

**SKRIPSI**

**DAMPAK PELAYANAN *CUSTOMER SERVICE* TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH DI BRI SYARIAH KCP METRO**

**Oleh:**

**DEVI OKTAVIANI  
NPM.1502100250**



**Jurusan S1 Perbankan Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
1441 H / 2020 M**

**DAMPAK PELAYANAN *CUSTOMER SERVICE* TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH DI BRI SYARIAH KCP METRO**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

**DEVI OKTAVIANI**  
NPM.1502100250

Pembimbing I : H. Husnul Fatarib, Ph.D.  
Pembimbing II : Era Yudistira, M.Ak.

Jurusan S1 Perbankan Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI(IAIN) METRO**  
**1441 H / 2020 M**

## HALAMAN PERSETUJUAN

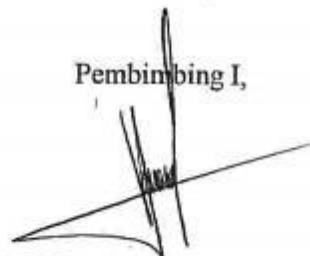
Judul Skripsi : **DAMPAK PELAYANAN *CUSTOMER SERVICE*  
TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BRI SYARIAH  
KCP METRO**

Nama : **DEVI OKTAVIANI**  
NPM : 1502100250  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

## MENYETUJUI

Untuk dimunaqsyahkan dalam sidang munaqsyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Pembimbing I,



**H. Husnul Fatarib, Ph.D**  
NIP.19740104 199903 1 004

Metro, Desember 2019

Pembimbing II,



**Era Yudistira, M.Ak**  
NIP. 19901003 201503 2 010

## NOTA DINAS

Nomor :  
Lampiran : 1 (satu) berkas  
Hal : **Pengajuan untuk Dimunaqosyahkan  
Saudara Devi Oktaviani**

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro  
Di \_\_\_\_\_ Tempat

*Assalammu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah Kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan  
seperlunya maka skripsi saudara:

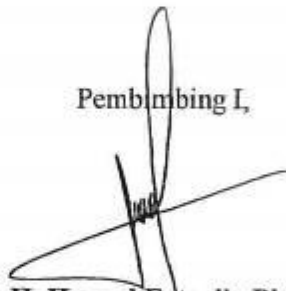
Nama : **DEVI OKTAVIANI**  
NPM : 1502100250  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah  
Judul : **DAMPAK PELAYANAN CUSTOMER SERVICE  
TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BRI SYARIAH  
KCP METRO**

Sudah dapat kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqosyahkan.

Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima  
kasih.

*Wassalammu'alaikum Wr. Wb.*

Pembimbing I,



**H. Husnul Fatarib, Ph.D**  
NIP.19740104 199903 1 004

Metro, Desember 2019

Pembimbing II,



**Era Yudistira, M.Ak**  
NIP. 19901003 201503 2 010



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

Jl. Ki. Hajar Dewantara 15 A Iring Mulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725)4507, Fax.(0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id, e-mail: iain@metrouniv.ac.id

**PENGESAHAN SKRIPSI**

No. 0297 / In. 28. 3 / D / PP. 00. 9 / 01 / 2020

Skripsi dengan Judul : DAMPAK PELAYANAN *CUSTOMER SERVICE* TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BRI SYARIAH KCP METRO, disusun Oleh: Devi Oktaviani, NPM: 1502100250, Jurusan S1 Perbankan Syariah yang telah dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Kamis/ 09 Januari 2020.

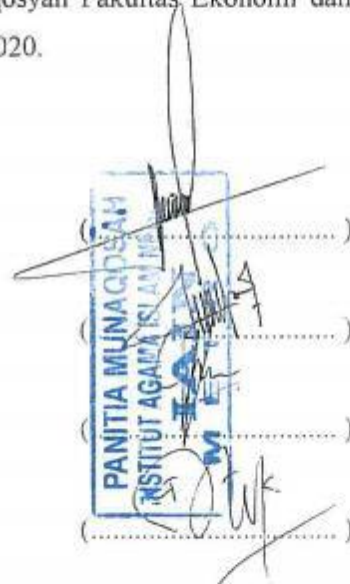
**TIM PENGUJI**

Ketua/Moderator : H. Husnul Fatarib, Ph.D

Penguji I : Liberty, SE., MA

Penguji II : Esty Apridasari, M.Si

Sekretaris : Fitri Kurniawati, M.E.,Sy



Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



*[Signature]*  
**Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum**  
NIP. 19720923 200003 2 002

## ABSTRAK

### DAMPAK PELAYANAN *CUSTOMER SERVICE* TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BRI SYARIAH KCP METRO

Oleh:

Devi Oktaviani  
NPM. 1502100250

Keberadaan lembaga keuangan di Kota Metro baik syariah maupun konvensional menimbulkan persaingan diantara lembaga-lembaga keuangan tersebut. Masing-masing lembaga keuangan melalui Standar Operasional Pelayanan dalam melayani nasabah. Dalam pelayanan, *customer service* dapat dikatakan sebagai pondasi dalam suatu bank, karena nilai pelayanan paling besar ditanggung oleh *customer service*. Selain melayani nasabah, *customer service* memiliki tugas memperkenalkan dan memasarkan produk baik barang maupun jasa yang ada di suatu bank tersebut. Oleh karenanya setiap lembaga keuangan harus memiliki *customer service* yang mampu bersaing dan profesional dalam menjalankan tugasnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana dampak pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Syariah KCP Metro. Penelitian ini menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada *Branch Operation Supervisor*, *Customer Service* dan beberapa nasabah Bank BRI Syariah KCP Metro, cara ini dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh keterangan dan data penelitian. Dokumentasi digunakan untuk mendapatkan data-data mengenai profil dan struktur organisasi Bank BRI Syariah KCP Metro. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan cara berfikir induktif. Penelitian ini berangkat dari fakta di lapangan untuk digeneralisasikan berdasarkan teori-teori yang ada.

Berdasarkan hasil penelitian, dampak pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Syariah KCP Metro dapat dilihat berdasarkan penilaian nasabah terhadap faktor kualitas pelayanan yang diberikan serta kepuasan nasabah berdasarkan harapan terhadap pelayanan yang diberikan oleh *customer service*. Penilaian tersebut dapat dijadikan tolak ukur bagi pihak bank khususnya *customer service* untuk lebih memperbaiki pelayanan yang diberikan.

**Kata Kunci:** *Customer Service*, Pelayanan, Kepuasan Nasabah, dan Bank BRI Syariah KCP Metro.

## ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : DEVI OKTAVIANI  
NPM : 1502100250  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Metro, Januari 2020  
Yang Menyatakan,



**Devi Oktaviani**  
NPM. 1502100250

## MOTTO

وَمَا كَانَتْ لِنَفْسٍ أَنْ تُؤْمِنَ إِلَّا بِإِذْنِ اللَّهِ وَيَجْعَلُ الرَّجْسَ عَلَى الَّذِينَ لَا  
يَعْقِلُونَ ﴿١٠٠﴾

Artinya: “dan tidak ada seorangpun akan beriman kecuali dengan izin Allah; dan Allah menimpakan kemurkaan kepada orang-orang yang tidak mempergunakan akalnyanya”. (QS. Yunus : 100).<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: Diponegoro, 2010), 235



## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur penulis ucapkan kepada Allah *Subhanahu wa Ta'ala*, yang telah memberikan rahmat serta hidayahnya. Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi besar Muhammad *Shallallahu 'Alaihi wa Sallam*, yang kita nantikan syafaatnya di dunia maupun di akhirat kelak. Dengan penuh rasa syukur dan bahagia, penulis persembahkan skripsi ini sebagai rasa hormat dan cinta kasih yang tulus kepada:

1. Kedua orang tuaku tersayang Bapak Wahyono dan Ibu Sumiatun yang dengan kasih sayangnya telah mendidik, membimbing, membina, memberikan dukungan baik moril maupun materil, dan senantiasa mendo'akan dan menantikan keberhasilanku dengan penuh kesabaran.
2. Kakak-kakakku yang telah memberikan dukungan dan semangat selama aku menempuh studi.
3. Teman-temanku jurusan Perbankan Syariah angkatan 2015 yang telah mendukung dan menyemangatiku selama ini.
4. Almamater IAIN Metro.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah *Subhanahu wa Ta'ala*, atas taufik hidayah dan inayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan proposal skripsi ini. Penulisan proposal skripsi diajukan sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dalam upaya penyelesaian proposal ini, penulis telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag, selaku Rektor IAIN Metro.
2. Ibu Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Ibu Reonika Puspitasari, M.E.Sy, selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah.
4. Bapak Husnul Fatarib Ph.D. selaku Pembimbing I, yang telah memberikan dukungan, bantuan, perhatian, dan bahasan masuka yang bersifat membangun bagi kesempurnaan dalam menyusun proposal skripsi ini.
5. Ibu Era Yudistira M.Ak. selaku Pembimbing II yang telah memberikan dukungan, bantuan, perhatian, dan bahasan masuka yang bersifat membangun bagi kesempurnaan dalam menyusun proposal skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.

7. Pimpinan dan segenap Karyawan di BRI Syariah KCP Metro yang telah memberikan sarana dan prasarana kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Dan akhirnya semoga proposal skripsi ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu Perbankan Syariah.

Metro, November 2019  
Peneliti,



**Devi Oktaviani**  
NPM. 1502100250

## DAFTAR ISI

	<b>Hal.</b>
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN NOTA DINAS</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>viii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>HALAMAN KATA PENGANTAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
D. Penelitian Relevan .....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>11</b>
A. Pelayanan.....	11
1. Definisi Pelayanan.....	11
2. Ciri-Ciri Pelayanan yang Baik.....	14
3. Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan .....	16
B. <i>Customer Service</i> .....	19
1. Definisi <i>Customer Service</i> .....	19
2. Fungsi dan Tugas <i>Customer Service</i> .....	19
3. Dasar-Dasar Pelayanan Nasabah .....	21
C. Kepuasan Nasabah.....	23
1. Definisi Konsumen atau Nasabah .....	23
2. Definisi Kepuasan Nasabah.....	24
3. Pengukuran Kepuasan Nasabah .....	26

<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
	A. Jenis dan Sifat Penelitian.....	29
	B. Sumber Data .....	30
	1. Sumber Data Primer .....	30
	2. Sumber Data Sekunder .....	31
	C. Teknik Pengumpulan Data.....	32
	1. Wawancara ( <i>interview</i> ).....	33
	2. Dokumentasi.....	34
	D. Teknik Analisis Data .....	34
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>36</b>
	A. Profil BRI Syariah KCP Metro .....	36
	1. Sejarah Berdirinya Bank BRI Syariah KCP Metro.....	36
	2. Struktur Organisasi Bank BRI Syariah KCP Metro.....	37
	B. Dampak Pelayanan <i>Customer Service</i> terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Syariah KCP Metro .....	42
	1. Dampak Pelayanan <i>Customer Service</i> Bank BRI Syariah KCP Metro.....	42
	2. Kualitas Pelayanan Bank BRI Syariah KCP Metro .....	49
	3. Kepuasan Nasabah Bank BRI Syariah KCP Metro.....	52
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP .....</b>	<b>54</b>
	A. Kesimpulan .....	54
	B. Saran .....	55

**DAFTAR PUSTAKA**  
**LAMPIRAN-LAMPIRAN**  
**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## **DAFTAR TABEL**

4.2	Jumlah Penilaian Kepuasan Nasabah terhadap Kualitas Pelayanan.....	53
-----	--	----

## **DAFTAR GAMBAR**

4.1 Struktur Organisasi Bank BRI Syariah KCP Metro Tahun 2019-2020 .....	38
--	----

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Surat Bimbingan
2. Alat Pengumpul Data
3. Surat Research
4. Surat Tugas
5. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
6. Foto-foto Penelitian
7. Surat Keterangan Bebas Pustaka
8. Riwayat Hidup



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Sumber Daya Manusia adalah suatu hal yang penting dalam kegiatan usaha apapun karena kualitas dari hal tersebut sangatlah menentukan kinerja dari suatu perusahaan.<sup>1</sup> Karena melalui karya, bakat kreativitasnya, dorongan, serta kemampuan individual setiap manusia akan menentukan kemungkinan terserap sebagai SDM pada suatu perusahaan.

Saat ini, lembaga keuangan tengah mengalami transformasi yang sangat cepat dan drastis. Apalagi setelah adanya Undang-Undang lembaga keuangan Islam khususnya bank, sekarang memperkenalkan berbagai jenis produk dan jasa yang tanpa riba untuk mengembangkan lingkungan bank dan konsumen.<sup>2</sup>

Salah satu lembaga keuangan Islam adalah bank syariah. Bank syariah merupakan bank yang dalam sistem operasionalnya tidak menggunakan sistem bunga, akan tetapi menggunakan prinsip dasar sesuai dengan syariah Islam. Dalam menentukan imbalannya, baik imbalan yang diberikan maupun diterima, bank syariah tidak menggunakan sistem bunga, akan tetapi menggunakan konsep imbalan sesuai dengan akad yang diperjanjikan.<sup>3</sup> Konsep dasar bank syariah

---

<sup>1</sup>Eric Alamzah Limawandoyo dan Augustinus Simanjuntak, "Pengelolaan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia pada PT. Aneka Sejahtera Egeineering", dalam *Jurnal Manajemen Bisnis Petra*, (Surabaya: Universitas Kristen Petra), Vol. 1, No. 2, 2013, 1.

