

TUGAS AKHIR

INDIKATOR PELAYANAN PRIMA OLEH *CUSTOMER SERVICE* TERHADAP KEPUASAN NASABAH

Oleh:

RITA ISANTIKA
NPM. 14123328



Program: Diploma Tiga (D-3) Perbankan Syariah
Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1439 H / 2017 M

INDIKATOR PELAYANAN PRIMA OLEH *CUSTOMER SERVICE* TERHADAP KEPUASAN NASABAH

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Ahli Madya (A.Md)

Oleh :

RITA ISANTIKA
NPM.14123328

Pembimbing : Siti Zulaikha,S.Ag,.MH

Program: Diploma Tiga (D-3) Perbankan Syariah
Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1439 H / 2017 M

HALAMAN PERSETUJUAN

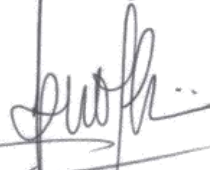
Judul Skripsi : **INDIKATOR PELAYANAN PRIMA OLEH
CUSTOMER SERVICE TERHADAP KEPUASAN
NASABAH**

Nama : **RITA ISANTIKA**
NPM : 14123328
Jurusan : D3 Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

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

Pembimbing



Hj. Siti Zulaikha, S.Ag, MH
NIP. 19720611 199803 2 001



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

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

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : 0352/In.28-3/D/PP.CO.9/02/2018

Tugas Akhir dengan Judul: INDIKATOR PELAYANAN PRIMA OLEH CUSTOMER SERVICE TERHADAP KEPUASAAN NASABAH, disusun oleh Rita Isantika, NPM.14123328, Jurusan: Diploma Tiga (D-III) Perbankan Syariah telah diujikan dalam sidang Munaqosyah Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Rabu / 10 Januari 2018.

TIM UJIAN TUGAS AKHIR:

Ketua/Moderator : Hj. Siti Zulaikha, S.Ag., MH

Penguji I : H. Nawa Angkasa, SH., MA

Penguji II : Rina El Maza, S.H.I., M.S.I

Sekretaris : Hamdi Abdul Karim, S.Iq., M.Pd.I

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

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



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

ABSTRAK

INDIKATOR PELAYANAN PRIMA OLEH *CUSTOMER SERVICE* TERHADAP KEPUASAN NASABAH

Oleh:

Rita Isantika

Bank merupakan lembaga keuangan yang bergerak dibidang jasa yang salah satu tugasnya menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kepada masyarakat serta memberikan jasa-jasa lainnya. seiring berkembangnya zaman banyak perbankan-perbankan yang muncul secara signifikan. Tidak hanya bank konvensional sekarang pun ada perbankan syariah. Dengan pesatnya pertumbuhan perbankan tersebut, memungkinkan terjadinya persaingan yang cukup ketat antar bank. Persaingan ini menuntut para pelaku bisnis khususnya para pihak bank untuk memaksimalkan kinerja perusahaan agar dapat bersaing dipasar. Bank sebagai salah satu lembaga pada industri keuangan yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa, harus dapat memberikan pelayanan terbaiknya (*Service Excellent*) untuk dapat memenangkan persaingan dalam situasi yang bergerak maju dengan cepat serta semakin kompetitif.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apa sajakah Indikator-indikator pelayanan prima yang diberikan Customer Service untuk kepuasan nasabah. Penelitian yang dilakukan adalah penelitian kepustakaan library research). Data diperoleh dari data primer maupun sekunder. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan studi pustaka dokumentasi.

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa pelayanan prima customer service terhadap kepuasan nasabah sangat penting diterapkan oleh setiap perusahaan yang bergerak pada bidang jasa. Dengan melakukan penerapan pelayanan prima maka akan menciptakan loyalitas nasabah dan kredibilitas bank. Pentingnya pelayanan prima terhadap nasabah juga merupakan strategi dalam rangka memenangkan persaingan, Akan tetapi tidak cukup hanya memberikan rasa puas dan perhatian terhadap nasabah saja, lebih dari itu adalah bagaimana cara merespon keinginan nasabah, sehingga dapat menimbulkan kesan positif dari nasabah. Pelayanan prima harus ditunjang oleh kualitas sumber daya manusia yang handal, mempunyai visi misi yang jauh ke depan dan dapat mengembangkan strategi kiat pelayanan prima yang mempunyai keunggulan.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : RITA ISANTIKA
NPM : 14123328
Prodi : Program Diploma (D-III) Perbankan Syariah
Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Metro, Desember 2017
Yang Menyatakan



Rita Isantika
NPM: 14123328

MOTTO

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ

Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah

(QS. Al Maidah : 2)¹

¹ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Semarang: CV. Toha Putra, 1989), Edisi Revisi, h. 152

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada peneliti serta doa dan dukungan serta harapan kedua orang tua untuk meraih harapan dan cita-cita. Sebagai ungkapan terima kasih tugas akhir ini penulis persembahkan kepada :

1. Kepada Ayahanda (Joko) dan Ibunda (Narwati) tercinta yang memberikan begitu banyak dan besar kasih sayangnya kepada saya. Berkat pengorbanan dan doa beliau sehingga saya dapat menyelesaikan pendidikan ini.
2. Kepada adik saya Fadis Mei Dinata yang saya sayangi.
3. Sahabat-sahabat Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) Kota Metro yang selalu memberikan kesempatan untuk belajar dan berjuang.
4. Rekan-rekan Dewan Mahasiswa Perbankan Syariah (DEMA-PBS) yang selalu memberikan motivasi.
5. Kepada teman-teman seperjuangan saya DIII Perbankan Syariah angkatan 2014 dan Om Andi yang selalu memberi masukan.
6. Kepada Almamater IAIN Metro

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, puji syukur senantiasa penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala nikmat, rahmat serta pertolongan-Nya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir (TA) pada jurusan D-III Perbankan Syari'ah di IAIN Metro ini. Sholawat serta salam semoga selalu tercurahankan kepada Nabi Muhammad SAW yang semoga kelak kita diakui sebagai umatnya serta mendapatkan syafaat dari beliau

Penulisan Tugas Akhir ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan program Diploma III Jurusan Syariah dan Ekonomi Bisnis Islam IAIN Metro. Dalam upaya penyelesaian Tugas Akhir ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Ibu Prof.Dr. Enizar, M.Ag selaku Ketua Rektor IAIN Metro
2. Ibu Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.
3. Ibu Zumaroh,M.E.Sy selaku Ketua Jurusan DIII Perbankan Syariah IAIN Metro.
4. Bapak Hi. Nawa Angkasa,SH, MH Selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Ibu Hj. Siti Zulaikha, S.Ag, MH Selaku Dosen Pembimbing I, yang dengan sabar, dan dapat meluangkan waktunya serta telah memberikan pengarahan dan bimbinganya sehingga dapat menyelesaikan studi dengan baik.

6. Seluruh Dosen Pengajar dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro yang telah mendidik dan memberikan dukungan selama ini.
7. Seluruh staff karyawan dan pegawai fakultas Syariah dan IAIN Metro.
8. Teman-teman seperjuangan DIII Perbankan Syariah angkatan 2014 yang selalu mendorong dan memotivasi demi menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan tugas akhir ini. Semoga tugas akhir ini memberikan manfaat bagi pembaca dan semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua.

Wallohulmu`afiq `ilaa aqwamitoriq

Wassalamualaikum Wr.Wb

Metro, Desember 2017
Peneliti



Rita Isantika
NPM. 14123328

DAFTAR ISI

	Hal.
HALAMAN SAMBUT.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pertanyaan Penelitian	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
D. Metode Penelitian.....	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
A. Pelayanan Prima.....	11
1. Pengertian Pelayanan	11
2. Dasar- Dasar Pelayanan	12
3. Pengertian Pelayanan Prima.....	17
4. Kualitas Pelayanan Jasa Bank.....	18
B. <i>Customer Service</i>	23
1. Pengertian <i>Customer Service</i>	23
2. Fungsi <i>Customer Service</i>	25
3. Tugas Dan Tanggung Jawab <i>Customer Service</i>	27
C. Kepuasan Nasabah	30
1. Pengertian Nasabah.....	30
2. Pengertian Kepuasan Nasabah.....	31
3. Macam-Macam Kepuasan Nasabah.....	32
4. Konsep Kepuasan Nasabah	33
5. Indikator Kepuasan Nasabah	36

BAB III PEMBAHASAN	39
A. Pelayanan Prima Oleh <i>Customer Service</i> Terhadap Kepuasan Nasabah	39
B. Indikator Pelayanan Prima Oleh <i>Customer Service</i> Terhadap Kepuasan Nasabah	48
C. Analisis Indikator Pelayanan Prima pada PT BPR Tata Arta Swadaya Kantor Pusat Kotagajah	52
 BAB IV PENUTUP	 56
A. Kesimpulan	56
B. Saran	56

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Bimbingan Tugas Akhir

Lampiran 2 Surat Keterangan Magang

Lampiran 3 Formulir Konsultasi Bimbingan Tugas Akhir

Lampiran 4 Surat Keterangan Bebas Perpustakaan

Lampiran 5 Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank merupakan lembaga keuangan yang salah satu tugasnya menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana tersebut kepada masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya. Dengan fungsi bank yang demikian, tidak heran jika perkembangan perbankan cukup signifikan. Hal ini dapat dilihat bermunculannya perbankan-perbankan syariah di Indonesia.¹ Dengan pesatnya pertumbuhan perbankan tersebut, memungkinkan terjadinya persaingan yang cukup ketat antar bank. Persaingan ini menuntut para pelaku bisnis khususnya para pihak bank untuk memaksimalkan kinerja perusahaan agar dapat bersaing dipasar.

Bank sebagai salah satu lembaga pada industri keuangan yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa, harus dapat memberikan pelayanan terbaiknya (*Service Excellent*) untuk dapat memenangkan persaingan dalam situasi yang bergerak maju dengan cepat serta semakin kompetitif.

Seiring berkembangnya zaman, nasabah tidak lagi hanya mengukur kualitas bank berdasarkan produk-produk yang ditawarkan, melainkan seberapa bagus pelayanan yang diberikan. Kualitas pelayanan sangatlah penting dan harus terus ditingkatkan karena identik dengan keberadaan lembaga atau organisasi yang bersangkutan. Kualitas yang diberikan akan

¹ Kasmir, *Dasar Dasar Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), h. 2

mempengaruhi kepuasan nasabah, dimana bank yang memiliki pelayanan buruk lambat laun akan ditinggalkan nasabahnya. Namun, sebaliknya bank yang kualitas pelayanannya prima akan banyak dicari nasabah. Banyaknya jumlah bank yang ada di Indonesia saat ini, baik bank konvensional maupun bank syariah, tentunya persaingan diantara bank-bank tersebut semakin ketat. Oleh karenanya, sebuah bank harus meningkatkan kualitas pelayanan perbankan yang dimilikinya untuk menarik minat masyarakat agar menjadi nasabah di bank tersebut.

Untuk menghadapi persaingan antar lembaga perbankan yang semakin ketat, masing-masing bank mau tidak mau harus mengembangkan “pelayanan terbaik bagi nasabahnya”, hal ini bertujuan untuk mempertahankan nasabah yang telah ada dan menjangkau nasabah baru yang potensial. Untuk mempertahankan serta untuk meningkatkan jumlah nasabahnya, maka bank perlu menjaga citra yang baik dan positif dimata masyarakat. Untuk mempertahankan citra ini bank dapat membangunnya melalui peningkatan pada kuantitas dan kualitas produk perbankan yang dihasilkan, maupun melalui kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabahnya, untuk mendukung pencapaian tujuan tersebut, maka lembaga perbankan harus menyiapkan karyawan yang kompeten, handal, dapat dipercaya, serta mampu menangani berbagai kebutuhan nasabahnya, terutama dalam hal ini yang menjadi salah satu ujung tombak perbankan (dalam hal pelayanan) adalah petugas *Customer Service* nya.

