri 2 Metro, dan selesai pada tahun 2013. Dan pada tahun 2014, peneliti melanjutkan pendidikan ke Program Studi DIII Perbankan Syariah, Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jurai Siwo Kota Metro, Lampung.