<sup>2</sup>Veithzal Rifai dan Arviyan Srifin, *Islamic Banking*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2015), 2.

<sup>3</sup>Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2011), 34.

didasarkan pada al-Qur'an dan hadis. Semua produk yang ditawarkan tidak boleh bertentangan dengan isi al-Qur'an dan hadis Rasulullah SAW.<sup>4</sup>

Bank BRI Syariah KCP Metro merupakan salah satu bank syariah yang menerapkan prinsip syariah dalam menjalankan operasionalnya, serta memiliki produk dan jasa yang beragam untuk memenuhi kebutuhan nasabah. Layanan yang diberikan oleh Bank BRI Syariah KCP Metro tidak terbatas pada golongan muslim, tetapi menyangkut seluruh golongan masyarakat yang menghendaki fasilitas yang nyaman dan adil. Maka, dalam menjalankan operasionalnya, Bank BRI Syariah masih harus berupaya untuk selalu menjaga dan meningkatkan hubungan dengan nasabahnya, agar nasabah loyal terhadap bank ini. Jika nasabah loyal, maka yang diharapkan oleh Bank adalah nasabah akan merekomendasikan kepada rekan lainnya untuk menggunakan jasa Bank BRI Syariah tersebut.

Menurut Ayu selaku *customer service* Bank BRI Syariah KCP Metro *customer service* sebagai pondasi dalam perbankan, karena 50% penilaian nasabah terhadap bank dilihat dari segi pelayanan *customer service*. Selain melayani nasabah, *customer service* juga berfungsi sebagai *meaning complain*, yang berarti tempat atau wadah nasabah untuk menyuarakan keluhannya. Apabila terdapat nasabah yang mengeluh atas pelayanan yang diberikan, maka harus diselesaikan langsung oleh *customer service*, dengan cara pendekatan lebih kepada nasabah. Namun apabila sudah tidak bisa diselesaikan maka pihak Badan Operasional Supervisor yang mengatasinya.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup>*Ibid.*, 29.

<sup>5</sup>Wawancara dengan Ibu Ayu, selaku *Customer Service* di Bank BRI Syariah KCP Metro, pada tanggal 08 Oktober 2019.

Persaingan yang semakin ketat menyebabkan semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Setiap perusahaan menempatkan situasi pada konsumen dan loyalitas konsumen. Untuk memenangi persaingan, perusahaan harus mampu memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan.<sup>6</sup>

Dalam lingkungan yang seperti ini, bank syariah harus mengelola usahanya lebih profesional lagi, dengan menerapkan strategi pemasaran yang lebih baik. Dimana perusahaan yang ingin memenangkan persaingan harus memperhatikan apa yang menjadi keinginan konsumen. Maka suatu perusahaan harus memiliki kinerja yang lebih baik.

Jika kalau sampai ada beberapa bank syariah yang kurang mampu baik dalam memberikan pelayanan kepada nasabahnya, tidak menutup kemungkinan citra bank syariah secara umum menjadi jelek. Situasi yang demikian tentunya akan sangat merugikan. Pelayanan yang kurang baik akan menyebabkan keengganan nasabah untuk terus menjadi nasabah, mereka cenderung beralih ke perusahaan lain yang bisa memenuhi apa yang menjadi harapannya. Untuk dapat memenangkan persaingan, perusahaan harus memperhatikan kebutuhan dan keinginan nasabahnya.<sup>7</sup>

Dalam dunia perbankan, seorang *customer service* memegang peranan sangat penting di samping memberikan pelayanan juga sebagai pembina hubungan

---

<sup>6</sup>Nana Herdiana Abudarrahan, *Manajemen Strategi Pemasaran*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), 423.

<sup>7</sup>Wirdayani Wahab, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian Syariah di Kota Pekanbaru", dalam *jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, (Riau: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahaputra), Vol.2, No. 1, 2017, 28.

dengan masyarakat.<sup>8</sup> Bank mewajibkan seluruh karyawan khususnya *customer service* untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah sesuai dengan kebutuhannya agar para nasabah merasa puas atas pelayanan yang diberikan, karena *customer service* adalah personal yang lebih banyak menerima keluhan-keluhan dari nasabah. Selain itu, *customer service* lebih banyak berinteraksi terhadap para nasabah terutama mengenai produk yang ada di dalam bank tersebut.

*Customer service* bank dalam melayani para nasabah selalu berusaha menarik dengan cara merayu calon nasabah menjadi nasabah bank yang bersangkutan dengan berbagai cara. *Customer service* juga harus dapat menjaga nasabah lama agar tetap menjadi nasabah bank. Pelayanan yang diberikan oleh *customer service* haruslah mencerminkan pendekatan seutuhnya dari seorang karyawan bank kepada nasabah. Hal ini dilakukan dengan sikap menolong, bersahabat dan professional yang memuaskan nasabah agar nasabah tersebut datang kembali untuk berbisnis dengan bank kita.<sup>9</sup>

Menurut A selaku nasabah BRI Syariah KCP Metro, pihak *customer service* Bank BRI Syariah KCP Metro kurang maksimal dalam memberikan pelayanan atau informasi kepada nasabah, serta keterlambatan waktu pelayanan pada saat jam setelah istirahat, sehingga nasabah merasa kurang puas dan kecewa terhadap

---

<sup>8</sup>Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014), 250.

<sup>9</sup>Sri Handayani dan Jamaluddin M. “*Customer In Service Delivery* dalam Upaya Peningkatan Jumlah Nasabah”, dalam *jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, (Makasar: FAI Unismuh), Vol. 1, No. 2, 2017, 188.

pelayanan yang diberikan. Hal ini tidak termasuk dalam ciri pelayanan yang baik oleh *customer service*.<sup>10</sup>

Tujuan dari pelayanan yang baik adalah mencegah pembelotan dan membangun kesetiaan pelanggan atau *customer loyalty*. Pembelotan pelanggan atau berpalingnya pelanggan disebabkan karena kesalahan pemberian pelayanan maupun sistem yang digunakan oleh perusahaan dalam melayani pelanggan. Untuk memberikan kepuasan tentu peningkatan pelayanan menjadi kunci dari kesuksesan perusahaan, berbagai cara untuk melayani pelanggan tentu harus dilakukan. Pelayanan yang berkualitas akan mampu memenuhi harapan pelanggan dan bahkan dipastikan pelanggan tersebut akan puas meskipun dengan tingkat kepuasan yang berbeda.<sup>11</sup>

Menurut Bapak Tedy Amal Satya selaku *Branch Operational Supervisor* dalam melayani nasabah, *customer service* memiliki standar operasional yang dinamakan *Marketing Kit Monitor*, yang biasanya di *update* selama tiga bulan sekali. Untuk menangani keluhan nasabah, BRI Syariah KCP Metro memiliki web yang bernama *complain ending system*, apabila terdapat nasabah yang mengeluh maka akan dilayani pada saat itu juga.<sup>12</sup>

Pendapat lain dari nasabah, menurut B selaku nasabah selama satu tahun, pelayanan yang ada di Bank BRI Syariah KCP Metro mulaidari nasabah memasuki Bank, pelayanan yang diberikan cukup baik, pegawainya sopan,

---

<sup>10</sup>Wawancara dengan Ibu A selaku nasabah BRI Syariah KCP Metro, pada tanggal 08 Oktober 2019.

<sup>11</sup>Widia Astuti, Norhayatun, dan M. Qahfi, "Kontribusi Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat", dalam *jurnal Studi Agama dan Masyarakat*, (Kalimantan Tengah: STKIP Muhammadiyah Sampit, Juni 2018), Vol. 14, No. 01, 43.

<sup>12</sup>Wawancara dengan Bapak Tedy Amal Satia selaku Badan Operasional Supervisor di BRI Syariah KCP Metro, pada tanggal 08 Oktober 2019.

ramah, dan memberi senyuman sehingga membuat nasabahnya merasa terlayani saat ingin memasuki Bank tersebut. Tetapi menurutnya, kepercayaan merupakan faktor penting, karena tanpa kepercayaan maka masyarakat tidak akan menyimpan dananya di bank. Untuk itu bank harus mampu menjaga kepercayaan dari masyarakat bahwa dana yang disimpan aman.<sup>13</sup>

*Customer service* sangat berperan aktif dalam suatu pelayanan di suatu bank, karyawan bank yang bertanggung jawab terhadap lalu lintas pelayanan. Karena beberapa perbedaan penilaian dari nasabah terhadap pelayanan yang diberikan khususnya *customer service*, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Dampak Pelayanan *Customer Service* terhadap Kepuasan Nasabah di BRI Syariah KCP Metro”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang ada, adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimanadampak dari pelayanan *customer service* Bank BRI Syariah KCP Metro terhadap kepuasan nasabah?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Sebagaimana dikemukakan oleh Suharsimi Arikunto bahwa tujuan suatu penelitian adalah “untuk menemukan, mengembangkan, atau mengkaji dan

---

<sup>13</sup>Wawancara dengan ibu B, selaku nasabah BRI Syariah KCP Metro, pada tanggal 08 Oktober 2019.

menguji kebenaran suatu pengetahuan”.<sup>14</sup>Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah, maka penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui dampak dalam pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah pada Bank BRI Syariah KCP Metro.

## 2. Manfaat Penelitian

### a. Manfaat teoritis

Manfaat teoritis penelitian yang diharapkan yaitu mampu menambah pengetahuan mengenai bagaimana dampak pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Metro.

### b. Manfaat praktis

Manfaat praktis penelitian yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak terkait dengan harapan semoga penelitian ini menjadi koreksi serta masukan bagi pihak terkait untuk terus meningkatkan mutu pelayanan khususnya *customer service* serta meningkatkan kebijakan dalam meningkatkan kepuasan nasabah sehingga nasabah menjadi loyal terhadap bank tersebut.

## **D. Penelitian Relevan**

Penelitian relevan berisi tentang uraian mengenai hasil penelitian terdahulu tentang persoalan yang akan dikaji. Penelitian mengemukakan dan menunjukkan dengan tegas bahwa masalah yang akan dibahas belum pernah diteliti atau berbeda dengan penelitian sebelumnya. Disini peneliti menunjukkan dan mengemukakan tentang beberapa hasil penelitian itu antara lain:

---

<sup>14</sup>Suharsimi Akunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 58.

1. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah: Studi Komparasi antara Bank Syariah Mandiri dan Bank Mandiri Kabupaten Ogan Komering Ilir Sumatera Selatan”. Penelitian ini dilakukan oleh Agus Hardiyanto Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2018.<sup>15</sup> Dalam penelitian ini membandingkan pengaruh kualitas pelayanan antara dua bank Mandiri Syariah dan Mandiri Konvensional. Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Bank Mandiri terbukti lebih banyak memiliki variabel independen yang mampu membuktikan hipotesis dibandingkan dengan nasabah Bank Syariah Mandiri. Maka, dapat disimpulkan bahwa dalam studi komparasi ini, tingkat kepuasan nasabah Bank Mandiri lebih puas terhadap kualitas pelayanan dibandingkan dengan nasabah Bank Syariah Mandiri.
2. “Studi Komparasi Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan di Unit *Customer Service* dan *Teller* Bank Syariah Mandiri Cabang Pondok Indah”. Penelitian ini dilakukan oleh Adriansyah Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta tahun 2014.<sup>16</sup> Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara kualitas pelayanan *teller* pada saat jam sibuk dan tidak sibuk di Bank Syariah Mandiri Cabang Pondok Indah. Dan

---

<sup>15</sup>Agus Hardiyanto, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah: Studi Komparasi antara Bank Syariah Mandiri dan Bank Mandiri Kabupaten Ogan Komering Ilir (OKI) Sumatera Selatan*, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2018).

<sup>16</sup>Adriansyah, *Studi Komparasi Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan di Unit Customer Service dan Teller Bank Syariah Mandiri Cabang Pondok Indah*, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2014).



tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara kualitas pelayanan *customer service* pada saat jam sibuk dan jam tidak sibuk di Bank Syariah Mandiri Cabang Pondok Indah.

3. “Pengaruh *Marketing Mix* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank Muamalat KCP Salatiga)”. Penelitian ini dilakukan oleh Isna Dina Khurniya Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Salatiga tahun 2017.<sup>17</sup> Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh *marketing mix* (produk, lokasi, promo, harga) dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan bank syariah di Bank Muamalat KCP Salatiga. Dalam variabel produk, lokasi dan harga serta kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah, namun pada variabel promosi tidak terdapat pengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan bank syariah di Bank Muamalat KCP Salatiga.

Beberapa hasil penelitian yang dilakukan di atas, dapat diketahui bahwa penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti ini memiliki kajian yang berbeda, pada penelitian ini peneliti lebih fokus membahas pelayanan *customer service* yang dikelompokkan berdasarkan indikator kualitas pelayanan agar mencapai kualitas jasa yang lebih baik, walaupun memiliki fokus kajian yang sama pada tema-tema tertentu. Akan tetapi, dalam penelitian ini lebih ditekankan pada pelayanan *customer service* dalam meningkatkan kepuasan nasabah.