Bank harus berusaha keras memahami dan mempelajari kebutuhan dan keinginan nasabahnya. Memahami keinginan dan kebutuhan nasabah, merupakan hal yang sangat urgent sehingga dapat memberikan pelayanan yang optimal dan mampu menciptakan kepuasan bagi nasabah. Dalam memberikan pelayanan bagi nasabah, masing-masing bank akan berlomba-lomba memberikan pelayanan yang terbaik. Pelayanan yang diberikan oleh bank kepada nasabah bermacam-macam cara dan bentuk, dimana semua pelayanan tersebut mementingkan kepuasan nasabah, sebab kepuasan nasabah merupakan hal yang sangat strategis.

Sehubungan dengan peranan ini, maka setiap bank mau tidak mau harus menerapkan pelayanan prima terhadap nasabah atau customernya yakni suatu sikap atau cara dalam melayani pelanggan, nasabah atau customer secara memuaskan. Kepuasan nasabah akan lebih mudah dipenuhi apabila petugas *customer service* bank mengenal sifat dan karakter nasabah mereka dengan baik.²

kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.³ Sedangkan pelayanan adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki.⁴ Sehingga bank harus memberikan

² IBI (Ikatan Bankir Indonesia), *Mengelola Kualitas Pelayanan Perbankan*, Jakarta: PT (Gramedia Pustaka Utama, 2014), h. 62

³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid Satu Dan Dua*, (Jakarta : PT Pabelan Surakarta, 1997), h. 36

⁴ Ani Fitriyani, "Makalah Pelayanan Prima", dalam www.aannfitriyani.blogspot.co.id di unduh pada 11 September 2017.

pelayanan yang baik agar meningkatkan kepuasan nasabah dan loyalitas bank itu sendiri. Pelayanan nasabah merupakan salah satu faktor yang sangat mempengaruhi perusahaan dalam menjual produknya. Maka dari itu dibutuhkan pelayanan terbaik atau pelayanan prima yang harus ada pada Customer Service untuk kepuasan nasabahnya. Dengan ini penulis tertarik untuk mengambil judul “Indikator Pelayanan Prima oleh *Customer Service* Terhadap Kepuasan Nasabah”

B. Pertanyaan Penelitian

Dengan melihat permasalahan tersebut diatas , maka peneliti menuliskan permasalahan yaitu Apa sajakah Indikator Pelayanan Prima yang diberikan dari *Customer Service* terhadap Kepuasan Nasabah ?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian dalam rangka penulisan tugas akhir ini mempunyai tujuan yang hendak dicapai sehingga penelitian ini lebih terarah serta dapat mengenai sarasannya. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Indikator Pelayanan Prima oleh *Customer Service* terhadap Kepuasan Nasabah.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ingin diperoleh dalam penelitian ini :

a. Secara teoritis

Untuk menambah khasanah pengetahuan dan keilmuan mengenai indikator pelayanan prima oleh *customer service* terhadap kepuasan nasabah.

b. Secara praktis

Merupakan sumbangan keilmuan dan wawasan kepada masyarakat, terhadap usaha pelayanan prima *customer service* terhadap kepuasan nasabah melalui produk dan usaha operasionalnya.

D. Metode Penelitian

1. Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kepustakaan (*library research*). Buku-buku yang digunakan dalam penelitian ini adalah buku karangan Drs. Daryanto dan Drs. Ismanto Setyobudi, M.Pd. yang berjudul *Konsumen dan Pelayanan Prima*, buku karangan Ikatan Bankir Indonesia dengan judul *Mengelola Kualitas Pelayanan Perbankan*, Kasmir yang berjudul *Etika Customer Service*, M.Nur Rianto Al Arif, S.E.,M.Si. *Dasar Dasar Pemasaran Bank Syariah*, buku karangan Drs Ismail MBA..AK. *Perbankan Syariah*, dan buku pendukung lainnya. Adapun pendekatan yang digunakan untuk penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Menurut bogdan dan Taylor sebagaimana yang dikutip Lexy J Moleong, pendekatan kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif

berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.⁵

Penelitian menggunakan analisis deskriptif kualitatif dalam menganalisis isi dari indikator pelayanan prima oleh *customer service* terhadap kepuasan nasabah. Selain itu penelitian menggunakan pendekatan *van dijk* menekankan pada analisis melalui teks.⁶ Sedangkan dalam proses analisis menggunakan metode analisis isi (*content analysis method*).

2. Sumber data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua sumber data, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Adapun yang dimaksud dengan sumber data primer dan sumber data sekunder adalah sebagai berikut:

a. Sumber data primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung diperoleh oleh peneliti dari sumber utamanya atau asli.⁷ Sumber data primer dalam penelitian ini adalah, buku karangan IBI (Ikatan Bankir Indonesia) dengan judul *Mengelola Kualitas Pelayanan Perbanka*, Kasmir yang berjudul *Etika Customer Service*, Drs Daryanto dan Drs Ismanto Setyobudi, M.Pd yang berjudul *Konsumen dan Pelayanan*

⁵Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011), h. 4

⁶Arifin, *Modul Teori dan Aplikasi Analisis Wacana*, (Simgaraja: Undiksha, 2012), h. 6

⁷Suraya Murcitaningrum, *Pengantar Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Prudent Media, 2013), h. 20

Prima.

b. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang dibutuhkan.⁸ Data sekunder dalam penelitian ini adalah buku karangan. Buku karangan M.Nur Rianto Al Arif, S.E., M.Si. Dasar Dasar Pemasaran Bank Syariah, buku karangan Drs Ismail MBA..AK. Perbankan Syariah, dan buku pendukung lainnya.

3. Teknik Pengumpulan Data

Data artinya informasi yang dapat melalui pengukuran-pengukuran tertentu, untuk digunakan sebagai landasan dalam menyusun argumentasi logis menjadi fakta.⁹ Untuk memperoleh data yang perlukam penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

a. Studi Pustaka (*Library Research*)

Studi pustaka adalah penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan mengumpulkan sejumlah buku-buku , majalah , liflet yang berkenaan dengan nasabah masalah dan tujuan penelitian. Buku tersebut dianggap sebagai sumber data yang akan diolah dan dianalisis seperti banyak dilakukan oleh ahli sejarah, sastra dan bahasa.

Penelitian yang dilakukan dengan cara menelaah dan membandingkan

⁸Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: komunikasi, ekonomi, dan kebijakan public serta ilmu-ilmu sosial lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2005), eds. 2, h. 132

⁹Abdur Rahmat Fathoni, *Medologi Penelitian Dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: PT: Rineka Cipta, 2011), h. 104

sumber kepustakaan untuk memperoleh data yang bersifat teoritis. Disamping itu dengan menggunakan studi pustaka, penulis dapat memperoleh informasi tentang teknik-teknik penelitian yang diharapkan sehingga pekerjaan penelitian tidak merupakan duplikasi.

b. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data berupa data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian.¹⁰ Penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan dan melengkapi data-data secara teoritis sebagai bukti dan dokumen yang erat hubungannya dengan hal-hal yang sedang diteliti untuk mendukung penelitian ini melalui buku dan brosur diantaranya, buku karangan IBI (Ikatan Bankir Indonesia) dengan judul *Mengelola Kualitas Pelayanan Perbankan*, Kasmir yang berjudul *Etika Customer Service*, Drs Daryanto dan Drs Ismanto Setyobudi, M.Pd yang berjudul *Konsumen dan Pelayanan Prima*, M.Nur Rianto Al Arif, S.E.,M.Si. *Dasar Dasar Pemasaran Bank Syariah*, buku karangan Drs Ismail MBA..AK. *Perbankan Syariah*, dan buku pendukung lainnya.

Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan metode dokumentasi yaitu dengan mengumpulkan buku-buku yang relevan dengan permasalahan yang dibahas. Menurut Suharsimi Arikunto "dokumentsi" dari asal kata dokumen, yang artinya barang-barang

¹⁰Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), h. 152

tertulis. Didalam melaksanakan metode dokumentasi peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan notulen rapat, catatan harian dan sebagainya.

4. Analisis Data

Analisis data adalah proses penyederhanan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan.¹¹ Dalam menganalisis data digunakan analisi deskriptif kualitatif, karena data yang diperoleh dalam bentuk data kualitatif. Analisi data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data. mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadikan satuan yang dapat dikelola, mengsin-tesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.¹²

Yang pertama peneliti lakukan dalam menganalisis data adalah mengumpulkan dan mengelompokkan terlebih dahulu data yang sudah ada yakni, buku-buku, dokumen, informasi, berita dari pelayanan nasabah dalam etika customer service yang kemudian dijadikan teks tertulis.

Agar lebih memudahkan dalam menjelaskan struktur dan mengetahui bagaimana suatu teks diproduksi maka peneliti menggunakan struktur makro dalam penelitian ini. Struktur makro menunjukkan pada makna keseluruhan (global meaning) yang dapat dicermati dari tema atau

¹¹Masri Singarimbun & Sofian Efendi, *Metodelogi Penelitian Surve*, (Jakarta: LP3ES, 1989), h. 263.

¹²Lexy J. Moleong, *Metodelogi Penelitian*, h.248

topik yang diangkat oleh pemakaian bahasa dalam suatu wacana.¹³ Dengan menggunakan element struktur skematik, analisi data menunjukan bagian mana yang harus didahulukan dan bagaiman yang bisa dikemudian sebagai strategi untuk menyembunyikan informasi penting.¹⁴

¹³Arifin, *Modul Teori*, h.119

¹⁴Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004), h. 75-84

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pelayanan Prima

1. Pengertian Pelayanan

Kata pelayanan, secara etimologis dalam kamus besar bahasa Indonesia mengandung arti “ usaha melayani kebutuhan orang lain ”. Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau nasabah yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki.¹

Berkaitan dengan pelayanan, ada dua istilah yang perlu diketahui, yaitu melayani dan pelayanan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pengertian melayani adalah membantu menyiapkan, mengurus apa yang diperlukan seseorang. Sedangkan pengertian pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang lain. Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Adapun karakteristik tentang pelayanan agar menjadi dasar bagaimana memberikan pelayanan yang terbaik, yaitu:

- a. Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.

¹IBI (Ikatan Bankir Indonesia), *Mengelola Kualitas Pelayanan Perbankan*, Jakarta: PT (Gramedia Pustaka Utama, 2014), h. 75

- b. Pelayanan itu kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang sifatnya adalah tindakan sosial.
- c. Produksi dan konsumsi dari pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya kejadiannya bersamaan dan terjadi ditempat yang sama.

2. Dasar- Dasar Pelayanan

Pada dasarnya pelayanan terhadap pelanggan tergantung dari latar belakang karyawan tersebut, baik suku bangsa, pendidikan, pengalaman, budaya atau adat istiadat. Namun, agar pelayanan menjadi berkualitas dan memiliki keseragaman, setiap karyawan perlu dibekali dengan pengetahuan yang mendalam tentang dasar-dasar pelayanan. Kualitas yang diberikan tentunya harus sesuai dengan standar tertentu seperti yang diinginkan perusahaan. Tanpa standar tertentu, maka akan sulit untuk memeberikan pelayanan yang lebih berkualitas.