---

<sup>17</sup>Isna Dina Khurniya, *Pengaruh Marketing Mix dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Bank Syariah (Studi Kasus pada Bank Muamalat KCP Salatiga)*, (Salatiga: IAIN Salatiga, 2017).



## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Pelayanan

##### 1. Definisi Pelayanan

Dalam Kamus Bahasa Indonesia, istilah pelayanan berasal dari kata “layan” yang artinya membantu menyiapkan atau mengurus segala apa yang diperlukan orang lain untuk perbuatan melayani. Adapun dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata pelayanan diartikan sebagai perihal cara melayani, service jasa, dan kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang/jasa.<sup>1</sup>

Pelayanan menurut Fandy Tjiptono, adalah bentuk penyajian, tindakan, dan informasi yang diberikan untuk meningkatkan kemampuan pelanggan/pengguna jasa dalam mewujudkan nilai potensial yang terkandung dalam produk/jasa inti yang dibeli pelanggan/pengguna.<sup>2</sup>

Pelayanan atau *service* adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan suatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Philip Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat sebelum dan sesudahnya transaksi.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup>Zaenal Mukarom dan Muhibudin Wijaya Laksana, *Membangun Kinerja Pelayanan Publik*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2016), 14.

<sup>2</sup>Khaerul Umam, *Manajemen Organisasi*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2012), 379.

<sup>3</sup>Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid Satu dan Dua*, (Jakarta: PT. Prenhallindo, 2005), 10.

Pelayanan adalah suatu kegiatan pemberian jasa dari satu pihak kepada pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat, dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.<sup>4</sup>

Cara dan bentuk pelayanan kepada nasabah perbankan syariah ini juga merupakan bukti nyata yang seharusnya bisa dirasakan atau dianggap sebagai bukti fisik (*physical evidence*) bagi para nasabahnya, yang suatu hari nanti diharapkan akan memberikan sebuah testimonial positif kepada masyarakat umum guna mendukung percepatan perkembangan perbankan syariah menuju arah yang lebih baik lagi dari saat ini.<sup>5</sup>

Sedangkan pelayanan dalam perspektif Islam, Rasulullah mengatakan, “*Saidul kaum khadimuhum*”, pengurus itu adalah pelayan masyarakat. Atau, dalam makna yang luas berarti perusahaan dalam bisnis apa pun apalagi bisnis yang terkait dengan pelayanan, harus benar-benar mampu memberikan pelayanan yang optimal kepada *customer*. Karena pelayanan (*khitmah*) adalah salah satu bagian penting dalam muamalah yang Islami.<sup>6</sup>

Allah SWT berfirman:

وَقُلْ لِعِبَادِي يَقُولُوا الَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ الشَّيْطَانَ يَنْزِعُ بَيْنَهُمْ إِنَّ  
الشَّيْطَانَ كَانَ لِلإِنْسَانِ عَدُوًّا مُّبِينًا

“Dan katakanlah kepada hamba-hamba-Ku, ‘Hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang lebih baik (benar). Sesungguhnya setan itu menimbulkan

<sup>4</sup>H. Melayu S.P. Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004), 152.

<sup>5</sup>Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013), 294.

<sup>6</sup>Muhammad Syakir Sula, *Asuransi Syariah*, (Jakarta: Gema Insani, 2004), 746.

*perselisihan di antara mereka. Sesungguhnya setan itu adalah musuh yang nyata bagi manusia.”* (Al-Israa: 53)

Di sini tersirat betapa Allah sangat menganjurkan kepada umatnya untuk memberikan pelayanan yang baik dalam makna ucapan maupun cara dalam melayani komplain dari nasabah. Juga agar tidak mengikuti cara-cara setan yang cenderung kepada perselisihan. Allah menegaskan bahwa berselisih, bertengkar, dan menimbulkan permusuhan adalah terlarang.<sup>7</sup>

Berdasarkan uraian di atas maka dapat dipahami bahwa pelayanan adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh karyawan bank khususnya *customer service* dengan nasabah yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki namun dapat memberikan manfaat serta mempermudah nasabah dalam memenuhi keinginannya. Apabila pelayanan yang diterima dan dirasakan oleh nasabah sesuai dengan apa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Namun jika pelayanan yang diterima oleh nasabah tidak sesuai dengan apa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan tidak baik. Dengan demikian, baik buruknya kualitas pelayanan tergantung kepada kemampuan penyedia layanan khususnya *customer service* dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat/nasabah.

## **2. Ciri-Ciri Pelayanan yang Baik**

Dalam melayani nasabah hal-hal yang perlu diperhatikan adalah kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan. Puas artinya nasabah akan merasa semua keinginan dan kebutuhannya dapat dilakukan secara tepat waktu.

---

<sup>7</sup>*Ibid.*, 461.

Berikut ini ciri-ciri pelayanan yang baik adalah sebagai berikut:

a. Tersedia sarana dan prasarana yang baik

Nasabah ingin dilayani secara prima. Untuk melayani nasabah salah satu hal yang paling penting diperhatikan adalah sarana dan prasarana yang dimiliki bank. Meja dan kursi harus nyaman untuk diduduki. Udara dalam ruangan harus tenang tidak berisik dan sejuk. Kelengkapan dan kenyamanan sarana dan prasarana ini akan mengakibatkan nasabah betah untuk berurusan dengan bank.<sup>8</sup>

b. Tersedia personel yang baik

Kenyamanan nasabah juga sangat tergantung dari petugas *customer service* yang melayaninya. Petugas *customer service* harus ramah, sopan, dan menarik. Di samping itu, petugas *customer service* harus cepat tanggap, pandai bicara menyenangkan, serta pintar. Petugas *customer service* juga harus mampu memikat dan mengambil nasabah, sehingga nasabah semakin tertarik. Demikian juga cara kerja harus tepat dan cekatan. Untuk ini semua sebelum menjadi *customer service* harus melalui pendidikan dan pelatihan khusus.

c. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai

Dalam menjalankan kegiatan pelayanan petugas *customer service* harus mampu melayani dari awal sampai tuntas atau selesai. Nasabah akan merasa puas jika nasabah bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diinginkannya. Jika terjadi sesuatu, maka segera petugas *customer service* yang dari semula mengerjakannya mengambil alih tanggung jawabnya.

d. Mampu melayani secara cepat dan tepat

---

<sup>8</sup>Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014) 257.

Dalam melayani nasabah diharapkan petugas *customer service* harus melakukannya sesuai prosedur. Layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan nasabah.

e. Mampu berkomunikasi

Petugas *customer service* harus mampu berbicara kepada nasabah. Petugas *customer service* pun mampu dengan cepat memahami keinginan nasabah. Artinya, petugas *customer service* harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti. Jangan menggunakan istilah yang sulit dimengerti.<sup>9</sup>

f. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi

Menjaga rahasia bank sama artinya dengan menjaga rahasia nasabah. Oleh karena itu, petugas *customer service* harus mampu menjaga rahasia nasabah terhadap siapapun. Rahasia bank merupakan rahasia nasabah terhadap siapapun. Rahasia bank merupakan taruhan kepercayaan nasabah kepada bank.

g. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik

Untuk menjadi *customer service* harus memiliki pengetahuan dan kemampuan tertentu. Karena tugas *customer service* selalu berhubungan dengan manusia, maka *customer service* perlu di didik khusus mengenai kemampuan dan pengetahuannya untuk menghadapi nasabah atau kemampuan dalam bekerja.<sup>10</sup>

### 3. FaktorFaktor Kualitas Pelayanan

Ada lima faktor dominan atau penentu kualitas jasa disingkat dengan TERRA, yaitu:

---

<sup>9</sup>*Ibid.*, 258.

<sup>10</sup>*Ibid.*, 259.

a. *Tangible* (berwujud)

Jasa yang dapat dilihat oleh konsumen berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, teknologi dan berbagai materi komunikasi yang baik, menarik dan terawat. Misalkan desain dan gedung *lay out* bank syariah yang modern dan tertata rapi mampu memberikan atau menampakkan kualitas jasa yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Selain itu teknologi yang digunakan oleh bank menjadi pertimbangan nasabah dalam menentukan kualitas jasa perbankan yang dinikmati.

b. *Empathy* (empati)

Kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan. Setiap lapisan karyawan dari level manajemen atas (*top management*) sampai dengan level terbawah (*staf*) harus memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen. Setiap elemen dalam perusahaan mempunyai kewajiban memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Setiap karyawan terutama *customer service* harus mampu memberikan pelayanan yang tulus kepada nasabah, sehingga nasabah merasa nyaman dalam berinteraksi dengan perusahaan.

c. *Responsiveness* (cepat tanggap)

Kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan dari konsumen. Setiap keluhan dari konsumen harus langsung diberikan umpan balik, untuk mencegah ketidakpuasan konsumen. Misalkan, ada nasabah yang kesulitan dalam menulis slip transaksi, maka petugas pelayanan harus langsung tanggap dan



membantu dalam menuliskan slip tersebut. Atau misalkan slip transaksi yang habis, maka petugas pelayanan harus langsung menyediakan kembali slip transaksi yang habis tersebut, harus dihindari nasabah yang kecewa karena ketiadaan slip transaksi.

d. *Reliabilily* (keandalan)

Kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya, akurat, dan konsisten. Suatu perusahaan yang mampu memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang telah dijanjikan melalui promosi akan memberikan kepuasan tersendiri kepada konsumen. Misalkan salah satu bank syariah menjanjikan kemudahan dalam bertransaksi di ATM bank lain tanpa dikenakan biaya tambahan, maka janji itu harus terbukti bahwasanya transaksi melalui ATM bank lain tanpa dikenakan biaya tambahan.

e. *Assurance* (kepastian)

Berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen. Karyawan harus mampu menunjukkan kepada konsumen bahwasanya perusahaan mampu merealisasikan setiap janji yang telah ditawarkan kepada konsumen.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup>M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 197-198.

## **B. *Customer Service***

### **1. Definisi *Customer Service***

Pengertian *customer service* secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.<sup>12</sup>

*Customer service* merupakan suatu bagian dari unit organisasi yang berada di *front office* yang berfungsi sebagai sumber informasi dan perantara bagi bank dan nasabah yang ingin mendapatkan jasa-jasa pelayanan maupun produk-produk bank.<sup>13</sup>

Berdasarkan pemaparan diatas, dapat disimpulkan bahwa *customer service* adalah suatu kegiatan pelayanan yang digunakan untuk memberikan informasi kepada nasabah yang ditujukan untuk meningkatkan kepuasan nasabah.

### **2. Fungsi dan Tugas *Customer Service***

Sebagai seorang *customer service* tentu telah ditetapkan fungsi dan tugas yang harus diembannya. Fungsi dan tugas ini harus dilaksanakan sebaik mungkin dalam arti dari awal sampai selesainya suatu pelayanan nasabah.

Dalam hal ini *customer service* berfungsi sebagai apa saja sesuai dengan keinginan yang dibutuhkan oleh nasabah, karena *customer service* berhadapan langsung atau tatap muka secara langsung (*face to face*) dengan nasabah.

Berikut ini penjelasan tugas-tugas *customer service* yang sesuai dengan fungsinya adalah sebagai berikut:

---

<sup>12</sup>Kasmir, *Manajemen Perbankan Edisi Revisi*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012), 249.

<sup>13</sup>Ikatan Bankir Indonesia (IBI), *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), 64-65.

a. Sebagai Resepsionis

Tugasnya adalah menerima tamu/nasabah yang datang ke bank dengan ramah tamah, sopan, tenang, simpatik, menarik, dan menyenangkan. Dalam hal ini, *customer service* harus bersikap memberi perhatian, berbicara dengan suara yang lembut dan jelas dengan bahasa yang mudah dimengerti serta mengucapkan salam “assalamualaikum” atau “selamat pagi/siang/sore”. Selama melayani nasabah *customer service* tidak diperkenankan merokok, makan, dan minum.

b. Sebagai Deskman

Tugasnya antara lain memberikan informasi mengenai produk-produk bank, menjelaskan manfaat dan ciri-ciri produk bank, menjawab pertanyaan nasabah mengenai produk bank serta membantu nasabah mengisi formulir aplikasi.

c. Sebagai Salesman

Tugasnya di kantor bank adalah menjual produk perbankan, melakukan *cross selling*, mengadakan pendekatan, dan mencari nasabah baru. Berusaha membujuk nasabah yang baru serta berusaha mempertahankan nasabah yang lama. *customer service* juga berusaha mengatasi setiap permasalahan yang dihadapi nasabah, termasuk keberatan dan keluhan yang diajukan nasabah.

d. Sebagai *Customer Relation Officer*

Dalam hal ini *customer service* bertugas menjaga *image* bank dengan cara, membina hubungan baik dengan seluruh nasabah, sehingga nasabah merasa senang, puas dan makin percaya kepada bank. Yang terpenting adalah sebagai penghubung antara bank dengan seluruh nasabah.

e. Sebagai Komunikator

Bertugas memberikan segala informasi dan kemudahan-kemudahan kepada nasabah. Di samping juga sebagai tempat menampung keluhan, keberatan, atau konsultasi.<sup>14</sup>

### **3. Dasar-Dasar Pelayanan Nasabah**

#### **a. 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 terkesan pakaian yang dikenakan benar-benar memikat konsumen. Biasanya petugas *customer service* diberikan pakaian seragam.<sup>15</sup>

#### **b. Percaya diri, bersikap akrab, dan penuh dengan senyuman**

Dalam melayani nasabah, petugas *customer service* tidak ragu-ragu, yakin dan percaya diri yang tinggi. Petugas *customer service* harus bersikap akrab seolah-olah sudah kenal lama. Dalam melayani nasabah, petugas *customer service* harus murah senyum dengan raut muka yang menarik hati serta tidak dibuat-buat.

#### **c. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika kenal**

Pada saat nasabah datang, petugas *customer service* harus segera menyapa dan kalau sudah pernah bertemu sebelumnya usahakan menyapa dengan menyebutkan nama. Namun, jika belum kenal dapat menyapa dengan sebut Bapak/Ibu, apa yang dapat kami bantu.

#### **d. Tenang, sopan, hormat, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan**

---

<sup>14</sup>Kasmir, *Manajemen Perbankan*....., 251-252.

<sup>15</sup>Kasmir, *Manajemen Perbankan Edisi Revisi*....., 252.

Usahakan pada saat melayani nasabah dalam keadaan tenang, tidak terburu-buru, sopan santun dalam bersikap, menghormati tamu serta tekun mendengarkan sekaligus berusaha memahami keinginannya.

e. 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 oleh nasabah.

f. Bergairah dalam melayani nasabah dan tunjukkan kemampuannya

Dalam melayani nasabah, jangan terlihat loyo, lesu, atau kurang semangat. Tunjukkan pelayanan yang prima seolah-olah memang sangat tertarik dengan keinginan dan kemauan nasabah.<sup>16</sup>

g. Jangan menyela atau memotong pembicaraan

Pada saat nasabah sedang berbicara usahakan jangan memotong atau menyela pembicaraan. Kemudian hindari kalimat yang bersifat teguran atau sindiran yang dapat menyinggung perasaan. Kalau terjadi sesuatu, usahakan jangan berdebat.

h. Mampu myakini nasabah serta memberikan kepuasan

Setiap pelayanan yang diberikan harus mampu meyakinkan nasabah dengan argumen-argumen yang masuk akal.

i. Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, minta bantuan

---

<sup>16</sup>*Ibid.*, 253.

Artinya jika ada pertanyaan atau permasalahan yang tidak sanggup dijawab atau diselesaikan petugas *customer service*, maka harus meminta bantuan kepada petugas yang mampu.

j. Bila 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.<sup>17</sup>

### **C. Kepuasan Nasabah**

#### **1. Definisi Konsumen atau Nasabah**

Konsumen adalah pengguna barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain.<sup>18</sup>

Nasabah disini adalah nasabah debitur, yaitu nasabah yang memperoleh fasilitas pembiayaan berdasarkan prinsip syariah atau dipersamakan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.<sup>19</sup> Nasabah adalah nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.<sup>20</sup>

Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa nasabah adalah orang yang paling penting di dalam dunia perbankan. Nasabah tidak bergantung kepada

---

<sup>17</sup>*Ibid.*, 254.

<sup>18</sup>Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), 46.

<sup>19</sup>Eti Rochaety dan Ratihi Tresnati, *Kamus Istilah Ekonomi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), 257.

<sup>20</sup>Heri Sudarsono dan Priyonggo Suseno, *Istilah-istilah Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: UII Press, 2004), 97.

bank, tetapi bank yang bergantung kepada nasabah. Jika bank dapat merebut hati nasabah, maka bank akan diuntungkan dengan adanya peningkatan dana yang diterima dari masyarakat.

## **2. Definisi Kepuasan Nasabah**

Kepuasan adalah hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau jasa pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan di mana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang. Kepuasan konsumen didefinisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Ini merupakan penilaian evaluatif pasca pemilihan yang disebabkan oleh seleksi pembelian khusus dan pengalaman menggunakan atau mengonsumsi barang atau jasa tersebut.<sup>21</sup>

Menurut Mowen dan Minor, kepuasan konsumen didefinisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Ini merupakan penilaian evaluatif pasca pemilihan yang disebabkan oleh seleksi pembelian khusus dan pengalaman menggunakan atau mengonsumsi barang atau jasa tersebut. Brown berpendapat bahwa kepuasan konsumen adalah suatu kondisi di mana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen terhadap sebuah produk dan jasa, sesuai atau terpenuhi dengan penampilan dari produk dan jasa. Konsumen yang puas akan mengonsumsi produk tersebut secara terus menerus, mendorong konsumen untuk loyal terhadap produk dan jasa tersebut dan dengan senang hati

---

<sup>21</sup>Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2016), 96.

mempromosikan produk dan jasa tersebut kepada orang lain dari mulut ke mulut.<sup>22</sup>

Dari definisi di atas dijelaskan bahwa tingkat kepuasan nasabah merupakan fungsi utama bagi bank apabila produk dan kinerja yang dirasakan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh nasabah.

Umumnya harapan konsumen merupakan perkiraan atau keyakinan konsumen tentang apa yang akan diterimanya apabila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk baik itu berupa barang atau jasa. Sehingga sebelum konsumen membeli suatu produk ia sudah mempunyai harapan atas kualitas produk yang akan didapat. Sedangkan kinerja yang dirasakan oleh konsumen adalah persepsi konsumen terhadap apa yang diterima setelah mengkonsumsi produk yang dibeli.<sup>23</sup>

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat dipahami bahwa kepuasan nasabah adalah suatu penilaian berupa sikap terhadap barang atau jasa yang diberikan oleh pihak bank kepada nasabah. Apabila nasabah merasa puas dengan produk maupun pelayanan yang diberikan oleh bank maka nasabah akan setia dan loyal terhadap bank. Untuk menciptakan kepuasan, maka bank harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh nasabah yang lebih banyak dan mempertahankannya.

### **3. Pengukuran Kepuasan Nasabah**

Kepuasan pelanggan dapat diukur dengan berbagai macam cara. Dapat diukur langsung dengan bertanya: tandailah tingkat kepuasan Anda dengan jasa: sangat

---

<sup>22</sup>*Ibid.*, 78-79.

<sup>23</sup>M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran.....*, 193.



kecewa, kecewa, biasa saja, puas, sangat puas (pelaporan kepuasan langsung). Responden dapat ditanyai tentang bagaimana harapan mereka akan suatu hal dan bagaimana pengalaman mereka (kekecawaan yang didapat).<sup>24</sup>

Variabel utama yang menentukan kepuasan konsumen, yaitu *expectations* (apa yang diharapkan) dan *perceived performance* (pelayanan yang diterima). Apabila *perceived performance* melebihi *expectations* maka pelanggan akan merasa puas, tetapi apabila *perceived performance* jauh di bawah *expectations* maka pelanggan akan merasa tidak puas. Seorang pelanggan yang merasa puas adalah pelanggan yang merasa mendapatkan *value* (nilai) dari produsen atau penyedia jasa. Nilai ini bisa berasal dari produk, pelayanan, sistem atau sesuatu yang bersifat emosi. Jika pelanggan mengatakan bahwa nilai adalah produk yang berkualitas, maka kepuasan akan terjadi kalau pelanggan mendapatkan produk yang berkualitas.

Jika nilai bagi pelanggan adalah kenyamanan maka kepuasan akan datang apabila pelayanan yang diperoleh benar-benar dapat membuat konsumen tersebut terasa nyaman. Kalau nilai dari pelanggan adalah harga yang murah maka pelanggan akan puas kepada produsen yang memberikan harga yang paling kompetitif. Jika nilai dalam perbankan bagi pelanggan adalah kemudahan bertransaksi, maka kepuasan pelanggan akan didapat pada bank yang mampu memberikan kemudahan lebih dalam bertransaksi finansial yang dilakukan. Atau jika nilai bagi nasabah adalah tingkat *return*, maka tingkat *return* yang tinggilah yang mampu memberikan kepuasan baginya.<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup>Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori.....*, 91.

<sup>25</sup>M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran.....*, 194.

Menurut Philip Kotler, beberapa cara yang dapat dilakukan untuk mengukur kepuasan, yaitu sebagai berikut:

a. Sistem keluhan dan saran

Organisasi yang berpusat pada pelanggan (*customer-centered*) memberikan kesempatan yang luas bagi para konsumen untuk menyampaikan saran dan keluhan, misalnya dengan menyediakan kotak saran, menyediakan kartu komentar, dan sebagainya. Informasi ini dapat memberikan ide-ide dan masukan kepada perusahaan dan memungkinkan untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat mengatasi masalah.

b. Survei kepuasan pelanggan

Metode ini dapat dilakukan melalui pos, telepon, atau wawancara pribadi. Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari konsumen, sekaligus memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para konsumennya.

Pengukuran konsumen melalui metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara berikut.

- 1) *Directly reported satisfaction*, yaitu pengukuran dilakukan secara langsung melalui pertanyaan, seperti “Seberapa puas Anda terhadap pelayanan PT A pada skala: sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, sangat puas.
- 2) *Derived dissatisfaction*, yaitu pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal utama, yaitu besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang mereka rasakan.<sup>26</sup>
- 3) *Problem analysis*, yaitu pelanggan yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok berikut:
  - a. Masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan
  - b. Saran-saran untuk melakukan perbaikan
- 4) *Importance performance analysis*, yaitu responden diminta untuk meranking berbagai atribut dari penawaran berdasarkan tingkat pentingnya setiap atribut dan meranking seberapa baik kinerja perusahaan dalam setiap atribut.
- 5) *Ghost shopping*, yaitu metode yang dilakukan dengan mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan sebagai konsumen atau pembeli potensial produk perusahaan pesaing, lalu menyampaikan temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan pesaing. Selain itu, *ghost shopper* juga dapat mengamati cara penanganan keluhan.

---

<sup>26</sup>Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori.....*, 235.

- 6) *Lost customer analysis*, yaitu perusahaan menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli dan beralih pemasok. Hal ini dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai penyebab terjadinya hal tersebut. Informasi ini bermanfaat bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup>*Ibid.*, 236.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan yaitu metode untuk menemukan secara khusus dan realistis tentang apa yang tengah terjadi pada suatu saat dimasyarakat.<sup>1</sup>Pengumpulan data dilakukan langsung dengan mendekati para responden baik dengan melakukan *interview* (wawancara), maupun dengan jalan observasi.<sup>2</sup>Maksud dari penelitian ini yaitu mempelajari secara mendalam tentang bagaimana dampak pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Metro, yaitu dengan penelitian yang secara langsung dan data-data dapat diperoleh dari lapangan dengan tempat penelitian pada Bank BRI Syariah KCP Metro.

Adapun sifat penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Bogdan Taylor sebagaimana yang dikutip oleh Lexy J. Moleong mendefinisikan metode kualitatif “Sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata bertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diminati.<sup>3</sup>Menurut Husein Umar deskriptif adalah “Menggambarkan sifat sesuatu yang berlangsung pada saat penelitian dilakukan dan memeriksa sebab-sebab gejala tertentu. Menggambarkan dari masalah dan sebab-sebab yang ada pada suatu lembaga tersebut.<sup>4</sup> Penelitian deskriptif pada umumnya dilakukan dengan tujuan utama yaitu untuk membuat

---

<sup>1</sup>Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*,(Bandung:Alumi, 1986),32.

<sup>2</sup>J.Supranto, *Metode Riset Aplikasinya dalam Pemasaran* (Jakarta: Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia, 1981),10.

<sup>3</sup>Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), 4.

<sup>4</sup>Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2009), 24.

pencandraan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat daerah tertentu.

Berdasarkan uraian di atas maka penelitian ini disebut dengan penelitian deskriptif kualitatif karena penelitian ini menggambarkan pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Metro.

## **B. Sumber Data**

Menurut Suharsimi Arikunto, yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data diperoleh.<sup>5</sup> Data merupakan hasil pencatatan peneliti. Data juga dapat diartikan segala fakta dan angka yang dapat dijadikan bahan untuk menyusun suatu informasi.

Sumber data yang penulis gunakan dalam penelitian ini, sumber data primer dan sumber data sekunder:

### **1. Sumber Data Primer**

Sumber data primer yaitu sumber informasi untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan oleh peneliti<sup>6</sup>. Sumber data primer adalah sumber data dari sumber pertama dimana sebuah data dihasilkan.<sup>7</sup> Sumber data ini merupakan sumber pertama dimana sebuah data dihasilkan. Data tersebut meliputi hasil observasi, wawancara antara penyusun dengan orang-orang yang meliputi subjek penelitian. Dalam penelitian ini peneliti mendapatkan data langsung dari sumber data, yaitu wawancara

---

<sup>5</sup>Suharsimi Akunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 172

<sup>6</sup>Sumadi Suryabarata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011), 39.

<sup>7</sup>M. Burhan Bungin, *Metodelogi Penelitian Sosial & Ekonomi Format-format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran*(Jakarta: Kencana Pernada Media, 2013), 129.

dengan *customer service*, *Branch Operational Supervisor* serta tujuh nasabah bank BRI Syariah KCP Metro yang berinteraksi dengan *customer service*.

Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Random Sampling*. *Random Sampling* adalah pengambilan sampel secara acak atau tanpa pandang bulu. Semua anggota populasi diberi kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel.<sup>8</sup> Dalam penelitian ini peneliti memberikan hak yang sama kepada setiap subyek untuk memperoleh kesempatan dipilih menjadi sampel.