Berikut ini adalah penampilan petugas *customer service* yang biasanya diatur pada masing-masing Bank²

a. Penampilan diri

Seorang petugas *Customer Service* harus menggunakan pakaian yang sepadan dengan kombinasi yang menarik. Penampilan *Customer Service* harus mengenakan pakaian yang rapih, bersih, terlihat menarik dan terkesan pakaian yang dikenakan benar-benar dapat memikat hati konsumen atau nasabah.

²*Ibid*, h.70-75

Pelaksanaan standar penampilan ini berkaitan erat dengan faktor-faktor atau kegiatan-kegiatan, diantaranya:

- 1) Memelihara personal hygiene, lingkungan, dan perusahaan
- 2) Memelihara persentasi atau penampilan pribadi
- 3) Mengidentifikasi sikap tubuhnya
- 4) Intonasi suara yang baik

Contoh penampilan diri seorang *Customer Service* yang biasanya diatur secara internal bank dapat dilihat sebagai berikut:

- 1) Pria
 - a) Menggunakan seragam sesuai ketentuan bank antara (lain: kemeja lengan panjang, menggunakan dasi, name tag, bukan celana jeans, tidak kumal, tidak kusut, dan tidak ada noda)
 - b) Rambut pendek, tidak melebihi kerah baju dan tersisir rapi serta tidak menggunakan cat rambut dengan warna hitam.
 - (1) Jika berkumis dicukur rapi dan tidak boleh bercambang
 - (2) Menggunakan sepatu formal berwarna hitam model pantopel.
 - (3) Tidak tercium bau badan dan mulut.
 - (4) Kuku terpelihara, pendek dan bersih.
 - (5) Asesoris berupa jam tangan dan maksimal (satu) cincin.
- 2) Wanita
 - a) Menggunakan seragam sesuai dengan ketentuan bank (antara lain: rok, blouse, dan blazer serta name tag).

- b) Rambut kering tersisir rapi atau digulung atau dicepol dan jika dicat dengan warna hitam.
- c) Rias wajah menggunakan bedak dan lipstick dengan warna tidak mencolok. Jika menggunakan jilbab, tanpa motif (polos) sesuai dengan warna blouse.
- d) menggunakan sepatu formal berwarna hitam model pantopel dengan hak minimal 3 cm sampai dengan 7 cm.
 - (1) tidak tercium bau badan dan mulut.
 - (2) kuku terpelihara, pendek dan bersih. Jika memakai kuteks dengan warna soft.
 - (3) Tidak boleh memakai lebih dari satu asesoris dalam 1 (satu) titik dan maksimal 7 titik (telinga 2 titik, leher atau dada 1 titik, jari tangan 2 titik untuk jari kanan dan jari kiri, pergelangan tangan 2 titik, untuk kanan dan kiri yang salah satunya jam tangan).

b. Percaya diri, bersikap akrab, dan penuh dengan senyum dalam melayani nasabah.

Seorang nasabah akan merasa nyaman dan terpuaskan apabila dilayani dengan sikap bersahabat, akrab, dan penuh percaya diri, oleh karena itu seorang petugas customer service harus optimis serta tidak ragu-ragu dalam bertindak, yakin, serta memiliki kepercayaan diri yang tinggi sehingga mampu memberikan layanan yang optimal.

c. Menyapa dengan lembut, dan berusaha menyebutkan nama jika kenal

Seorang yang disapa dengan menggunakan nama akan merasa tersanjung dan dihormati serta dihargai, oleh karena itu pada saat nasabah datang, petugas customer service harus segera menyapa dan usahakan menyapa dengan menyebutkan namanya.

d. Bersikap tenang, sopan, hormat, dan serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan

Seorang *customer service* harus berusaha melayani nasabah dalam keadaan tenang, tidak terburu-buru, sopan santun dalam bersikap, menghormati nasabah atau konsumen serta tekun mendengarkan sekaligus berusaha memahami keinginan konsumennya. memberikan pandangan mata selalu kepada nasabah pada saat berbicara membantu memberikan sikap yang nyaman dan sekaligus memberikan penghargaan kepada nasabah.

e. Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar

Dalam berkomunikasi dengan nasabah, seorang petugas *customer service* dituntut untuk menggunakan bahasa yang baik dan benar. suara yang digunakan harus jelas, dalam arti mudah dipahami serta tidak menggunakan istilah-istilah yang sulit dipahami dan dimengerti oleh nasabah.

f. Bergairah dalam melayani nasabah

Nasabah akan merasa senang apabila dilayani oleh seorang *Customer Service* yang dapat memberikan pelayanan yang prima

dengan menunjukkan kemampuannya dalam melayani, dan penuh semangat, seolah-olah mereka sangat tertarik dengan keinginan dan harapan nasabah.

g. Hindari menyela atau memotong pembicaraan

Pada saat nasabah sedang berbicara, *Customer Service* harus menghindari untuk memotong atau menyela pembicaraan, dan menghindari kalimat yang bersifat teguran atau sindiran yang dapat menyinggung perasaan nasabah, apabila terjadi sesuatu usahakan untuk menghindari perdebatan dengan nasabah.

h. Mampu meyakini nasabah serta memberikan kepuasan

Setiap pelayanan yang diberikan oleh seorang *customer service* haruslah mampu meyakinkan nasabah melalui penyampaian argumen-argumen yang logis dan masuk akal. Petugas *customer service* juga harus mampu memberikan rasa puas bagi nasabah atas pelayanan yang telah diberikan.

i. Meminta bantuan dan informasi kepada pihak lain apabila ada permasalahan yang tidak dapat ditangani sendiri

Apabila ada pertanyaan atau permasalahan yang tidak sanggup untuk dijawab atau diselesaikan oleh petugas *customer service*, maka petugas *customer service* harus berani untuk meminta bantuan petugas atau unit kerja lain yang mampu dan memiliki wewenang untuk memperoleh jawaban atau penyelesaian permasalahan tersebut. Hal ini berkaitan dengan aturan dimana seorang *customer service* tidak

diperkenankan menangani hal-hal yang bukan wewenang atau pekerjaannya, sehingga tidak terjadi kesalahan dalam memberikan informasi atau jawaban atau penyelesaian.

j. Meminta nasabah untuk menunggu waktu pelayanan apabila belum dapat dilayani

Apabila pada saat tertentu, petugas *customer service* sibuk dan tidak dapat melayani nasabah, maka beritahukanlah kepada nasabah tersebut kapan akan dilayani dengan penuh simpatik.

3. Pengertian Pelayanan Prima

Pelayanan prima merupakan terjemahan istilah “*service excellent*” yang secara harfiah berarti pelayanan terbaik atau sangat baik. Disebut sangat baik atau terbaik karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki instansi pemberi pelayanan.

Pelayanan prima adalah pelayanan yang diberikan kepada masyarakat atau pengguna jasa customer minimal sesuai dengan standar sehingga orang yang dilayani merasa puas, gembira, atau senang.

Pelayanan prima bukanlah istilah hal baru dalam dunia kerja, baik bersifat profit maupun non profit. Bentuk pelayanan prima diantaranya ramah, senyum, sopan, cepat, tepat, terbuka dan tanggung jawab. Semua tidak terlepas terhadap tiga komponen penting yaitu adanya attitude, skill, dan knowledge yang berakhir pada kompetensi yang handal sebagai aparatur pemerintah.

Pelayanan prima adalah layanan yang bermutu tinggi, layanan yang istimewa yang terbaik dan layanan yang prima. *Service Excellent* menggambarkan etos atau budaya kerja suatu perusahaan atau bank atau organisasi dan karyawannya.

4. Kualitas Pelayanan Jasa Bank

Apabila terkait dengan kualitas pelayanan, ukurannya bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani (perusahaan) saja, tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani, karena merekalah yang menikmati layanan sehingga dapat mengukur kualitas pelayanan berdasarkan harapan-harapan mereka dalam memenuhi kepuasannya.

Kualitas pelayanan terbagi atas:

a. Kualitas layanan internal

Kualitas layanan internal berkaitan dengan interaksi jaringan pegawai perusahaan dengan berbagai fasilitas yang tersedia. Faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan internal adalah:

- 1) Pola manajemen umum perusahaan.
- 2) Penyediaan fasilitas pendukung.
- 3) Pengembangan sumber daya manusia.
- 4) Iklim kerja dan keselarasan hubungan kerja.
- 5) Pola insentif

b. Kualitas pelayanan eksternal

Mengenai kualitas pelayanan kepada pelanggan eksternal, kualitas layanan ditentukan oleh beberapa faktor yaitu:

- 1) Yang berkaitan dengan penyediaan jasa.
- 2) Yang berkaitan dengan penyediaan barang.

Setidaknya ada lima kriteria pokok kualitas pelayanan yaitu sebagai berikut:

- a. Bentuk fisik (*tangibles*), yaitu kemampuan perusahaan (bank) dalam menunjukkan eksistensinya pada pelanggan. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan (bank) dan lingkungan sekitarnya. Bentuk bangunan, tata ruang dan disain interior, gedung merupakan bentuk fisik yang dapat meyakinkan nasabah.
- b. Keandalan (*reability*), yaitu kemampuan perusahaan (bank) untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang diijinkan.
- c. Ketanggapan (*responsiveness*), yaitu kemampuan bank untuk menolong pelanggan/ nasabah dan ketersediaan untuk melayani nasabah dengan baik.
- d. Empaty (*empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada para nasabah dengan berupa memahami keinginan nasabaha

Sedangkan Freddy Rangkuti mengemukakan sepuluh kriteria dalam buku yang dikutip dari buku dasar-dasar pemasaran bank syariah yaitu:

- a. *Reability* (keandalan), yaitu kemampuan untuk melakukan pelayanan sesuai denagn yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.

Karyawan harus dapat diandalkan oleh nasabah dalam mengatasi segala masalah yang timbul karena diri nasabah.

- b. *Responsiveness* (ketanggapan), yaitu kemampuan untuk menolong nasabah dan ketersediaan untuk melayani nasabah dengan baik. Nasabah harus tanggap dalam membantu nasabah yang kesulitan.
- c. *Tangibles* (bukti langsung) meliputi fasilitas, fisik, perlengkapan dan sarana komunikasi.
- d. *Competence* (kemampuan), yaitu kemampuan untuk berkomunikasi dengan baik kepada nasabah.
- e. *Access* (mudah diperoleh), yaitu kemudahan untuk mendapatkan pelayanan yang diinginkan (tidak berbelit-belit).
- f. *Courtesy* (keramahan), yaitu sopan santun petugas bank dalam menghadapi nasabah.
- g. *Credibility* (dapat dipercaya), yaitu pelayanan yang diberikan benar-benar dapat dipercaya nasabah.
- h. *Security* (keamanan), yaitu jaminan keamanan bagi nasabah, nasabah tidak perlu takut dananya hilang atau rusak, sebab bank mampu menjaga dengan baik dana nasabahnya. Untuk memberikan rasa aman ini, dana nasabah telah dijamin kepada lembaga penjamin simpanan (LPS)
- i. *Understanding* (memahami nasabah), yaitu terjadi saling pengertian antara nasabah dan petugas bank.

- j. *Communication* (komunikasi), yaitu kemampuan dan berkomunikasi secara lancar benar dan meyakinkan.

Kiat-kiat pelayanan yang baik, yaitu sebagai berikut:

- a. Semua transaksi dilayani/dilaksanakan dengan cepat, cermat, tepat dan akurat. Cepat artinya waktu pelayanan tidak terlalu lama, jangan biarkan nasabah terlalu lama mengantri untuk dilayani. Cermat artinya jangan ada yang menyimpang dari prosedur yang berlaku. Tepat artinya dilayani sesuai dengan keinginan nasabah.
- b. Selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan nasabah.
- c. Petugas bank harus mampu menguasai sistem dan prosedur pelayanan dengan sebaik-baiknya, sehingga mampu melayani secara cepat.
- d. Tanggap dan mampu memberikan jawaban atau penjelasan atas keluhan atau keberatan nasabah, sehingga mampu memberikan respon yang positif terhadap nasabah.
- e. Menciptakan hubungan yang baik antara pimpinan dan pegawai bank dengan nasabah terutama petugas front liner seperti petugas *customer service*, *teller*, dan satpam. Petugas bank harus mampu memberikan kenyamanan dan menjalani hubungan kekeluargaan dengan nasabah.
- f. Berlaku ramah, sopan dan selalu membantu nasabah.
- g. Penataan lingkungan kantor yang memenuhi syarat (kebutuhan dan keinginan nasabah).
- h. *Self control*, yaitu mengendalikan keramahan, rasa kejangkelan dan tidak terpancing kekasaran nasabah. Petugas bank harus sabar menghadapi

kritikan dan kekasaran ucapan nasabah. sebab sering kali nasabah pun datang dengan emosi apabila mengalami kesulitan dalam proses transaksinya dan petugas bank harus mampu menangani dan memberikan penjelasan terbaik kepada nasabah dengan penuh kesabaran dan kehangatan.

- i. Penamipilan petugas bank yang menarik hati (simpatik) dan menyenangkan, jangan membuat nasabah menjadi kecewa. Cara petugas bank dilihat oleh karyawan sebagai salah satu penilaian awal baik buruknya pelayanan suatu bank.
- j. Tersedianya perlengkapan yang mengikuti perkembangan teknologi. Misalnya keharusan penggunaan ATM pada setiap nasabah, serta adanya fasilitas *mobile-banking* dan *internet-banking* yang dapat memudahkan transaksi nasabah

Dalam melayani nasabah sebaiknya petugas bank mampu memahami dan mengerti akan sifat-sifat masing-masing nasabahnya. Hal ini disebabkan setiap nasabah mamiliki sifat-sifat yang berbeda. Namun secara umum, setiap nasabah memiliki keinginan yang sama, yaitu ingin dipenuhi keinginan dan kebutuhanya serta selalu ingin diperoleh perhatiannya.

Berikut sifat-sifat nasabah yang harus dikenal:

- a. Nasabah dianggap sebagai raja.
- b. Mau dipenuhi keinginan dan kebutuhanya.
- c. Tidak mau debat dan tidak mau disinggung.

- d. Nasabah mau diperhatikan.
- e. Nasabah merupakan sumber pendapatan bank.

B. *Customer Service*

1. Pengertian *Customer Service*

Kata *Customer Service* berasal dari dua kata yaitu “Customer” yang berarti Pelanggan, dan “service” yang mengandung arti Pelayanan.

Pelayanan nasabah dapat diartikan oleh berbagai pihak baik, *customer service, teller, atau kasir maupun public relation*. Namun, istilah *customer service* digunakan secara khusus untuk dunia perbankan. Artinya memang ada bagian yang khusus melayani nasabah dengan nama *customer service*.³

Disamping itu pelayanan nasabah juga diberikan oleh *teller* beda antara keduanya adalah *customer service* dalam tugas melayani nasabah lebih banyak bicara dan tidak berhubungan dengan penyeteroran dan penarikan uang. Sedangkan tugas *teller* lebih banyak kepada bidang penyeteroran dan penarikan uang nasabah.⁴

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. Sesuai dengan fungsinya, *Customer Service* diharapkan dapat melakukan “*One Stop Service*”,

³Kasmir, S.E., M.M *Etika Customer Service*(Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada), 2004, h. 179

⁴*Ibid*, h. 179-180

artinya nasabah cukup menghubungi bagian *Customr Service* saja dalam berhubungan dengan bank. Selanjutnya *Customer Service* akan menjelaskan ataupun mengerjakan kebutuhan nasabah tersebut dengan menghubungi bagian yang terkait. Hal ini akan meningkatkan kepuasan nasabah karena merasa kepentingannya dilaksanakan dengan rasa penuh tanggung jawab dan tidak perlu berhubungan dengan banyak orang untuk memenuhinya.

Seperti kita ketahui bahwa sebagai lembaga keuangan, bank memiliki tugas memberi jasa keuangan melalui penitipan uang (simpanan), peminjaman uang (kredit)serta jasa-jasa keuangan lainnya. Bank harus menjaga kepercayaan dari nasabahnya karena tanpa kepercayaan masyarakat, mustahil bank dapat berkembang.

Untuk menjaga dan meningkatkan kepercayaan nasabahnya. Bank perlu menjaga citra positif dimata masyarakat. Citra ini dapat dibangun melalui kualitas produk pelayanan dan keamanan, tanpa citra positif, kepercayaan yang sedang, dan akan dibangun tidak akan terjaga.

Untuk menciptakan citranya, bank perlu menciptakan karyawan yang mampu menangani keinginan dan kebutuhan nasabahnya. Karyawan yang diharapkan dapat melayani keinginan dan kebutuhan nasabah ini kita sebut *customer service* (CS) atau ada juga yang menyebut *service assistance* (SA).

Untuk menjadi seseorang customer service bank, diperlukan persyaratan khusus. Artinya rekruten dan seleksi karyawanpun jelas

berbeda dengan bagian lainya. Sebelum bekerja, *customer service* juga perlu diberikan pelatihan khusus untuk bekal sebelumnya menjalankan tugasnya.

Secara umum pengertian *customer service* adalah setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditunjukkan untuk memberikan kepuasan nasabah melalui pelayanan yang diberikan seseorang. Jadi artinya *customer service* melayani segala keperluan nasabah secara memuaskan. Pelayanan yang diberikan termasuk menerima keluluhan atau masalah yang sedang dihadapi dengan nasabah. *customer service* harus pandai dalam mencari jalan keluar untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh nasabahnya.⁵

2. Fungsi *Customer Service*

Sebagai seseorang *customer service* bank tentu telah ditetapkan fungsi dan tugas yang harus diembanya.fungsi dan tugas ini harus dilaksanakan sebaik mungkin dalam arti dilaksanakan sebaik-baiknya. *Customer service* juga harus bertanggung jawab dari awal sampai selesainya suatu pelayanan nasabah.⁶ Adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan melalui pelayanan yang diberikan seseorang secara memuaskan. Pelayanan yang diberikan termasuk menerima keluhan/ masalah yang sedang dihadapi

⁵*Ibid.*, h.180

⁶*Ibid.*, h. 181-182

Seorang *Customer Service* harus pandai dalam mencari jalan keluar untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh tamunya.⁷

Fungsi dan tugas-tugas *customer service* harus benar-benar dipahami sehingga dapat menjalankan tugasnya secara prima. Dalam prakteknya, fungsi *customer service* sebagai berikut.⁸

a. Sebagai resepsionis

Artinya seorang *customer service* berfungsi sebagai penerima tamu yang datang kebank. Tanu yang dimaksud adalah nasabah yang datang ke bank. fungsinya dalam hal ini melayani pertanyaan yang diajukan nasabah dan memberikan informasi yang diinginkan selengkap mungkin. Ketika menerima tamu *customer service* harus ramah, sopan dan menyenangkan.

b. Sebagai deskam

Artinya seorang *customer service* berfungsi sebagai seorang yang melayani berbagai macam aplikasi yang diajukan nasabah atau calon nasabah. artinya jika nasabah yang sudah memperoleh informasi secara lengkap kemudian bermaksud melakukan transaksi, petugas *customer service*

c. Sebagai selesman

Artinya *customer service* berfungsi sebagai orang yang menjual produk perbankan sekaligus sebagai pelaksana *cross selling*, menjual

⁷<http://www.kompasiana.com/justariss/etika-dalam-memberikan-pelayanan>: diunduh 17/06/2017, jam.15: 26,

⁸Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada), 2004, h. 182-183

produk artinya menawarkan produk bank kepada setiap calon nasabah yang datang ke bank.

d. Sebagai customer realition officer

Yaitu berfungsi sebagai orang yang dapat membina hubungan baik dengan nasabah, termasuk merayu, membujuk nasabah agar tetap bertahan tidak lari dari bank yang bersangkutan jika mengalami masalah.

e. Sebagai komunikator

Sebagai kominikator, *customer service* berfungsi sebagai orang yang menghubungi nasabah dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungannya antara bank dengan nasabah.

3. Tugas Dan Tanggung Jawab *Customer Service*

a. Tugas *Customer Service*

Jenis Tugas	Detail rincian tugas
Pembukaan, Pemeliharaan, dan Penutupan Rekening	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menerima permohonan pembukaan rekening atau pengkinian data nasabah atau penutupan rekening, serta pemberian atau pencabutan fasilitas. 2. memeriksa kelengkapan dan kebenaran pengisian formulir 3. mengadministrasikan data customer dan pembukaan rekening 4. menyerahkan bukti kepemilikan rekening, kartu yang terkait dengan rekening, bilyet Deposito kepada nasabah. 5. Menerima permintaan pembayaran bunga Deposito. 6. melakukan aktivasi PIN dari kartu yang terkait dengan rekening dan telah diserahterimakan dengan nasabah.

Jenis Tugas	Detail rincian tugas
Pelayanan Informasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan penjelasan atau informasi kepada nasabah mengenai: <ol style="list-style-type: none"> a. Produk dan jasa bank b. Cara pengisian formulir-formulir transaksi bank c. Kurs transaksi, tingkat suku bunga yang berlaku hari ini, serta biaya administrasi. 2. “Cross Selling” produk dan jasa bank
Pelayanan keluhan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menerima keluhan nasabah, mencatat atau mengadministrasikan, meneruskan, dan memonitor ke unit kerja terkait, serta menginformasikan penyelesaian keluhan ke nasabah.
Pelayanan administrasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengarahkan nasabah ke tempat yang sesuai dengan tujuannya 2. melayani nasabah untuk: <ol style="list-style-type: none"> a. Pertanyaan saldo dan mutasi rekening. b. Pengambilan Rekening Koran, Nota Kredit, Nota Debet, buku cek atau BG, SP Deposito, Counter Cek, warkat tolakan kliring, Surat Keterangan Penolakan, dan tolakan inkaso. 3. Melakukan pencetakan buku tabungan 4. memproses permohonan dan pencabutan status blokir, stop bayar, buku hilang.
Pekerjaan administratif	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyiapkan dan mengelola buku tabungan 2. Memonitor persediaan brosur dan slip transaksi 3. Menyimpan kartu yang terkait dengan rekening yang telah dicetak untuk diserahkan kepada nasabah
Pelayanan solusi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggali kebutuhan nasabah atau calon nasabah 2. Memberikan informasi tentang solusi atau layanan kebutuhan nasabah atau calon nasabah melalui: <ol style="list-style-type: none"> a. Pemberian informasi yang jelas dan tepat sesuai kebutuhan nasabah b. Pemberian solusi produk atau layanan bank yang sesuai dengan kebutuhan nasabah. 3. Meneruskan kebutuhan kredit atau investasi kepada unit terkait dengan memastikan proses layanan nasabah berjalan dengan baik

Jenis Tugas	Detail rincian tugas
	<ol style="list-style-type: none"> 4. Memproses layanan bisnis non kredit, baik secara langsung maupun melalui unit lainnya 5. Memproses permintaan produk atau layanan sesuai dengan kebutuhan nasabah, sesuai dengan service level yang ada atau janji kepada nasabah 6. Meneruskan dan memastikan proses permintaan produk atau layanan nasabah ke unit terkait sesuai dengan service level yang ada atau janji kepada nasabah 7. Melayani permintaan atau keluhan nasabah dan aktif menginformasikan nasabah atau unit lain mengenai update status atau solusi 8. Mencarikan alternatif solusi atau melakukan eskalasi atas masalah yang belum bisa diselesaikan serta memastikan bahwa masalah tersebut ditindaklanjuti sampai tuntas 9. Membuat referensi dan konfirmasi saldo berdasarkan permohonan dari nasabah.