## 2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder yaitu sumber data yang diteliti untuk memperoleh data yang dibutuhkan. Data sekunder diperoleh dari atau berasal dari bahan kepustakaan. Data ini digunakan untuk melengkapi data primer, mengingat bahwa data primer dapat dikatakan sebagai data praktek yang ada secara langsung dalam praktek di lapangan atau ada di lapangan karena penerapan suatu teori.<sup>9</sup>

Sumber data sekunder yang peneliti gunakan berasal dari buku-buku teori yang membahas tentang peran *customer service*, pelayanan, dan kepuasan nasabah yang terdiri dari:

- a. Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, Bandung: ALFABETA, 2017.
- b. H. Hasibuan Melayu S.P. *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004.
- c. Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014.

---

<sup>8</sup>Moh Kasiram, *Metodologi Penelitian Kuantitatif-Kualitatif*, (Malang: UIN-Maliki Press, 2010), 260.

<sup>9</sup>P. Joko Subagyo, *Metodelogi Penelitian Dalam Teori & Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 88.

- d. Kasmir, *Manajemen Perbankan Edisi Revisi*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012.
- e. M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- f. Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2015.
- g. Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*, Yogyakarta: CV Andi Offset, 2016.

Selain dari buku-buku di atas sumber data sekunder juga meliputi data profil BRI Syariah KCPMetro. Sumber data sekunder yang diharapkan dapat menunjang peneliti dalam mengungkap data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, sehingga sumber data primer menjadi lebih lengkap.

### **C. Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Tujuan yang diungkapkan dalam bentuk hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap pertanyaan penelitian. Jawaban itu masih perlu diuji secara empiris, dan untuk maksud inilah dibutuhkan pengumpulan data.<sup>10</sup>

Menurut Abdurahmat Fathoni pengumpulan data adalah informasi yang didapat melalui pengukuran-pengukuran tertentu untuk digunakan sebagai landasan dalam menyusun argumentasi logis menjadi fakta. Sedangkan fakta itu sendiri adalah kenyataan yang telah diuji kebenarannya secara empirik.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup>W. Gulo, *Metodelogi Penelitian*, cet.3, (Jakarta: PT. Grasindo, 2004), 110.

<sup>11</sup>Abdurahmat Fathoni, *Metodelogi penelitian dan teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 104.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, antara lain:

1. Wawancara (*interview*)

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, yaitu suatu kegiatan dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengungkapkan pertanyaan-pertanyaan pada para responden. Penggunaan teknik ini dilakukan dengan cara terstruktur yaitu dengan menekankan pada dialog secara terperinci dan mendalam agar tidak lari dari permasalahan dalam penelitian ini.

Wawancara yang digunakan peneliti adalah wawancara bebas terpimpin, yakni metode wawancara yang dilakukan dengan membawa pedoman yang hanya merupakan garis besar tentang hal-hal yang akan ditanyakan.<sup>12</sup> Mengenai hal ini, peneliti mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada Bapak Tedy Amal Satia selaku *Branch Operational Supervisor*, dan Ibu Ayu selaku *Customer Service*, serta tujuh nasabah di Bank BRI Syariah KCP Metro selaku informan penelitian untuk memperoleh data yang ada kaitannya dengan penelitian ini, peneliti mencari informasi yang diperlukan tentang dampak yang diterima oleh nasabah baik positif maupun negatif atas pelayanan yang diberikan khususnya *customer service*.

2. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen.<sup>13</sup> Dokumen-dokumen bisa berbentuk gambar, tulisan, atau arsip-arsip seperti catatan,

---

<sup>12</sup>Suharsimi Akunto, *Prosedur Penelitian Suatu.....*, 199.

<sup>13</sup>Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodelogi Peneitian Social*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1995),73.



transkrip, buku, surat kabar, brosur, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda dan sebagainya.<sup>14</sup>

Dalam metode ini peneliti memanfaatkan sumber-sumber data seperti profil Bank BRI Syariah KCP Metro, SOP dalam pembuatan rekening baru, foto dokumentasi pada *Branch Operatinal Supervisor, Customer Service*, dan nasabah yang menjadi informan dalam penelitian ini.

#### **D. Teknik Analisis Data**

Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data menemukan pola, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan orang lain.<sup>15</sup> Analisis dalam penelitian merupakan bagian dalam proses penelitian yang sangat penting, karena dengan analisis inilah data yang ada akan nampakmanfaatnya terutama dalam memecahkan masalah penelitian dan mencapai tujuan akhir penelitian.<sup>16</sup>

Analisis data yang digunakan pada penelitian adalah analisa data kualitatif dengan cara berfikir induktif, karena data yang diperoleh berupa keterangan-keterangan dalam bentuk uraian. Kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif yaitu sumber dari tertulis atau ungkapan tingkah laku yang diobservasikan dari manusia.<sup>17</sup> Sedangkan cara berfikir induktif, yaitu suatu cara berfikir yang berangkat dari fakta-fakta yang khusus dan konkrit, peristiwa konkrit, kemudian dari

---

<sup>14</sup>Suharsini Akunto, *Proses Penelitian Suatu.....*, 274.

<sup>15</sup>Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif.....*, 248.

<sup>16</sup>P. Joko Subagyo, *Metodelogi Penelitian dalam .....*, 104-105.

<sup>17</sup>Burhan Ashafa, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), 16.

fakta atau peristiwa yang khusus dan konkrit tersebut ditarik secara generalisasi yang mempunyai sifat umum.<sup>18</sup>

Data yang diperoleh dari wawancara, dan dokumentasi dari Bank Syariah KCP Metro akan diolah menggunakan teknik deskriptif kualitatif. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif karena penelitian ini bertujuan untuk menjabarkan keterangan dengan mengacu pada berbagai teori dengan pokok masalah.

Berdasarkan keterangan di atas, maka dalam menganalisis data pada penelitian ini, peneliti menggunakan data yang telah diperoleh kemudian data tersebut dianalisis dengan menggunakan cara berfikir induktif yang berangkat dari informasi mengenai peran serta dampak pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Metro.

---

<sup>18</sup>Sutrisno Hadi, *Metodologi Reseach I*, (Yogyakarta: Yayasan Penerbit Psikologi UGM, 1984), 40.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Profil BRI Syariah KCP Metro**

##### **1. Sejarah Berdirinya BRI Syariah KCP Metro**

Berawal dari akuisisi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., terhadap Bank Jasa Arta pada 19 Desember 2007 dan setelah mendapatkan izin dari Bank Indonesia pada 16 Oktober 2008 melalui suratnya o.10/67/KEP.GBI/DpG/2008, maka pada tanggal 17 November 2008 PT Bank BRI Syariah Tbk secara resmi beroperasi. Kemudian PT Bank BRI Syariah Tbk merubah kegiatan usaha yang semula beroperasi secara konvensional, kemudian diubah menjadi kegiatan perbankan berdasarkan prinsip syariah Islam.

Dua tahun lebih PT Bank BRI Syariah Tbk hadir mempersembahkan sebuah bank ritel modern terkemuka dengan layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna. Melayani nasabah dengan pelayanan prima (*service excellent*) dan menawarkan beragam produk yang sesuai harapan nasabah dengan prinsip syariah.<sup>63</sup>

Kehadiran PT Bank BRI Syariah Tbk di tengah-tengah industri perbankan nasional dipertegas oleh makna pendar cahaya yang mengikuti logo perusahaan. Logo ini menggambarkan keinginan dan tuntutan masyarakat terhadap sebuah bank modern sekelas PT Bank BRI Syariah Tbk yang mampu melayani masyarakat dalam kehidupan modern. Kombinasi warna yang digunakan

---

<sup>63</sup>Dokumentasi Bank Rakyat Indonesia KCP Metro, dikutip pada tanggal 25 November 2019.

merupakan turunan dari warna biru dan putih sebagai benang merah dengan brand PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk.,

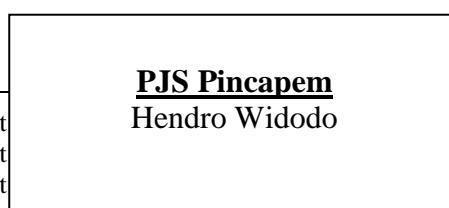
Aktivitas PT Bank BRI Syariah Tbk semakin kokoh setelah pada 19 Desember 2008 ditandatangani akta pemisahan Unit Usaha Syariah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., untuk melebur ke dalam PT Bank BRI Syariah Tbk (proses spin off) yang berlaku efektif pada tanggal 1 Januari 2009. Penandatanganan dilakukan oleh Bapak Sofyan Basir selaku Direktur Utama PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., dan Bapak Ventje Rahardjo selaku Direktur Utama PT Bank BRI Syariah Tbk.<sup>64</sup>

Saat ini PT Bank BRI Syariah Tbk menjadi bank syariah ketiga terbesar berdasarkan aset. PT Bank BRI Syariah Tbk tumbuh dengan pesat baik dari sisi aset, jumlah pembiayaan dan perolehan dana pihak ketiga. Dengan berfokus pada segmen menengah bawah, PT Bank BRI Syariah Tbk menargetkan menjadi bank ritel modern terkemuka dengan berbagai ragam produk dan layanan perbankan.<sup>65</sup>

## **2. Struktur Organisasi BRI Syariah KCP Metro**

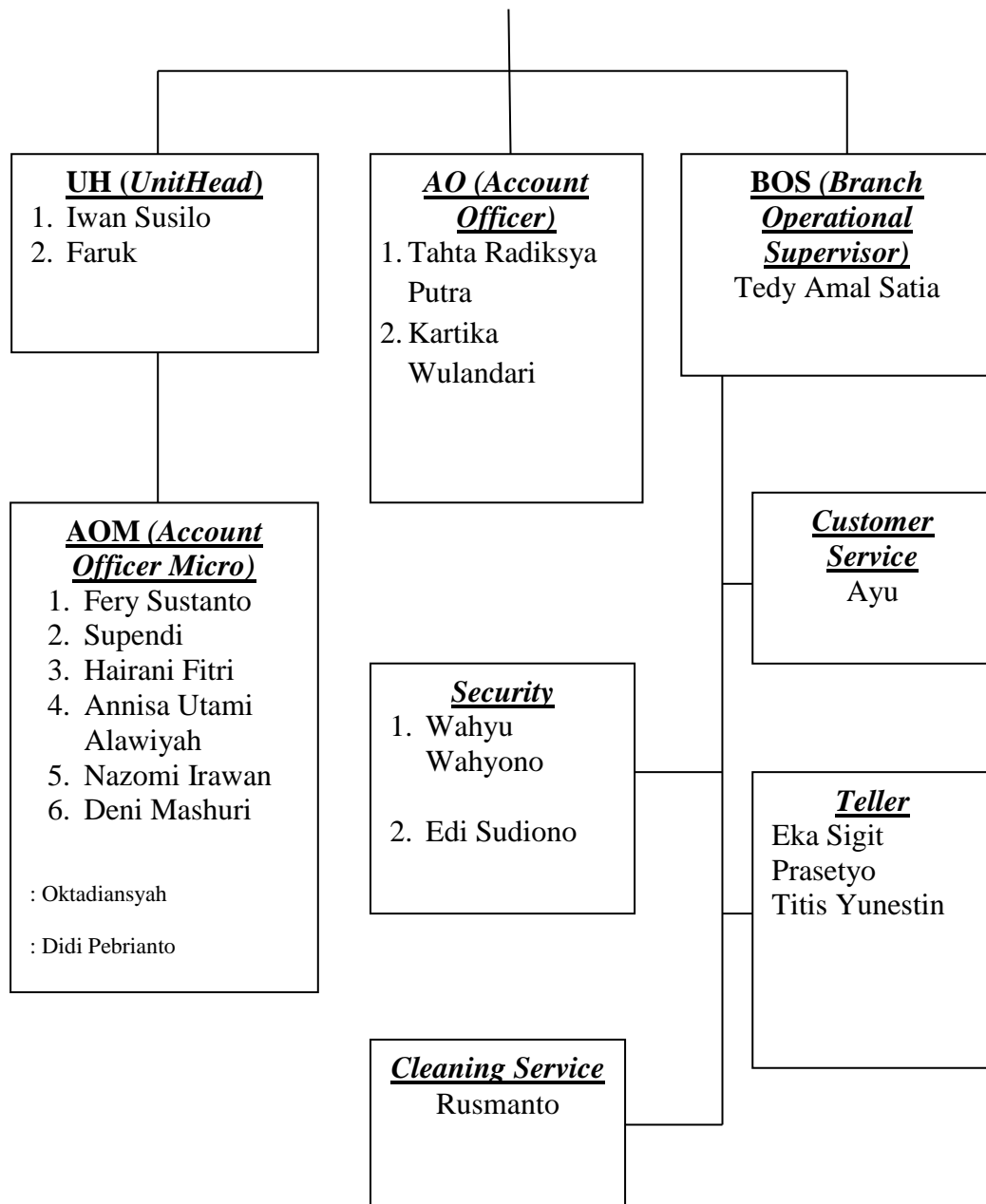
Struktur organisasi merupakan sarana yang menentukan keberhasilan perusahaan dengan adanya struktur organisasi berarti telah terdapat pembagian tugas yang jelas dan tegas untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Berikut adalah struktur organisasi yang terdapat pada BRI Syariah KCP Metro:

**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi Bank BRI Syariah KCP Metro**  
**Tahun 2019-2020.<sup>66</sup>**



<sup>64</sup>Dokumentasi Bank Rakyat  
<sup>65</sup>Dokumentasi Bank Rakyat  
<sup>66</sup>Dokumentasi Bank Rakyat

al 25 November 2019.  
al 25 November 2019.  
al 25 November 2019.