Tugas *customer service* tidaklah ringan karena melayani nasabah bukanlah pekerjaan mudah. Pekerjaan ini harus ditekuni dengan penuh kemampuan, cekatan, dan kasabaran. Oleh karena itu, tidak sembarangan orang dapat menjadi *customer service* seperti yang diinginkan perusahaan.

b. Tanggung Jawab *Customer Service*

Dalam menjalankan tugasnya seorang petugas *customer service* bertanggung jawab secara penuh untuk melayani nasabah sehingga nasabah merasakan kepuasannya terhadap hasil kerja petugas tersebut, disamping merasa nyaman dalam berhubungan dengan pihak bank.

Berikut ini secara rinci tanggung jawab petugas *customer service* sebuah bank:

- 1) Pengenalan nasabah
- 2) Pelayanan nasabah
- 3) Kerahasiaan bank dan nasabah
- 4) Keamanan alat-alat identitas *Customer Service*, yaitu User-ID, password, anak kunci cash box dan laci.
- 5) Pelaksanaan tugas yang diberikan oleh atasan, berkaitan dengan kelancaran jalannya operasional cabang.
- 6) Kepatuhan terhadap peraturan perusahaan.

C. Kepuasan Nasabah

1. Pengertian Nasabah

Pelanggan atau nasabah merupakan aset atau kekayaan utama perusahaan karena tanpa pelanggan perusahaan tidak berarti apa-apa. Bahkan sampai ada istilah yang mengatakan “pelanggan adalah raja” yang semua kebutuhan dan keinginannya harus terpenuhi.⁹

Nasabah dapat didefinisikan sebagai orang atau badan hukum yang mempunyai rekening baik rekening simpanan atau pinjaman pada pihak bank. Sehingga nasabah merupakan orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank.¹⁰

Dari kedua hal diatas dapat disimpulkan bahwa pelanggan atau nasabah adalah hal yang paling utama dalam suatu perusahaan atau lembaga keuangan. Tanpa adanya pelanggan atau nasabah di dalam suatu

⁹Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014), h. 334.

¹⁰M Nur Riyanto Al Arif, *Dasar – Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 189

perusahaan maka tidak akan ada yang menggunakan atau memanfaatkan produk yang telah ada di dalam perusahaan.

2. Pengertian Kepuasan Nasabah

Kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa latin “satis” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat sesuatu memadai). Phillip Kotler mendefinisikan kepuasan adalah “*satisfacation is a persons feeling of pleasure or dissapointment resulting from comparring a products perceived performance (or outcome) in relation to her expectation.*”¹¹

Definisi di atas memberikan pengertian kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya.¹² Menurut Wilkie, kepuasan nasabah adalah tanggapan emosional pada evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan. Sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan pelanggan.¹³ dan menurut Nugroho J. Setiadi kepuasan konsumen merupakan fungsi dari dekatnya antara harapan dari pembeli tentang produk dan kemampuan dari produk tersebut.¹⁴

¹¹Phillip Kotler, *Managemen Pemasaran*, diterjemahkan oleh Benyamin Molan, dari judul asli *Marketing Management*, (Jakarta: Prehalind, 2000), h. 42

¹²*Ibid*, h. 42

¹³M Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 193

¹⁴Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, edisi pertama cetakan ke 3, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), h. 29

3. Macam-Macam Kepuasan Nasabah

Berdasarkan persepektif psikologi terdapat 2 macam kepuasan pelanggan yaitu:

a. Model Kognitif

Pada model ini penelitian pelanggan didasarkan pada perbedaan antara suatu kumpulan dari kombinasi atribut yang dipandang ideal untuk individu dan persepsinya tentang kombinasi didasarkan pada selisih atau perbedaan antara yang ideal dengan yang aktual, jadi indeks kepuasan pelanggan dan model kognitif mengukur perbedaan antara apa yang diwujudkan oleh pelanggan dalam membeli suatu produk atau jasa dan apa yang sesungguhnya ditawarkan oleh perusahaan.¹⁵

b. Model Afektif

Dalam model ini penelitian pelanggan individual terhadap suatu produk atau jasa tidak semata-mata berdasarkan pada perhitungan rasional, namun juga berdasarkan kebutuhan subjektif, aspirasi, dan pengalaman. Fokus model afektif lebih dititik beratkan pada tingkat aspirasi, perilaku belajar, emosi, perasaan, spesifik (apresiasi, kepuasan, keengganan), suasana hati.¹⁶

¹⁵Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Ofset, 2008), h. 30

¹⁶*Ibid*, h. 30

4. Konsep Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah yang diberikan bank akan berimbas sangat luas bagi peningkatan keuntungan bank. Atau dengan kata lain, apabila nasabah puas terhadap pembelian jasa bank, maka nasabah tersebut akan:¹⁷

- a. Loyal kepada bank, artinya kecil kemungkinan nasabah untuk pindah ke bank lain dan akan tetap setia menjadi nasabah bank yang bersangkutan.
- b. Mengulang kembali pembelian produknya, artinya kepuasan terhadap pembelian jasa bank akan menyebabkan nasabah membeli kembali terhadap jasa yang ditawarkan secara berulang-ulang.
- c. Membeli lagi produk lain dalam bank yang sama dalam hal ini nasabah akan memperluas pembelian jenis jasa yang ditawarkan sehingga pembelian nasabah menjadi makin beragam dalam satu bank.
- d. Memberikan promosi gratis dari mulut kemulut. Hal inilah yang menjadi keinginan bank karena pembicaraan tentang kualitas pelayanan bank kenasabah lain akan menjadi bukti akan kualitas jasa yang ditawarkan.

Untuk mencapai tujuan seperti diatas, kepuasan nasabah terus meningkat, maka perlu dilakukan atau dilaksanakan hal-hal seperti berikut:¹⁸

¹⁷ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Press, 2014), h. 264

¹⁸ *Ibid.*, h. 265-267

- 1) Memperhatikan pelayanan dari staf bank yang melayani nasabah dengan keramahan, sopan santun serta pelayanan cepat dan efisien. Staf bank disini mulai dari staf paling bawah sampai dengan pimpinan tertinggi di bank tersebut.
- 2) Faktor pendekatan dan kedekatan untuk berinteraksi dengan staf bank tersebut. Nasabah diperlakukan seperti teman lama, sehingga timbul keakraban dan kenyamanan selama berhubungan dengan bank.
- 3) Harga yang ditawarkan. Pengertian harga disini untuk bank, yaitu baik bunga simpanan, maupun bunga pinjaman atau keuntungan dan biaya administrasi yang ditawarkan kompetitif dengan bank lain.
- 4) Kenyamanan dan keamanan lokasi bank, sebagai tempat berinteraksi, dalam hal ini nasabah selalu merasakan adanya kenyamanan baik diluar bank maupun di dalam bank. Nasabah juga tidak merasa was-was bila berhubungan dengan bank.
- 5) Kemudahan memperoleh produk bank. Artinya jenis produk yang ditawarkan lengkap dan tidak memerlukan prosedur yang berbelit-belit atau persyaratan yang memberatkan seperti misalnya dalam hal permohonan kredit.
- 6) Penanganan complain atau keluhan. Artinya setiap ada keluhan atau complain yang dilakukan nasabah harus ditanggapi dan ditangani secara cepat dan tepat.

- 7) Kelengkapan dan kegunaan produk termasuk kelengkapan fasilitas dan produk yang ditawarkan, misalnya tersedianya fasilitas ATM di berbagai lokasi-lokasi strategis.
- 8) Perhatian terhadap nasabah di masa mendatang terutama terhadap pelayanan purna jualnya.

Namun nasabah pun sering kali merasa tidak puas atas pelayanan yang diberikan oleh nasabah. Sebab-sebab timbulnya ketidakpuasan pada nasabah:¹⁹

- a. Tidak sesuai antara manfaat atau hasil yang diharapkan dengan kenyataan atau apa yang didapatoleh konsumen.
- b. Layanan selama proses menikmati jasa tidak memuaskan.
- c. Perilaku personil atau karyawan perusahaan atau bank yang kurang memuaskan atau mengecewakan pelanggan.
- d. Suasana dan kondisi fisik lingkungan tidak menunjang, misalkan *play out* gedung yang tertata rapi.
- e. Biaya terlalu tinggi, misalkan biaya administrasi bulanan yang terlalu di atas bank lain atau tingkat bagihasil yang terlalu memberikan nasabah.
- f. Promosi iklan yang terlalu berlebihan, sehingga sering kali tidak sesuai kenyataan.

¹⁹Muhammad Agung Firsada, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2017) h. 198

5. Indikator Kepuasan Nasabah

Banyaknya bank secara sistematis mengukur kepuasan nasabah dan faktor-faktor yang membentuknya. Bank mengukur kepuasan nasabah secara reguler karena salah satu kunci bagi nasabah adalah kepuasan nasabah. Ketika nasabah menilai kepuasan mereka dengan unsur fasilitas pelayanan yang diberikan bank. Hal ini seperti sarana dan pra sarana yang telah disediakan oleh bank.²⁰

Indikator terhadap kepuasan pelanggan (nasabah) menjadi hal yang sangat penting bagi setiap Bank dan perusahaan. Hal ini dikarenakan langkah tersebut dapat memberikan umpan balik dan masukan bagi keperluan pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan nasabah.²¹

Indikator kepuasan nasabah dapat dilakukan dengan menggunakan empat metode, yaitu:²²

a. Keluhan

Perusahaan yang mendorong nasabah untuk mengungkapkan keluhan mereka. Melalui keluhan perusahaan dapat mempelajari banyak hal. Menurut hasil penelitian nasabah yang merasa tidak puas tetapi tidak mengeluh jarang melakukan pembelian ulang. Namun nasabah yang mengeluh mengeluh dan keluhannya ditangani dengan baik, adalah mereka yang akan kembali lagi untuk membeli.

²⁰*Ibid.*, 203

²¹Agus Sucipto, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Malang: Un-Maliki Pres, 2011), h. 85

²²M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012) h.

b. Telepon bebas pulsa.

Perusahaan menawarkan telepon bebas pulsa untuk nasabah yang ingin mengeluh, sehingga nasabah dapat langsung menghubungi perusahaan melalui media elektronik. Pembicaraan akan terjadi manakala perusahaan menawarkan bantuan untuk mengatasi masalah.

c. Survei

Survei yang bisa diisi langsung oleh konsumen atau berbentuk penelitian pemasaran. Survei langsung yang dijawab nasabah merupakan pertanyaan-pertanyaan pendek

d. Analisis konsumen hilang.

Semua perusahaan pernah kehilangan nasabah mereka, namun yang paling penting adalah mengurangi jumlah nasabah yang hilang, sehingga perlu dilakukan analisa mengapa nasabah hilang, yang dapat dilakukan melalui wawancara dengan nasabah atau melalui survei.

Metode di atas merupakan alat ukur yang dilakukan untuk mengukur tingkat kepuasan nasabah terhadap suatu produk bank. Indikator terhadap kepuasan nasabah menjadi hal yang esensial bagi setiap bank. Hal itu dikarenakan langkah tersebut dapat memberikan umpan balik dan masukan bagi keperluan pengembangan implementasi strategi peningkatan kepuasan nasabah.

Indikator kepuasan nasabah menurut Martila dan James dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut.²³

- 1) Indikator dapat dilakukan secara langsung dengan pertanyaan seperti ungkapan saudara terhadap pelayanan bank pada skala berikut: sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, sangat puas.
- 2) Nasabah diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu fasilitas yang disediakan dan seberapa besar yang mereka rasakan.
- 3) Nasabah diminta untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari bank dan juga diminta untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang mereka rasakan.

²³ Fandy Tjipjono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2008) h. 405

BAB III

PEMBAHASAN

A. Pelayanan Prima Oleh *Customer Service* Terhadap Kepuasan Nasabah

Pada hakikatnya, pelayanan prima bertitik tolak pada usaha-usaha yang dilakukan perusahaan untuk melayani pembeli (pelanggan) dengan sebaik-baiknya, sehingga dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dan memenuhi kebutuhan serta keinginan pelanggan, baik yang berupa produk barang atau jasa.

Pelayanan prima adalah pelayanan terbaik yang diberikan perusahaan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan, baik pelanggan di dalam perusahaan maupun diluar perusahaan.¹

Tujuan pelayanan prima adalah memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan atau masyarakat serta memberikan fokus pelayanan kepada pelanggan.² Bagi perusahaan pelayanan prima bertujuan terhadap kelangsungan hidup perusahaan. Pelayanan prima akan bermanfaat bagi upaya peningkatan kualitas pelayanan pemerintah kepada masyarakat sebagai pelanggan dan sebagai acuan pengembangan penyusunan standar pelayanan.³

¹ Daryanto dan Ismanto Setyobudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, (Yogyakarta : Gava Media , 2014), h. 1

² *Ibid*, h. 108

³ *Ibid*, h. 109

Dalam upaya menetapkan pelayanan prima kepada para pelanggan, ada banyak poin yang wajib diperhatikan dan dilaksanakan, satu diantaranya adalah menjalankan konsep A4, yang terdiri dari :⁴

1. Attitude

Dalam menjalankan konsep pelayanan prima kepada para pelanggan, sikap atau attitude merupakan poin yang utama. Sikap yang ramah dan sabar dalam melakukan pelayanan kepada konsumen, baik itu pelanggan kelas atas atau maupun pelanggan kecil harus diterapkan dengan seimbang. Untuk menciptakan kesan attitude yang baik di mata konsumen, maka para pegawai yang berinteraksi langsung dengan konsumen wajib menggunakan bahasa sopan, cekatan dalam menangani keluhan, dan menjadikan pelanggan sebagai seorang raja.

2. Attention

Attention atau perhatian adalah tindakan untuk memperhatikan keinginan pelanggan serta fokus dalam menciptakan kepuasan konsumen, atensi tersebut dapat diwujudkan dengan berbagai cara, misalnya mencermati karakter konsumen yang datang, memahami kepentingan dan kebutuhan pelanggan, serta mampu memberikan nasihat pelanggan jika diperlukan.

3. Action

Setelah memulai pelayanan dengan *attitude* yang baik serta memperhatikan segala hal yang menjadi keinginan konsumen (*attention*),

⁴ *Ibid*, h. 117-118

maka langkah berikutnya adalah segera melakukan tindakan (*action*) guna mewujudkan apa yang diharapkan oleh konsumen. *Action* yang dilakukan hendaknya memenuhi prinsip cepat, tepat, hemat dan selamat.

4. *Anticipation*

Sebagai *back up* terakhir dan usaha melakukan pelayanan prima kepada para konsumen adalah menyiapkan solusi dari segala kemungkinan yang terjadi dalam bisnis. Hal tersebut dikenal sebagai antisipasi bisnis. Antisipasi yang perlu disiapkan dalam pelayanan prima tentu menyangkut dengan kepentingan konsumen.

Upaya memberikan layanan yang terbaik ini dapat diwujudkan apabila kita dapat menonjolkan kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan dan tanggung jawab yang baik dan terkoordinasi.

Penonjolan kemampuan inilah yang sebenarnya agak membedakan antara konsep pelayanan biasa dengan pelayanan prima, karena tumpuan keberhasilan melaksanakan dan membudayakan pelayanan prima tidak terlepas dari kemampuan seseorang atau kelompok orang untuk melaksanakan layanan secara optimal dengan menggabungkan konsep kemampuan, sikap, penampilan, tindakan, dan tanggung jawab dalam proses pemberian layanan.

Sama juga artinya dengan cara perusahaan memperlakukan pelanggan sepenting mungkin. Karena pelanggan merupakan :⁵

⁵ Suharto Abdul Majid, *Customer Service dalam Bisnis Jasa Transportasi*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2009), h. 59-60

1. Orang yang paling penting bagi perusahaan
2. Pelanggan tidak bergantung pada kita, tetapi kita yang tergantung kepadanya
3. Bagian kunci dari bisnis perusahaan
4. Sumber hidup dari bisnis kita
5. Seseorang yang mengemukakan keinginannya, kewajiban kita lah untuk memenuhi keinginannya.
6. Teman yang mungkin membayar gaji kita tanpa menghiraukan pekerjaan kita
7. Bukan angka atau benda,
8. Bukan seseorang untuk diajak berdebat

Dalam rangka menjaga dan meningkatkan kepercayaan pelanggan, setiap pengusaha perlu menjaga citra positif produk dan perusahaan dimata pelanggannya atau masyarakat umumnya. Citra ini dapat dibangun melalui kualitas produk, kualitas pelayanan, dan jaminan keamanan. Tanpa citra yang positif, kepercayaan yang sedang dan akan dibangun tidak akan efektif.

Untuk meningkatkan citra perusahaan, wirausahawan perlu menyiapkan sumber daya manusia (karyawan) yang mampu menangani keinginan dan kebutuhan pelanggannya. Karyawan yang diharapkan dapat melayani keinginan dan kebutuhan pelanggan adalah *Customer Service* (CS) atau ada juga yang menyebutnya *Services Assisten* (SA).

Customer Service memegang peranan sangat penting sebagai ujung tombak perusahaan dalam menghadapi pelanggan. Dalam dunia bisnis tugas

utama seorang *Customer Service* memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat. *Customer Service* perusahaan dalam melayani para pelanggannya selalu berusaha menarik dengan cara merayu para calon pelanggan menjadi pelanggan yang bersangkutan dengan berbagai cara. *Customer Service* juga harus dapat menjaga pelanggan lama agar tetap menjadi pelanggan perusahaan. Oleh karena itu, tugas *Customer Service* merupakan tulang punggung kegiatan operasional dalam bidang dunia bisnis.⁶

Seorang *Customer Service* harus memiliki dasar-dasar pelayanan yang kokoh pasti akan mampu mengatasi setiap kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun calon pelanggan. Pelayanan yang diberikan akan semakin berkualitas jika setiap *Customer Service* telah dibekali dasar-dasar pelayanan. Berikut ini akan dijelaskan dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami dan dimengerti seorang *Customer Service*.⁷

1. Berpakaian dan Berpenampilan

Pakaian dan penampilan merupakan satu paket yang tidak dapat dipisahkan. Artinya petugas *Customer Service* harus mengenakan baju dan celana yang sepadan dengan kombinasi yang menarik.

2. Percaya diri, Bersikap akrab, dan Penuh dengan senyum

Dalam melayani pelanggan, petugas *Customer Service* harus memiliki rasa percaya diri yang tinggi, serta harus bersikap ramah dan harus murah senyum dengan raut wajah yang menarik pada saat melayani.

⁶ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014), h. 298-299

⁷ *Ibid*, h. 302-304

3. Menyapa dengan lembut

Pada saat pelanggan atau calon pelanggan datang, petugas *Customer Service* harus segera menyapa dan kalau sudah pernah bertemu sebelumnya usahakan menyapa dengan menyebutkan namanya.

4. Tenang, sopan, hormat dan tekun

Usahakan pada saat melayani pelanggan dalam keadaan tenang, tidak terburu-buru, sopan santun dalam bersikap.

5. Berbicara

Berbicara menggunakan bahasa yang baik dan benar. Artinya dalam berkomunikasi dengan pelanggan gunakan bahasa Indonesia yang benar atau bahasa daerah yang benar pula.

6. Bergairah

Dalam melayani pelanggan, seorang *Customer Service* hendaknya menunjukkan pelayanan prima, seolah-olah memang sangat tertarik dengan keinginan dan kemauan pelanggan.

7. Jangan menyela

Pada saat pelanggan sedang berbicara, usahakan jangan menyela pembicaraan. Kemudian, hindarkan kalimat yang bersifat teguran atau sindiran yang dapat menyinggung perasaan pelanggan.

8. Mampu meyakinkan pelanggan

Seorang *Customer Service* harus mampu meyakinkan pelanggan dengan argumen-argumen yang masuk akal. *Customer Service* juga harus mampu memberikan kepuasan atas pelayanan yang diberikannya.

9. Jika tidak sanggup?

Jika ada pertanyaan atau permasalahan yang tidak sanggup dijawab atau diselesaikan oleh *Customer Service*, usahakan meminta bantuan kepala petugas yang mampu.

10. Bila belum dapat melayani?

Bila petugas *Customer Service* belum dapat melayani, beritahukan kapan akan dilayani. Artinya jika pada saat tertentu, petugas *Customer Service* sibuk dan tidak dapat melayani salah satu pelanggan, beritahukan kepada pelanggan tersebut kapan akan dilayani dengan simpatik.

Sebelum *Customer Service* menjalankan tugas nya, *Customer Service* harus memenuhi persyaratan sehingga dapat mengemban tugasnya dengan baik. Berikut ini syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh seorang *Customer Service* :⁸

1. Persyaratan Fisik

Fisik merupakan tampilan yang utama yang dilihat pelanggan. Oleh karena itu, seorang *Customer Service* harus memiliki ciri-ciri fisik yang menarik.

2. Persyaratan Mental

Customer Service harus memiliki perilaku yang baik seperti sabar, ramah, dan murah senyum. Petugas *Customer Service* hendaknya tidak mudah marah atau emosi dan cepat putus asa. *Customer Service* juga harus memiliki rasa percaya diri (*self confidence*) yang tinggi, tidak minder,

⁸ *Ibid*, h. 311-312

mempunyai inisiatif, teliti, cermat, rajin, jujur, serius, hati-hati, dan memiliki rasa tanggung jawab.

3. Persyaratan Kepribadian

Seorang *Customer Service* juga dituntut memiliki kepribadian yang baik, seperti murah senyum, sopan, lemah lembut, simpatik, lincah, energik, menyenangkan, berjiwa bisnis, memiliki rasa humor yang tinggi. Dalam melayani pelanggan, kesan pertama yang mengesankan (*first impression*) perlu ditonjolkan. *Customer Service* juga harus mampu mengendalikan diri (*self control*), tidak mudah marah, tidak terpancing untuk berbuat dan berkata kasar, tidak sabar, dan tidak puas. Kemudian *Customer Service* harus mampu mengendalikan gerakan-gerakan tubuh yang mengesankan serta tidak terpancing untuk berbicara hal-hal yang bersifat negatif.

4. Persyaratan Sosial

Hal lain yang perlu diperhatikan adalah *Customer Service* harus memiliki jiwa sosial yang tinggi dan bijaksana. Di samping itu, seorang *Customer Service* memiliki budi pekerti yang luhur, pandai bergaul, pandai bicara, fleksibel, cepat menyesuaikan diri, dan mudah berkerja sama dengan berbagai pihak.