Keterangan:

- a. Pimpinan Cabang Pembantu

Pimpinan Cabang Pembantu bertanggung jawab atas keseluruhan berjalannya sistem operasional perbankan di level Kantor Cabang Pembantu dan membawahi keseluruhan bagian.

b. *Marketing Manager*

*Marketing Manager* adalah serangkaian proses yang dilakukan untuk memasarkan produk atau mengenalkan produk kepada masyarakat dengan berbagai cara, agar produk tersebut menjadi banyak diminati oleh masyarakat luas. Sehingga dalam hal ini pengertian marketing tidak hanya sebatas saat terjadi pemasaran, namun juga mengenai strategi yang digunakan, serta cara memberikan kepuasan kepada konsumen.

c. *Micro Marketing Manager*

*Micro marketing* atau pemasaran mikro merupakan menciptakan penawaran/layanan pada kelompok-kelompok konsumen. Seiring dengan perkembangan zaman, konsumenpun saat ini menjadi semakin kompleks dengan kebutuhan dan permintaan yang berbeda-beda satu sama lain sehingga perlu diterapkan pemasaran mikro. Manajer yang meletakkan orientasinya pada marketing melihat konsumen berbeda satu sama lainnya yang menyebabkan ia akan menerapkan micro marketing dalam pemasarannya.

d. *Manager Operasional*

Manajemen Operasional secara umum adalah sebuah usaha pengelolaan secara maksimal dalam penggunaan berbagai faktor produksi, mulai dari sumber daya

manusia (SDM), mesin, peralatan (*tools*), bahan mentah (*raw material*), dan faktor produksi lainnya dalam proses mengubahnya menjadi beragam produk barang atau jasa.

e. *Account Officer*

Berwenang melakukan proses *marketing* untuk segmen komersial khususnya giro dan deposito serta pembiayaan konsumtif. Memasarkan pembiayaan sesuai dengan ketentuan pembiayaan konsumen dengan target yang telah ditetapkan, melakukan proses pembiayaan baru dan perpanjangan antara lain detail analisa kualitatif, menyiapkan kelengkapan dan keabsahan dokumen pembiayaan serta mengusulkan pembiayaan kepada komite pembiayaan untuk mendapatkan keputusan, mengelola tingkat kesehatan pembiayaan nasabah binaan yang menjadi tanggung jawabnya dan mempertahankan kualitas pembiayaan yang sesuai dengan target yang ditetapkan.

f. *Micro Unit Head*

Bertanggung jawab untuk melaksanakan dan memastikan bisnis mikro pada unit tersebut berjalan sesuai dengan target yang diberikan dan tidak melanggar *syariah comply* maupun P3 Mikro.

g. *Branch Operation Supervisor*

Berwenang mengkoordinir kegiatan pelayanan perbankan, transaksi operasional *customer service* dan *teller*, menyetujui atau otoritas transaksi layanan operasi *front liner* sesuai kewenangan.

h. *Account Officer Micro*

*Account Officer Micro* (AOM) bertugas untuk melakukan penjualan produk-produk mikro serta melakukan *pre-screening* untuk calon-calon nasabah sebelum dokumen-dokumen pembiayaan diberikan kepada *Unit Head* (UH) untuk verifikasi lebih lanjut.

i. *Customer Service*

Berwenang melayani nasabah dengan memberikan informasi tentang produk serta menerima dan menangani keluhan nasabah dan melakukan koordinasi dengan pihak-pihak terkait untuk penyelesaiannya, memahami produk layanan yang terkait dengan operasional layanan *Customer Service*.

j. *Teller*

Berwenang melayani nasabah untuk transaksi penyetoran dan penarikan tunai maupun non tunai serta transaksi lainnya sesuai aturan yang ditetapkan untuk mencapai *service excellent*.<sup>67</sup>

## **B. Dampak Pelayanan *Customer Service* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Syariah KCP Metro**

### **BRI Syariah KCP Metro**

#### **1. Dampak Pelayanan *Customer Service* Bank BRI Syariah KCP Metro**

*Customer service* dalam perbankan memegang peran yang sangat penting.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Ayu selaku *customer service* Bank BRI

---

<sup>67</sup>Wawancara dengan Bapak Hendro Widodo selaku Pimpinan Cabang Pembantu BRI Syariah KCP Metro, pada tanggal 25 November 2019.



Syariah KCP Metro, 50% nilai eksternal dan internal yang paling besar ditanggung oleh *customer service*. Untuk menjaga dan meningkatkan kepercayaan nasabahnya, maka bank perlu menjaga citra positif di mata masyarakat. Citra ini dapat dibangun melalui kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kualitas keamanan. Tanpa citra yang positif, maka kepercayaan yang sedang dan akan dibangun tidak akan efektif. Untuk meningkatkan citra perbankan, maka bank perlu menyiapkan personel yang mampu menangani keinginan dan kebutuhan nasabahnya. Personel yang diharapkan dapat melayani keinginan dan kebutuhan nasabah inilah kita sebut *customer service*.

Tugas utama *customer service* yaitu melayani apa yang dibutuhkan sesuai dengan keinginan nasabah. Selain itu *customer service* juga sebagai tempat *complain* atau sebagai tempat keluh kesah nasabah yang disebut *handing complain*. Jadi, apapun masalah atau kebutuhan nasabah yang berkaitan dengan perbankan akan di utarakan langsung kepada *customer service*.<sup>68</sup> Adapun tugas yang harus dilakukan oleh *customer service* Bank BRI Syariah KCP Metro sebagai berikut:

- a. Melayani nasabah dengan cara memberikan informasi produk dan layanan serta melaksanakan transaksi operasional sesuai dengan kewenangannya, berdasarkan instruksi nasabah dan kebijakan serta aturan yang telah ditetapkan, menangani keluhan nasabah serta memahami produk layanan yang diberikan terkait dengan Standar Operasional Pelayanan *customer service*.

---

<sup>68</sup>Wawancara dengan Ibu Ayu selaku *Customer Service* Bank BRI Syariah KCP Metro, pada tanggal 02 Desember 2019.

- b. Melaksanakan dan bertanggung jawab kepada *Branch Operational Supervisor* dan berkoordinasi secara prokatif dengan karyawan lainnya dalam rangka implementasi kebijakan dan aturan yang berlaku untuk setiap layanan *operational front office* di Kantor Bank BRI Syariah KCP Metro.
- c. Melayani nasabah dalam pembukaan dan penutupan rekening serta transaksi lainnya sesuai aturan yang ditetapkan untuk mencapai *service excellent*.<sup>69</sup>

Terkait tugas *customer service* pada perbankan, Bank BRI Syariah KCP Metro memiliki Standar Operasional Pelayanan untuk memastikan alur dari suatu pekerjaan sudah sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Sistem ini bisa dipergunakan oleh *customer service* sebagai sumber acuan sebuah pekerjaan dari awal sampai akhir. Salah satu jenis Standar Operasional Prosedur yang wajib dibuat yaitu SOP dalam bidang pelayanan *customer service*. Terkait dampak pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah, dapat diketahui bahwa nasabah setiap tahun bahkan setiap hari terus meningkat, terutama pada nasabah yang menggunakan produk tabungan faedah. Hal tersebut tidak terlepas dari kinerja *customer service* dalam melayani serta memasarkan produk yang ada di bank tersebut, dimana tugas yang ditetapkan sudah diterapkan dengan baik oleh *customer service*.<sup>70</sup>

Pada setiap aktivitas perusahaan tidak selalu berjalan seperti rencana sama halnya dalam pelayanan kepada nasabah. dalam melakukan pelayanan, pihak *customer*

---

<sup>69</sup>*Ibid.*

<sup>70</sup>Wawancara dengan Bapak Tedy Amal Satya selaku *Branch Operational Supervisor* Bank BRI Syariah KCP Metro, pada tanggal 02 Desember 2019.

*service* terkadang mengalami kendala dalam melayani nasabah, ditambah minimnya *customer service* yang ada di Bank BRI Syariah KCP Metro, sehingga hal ini akan menghambat proses pelayanan yang dilakukan oleh *customer service*.<sup>71</sup>

Untuk memastikan bahwa SOP dalam bidang pelayanan telah diterapkan dengan baik oleh *customer service*, pihak *Branch Operational Supervisor* selalu memantau. Seperti yang dikemukakan oleh Bapak Tedy Amal Satya, ketika ditanya bagaimana penerapan SOP *customer service*, yakni:

Kita ada *marketing kit monitor*, yang biasanya di update setiap dua-tiga bulan sekali. Dan nanti *customer service* berdasarkan panduan itu menjelaskan ke nasabah. Terus nanti juga ada waktu, *time process* namanya. *Time process* itu misalnya, waktu buka rekening, harus sekian waktunya terus sesudah buka rekening ada *takeon* misalnya nawarin produk yang lain misalnya dia harus membaca nasabah selain buka rekening dia mau membuka tabungan impian buat anaknya. Jadi *customer service* harus bisa menggali.<sup>72</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat diketahui bahwa terdapat SOP di Bank BRI Syariah KCP Metro yang disebut *marketing kit monitor*, untuk memastikan bagaimana pelayanan yang diberikan kepada nasabah. Apabila pelayanan yang diberikan tidak sesuai, maka terdapat sanksi yang diberikan oleh *customer service*.

Berdasarkan pelayanan *customer service* kepada nasabah bank, peneliti mendapatkan beberapa penilaian yang berdampak positif maupun negatif terhadap *customer service*. Penilaian ini dapat dijadikan masukan atau pembelajaran untuk Bank BRI Syariah KCP Metro khususnya *customer service* untuk meningkatkan kembali pelayanan yang diberikan oleh nasabah. Berdasarkan hasil wawancara

---

<sup>71</sup>Wawancara dengan Ibu Ayu selaku *Customer Service* Bank BRI Syariah KCP Metro, pada tanggal 02 Desember 2019.

<sup>72</sup>*Ibid.*

yang peneliti lakukan kepada tujuh nasabah Bank BRI Syariah KCP Metro terdapat penilaian nasabah terhadap *customer service* Bank BRI Syariah KCP Metro, namun dalam nama nasabah tersebut disamarkan untuk menjaga identitas nasabah, antara lain:

Bapak Karsono salah satu nasabah tabungan haji di Bank BRI Syariah KCP Metro yang telah bergabung menjadi nasabah tabungan haji sejak tahun 2018, beliau mengatakan puas atas pelayanan yang diberikan oleh *customer service* Bank BRI Syariah KCP Metro. Menurut beliau, pelayanan yang diberikan oleh *customer service* kepada nasabah selama ini semakin meningkat. Berbagai pertanyaan yg peneliti lakukan mengenai bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati yang dirasakan sudah sesuai dengan harapan beliau.<sup>73</sup>

Menurut Ibu Miswati selaku nasabah tabungan faedah Bank BRI Syariah KCP Metro menuturkan bahwa beliau baru saja bergabung menjadi nasabah Bank BRI Syariah KCP Metro. Beliau mengatakan bahwa kurangnya personel yang ada pada Bank BRI Syariah KCP Metro sehingga pelayanan yang diberikan kurang cepat. *Customer service* di Bank tersebut hanya ada satu, sehingga terdapat banyak nasabah yang menunggu antrian *customer service*. Hal ini yang menyebabkan beliau kurang puas atas pelayanan yang ada di Bank BRI Syariah KCP Metro.<sup>74</sup>

Menganai tentang kurangnya personel atau hanya tersedia satu *customer service* dalam Bank BRI Syariah KCP Metro, Ibu Ayu selaku *customer service* di Bank tersebut juga sering mengeluh akan hal ini. Ia juga mengalami kesulitan karena

---

<sup>73</sup>Wawancara dengan bapak Karsono selaku nasabah tabungan haji di Bank BRI Syariah KCP Metro tanggal 02 Desember 2019.

<sup>74</sup>Wawancara dengan Ibu Miswati selaku nasabah tabungan faedah di Bank BRI Syariah KCP Metro, pada tanggal 02 Desember 2019.

tidak adanya pergantian karyawan khususnya *customer service*, sehingga setiap harinya ia harus selalu *stand by* di meja untuk melayani nasabah. Meskipun demikian, hal tersebut sudah menjadi kewajibannya dalam pekerjaan ini, maka apapun kondisinya beliau mengatakan harus tetap ramah dalam menangani keluhan nasabah tersebut.<sup>75</sup>

Menurut ibu Samsiar seorang wirausaha yang bergabung menjadi nasabah produk tabungan faedah sejak tahun 2017, yang saat ini juga menjadi nasabah produk *murabahah bil wakalah* sejak tahun awal 2019 di Bank BRI Syariah KCP Metro. Berdasarkan pertanyaan yang peneliti lakukan mengenai bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati yang *customer service* lakukan sudah baik, artinya sudah sesuai dengan harapan nasabah.<sup>76</sup>

Menurut ibu Ratna selaku nasabah sejak tahun 2017, berdasarkan pertanyaan yang peneliti lakukan mengenai bukti fisik, keandalan, jaminan dan empati sudah cukup sesuai dengan harapan beliau. Namun mengenai daya tanggap, dalam waktu setelah jam istirahat pelayanan *customer service* yang dirasakan beliau berkurang karena selalu terlambat dalam memberikan pelayanan sehingga membuat nasabah menunggu lama dan gagal menghargai waktu nasabah.<sup>77</sup>

Berdasarkan hasil wawancara kepada ibu Sulasnah selaku nasabah baru tahun 2019, beliau berpendapat bahwa pelayanan yang diberikan *customer service* yakni:

---

<sup>75</sup>Wawancara dengan Ibu Ayu selaku *Customer Service* Bank BRI Syariah KCP Metro, pada tanggal 02 Desember 2019.