Untuk melaksanakan tugas sebagai abdi negara atau abdi masyarakat tentunya didasari pada pelayanan yang mengacu pada kepuasan pelanggan atau masyarakat (*customer satisfaction*) yang dilayani. Definisi kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja

(hasil) yang dirasakan dengan harapannya, dengan diasumsikan bahwa kalau kinerja dibawah harapan, pelanggan akan merasa kecewa, kalau kinerja sesuai harapan, pelanggan akan merasa puas, dan kalau kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas. Kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama pelayanan prima. Setiap aparatur pelayanan berkewajiban untuk berupaya memuaskan pelanggannya. Kepuasan pelanggan dapat dicapai apabila aparatur pelayanan mengetahui siapa pelanggannya, baik pelanggan internal maupun pelanggan eksternal. Dengan mengetahui siapa pelanggannya, maka aparatur pelayanan akan dapat mengidentifikasi apa keinginan pelanggan. Dengan demikian maka harapan masyarakat terhadap pelayanan adalah : makin lama makin baik (*better*), makin lama makin cepat (*faster*), makin lama makin diperbarui (*newer*), makin lama makin murah (*cheaper*), dan makin lama makin sederhana (*more simple*).⁹

Customer Service adalah bagian dari *Public Relation* merupakan suatu bagian yang berhubungan langsung dengan pelanggan. *Customer Service* juga sangat mempengaruhi citra baik perusahaan, dan menjalin hubungan baik dengan para pelanggan hingga mencapai kepuasan dan itu adalah kewajiban seorang *Customer Service*. Maka dari itu seorang *Customer Service* harus menerapkan pelayanan prima pada perusahaan, karena pelayanan prima sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan yang diterima oleh pelanggan. Dalam industri jasa, khususnya industri perbankan, kualitas produk yang diukur adalah kualitas layanan. Manajemen harus memahami keseluruhan

⁹ Daryanto dan Ismanto Setyobudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, (Yogyakarta : Gava Media , 2014), h. 110-112

layanan yang ditawarkan dari sudut pandang nasabah. Pelayanan yang terbentuk dari sudut pandang nasabah dapat memberikan nilai lebih terhadap produk yang ditawarkan. Peningkatan kepuasan nasabah yang dilakukan oleh *Customer Service* harus diterapkan dengan menggunakan pelayanan prima. Oleh karena itu hubungan *Customer Service* dengan kepuasan nasabah sangat berkaitan, hal ini dapat terwujud apabila dengan menetapkan Indikator Pelayanan Prima pada bank atau perusahaan jasa lainnya yang harus dijalankan oleh *Customer Service*.

B. Indikator Pelayanan Prima Oleh *Customer Service* Terhadap Kepuasan Nasabah

Indikator pelayanan prima sangat perlu dimiliki dan ditampilkan oleh yang berkerja dalam posisi frontliner atau *Customer Service*. Guna mencapai kepuasan yang ditunjukkan oleh pelanggan kepada kinerja terkhususnya perusahaan. Dapat dikatakan bahwa sebuah perusahaan itu baik jika orang-orang yang berkerja didalamnya dapat melayani dengan baik. Untuk itu jika perusahaan ingin mencapai pelayanan prima, maka pastikan ketika merekrut frontliner atau *Customer Service*, mereka sudah memenuhi paling tidak sepuluh indikator.¹⁰

1. Tampil Ramah

Pegawai perusahaan yang dapat memenuhi pelayanan prima, harus mampu menampilkan keramahan kepada setiap pelanggan. baik pelanggan yang hanya sekedar bertanya atau pelanggan yang membeli. Keramahan

¹⁰ *Ibid*, h. 111

secara tidak langsung akan membuat pelanggan kembali pada perusahaan tersebut. Customer Service di BPR Tata Arta Swadaya sudah ramah terhadap nasabahnya.

2. Tampil sopan dan penuh hormat

Pelanggan tentu saja konsumen dan berarti pelanggan adalah raja. Sedangkan pegawai perusahaan adalah pelayanannya. Untuk itu penting memiliki Indikator berupa menampilkan sopan santun dihadapan pelanggan setiap kali melayani permintaan yang diinginkan. Customer Service di BPR Tata Arta Swadaya sudah bersikap sopan dan hormat kepada nasabahnya.

3. Tampil yakin

Pegawai perusahaan tentu dapat dikatakan memiliki pelayanan prima. Ketika mampu meyakinkan pelanggan terhadap produk atau jasa sebagai bentuk bisnis perusahaan yang dijalankan. meyakinkan pelanggan adalah bagian dari indikator pelayanan prima. Customer Service di BPR Tata Arta Swadaya sudah bersikap yakin dan percaya diri dalam melayani naabahnya.

4. Tampil rapi

Menghadapi pelanggan tentu pegawai perusahaan haruslah selalu tampil rapi. Pelanggan akan merasa puas dan senang ketika orang yang melayani tampil dengan rapi. Customer Service di BPR Tata Arta Swadaya sudah rapi tetapi belum berseragam secara kompak.

5. Tampil ceria

Setiap pelanggan akan merasa senang ketika mampu dilayani dengan penuh keceriaan oleh pegawai perusahaan. Apa jadinya pelanggan harus melihat selalu muka masam ketika datang ke perusahaan. Customer Service di BPR Tata Arta Swadaya selalu melayani dengan rasa hangat dan akrab kepada nasabahnya.

6. Tampil senang memaafkan

Ada kalanya pegawai perusahaan melakukan kesalahan. Jika pegawai perusahaan salah, mudahlah untuk meminta maaf kepada pelanggan. Jika pelanggan yang salah dan meminta maaf, maka berikan dengan mudah maaf tersebut. Customer Service di BPR Tata Arta Swadaya selalu memaafkan nasabahnya apabila ada kesalahan yang dilakukan oleh nasab dan segera memberikan solusi bagi masalahnya tersebut.

7. Senang bergaul

Jadikanlah pelanggan yang datang sebagai teman. Sehingga sedapat mungkin pegawai perusahaan dapat bergaul dalam arti melayani pelanggan seperti melayani teman sendiri. Customer Service di BPR Tata Arta Swadaya selalu berikap akrab dan bersahaja dengan nasabahnya.

8. Senang belajar dari orang lain

Agar semakin baik dalam mengembangkan pelayanan prima maka pegawai perusahaan haruslah mudah belajar. Terus mencari seperti apakah pelayanan prima yang diharapkan perusahaan dan pelanggan. Customer

Service di BPR Tata Arta Swadaya sudah berusaha tidak mengulangi kesalahan apabila ada pelayanan yang bagi nasabah kurang memuaskan.

9. Senang pada kewajaran

Pegawai perusahaan harus berkerja apa adanya tidak melebih-lebihkan dan tidak mengurangi apa yang menjadi tugasnya. Pelanggan lebih senang dilayani dengan apa adanya dan wajar. Tanpa perlu ada kebuluan didalamnya. Customer Service di BPR Tata Arta Swadaya bersikap wajar atas segala hal.

10. Senang menyenangkan orang lain

Pegawai perusahaan harus mampu menyenangkan orang lain, artinya seorang pemberi layanan memiliki sifat personality yang baik sehingga akan memberikan kesan yang baik juga untuk pelanggannya. Customer Service di BPR Tata Arta Swadaya sudah bersikap menyenangkan nasabahnya tetapi dalam proses pelayanannya terlalu lamban sehingga membuat nasabah menunggu lama untuk mendapatkan layanan yang diinginkan.

C. Analisis Indikator Pelayanan Prima pada PT BPR Tata Arta Swadaya Kantor Pusat Kotagajah

Berdasarkan pengamatan yang penulis lihat, bahwa Customer Service di BPR Tata Arta Swadaya Kotagajah dalam melayani nasabah yaitu, harus memiliki 10 indikator pelayanan prima dan standar pelayanan. Indikator yang harus dimiliki Customer Service diantaranya yaitu, tampil ramah, tampil sopan dan penuh hormat, tampil yakin, tampil rapi, tampil ceria, tampil senang memaafkan, senang bergaul, senang belajar dari orang lain, senang pada kewajaran, senang menyenangkan orang lain. Customer Service di BPR Tata Arta Swadaya belum memiliki semua indikator pelayanan prima dalam melayani nasabah, sehingga nasabah pada BPR Tata Arta Swadaya belum merasakan kepuasan atas pelayanan yang diberikan.

Standar pelayanan nasabah di BPR Tata Arta Swadaya Kotagajah yang pertama dalam penampilan diri Customer Service harus rapih, bersih dan mengenakan seragam BPR Tata Arta Swadaya sehingga membuat nasabah tertarik dan terkesan melihat penampilan Customer Service. Selain itu harus mengenakan lengan panjang bagi pria, rambut pendek, mengenakan sepatu formal, tidak tercium bau badan dan bau mulut, untuk wanita mengenakan rok dan baju berlengan panjang, jilbab, menggunakan sepatu hitam, tidak bau mulut dan tidak bau badan. Tetapi berdasarkan pengamatan yang penulis lihat, Seragam yang dikenakan petugas Customer Service BPR Tata Arta Swadaya tidak kompak dan menggunakan warna jilbab yang tidak senada, selain itu juga petugas Customer Service BPR Tata Arta Swadaya tidak menggunakan

sepatu formal atau sepatu hitam melainkan menggunakan sandal pada saat berkerja.

Kedua, nasabah di BPR Tata Arta Swadaya cukup merasa nyaman dan terpuaskan atas pelayanan yang Customer Service berikan, karena dalam pelayanannya Customer Service melayani dengan penuh rasa percaya diri, bersikap akrab seperti sudah mengenal lama nasabahnya, dan penuh rasa senyum dalam melayani.

Ketiga, Customer Service di BPR Tata Arta Swadaya jika ada nasabah yang datang segera disambut dengan rasa hangat, dan menyebutkan nama nasabah sehingga nasabah merasa dihargai dengan kedatangannya.

Keempat, Customer Service dalam melayani nasabah di BPR Tata Arta Swadaya cukup bersikap tenang walaupun banyak pekerjaan yang menumpuk dan sudah mengutamakan nasabah yang datang. Tetapi terkadang petugas Customer Service lamban dalam melayani nasabahnya hal tersebut biasanya dikarenakan Customer Service yang mengabaikan tanggung jawab nya kepada nasabah dan karena jaringan operasional pada komputer yang lemah.

Kelima, Customer Service di BPR Tata Arta Swadaya dalam melayani nasabah sudah menggunakan bahasa yang baik agar dapat dimengerti dan dipahami nasabahnya. Namun mengikuti bahasa yang digunakan oleh nasabahnya, Misalnya nasabah menggunakan bahasa jawa dalam berinteraksi maka Customer Service harus menggunakan bahasa jawa.

Seiring berkembangnya zaman, nasabah tidak lagi hanya mengukur kualitas bank berdasarkan produk-produk yang ditawarkan, melainkan

seberapa baik pelayanan yang diberikan. Sebagai lembaga keuangan yang harus bertahan ditengah ketatnya persaingan yang ada dengan memberikan kualitas pelayanan khusus yang dapat menjadi keunggulan serta meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah.

Dalam dunia perbankan, nasabah merupakan elemen yang sangat penting untuk menentukan kesuksesan bank. Pada era globalisasi saat ini, perusahaan dihadapkan pada persaingan yang sangat ketat, baik pada perusahaan jasa maupun perusahaan manufaktur. Persaingan tidak hanya terjadi diarea domestik, namun juga diwilayah internasional. Dalam menghadapi persaingan tersebut, perusahaan harus berusaha sebaik mungkin untuk mempertahankan kepuasan dan loyalitas nasabah, agar nasabah tersebut tidak tertarik untuk menggunakan layanan atau produk yang ditawarkan oleh perusahaan lain.

Selain memerlukan kualitas pelayanan yang baik, perusahaan jasa juga harus memiliki SDM yang berkualitas, seperti petugas Customer Service nya. Petugas Customer Service sangat berperan penting dalam pelayanan, karena petugas Customer Service yang melayani nasabah secara langsung. Maka dari itu petugas Customer Service harus memahami dasar-dasar pelayanan dan persyaratan petugas Customer Service yang telah dijelaskan sebelumnya.

Pelayanan yang baik sangat berkaitan erat dengan SDM yang baik tetapi kedua hal tersebut belum lengkap, untuk mencapai kepuasan nasabah pada suatu perusahaan jasa atau lembaga keuangan seperti bank tentunya sangat memerlukan indikator-indikator pelayanan prima. Setiap perusahaan

jasa wajib memiliki indikator pelayanan prima karena indikator pelayanan prima sangat mempengaruhi bagaimana pelayanan yang akan diberikan perusahaan kepada nasabah agar nasabah merasa puas dengan produk atau jasa yang ditawarkan, dapat menciptakan kepercayaan nasabah atas produk atau jasa yang ditawarkan, dan dapat menjadikan nasabah tersebut sebagai nasabah tetap.

Kepuasan nasabah adalah tujuan dari setiap perusahaan dalam bidang jasa, maka dari itu pentingnya pelayanan prima dan yang melayani sangat berperan penting. Perusahaan harus mampu menciptakan Sumber Daya Manusia yang berkualitas sehingga dapat memenuhi standar yang telah ditentukan pada setiap perusahaan jasa tersebut.

Pelayanan Prima yang dilakukan Customer Service terhadap kepuasan nasabah itu sangatlah penting bagi operasional bank itu sendiri. dapat dikatakan bahwa Customer Service adalah ujung tombak perusahaan jasa terutama perbankan karena memiliki andil yang cukup besar untuk mempengaruhi kualitas pelayanan yang diberikan. selain itu juga, Indikator-Indikator dari pelayanan prima yang memiliki pengaruh sangat signifikan terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah yang selanjutnya wajib dikembangkan oleh bank yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisa pada pembahasan, dapat disimpulkan bahwa memberikan pelayanan prima untuk kepuasan nasabah merupakan hal yang sangat penting yang harus diterapkan oleh perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Pelayanan prima merupakan pelayanan terbaik oleh petugas customer service kepada nasabah sehingga nasabah akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

Untuk mewujudkan pelayanan terbaik yang dilakukan Customer Service terhadap kepuasan nasabah adalah menerapkan indikator-indikator pelayanan prima. antara lain sebagai berikut, petugas Customer Service harus tampil ramah, tampil sopan, tampil yakin, tampil rapi, tampil ceria, tampil senang memaafkan, senang bergaul, senang belajar dari orang lain, senang pada kewajaran, senang menyenangkan orang lain.

B. Saran

Saran yang dapat penulis sampaikan pada tugas akhir ini adalah sebafei berikut :

1. Hendaknya semua karyawan harus melayani secara mendalam melalui pendidikan dan pelajaran secara khusus sebelum terjun kelapangan. Dengan memahami dasar-dasar pelayanan ini diharapkan pelayanan yang

diberikan benar-benar prima dan optimal. Dan dalam melayani nasabah sebaiknya petugas bank mampu memahami dan mengerti akan sifat-sifat masing-masing nasabahnya. Hal ini disebabkan setiap nasabah memiliki sifat-sifat berbeda. Namun secara umum, setiap nasabah memiliki keinginan yang sama, yaitu ingin dipenuhi keinginan dan kebutuhannya serta selalu ingin diperoleh perhatiannya.

2. Hendaknya semua karyawan dapat menerapkan indikator-indikator pelayanan prima untuk mendapatkan tingkat kepuasan nasabah, serta menjadikan nasabah loyal maka dengan sendirinya akan memberikan pertumbuhan dan peningkatan profitabilitas, sehingga kredibilitas bank mendapat nilai tambah yaitu dengan mendapat kepercayaan dari nasabah sehingga nasabah enggan untuk pindah ke bank lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdur Rahmat Fathoni. *Medologi Penelitian Dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: PT: Rineka Cipta. 2011.
- Agus Sucipto. *Studi Kelayakan Bisnis*. Malang: Un-Maliki Pres, 2011
- Alex Sobur. *Analisis Teks Media*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004.
- Ani Fitriyani. “Makalah Pelayanan Prima “. dalam [www. aannfitriyani. blogspot. co. id](http://www.aannfitriyani.blogspot.co.id) di unduh pada 11 September 2017.
- Arifin. *Modul Teori dan Aplikasi Analisi Wacana*. Simgaraja: Undiksha. 2012.
- Burhan Bungin. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Public Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana, 2005. eds. 2.
- Daryanto dan Ismanto Setyobudi. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta : Gava Media , 2014 .
- Fandi Tjiptono. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Ofset, 2008.
- IBI Ikatan Bankir Indonesia. *Mengelola Kualitas Pelayanan Perbankan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014.
- Kasmir. *Dasar Dasar Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pers, 2010.
- . *Etika Customer Service*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004.
- . *Kewirausahaan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014.
- . *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Rajawali Press, 2014
- Lexy J. Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung:PT Remaja Rosdakarya. 2011.
- M Nur Rianto Al Arif. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Masri Singarimbun & Sofian Efendi. *Metodelogi Penelitian Surve*. Jakarta: LP3ES, 1989.
- Muhamad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2008.

Muhammad Agung Firsada. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta, 2017

Nugroho J. Setiadi. *Perilaku Konsumen*. edisi pertama cetakan ke 3. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008.

Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran Jilid Satu Dan Dua*. Jakarta : PT Pabelan Surakarta, 1997.

----- . *Managemen Pemasaran*. diterjemahkan oleh Benyamin Molan. dari judul asli *Marketing Management*. Jakarta: Prehalind, 2000.

Suharto Abdul Majid. *Customer Service dalam Bisnis Jasa Transportasi*. Jakarta : Rajawali Pers, 2009.

Suraya Murcitaningrum. *Pengantar Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Prudent Media, 2013.

[http: //www. kompasiana. com/justariss/etika-dalam-memberikan-pelayanan:](http://www.kompasiana.com/justariss/etika-dalam-memberikan-pelayanan)
diunduh 17/ 06/2017. jam. 15: 26.

LAMPIRAN-LAMPIRAN



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

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

Nomor : B-483/In.28/FEBI/PP.00.9/07/2017

03 Mei 2017

Lampiran :-

Perihal : **Pembimbing Tugas Akhir**

Kepada Yth:
Siti Zulaikha, S.Ag.,MH
di - Metro

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

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

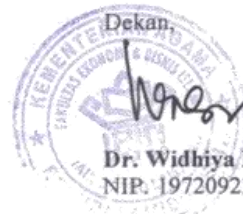
Nama : Rita Isantika
NPM : 14123328
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : D3-Perbankan Syariah (D3-PBS)
Judul : Penerapan Pelayanan Prima Oleh Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah

Dengan ketentuan :

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

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

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.



Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum
NIP. 197209232000032002



**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-1350/In.23/S/CT.01/12/2017

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

Nama : Rita Isantika
NPM : 14123328
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / D3 Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2017 / 2018 dengan nomor anggota 14123328.

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, 22 Desember 2017
Kepala Perpustakaan

Drs. Mokhtawal Sudin, M.Pd.
NIP. 195809311981031001







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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR


Nama : Rita Isantika Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/D-III PBS
 NPM : 14123328 Semester/TA : VI / 2017

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	20/ 2017 7	awal diskusi, se penyempaan hrs pendahuluan Gibah Ctt formul berikutnya hrs di bentuk ctt tbt	
	31/ 2017 7	Acc outline lanjutan	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

Hj. Siti Zulaikha, S.Ag, MH
 NIP. 19720611 199803 2 001


Rita Isantika
 NPM. 14123328



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : Rita Isantika
 NPM : 14123328

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/D-III PBS
 Semester/TA : VI / 2017

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	1/8 2017	<p>LBM → kurang fokus, boleh di beri control kons fby pelayanan - bertanggung penulisan dicontrol pd klibatan - Metode pen. lihat fby pen. pustaka - semua Babada dan pelajari ctt di dlu. - to lain menemani leau -</p>	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

Hj. Siti Zulaikha, S.Ag, MH
 NIP. 19720611 199803 2 001

Rita Isantika
 NPM. 14123328



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : Rita Isantika
 NPM : 14123328

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/D-III PBS
 Semester/TA : VI / 2017

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	21/ 2017 8	di latar belakang masalah boleh & gambaran Gth trans fungsi pelayanan prima kepada nasabah cibuat eff di dlm	

Dosen Pembimbing,

Hj. Siti Zulaikha, S.Ag, MH
 NIP. 19720611 199803 2 001

Mahasiswa Ybs,

Rita Isantika
 NPM. 14123328





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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47298; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : Rita Isantika
 NPM : 14123328


Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/D-III PBS
 Semester/TA : VI / 2017

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	4/9/2017	Perbaiki semua penulisan footnote dan size seperti corn lihat buku pedoman	
	13/9/2017	acc GB I - II Lanjutan bab III beni cover	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

Hj. Siti Zulaikha, S.Ag, MH
 NIP. 19720611 199803 2 001


Rita Isantika
 NPM. 14123328





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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : Rita Isantika
 NPM : 14123328


Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/D-III PBS
 Semester/TA : VI / 2017

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	16/10 2017	Lampiran Bab 4 sebelumnya - off 2 sebelumnya - outline	
	18/10 2017	Lihat catatan di akhir masalah analisis penulis terdapat 1. di dalam yg terdapat di tuliskan /jelaskan atsmg.	

Dosen Pembimbing,

Hj. Siti Zulaikha, S.Ag, MH
 NIP. 19720611 199803 2 001

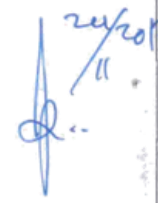



Mahasiswa Ybs,


Rita Isantika
 NPM. 14123328

 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM Jl. Ki Hajar Dewantara, Kota Metro Telp. 0725-41507	No. Dokumen	-
	No. Revisi	-
	Tgl. Berlaku	-
	Halaman	-
FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR		

Nama : Rita Isantika
NPM : 14123328

Fakultas / Jurusan : FEBI / D3 PBS
Semester / TA : VII / 2017-2018

No	Hari / Tanggal	Pembimbing	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	20/2017 //		ACC bab III lanjutan bab IV yang meliputi secara keseluruhan.	 20/2017
	4/2017 /12		Diperbaiki absorde kata pengantar, perubahan dll lihat off	
	6/2017 /12		Perbaiki cover dll → selesai hari ini juga	
	13/12 2017		acc di ujikan	

Dosen Pembimbing

Mahasiswa Ybs.

Hj. Siti Zulaikha, S.Ag, MH
NIP. 19720611 199803 2 001

Rita Isantika
NPM. 14123328

RIWAYAT HIDUP



Rita Isantika, lahir di Kotagajah tanggal 15 September 1996. Merupakan buah hati dari pasangan Bapak Joko Supriyanto dan Ibu Narwati. Menyelesaikan pendidikan di Sekolah Dasar Negeri 02 Kotagajah kemudian melanjutkan Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 02 Kotagajah dan merupakan alumni dari Sekolah Menengah Atas Madrasah Aliyah maarif 9 Kotagajah. Pada tahun 2014 melanjutkan Studi Program Diploma Tiga (DIII) Perbankan Syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro .Kesibukanya di sela-sela kuliah, ia mengikuti organisasi kampus yaitu Dewan Mahasiswa Perbankan Syariah (DEMA-PBS).