<sup>76</sup>Wawancara dengan Ibu Samsiar selaku nasabah tabungan faedah dan *murabahah bil wakalah* di Bank BRI Syariah KCP Metro, pada tanggal 02 Desember 2019.

<sup>77</sup>Wawancara dengan Ibu Ratna selaku nasabah Bank BRI Syariah KCP Metro, pada tanggal 02 Desember 2019.

Tadinya saya tau BRI Syariah ini dari saudara saya, dia nabung disini katanya gak ada potongan setiap bulannya. Jadi saya pengen tau apakah benar, makanya saya datang kesini untuk menanyakan, kalau bener saya akan buka rekening disini. Dan ternyata bener kalau disini gak ada potongan, *customer service* nya tadi udah ngejelasin tentang tabungan ini jadi saya sekarang ngerti tentang tabungan faedah ini.<sup>78</sup>

Mengenai pelayanan *customer service* dapat disimpulkan bahwa *customer service* telah menerapkan pelayanan yang baik kepada nasabahnya, terlihat bagaimana informasi yang diberikan kepada nasabah sehingga nasabah dapat mengerti dengan apa yang dijelaskan oleh *customer service*.

Bapak johari selaku nasabah sejak 2018, mengenai pelayanan *customer service* beliau berpendapat bahwa:

Dari dulu CS disini emang begini, cuma ada satu. Jadi apa-apa lama. Harusnya CS disini tu ya ditambah, jangan hanya ada satu, jadi gak buat nasabah antri terlalu banyak.<sup>79</sup>

Mengenai pernyataan beliau, dapat disimpulkan bahwa kurangnya daya tanggap seorang *customer service*, nasabah kecewa apabila harus antri terlalu banyak. Hal ini dapat menjadi masukan bagi pihak Bank untuk menambah personel *customer service* untuk meminimalkan antrian khususnya *customer service* sehingga tidak membuat nasabah menunggu terlalu lama.

Wawancara selanjutnya dilakukan dengan Ibu Maria yang merupakan nasabah sejak awal tahun 2019. Berdasarkan pertanyaan yang peneliti lakukan mengenai bukti fisik, keandalan, jaminan dan empati sudah dirasakan sesuai dengan harapan nasabah. Namun dalam indikator empati, pelayanan yang diberikan kadang baik

---

<sup>78</sup>Wawancara dengan Ibu Samsiar selaku nasabah tabungan faedah dan *murabahah bil wakalah* di Bank BRI Syariah KCP Metro, pada tanggal 02 Desember 2019.

<sup>79</sup>Wawancara dengan Bapak Johari selaku nasabah Bank BRI Syariah KCP Metro, pada tanggal 02 Desember 2019.

kadang buruk, artinya *customer service* kurang tulus dalam memberikan pelayanan. Hal ini memberikan dampak negatif terhadap pelayanan yang nasabah rasakan.<sup>80</sup>

## **2. Kualitas Pelayanan Bank BRI Syariah KCP Metro**

Dalam hal ini, penulis akan menganalisis faktor kualitas pelayanan dalam menentukan kualitas jasa. Hal ini akan mengetahui mengenai bagaimana kepuasan nasabah yang diukur berdasarkan dengan tingkat harapan nasabah dengan tingkat kinerja yang diberikan oleh karyawan Bank khususnya *customer service* Bank BRI Syariah KCP Metro. Penelitian ini berdasarkan kualitas jasa yaitu:

### *a. Tangible* (bukti fisik/berwujud)

Sarana dan prasarana yang berwujud seperti fasilitas peralatan, teknologi yang digunakan oleh bank bisa menjadi penunjang atau pertimbangan penilaian nasabah dalam menentukan kualitas jasa yang disediakan oleh Bank. Apabila sarana dan prasarana yang telah disediakan dapat memenuhi kebutuhan nasabah, maka nasabah akan merasa puas, sehingga dapat berdampak positif terhadap penilaian nasabah.

Dari hasil penelitian yang peneliti dapatkan, terdapat lima nasabah yang menyatakan puas atas kelengkapan yang digunakan dalam menunjang pelayanan secara operasional mengenai fasilitas fisik, peralatan, teknologi dan berbagai komunikasi yang baik, dan terdapat dua nasabah yang merasakan kurang puas atas

---

<sup>80</sup>Wawancara dengan Ibu Maria selaku nasabah Bank BRI Syariah KCP Metro, pada tanggal 02 Desember 2019.

pelayanan yang diberikan. Hal ini sudah cukup sesuai dengan harapan nasabah terhadap fasilitas yang diinginkan, sehingga dalam hal menunggu ataupun sedang melakukan transaksi, nasabah merasa betah dan nyaman atas sarana dan prasarana yang diharapkan. Terbukti dari jumlah nasabah yang menilai puas lebih banyak dibandingkan penilaian yang tidak puas, namun *customer service* harus lebih meningkatkan sarannya agar seluruh nasabah dapat merasakan pelayanannya secara maksimal.

b. *Empathy* (empati)

Rasa empati atau rasa peduli memberikan perhatian karyawan khususnya *customer service* kepada nasabah dapat menjadi pertimbangan nasabah untuk menilai bagaimana pelayanan yang diberikan khususnya *customer service*, apabila nasabah mendapatkan rasa empati dan perhatian maka nasabah akan merasa nyaman dalam berinteraksi dengan karyawan khususnya *customer service*, sehingga akan berdampak positif bagi nasabah.

Hasil penelitian yang peneliti dapatkan, terdapat lima nasabah yang menyatakan puas dan dua nasabah yang menyatakan tidak puas. Tingkat kepuasan yang paling tinggi sesuai dengan harapan nasabah ditujukan pada *customer service* yang selalu peduli memberi perhatian secara tulus, sehingga nasabah merasa nyaman dalam melakukan transaksi. Namun yang terjadi, pelayanan yang diberikan terkadang baik dan terkadang buruk, sehingga tidak konsisten seorang *customer service* dalam memberikan pelayanan.

c. *Responsiveness* (cepat tanggap)



Apabila karyawan khususnya *customer service* mampu membantu dan menyelesaikan masalah yang dihadapi nasabah dalam waktu yang cepat, sehingga hal ini akan menjadi penilaian yang berdampak positif.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti dapatkan, penilaian nasabah atas kinerja *customer service* cukup puas. Tingkat kepuasan yang paling tinggi sesuai dengan harapan nasabah ditujukan pada *customer service* yang selalu siap membantu dan mendengarkan serta mengatasi keluhan yang terjadi kepada nasabah. Namun dalam pelayanan yang cepat, masih kurang baik dirasakan nasabah karena minimnya personel *customer service*. Hal ini merupakan ciri pelayanan berdasarkan kemampuan melayani dengan cepat serta memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik untuk menghadapi nasabah.

d. *Reliability* (keandalan)

Kemampuan memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan serta adil dalam melayani nasabah, akan menjadi pertimbangan penilaian bagi nasabah. Apabila karyawan khususnya *customer service* mampu, maka penilaian nasabah akan berdampak positif bagi pihak Bank.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti dapatkan mengenai kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya, akurat dan konsisten, penilaian nasabah terhadap kinerja *customer service* sudah puas. Tingkat kepuasan yang paling tinggi sesuai dengan harapan nasabah ditujukan pada ketepatan waktu dalam pelayanan sesuai dengan nomor antiran nasabah yang datang, jadi nasabah diperlakukan secara adil dan tidak ada yang didahulukan. Hal ini merupakan ciri pelayanan berdasarkan kemampuan melayani dengan tepat.

e. *Assurance* (kepastian)

Kepastian berupa janji akan menimbulkan keyakinan dan kepercayaan kepada nasabah untuk menggunakan produk yang ada di bank berinteraksi dengan bank tersebut. Apabila karyawan khususnya *customer service* dapat meyakinkan dan mendapatkan kepercayaan nasabah, maka penilaian nasabah akan berdampak positif bagi bank.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti dapatkan, penilaian nasabah terhadap kinerja *customer service* sudah cukup puas. Tingkat kepuasan yang paling tinggi sesuai dengan harapan nasabah ditujukan pada bagaimana kemampuan *customer service* untuk meyakinkan dan mendapatkan kepercayaan nasabah atas apa yang dijanjikan, sehingga nasabah merasa puas atas apa yang telah dijanjikan oleh karyawan khususnya *customer service*. Hal ini merupakan ciri pelayanan yang baik berdasarkan kemampuan *customer service* dalam memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi.

### 3. Kepuasan Nasabah Bank BRI Syariah KCP Metro

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas nasabah mengatakan antara harapan dengan kenyataan yang terjadi ketika sedang melakukan transaksi di Bank BRI Syariah KCP Metro, khususnya di bagian *customer service*, apakah sudah atau belum sesuai dengan yang diharapkan nasabah.

**Tabel 4.2**  
**Jumlah penilaian kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan**

No.	Kualitas Pelayanan	Item
-----	--------------------	------

		Puas	Tidak Puas
1	<i>Tangibles</i>	5	2
2	<i>Empathy</i>	5	2
3	<i>Responsiviness</i>	5	2
4	<i>Reability</i>	7	-
5	<i>Assurance</i>	7	-

Dari ke tujuh nasabah yang telah menjadi responden pada penelitian ini, terdapat dua nasabah yang tidak puas atas indikator *reability* dan *assurance*, serta terdapat lima nasabah yang puas atas indikator *tangibles*, *empathy*, dan *responsiviness*. Hal ini membuktikan bahwa pelayanan yang diberikan *customer service* sudah sesuai dengan apa yang diharapkan nasabah. Namun, masih harus ditingkatkan lagi karena nasabah yang merasakan kurang puas dikarenakan minimnya *customer service* di bank tersebut. Hal ini dapat menjadi pertimbangan kembali bagi pihak bank untuk menambah personel khususnya *customer service* agar dapat tercapainya harapan nasabah.

Harapan apa yang diinginkan nasabah dengan apa yang terjadi di lapangan harus sesuai, supaya untuk meningkatkan kepuasan nasabah. Hal ini perlu diperhatikan setiap perbankan untuk menciptakan kualitas pelayanan yang baik. Dari harapan nasabah ini yang menjadi penilaian nasabah terhadap perbankan tentang bagaimana pelayanan yang diberikan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di Bank BRI Syariah KCP Metro terkait dampak pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah, maka penulis memberikan kesimpulan sebagai berikut:

Sebagian besar, pelayanan yang diberikan oleh *customer service* sudah baik, terlihat dari beberapa nasabah yang merasakan puas atas pelayanan yang telah diberikan, sehingga penilaian nasabah terhadap pelayanan berdampak positif. Namun masih ditemui beberapa hal yang masih kurang, bahkan seharusnya tidak boleh dilakukan selama jam kerja sehingga berdampak negatif sehingga nasabah tidak puas atas pelayanan yang diberikan *customer service*.

Meskipun masih terdapat nasabah yang merasa kurang puas atas pelayanan yang diberikan. Dengan demikian, *customer service* harus tetap mempertahankan dan meningkatkan lagi kinerja serta kualitas pekerjaannya guna untuk meningkatkan kepuasan nasabah. Apabila nasabah merasa puas atas pelayanan yang diberikan, hal tersebut dapat memberikan penilaian positif terhadap bank BRI Syariah KCP Metro dan nasabah akan tetap loyal terhadap bank tersebut.

#### **B. Saran**

Menurut peneliti, pelayanan yang diberikan *customer service* sudah cukup baik. Namun perlu ditingkatkan untuk lebih konsisten dalam memberikan pelayanan kepada tiap nasabah, agar penilaian yang diberikan nasabah semakin meningkat.

Diharapkan kepada pihak Bank BRI Syariah KCP Metro untuk terus meningkatkan Sumber Daya Manusia (SDM) dalam setiap lini atau jabatan, terutama pada bagian *customer service* yang merupakan ujung tombak sebuah bank. BOS BRI Syariah juga harus melihat kemampuan dalam mengevaluasi kinerjanya serta memahami kendala-kendala yang dihadapi *customer service* dalam melayani nasabah yang kemudian BOS memberikan solusi terhadap kendala yang terjadi. Selain meningkatkan kualitas kinerjanya BOS juga harus memberikan motivasi berupa materi ataupun non materi agar seseorang *customer service* semangat dalam melakukan pekerjaannya.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan Ki. Hejar 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 : 1527/In.28.3/D.1/PP.00.9/06/2019  
Lampiran :-  
Perihal : Pembimbing Skripsi

11 Juni 2019

Kepada Yth:  
1. H. Husnul Fatarib, Ph.D.  
2. Era Yudistira, M.Ak.  
di - Tempat

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II Skripsi mahasiswa :

Nama : DEVI OKTAVIANI  
NPM : 1502100250  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah (S1-PBS)  
Judul : DAMPAK PELAYANAN CUSTOMER SERVICE TERHADAP KEPUASAN NASABAH (STUDI KOMPERATIF DI BRI SYARIAH KCP METRO DAN BRI KCP METRO)

Dengan ketentuan :

1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi:
  - a. Pembimbing I, mengoreksi out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
  - b. Pembimbing II, mengoreksi proposal, out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
2. Waktu penyelesaian Skripsi 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 Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
  - a. Pendahuluan  $\pm$  2/6 bagian.
  - b. Isi  $\pm$  3/6 bagian.
  - c. Penutup  $\pm$  1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Bapak/Ibu Dosen diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*



Wakil Dekan Bidang Akd &  
Kelembagaan

MUHAMMAD SALEH

## ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

### DAMPAK PELAYANAN *CUSTOMER SERVICE* TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BRI SYARIAH KCP METRO

#### A. Wawancara dengan Supervisor Bank BRI Syariah KCP Metro

1. Apakah dalam melayani nasabah pihak *customer service* sudah sesuai dengan SOP yang berlaku?
2. Bagaimana dampak pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Metro?
3. Bagaimana upaya Bank BRI Syariah KCP Metro dalam menyikapi dampak yang diterima nasabah atas pelayanan yang diberikan oleh *customer service*?

#### B. Wawancara dengan *Customer Service* Bank BRI Syariah KCP Metro

1. Apa saja fungsi dan tugas *customer service* Bank BRI Syariah KCP Metro?
2. Apa saja kendala yang dihadapi *customer service* dalam melayani nasabah Bank BRI Syariah KCP Metro?
3. Bagaimana cara *customer service* mengatasi kendala yang terjadi kepada nasabah Bank BRI Syariah KCP Metro?

#### C. Wawancara dengan Nasabah Bank BRI Syariah KCP Metro

1. Sejak kapan menjadi nasabah di Bank BRI Syariah KCP Metro?
2. Bagaimana sarana dan prasarana yang diberikan Bank BRI Syariah KCP Metro?
3. Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh *customer service* terhadap nasabah Bank BRI Syariah KCP Metro?
4. Bagaimana informasi yang diberikan oleh *customer service* terkait produk maupun promosi yang ada di BRI Syariah KCP Metro?
5. Bagaimana tingkat kepuasan nasabah selama menjadi nasabah Bank BRI Syariah KCP Metro?
6. Apakah harapan nasabah terhadap pelayanan *customer service* sudah sesuai dengan keinginan nasabah?

**D. Dokumentasi**

1. Sejarah Berdirinya Bank BRI Syariah KCP Metro.
2. Visi dan Misi Bank BRI Syariah KCP Metro.
3. Struktur Organisasi Bank BRI Syariah KCP Metro.
4. Produk-produk yang ada pada Bank BRI Syariah KCP Metro.

Metro, November 2019

Mahasiswa yang bersangkutan




**Devi Oktaviani**

NPM.1502100250

Mengetahui

Dosen Pembimbing I



**H. Husnul Fatarib, Ph.D.**

NIP. 19740104 199903 1 004

Dosen Pembimbing II



**Era Yudistira, M.Ak**

NIP.19901003 201503 2 010





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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iningmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : 3551/In.28/D.1/TL.00/12/2019  
Lampiran : -  
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,  
Pimpinan Cabang Pembantu BRI  
Syariah KCP Metro  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 3550/In.28/D.1/TL.01/12/2019,  
tanggal 11 Desember 2019 atas nama saudara:

Nama : **DEVI OKTAVIANI**  
NPM : 1502100250  
Semester : 9 (Sembilan)  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di BRI Syariah KCP Metro, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "DAMPAK PELAYANAN CUSTOMER SERVICE TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BRI SYARIAH KCP METRO".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*



Metro, 11 Desember 2019  
Wakil Dekan I,

*[Handwritten Signature]*  
Drs. H.M. Saleh MA  
NIP. 19650111 199303 1 001



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iningmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT TUGAS**

Nomor: 3550/In.28/D.1/TL.01/12/2019

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro,  
menugaskan kepada saudara:

Nama : **DEVI OKTAVIANI**  
NPM : 1502100250  
Semester : 9 (Sembilan)  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di BRI Syariah KCP Metro, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "DAMPAK PELAYANAN CUSTOMER SERVICE TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BRI SYARIAH KCP METRO".
  2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro  
Pada Tanggal : 11 Desember 2019

Mengetahui,  
Pejabat Setempat

Wakil Dekan I,



**Drs. H.M. Saleh MA**  
NIP. 19650111 199303 1 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
M E T R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA  
Nomor : P-1221/In.28/S/U.1/OT.01/12/2019**

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

Nama : Devi Oktaviani  
NPM : 1502100250  
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1 Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2019 / 2020 dengan nomor anggota 1502100250.

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, 27 Desember 2019  
Kepala Perpustakaan



Drs. Mokhtandi Sudin, M.Pd.  
NIP. 195808311981031001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iring Mulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 4150; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Devi Oktaviani

Fakultas/Jurusan: Ekonomidan Bisnis Islam/ S1PBS

NPM : 1502100250

Semester/TA : IX/2018/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Paraf
	Rabu/ 6-19 11		ACC utk diseminarkan logythan ke PB ?	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs,

Era Yudistira, M.Ak.

NIP.19901003 201503 2 010

Devi Oktaviani

NPM. 1502100250



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website [www.Syariah.metrouniv.ac.id](http://www.Syariah.metrouniv.ac.id); e-mail:  
[syariah.iain@metrouniv.ac.id](mailto:syariah.iain@metrouniv.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Devi Oktaviani                      Fakultas/Jurusan        : Ekonomi Bisnis Islam/ S1PBS  
NPM : 1502100250                      Semester/TA            : IX/2018/2019

NO	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang dibicarakan	Paraf
	Bahan 13/11 2018	✓	Ace proposal vch dicarunha	

Dosen Pembimbing I

**H. Husnul Fatarib, Ph.D.**  
NIP. 19740104 199903 1 004

Mahasiswa Ysb,

**Devi Oktaviani**  
NPM.1502100295



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iring Mulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 4150; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syarlah.metrouniv.ac.id; e-mail: syarlah.iajn@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Devi Oktaviani

Fakultas/Jurusan: Ekonomidan Bisnis Islam/ S1PBS

NPM : 1502100250

Semester/TA : IX/2018/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Paraf
	Jum'at/ 28/10 11		- teori mana yg akan di jadikan sbg dasar analisis peneliti. dan pembahasan - cek kembali istilah asing, dan perbaiki pengetihannya sesuai pedoman.	ef
			Acc pendalaman Bab 1, 2, 3 2/10 12	ef

Dosen Pembimbing II

Era Yudistira, M.Ak.

NIP.19901003 201503 2 010

Mahasiswa Ybs,

Devi Oktaviani

NPM. 1502100250



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iring Mulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 4150; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syarlah.metrouniv.ac.id; e-mail: syarlah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Devi Oktaviani

Fakultas/Jurusan: Ekonomidan Bisnis Islam/ S1PBS

NPM : 1502100250

Semester/TA : IX/2018/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Paraf
	Selasa/ 3/-19 12		- perbaiki outline sesuai arahan, terutama pd BAB IV  Acc outline  <hr/> - tuangkan teori yg ada bab 2 pd APD, khususnya utl ciri <sup>or</sup> kualitas pelayanan yg baik.	el  el  el

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs,

Era Yudistira, M.Ak.

Devi Oktaviani

NIP.19901003 201503 2 010

NPM. 1502100250



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

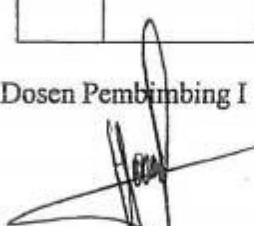
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website [www.Syariah.metrouniv.ac.id](http://www.Syariah.metrouniv.ac.id); e-mail;  
[syariah.iain@metrouniv.ac.id](mailto:syariah.iain@metrouniv.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI


Nama : Devi Oktaviani                      Fakultas/Jurusan        : Ekonomi Bisnis Islam/ S1PBS  
NPM : 1502100250                      Semester/TA            : IX/2018/2019

NO	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang dibicarakan	Taraf
	Jumat 6/12/2019	✓	Ace BAB I - III dikunjungi ke APP  Ace APP dikunjungi ke kepungsi	

Dosen Pembimbing I

  
**H. Husnul Fatarib, Ph.D.**  
NIP. 19740104 199903 1 004

Mahasiswa Ysb,

  
**Devi Oktaviani**  
NPM.1502100295





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iring Mulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 4150; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Devi Oktaviani

Fakultas/Jurusan: Ekonomidan Bisnis Islam/ S1PBS

NPM : 1502100250

Semester/TA : IX/2018/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Paraf
	Senin/ 27/12		- pastikan kelompok sudah menyemaikan dg pertanyaan penelitian.  - lampirkan daftar pustaka, daftar isi, serta abstrak dan lampiran lainnya.	ef
			ACC B+B 4 & 5, Lanjutkan bimbingan ke PB I 27/12	ef

Dosen Pembimbing II

Era Yudistira, M.Ak.

NIP.19901003 201503 2 010

Mahasiswa Ybs,

Devi Oktaviani

NPM. 1502100250



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website www.Syariah.metrouniv.ac.id; e-mail:  
syariah.iain@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Devi Oktaviani

Fakultas/Jurusan : Ekonomi Bisnis Islam/ S1PBS

NPM : 1502100250

Semester/TA : IX/2018/2019

NO	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang dibicarakan	Paraf
	Kemis 2/1/2020	✓	Aca skripsi sudah ditentukan	

Dosen Pembimbing I

**H. Husnul Fatarib, Ph.D.**  
NIP. 19740104 199903 1 004

Mahasiswa Ysb,

**Devi Oktaviani**  
NPM.1502100295

## FOTO DOKUMENTASI



Foto 1. Kondisi pelayanan *Customer Service* Bank BRI Syariah KCP Metro saat jam kerja



Foto 2. Kondisi nasabah BRI Syariah KCP Metro saat menunggu antrian *Customer Service*



Foto 3. Wawancara dengan Bapak Tedy Amal Satya, selaku *Branch Operational Supervisor (BOS)* Bank BRI Syariah KCP Metro



Foto 4. Wawancara dengan Ibu Ayu, selaku *Customer Service* Bank BRI Syariah KCP Meteo



Foto 5. Wawancara dengan nasabah Bank BRI Syariah KCP Metro

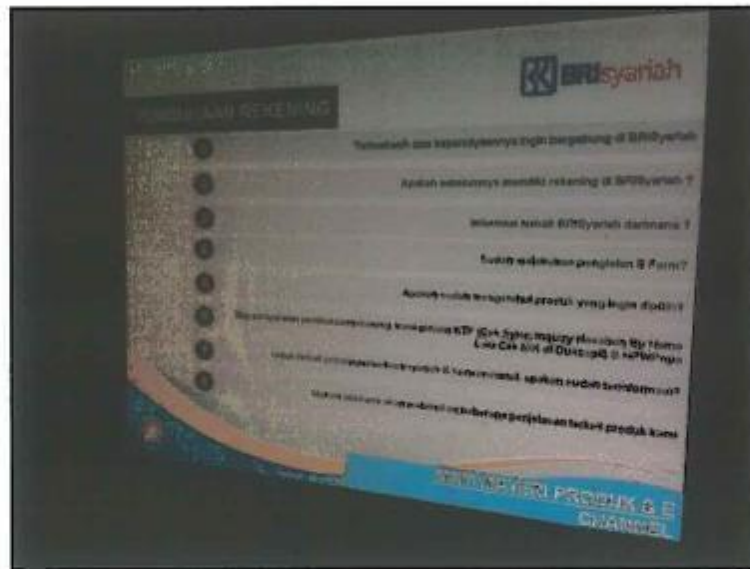


Foto 6. Standar Operasional Prosedur *customer service* pada saat pembukaan rekening nasabah baru

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Peneliti bernama Devi Oktaviani (22tahun) biasa di panggil Devi, lahir di Metro pada tanggal 30 Oktober 1997, dari pasangan Wahyono dan Sumiatun. Peneliti merupakan anak kedua dari dua bersaudara, ia lahir dan dibesarkan dikota Metro.

Peneliti menyelesaikan pendidikan formalnya di SD Negeri 4 Metro lulus pada tahun 2009, kemudian melanjutkan di SMP Kartikatama Metro lulus pada tahun 2012, kemudian melanjutkan pada SMK Negeri 1 Metro mengambil jurusan bisnis manajemen bagian marketing dan lulus pada tahun 2015. Selanjutnya peneliti melanjutkan pendidikan pada Program Studi S1 Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jurai Siwo dimulai pada semester 1 Tahun Ajaran 2015/2016, yang kemudian pada Tahun 2017, Stain Jurai Siwo beralih status menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampug.