

**IMPLEMENTASI *SERVICE EXCELENT* PADA PT. BANK
BRISYARIAH KCP BATU DI TINJAU DARI KEPUASAN
PELANGGAN**

TUGAS AKHIR



Oleh

**SHINTESA SASTRAWAN SAKTI
NIM : 15530002**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA TIGA (D-III) PERBANKAN
SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2018**

**IMPLEMENTASI *SERVICE EXCELENT* PADA PT. BANK
BRISYARIAH KCP BATU DI TINJAU DARI KEPUASAN
PELANGGAN**

TUGAS AKHIR

Diajukan Kepada ;
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Ahli Madya (A.Md)



Oleh
SHINTESA SASTRAWAN SAKTI
NIM : 15530002

**PROGRAM STUDI DIPLOMA TIGA (D-III) PERBANKAN
SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2018**

LEMBAR PERSETUJUAN

**IMPLEMENTASI SERVICE EXCELENT PADA PT. BANK
BRISYARIAH KCP BATU DI TINJAU DARI KEPUASAN
PELANGGAN**

Oleh

SHINTESA SASTRAWAN SAKTI
NIM : 15530002

Telah disetujui pada tanggal 06 Juni 2018

Dosen Pembimbing,



Fani Firmansyah, SE.,MM
NIP. 19770123 200912 1001

Mengetahui :

Ketua Program Studi Diploma Tiga (D-III) Perbankan Syariah



Irmayanti Hasan, ST., MM
NIP. 19770506 200312 2001

LEMBAR PENGESAHAN
IMPLEMENTASI *SERVICE EXCELENT* PADA PT.
BANK BRISYARIAH KCP BATU DI TINJAU DARI
KEPUASAN NASABAH

TUGAS AKHIR

Oleh
SHINTESA SASTRAWAN SAKTI
NIM : 15530002

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Ahli Madya (A.Md)
Pada 10 Juni 2018

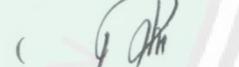
Susunan Dewan Penguji:

1. Ketua
Dr. H. Achmad Sani Supriyanto, SE., M.Si
NIP. 19720212200312 1 003
2. Dosen Pembimbing/Sekretaris
Fani Firmansyah, SE., MM
NIP. 19770123200912 1 001
3. Penguji Utama
H. Aunur Rofiq, Lc., M.Ag., Ph.D.
NIP. 19670928 200003 1 001

Tanda Tangan

()

()

()

Disahkan Oleh:
Ketua Program Studi
Diploma Tiga (D-III) Perbankan Syariah



Irmayanti Hasan, ST., MM
NIP 197705062003122001

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Shintesa Sastrawan Sakti
NIM : 15530002
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/D-III Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa “**Tugas Akhir**” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada program studi diploma tiga (D-III) Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul :

IMPLEMENTASI *SERVICE EXCELENT* PADA PT. BANK BRISYARIAH KCP BATU DI TINJAU DARI KEPUASAN PELANGGAN

Adalah hasil karya saya sendiri, bukan “**duplikasi**” dari karya orang lain, Selanjutnya apabila dikemudian hari ada “**klaim**” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa adanya paksaan dari siapapun.

Malang, 25 Juni 2018

Hormat saya,



Shintesa Sastrawan Sakti

NIM : 15530002

PERSEMBAHAN



**Karya kecil ini kupersembahkan untuk Bapak dan
Ibuk Tercinta,
Masti Rahardjo & Sudarminingsih**

MOTTO

Kurang cerdas dapat diperbaiki dengan belajar, kurang cakap dapat dihilangkan dengan pengalaman. Namun tidak jujur sulit diperbaiki

(Bung Hatta)



KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirahim

Segala puji dan syukur penulis panjatkan syukur kepada Allah SWT karena atas segala rahmat, taufik dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini, sehingga kewajiban sebagai mahasiswa Program Studi D-III Perbankan Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dapat terpenuhi.

Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW. Kepada keluarganya, sahabatnya dan kita semua selaku umatnya mendapatkan syafaat di hari kiamat nanti.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang telah membantu, membimbing dan memotivasi sehingga mampu menyelesaikan tugas akhir ini. Ucapan terimakasih, saya tujukan kepada :

1. Prof. Dr. Abdul Haris, M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ibu Irmayanti Hasan, ST. MM, selaku Kepala Jurusan Program Studi Diploma Tiga (D-III) Perbankan Syariah.
4. Bapak Fani Firmansyah, SE., MM, selaku dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan arahan dalam menyelesaikan penulisan laporan ini.

5. Dr. H. Achmad Sani Supriyanto, SE., M.Si, selaku dosen Penguji Utama Tugas Akhir.
6. H. Aunur Rofiq, Lc., M.Ag., Ph.D, selaku dosen Penguji kedua Tugas Akhir.
7. Orang tua tercinta, bapak Masti Rahardjo dan ibu Sudarminingsih, karena dengan semangat motivasi dan doanya penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini.
8. Pimpinan Cabang PT. Bank BRISyariah KCP Batu bapak Rahmat Wibioso yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian di PT. Bank BRISyariah KCP Batu.
9. Segenap Staff dan Karyawan PT. Bank BRISyariah KCP Batu yang sudah mau menjadi responden dari penelitian ini.
10. Teman-teman dan Sahabati-sahabati yang telah memberikan dukungan dan membantu dalam menyelesaikan penulisan Tugas Akhir ini.

Sebagai penutup, penulis berharap semoga dengan adanya laporan yang masih jauh dari kesempurnaan ini bermanfaat bagi banyak pihak dan menjadi tambahan studi siapapun di kemudian hari.

Malang, Juni 2018

Penyusun,

Shintesa Sastrawan S.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPEL DEPAN	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK (Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris dan Bahasa Arab)	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Rumusan Masalah	9
1.3.Tujuan Masalah	9
1.4.Manfaat Penelitian	10
1.5.Batasan	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1.Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu	12
2.2.Kajian Teoritis	14
2.2.1. Peran Pelayanan Prima (<i>Service Excelent</i>)	14
2.3.Kerangka Berfikir	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1.Jenis dan Pendekatan Penelitian	35
3.1.1 Jenis Penelitian	35
3.1.2.Pendekatan Penelitian	35
3.2.Lokasi Penelitian	36
3.3.Subjek Penelitian	37
3.4.Data dan Jenis Data	37
3.5.Teknik Pengumpulan Data	40
3.6.Analisa Data	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
4.1.Paparan Data Hasil Penelitian	45
4.1.1.Latar Belakang PT. Bank BRISyariah	45
4.1.2. Visi, Misi dan Motto PT. Bank BRISyariah	45
4.1.3.Struktur Organisasi PT. Bank BRISyariah KCP Batu	47
4.1.4. <i>Job Description</i>	47
4.1.5.Lokasi PT. Bank BRISyariah KCP Batu	50
4.2.Pembahasan Hasil Penelitian	51
4.2.1.Penerapan <i>Service Excelent</i> pada PT. Bank BRISyariah KCP Batu	51
1. Penerapan <i>Service Excelent</i> (Pelayanan Prima)	51
2. Analisis	62

BAB V PENUTUP	64
5.1.Kesimpulan	64
5.2.Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Berfikir 34
Gambar 4.4. Struktur Organisasi PT. Bank BRISyariah KCP Batu 47



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang	13
Tabel 2.2. Karakter Produk dan Jasa Pelayanan	25
Tabel 2.2. Prinsip dan Titik Perhatian Pelayanan	26



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Peneliti

Lampiran 2 Surat Keterangan Penelitian dari Tempat Penelitian

Lampiran 3 Bukti Konsultasi

Lampiran 4 Hasil Wawancara dengan *Costumer Service*

Lampiran 5 Hasil Wawancara dengan Nasabah

Lampiran 6 Dokumentasi Wawancara



ABSTRAK

Sakti Sastrawan Shintesa 2018, Tugas Akhir. Judul : Implementasi *Service Excelent* Pada PT. Bank BRISyariah KCP Batu Di Tinjau Dari Kepuasan Pelanggan.

Pembimbing : Fani Firmansyah, SE., MM

Kata Kunci : *Service Excelent, Costumer Service, A6*

PT. Bank BRISyariah berawal dari akuisisi PT. Bank Rakyat Indonesia (persero), Tbk,. Dalam kegiatan operasionalnya PT Bank BRISyariah KCP Batu di tuntut untuk meningkatkan kualitas pelayanannya agar nasabah tidak merasa kecewa. Jika di lihat dari persaingan industri perbankan khususnya di kota Batu, BRI Syariah memiliki citra yang baik, sehingga diharapkan kedepannya BRI Syariah lebih dapat meningkatkan pelayanannya dan menjaga kualitas pelayanan yang diberikan, agar tetap menjadi bank yang terpercaya. Kepercayaan terbentuk dari pengalaman yang lalu dan interaksi sebelumnya. Kepercayaan terjadi ketika suatu kelompok percaya bahwa tindakan kelompok lain akan memberikan hasil yang positif baginya. Pelayanan prima adalah kepedulian kepada pelanggan dan memberikan pelayanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian empiris, maka pendekatan ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan penelitian kualitatif adalah tampilan yang berupa kata-kata lisan atau tertulis yang di cermati oleh penulis dan benda-benda yang diamati sampai detailnya agar dapat di tangkap makna yang tersirat dalam dokumen atau bendanya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Bank BRISyariah KCP Batu telah melakukan beberapa strategi guna untuk melayani nasabah agar nasabah merasa puas dan nyaman. Strategi ya digunakan yaitu dengan memakai teori A6 menurut Barata yang meliputi *Ability* (Kemampuan), *Attitude* (Sikap), *Apperance* (Penampilan), *Attention* (Perhatian), *Action* (Tindakan/Ucapan), *Accountability* (Tanggung Jawab).

ABSTRACT

Sakti Sastrawan Shintesa 2018, Final Project. Title: The Implementation of Service Excellent at PT. Sharia BRI Bank of KCP Batu reviewed from Customer Satisfaction.

Supervisor: Fani Firmansyah, SE., MM

Keywords: Service Excellent, Costumer Service, A6

PT. Sharia BRI Bank came from the acquisition of PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk . In its operational activities, PT. Sharia BRI Bank of KCP Batu is demanded to improve the quality of service, so that customers do not feel disappointed. If seen from the competition of the banking industry especially in Batu city, sharia BRI has a good image, so it is expected that in the future BRI Syariah can improve its service and keep the quality of service provided, in order to remain a trusted bank. Trust is formed from past experience and previous interactions. Trust occurs when a group believes that the actions of the other group will produce positive results. Excellent service is customer care and providing the best service to facilitate the needs fulfillment easily.

The type of research used empirical research; the approach used a qualitative approach. Qualitative research approach was a display in words spoken or written that was observed by the Researcher and objects were observed in detail in order to catch the implied meaning in the document or the object.

The research results showed that PT. Sharia BRI Bank of KCP Batu has made several strategies to serve customers to be felt satisfied and comfortable. The strategy used A6 theory according to Barata which included Ability, Attitude, Appearance, Attention, Action, Accountability

ملخص البحث

ساكتي سستراوان صينتيسا ٢٠١٨ ، البحث الجامعي . العنوان: تنفيذ الخدمة الممتازة (*Service*) *Excelent* على شركة بنك ركيات إندونيسيا الشريعة للمكتب الفرعي باتو المراجعة من رضا العملاء.

الإشراف: فاني فيرمونشة، الماجستير

الكلمات الرئيسية: ممتازة خدمة ، خدمة العملاء ، A6

شركة بنك ركيات إندونيسيا الشريعة تبدء لشركة بنك ركيات اندونيسيا (*persero*) *Tbk* ، في عملياتها، شركة بنك ركيات إندونيسيا الشريعة للمكتب الفرعي باتو تتطلب لتحسين نوعية الخدمة بحيث الزبائن لا يشعر بخيبة أمل. إذا نظرت بالتنافسية للصناعة المصرفية ، خاصة في مدينة باتو، بنك ركيات إندونيسيا الشريعة لديه صورة جيدة، لذلك يتوقع المستقبل بنك ركيات إندونيسيا الشريعة يمكن أن يحسن الخدمات والحفاظ على جودة الخدمات. تكوين الثقة من الخبرة السابقة والتفاعلات السابقة. تحدث الثقة عندما تعتقد المجموعة أن تصرفات المجموعة الأخرى ستنتج عنها نتائج إيجابية. الخدمة الممتازة هي رعاية العملاء وتوفير أفضل الخدمات لتسهيل الاحتياج

النوع البحث هو البحث التجريبي ، استخدم هذا النهج نهجًا نوعيًا. منهج البحث النوعي هو أن نرى أن شكل كلمات منطوقة أو مكتوبة التي نظرت بالباحث والأشياء تفاصيلها لان تقبض المعنى في المستند أو كائن.

دلت النتائج أن شركة بنك ركيات إندونيسيا الشريعة استخدمت إستراتيجيات لخدمة العملاء بحيث يشعر العملاء بالرضا والراحة. استراتيجية المستخدمة هي باستخدام نظرية A6 وفقا لباراتا التي تغطي القدرة (*Ability*)، الموقف (*Attitude*)، المظهر (*Apperance*)، اهتمام (*Attention*)، العمل (*Action*)، المساءلة (*Accountability*)

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Dunia perbankan saat ini, semakin disadari bahwa pelayanan dan kepercayaan pelanggan atau nasabah merupakan satu kesatuan yang sulit dipisahkan dan merupakan sebuah aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis untuk memenangkan persaingan. Persaingan dunia perbankan yang sangat ketat saat ini tidak dapat dihindari lagi, namun agar suatu bank dapat diterima oleh nasabah harus mampu membuat nasabah percaya dengan bank tersebut. Perilaku nasabah terhadap bank sering berubah sehubungan dengan karakter yang dimiliki oleh nasabah.

Kualitas dan layanan pelanggan dapat juga memberikan menimbulkan rintangan masuk yang lebih tinggi bagi pesaing (Wijaya, 2011; 24). Jadi, sekarang ini banyak perusahaan yang menawarkan suatu Pelayanan Prima bagi para pelanggannya. Pelayanan prima adalah pelayanan yang terbaik yang diberikan kepada pelanggan, baik pelanggan internal maupun eksternal berdasarkan standard dan prosedur pelayanan (Suwithi, 2008; 31). Hal tersebut juga diperkuat pernyataan dalam Tjiptono (2007; 103) bahwa karakteristik organisasi yang memiliki iklim jasa kuat meliputi fokus kepemimpinan pada sasaran dan perencanaan jasa/layanan; *recognition* dan *rewards* bagi *service excellence*; setiap *service deliverers* mendapatkan dukungan internal dari pihak lain terkait; tersedia alat dan peralatan yang memadai untuk menunjang penciptaan kualitas jasa; rekan

kerja kompeten; dan terbentuknya keyakinan bahwa jasa yang disampaikan berkualitas tinggi (Lytle, Hom & Mokwa, 1998)

Memberikan pelayanan prima sebagai usaha untuk mencapai kepuasan dan loyalitas pelanggan, pihak produsen jasa dapat berpedoman pada variabel pelayanan prima (*service excellence*) yang dijelaskan oleh beberapa penulis. Menurut Barata (2004; 31) pelayanan prima (*service excellence*) terdiri dari 6 unsur pokok, antara lain: kemampuan (*Ability*), sikap (*Attitude*), penampilan (*Appearance*), perhatian (*Attention*), tindakan (*Action*), dan tanggung jawab (*Accounttability*).

Menurut Zemke, et.all (1989) dalam Arief (2007;121), bahwa persepsi pelanggan mengenai kualitas pelayanan adalah membandingkan harapan mereka atas suatu pelayanan dengan kenyataan pengalaman yang mereka dapatkan atas pelayanan.

Kepercayaan adalah keinginan satu pihak untuk mendapatkan perlakuan dari pihak lainnya dengan harapan bahwa pihak lainnya akan melakukan tindakan penting untuk memenuhi harapan tersebut, terlepas dari kemampuannya untuk memonitor atau mengontrol pihak lain (Mayer, Davis dan Schoorman, 1995).

Pendapat Zur, *et al.* (2012) menyatakan bahwa kepercayaan konsumen dinyatakan sebagai komponen penting untuk menjaga hubungan yang berkelanjutan diantara semua pihak yang terlibat dalam bisnis. Melalui kepercayaan yang terbangun diantara berbagai pihak yang terlibat dalam bisnis

memungkinkan bisnis bisa terjalin dengan lebih intensif mengingat masing-masing pihak memiliki kepercayaan untuk bisa memenuhi tanggung jawabnya.

Dunia perbankan menyadari betapa pentingnya memperoleh dan mempertahankan kepercayaan nasabah bagi keberhasilan bisnis bank. Perbankan berlomba-lomba menunjukkan sikap lebih menghargai nasabah dan mengembangkan pelayanan yang unggul. Kepuasan nasabah semakin diyakini sebagai kunci sukses pemasaran jasa bank. Oleh karena itu, upaya kalangan perbankan untuk memperoleh kepercayaan nasabah diwarnai oleh fenomena persaingan yang makin ketat dalam era kedaulatan konsumen ini (Wahjono, 2010; 178). Hal tersebut diperkuat oleh pendapat Akbar dan Parvez (2009) bahwa diperlukan sebuah kepercayaan untuk bisa membangun hubungan yang stabil dan hubungan yang menyeluruh diantara berbagai pihak yang terlibat interaksi.

Jadi kepercayaan pelanggan mempunyai dampak positif bagi perusahaan karena dapat menciptakan loyalitas pelanggan, sehingga mengakibatkan perusahaan mempunyai citra yang baik dimata masyarakat umum dan juga pelanggan perusahaan tersebut. Dari citra perusahaan yang baik, perusahaan dapat menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama. Untuk mewujudkan kepercayaan pelanggan secara menyeluruh memang tidak mudah, apalagi yang dihadapi saat ini tidak sama dengan pelanggan beberapa tahun lalu.

Sukses yang besar yang diperoleh suatu perusahaan ialah mendapatkan pelanggan, bukan penjualannya itu sendiri. Setiap barang dapat saja dijual untuk satu kali kepada seorang pembeli, akan tetapi sebuah perusahaan dikatakan

sukses, kalau bisa meningkatkan jumlah pelanggannya yang membeli berulang kali (Pendit, 2004; 75-76). Perusahaan-perusahaan terdorong untuk melakukan berbagai cara untuk dapat bertahan dalam persaingan usaha yang semakin ketat, tidak terkecuali dalam perusahaan perbankan. Dari definisi sesuai dengan UU No. 10 Tahun 1998 dapat disimpulkan bahwa bank mempunyai 3 fungsi yaitu: (1) menghimpun dana masyarakat; (2) menyalurkan dana kepada masyarakat; (3) memberikan jasa lalu lintas pembayaran dan peredaran uang atau dikenal dengan jasa perbankan.

Perusahaan perbankan menyediakan produk-produk antara lain; deposito, Giro, Tabungan, kredit, dan berbagai produk lain diantaranya: transfer uang, penerimaan pembayaran tagihan-tagihan, seperti tagihan listrik, tagihan air, tagihan telepon sampai pembayaran iuran sekolah. Dengan banyaknya perusahaan perbankan yang berlomba-lomba menawarkan berbagai variasi jasa kepada para pelanggan atau nasabah, membuat masyarakat sebagai pengguna jasa kini semakin selektif dalam memilih bank untuk menipkan dana yang dimiliki untuk menghindari resiko kehilangan dana akibat buruknya kinerja suatu bank.

Diberikannya kualitas pelayanan yang baik akan menumbuhkan variabel kepercayaan yang menjadi faktor kunci bagi bank-bank untuk memenangkan persaingan. Bisnis perbankan merupakan bisnis jasa yang berdasar pada asaz kepercayaan yang didukung keunggulan produk, serta pelayanan yang diberikan (Parasuraman, Ziethaml, dan Berry, 2005). Pernyataan tersebut didukung oleh UU-RI No. 10/1998 tentang Perbankan dalam pasal 29 dikatakan bahwa “Mengingat bank terutama bekerja dengan dana dari masyarakat yang disimpan pada bank atas

dasar kepercayaan, setiap bank perlu terus menjaga kesehatannya dan memelihara kepercayaan masyarakat padanya”. Oleh karena itu, diharapkan melalui kegiatan pokok di bank dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat. Untuk dapat meningkatkan taraf hidup rakyat, tentu diperlukan modal kepercayaan masyarakat dan kepercayaan ini akan diberikan hanya kepada bank yang menurut mereka dapat memenuhi kebutuhannya dan memberikan pelayanan yang terbaik.

PT. Bank BRISyariah berawal dari akuisisi PT. Bank Rakyat Indonesia (persero), Tbk., Terhadap Bank Jasa Arta tanggal 19 Desember tahun 2007 dan setelah mendapatkan izin dari Bank Indonesia (BI) pada tanggal 16 Oktober tahun 2008 melalui surat Nomor : 10/67/KEP.GBI/DpG/2008, pada tanggal 17 November tahun 2008 PT. Bank BRISyariah resmi beroperasi.

Aktifitas BRISyariah semakin kokoh setelah pada tanggal 19 Desember 2008 ditandatanganinya akta pemisahan Unit Usaha Syariah PT. Bank Rakyat Indonesia (persero), Tbk., Untuk melebur ke dalam PT. Bank BRISyariah (spin off process) yang berlaku efektif pada tanggal 1 Januari 2009. Penandatanganan tersebut dilakukan oleh Bapak Sofyan Basir sebagai Direktur Utama PT. Bank Rakyat Indonesia (persero), Tbk., dan Bapak Ventje Rahardjo sebagai Direktur Utama PT. Bank BRISyariah.

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil data dari seluruh nasabah di PT Bank BRISyariah KCP Batu. Jadi, dengan penelitian ini diharapkan nantinya akan diketahui seberapa besar kepercayaan yang dirasakan oleh nasabah, serta

pelayanan prima yang sudah diterapkan oleh perusahaan dan faktor mana yang masih membutuhkan perhatian dan pengelolaan untuk lebih dimaksimalkan.

Peneliti memilih subjek seluruh nasabah di PT Bank BRISyariah KCP Batu. Penelitian ini juga mengacu pada penelitian sebelumnya, diantaranya penelitian yang berjudul Analisa Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas terhadap Minat Menabung Nasabah yang dilakukan pada Bank Danamon di Surabaya. Dari penelitian ini diperoleh hasil regresi linier berganda diketahui besar koefisien korelasi secara parsial (r) 0,275 pada variabel kepercayaan (Yohana & Enwin, 2014). Jadi berdasarkan data statistik tersebut, dapat dikatakan bahwa hubungan kepercayaan terhadap minat menabung adalah positif, yang berarti apabila kepercayaan yang semakin meningkat akan meningkatkan minat menabung.

Kemudian dari penelitian yang berjudul Peran Pelayanan Prima (*Service Excellence*) Terhadap Kepercayaan (*Turst*) Nasabah Di PT Bank BRISyariah KCP Batu. Dari hasil penelitian tersebut penerapan pelayanan prima mampu menumbuhkan kepercayaan bagi nasabahnya. Dengan data yang diperoleh menunjukkan bahwa, terdapat 14 responden (11,67%) dengan tanggapan sangat puas, kemudian 58 responden (48,33%) merasa puas, 46 responden (38,33%) baru merasa cukup puas, dan hanya terdapat 2 responden (1,67%) yang merasa sangat tidak puas (Bernadeta, 2014). Dari hasil tersebut, maka masih perlu adanya perbaikan agar dapat menuju kearah yang bermutu, sesuai yang diharapkan oleh pihak perbankan atau pihak nasabah. Hal tersebut akan berdampak positif bagi

kelangsungan hidup perusahaan atau bank, karena tanpa adanya kepercayaan maka bank tidak dapat berfungsi sebagai mana mestinya.

Apabila ditinjau dari penelitian terdahulu, kebanyakan peneliti meninjau dan mengkaji aspek dimensi pelayanan prima (*service excellence*), tetapi belum ada yang meninjau secara per aspek. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, peneliti ingin meneliti pelayanan prima dilihat secara per aspek, sehingga dapat diketahui aspek pelayanan prima mana yang paling dominan. Dan selain itu dalam penelitian sebelumnya, belum terdapat penelitian yang berfokus pada peran antara pelayanan prima (*service excellence*) dengan kepercayaan (*trust*) nasabah. Dalam hal ini, peneliti ingin lebih mengetahui lebih mendalam seberapa besar peran pelayanan prima dalam menumbuhkan kepercayaan nasabah dalam bank yang ingin menjadi tempat penelitian.

Pelayanan prima adalah kepedulian kepada pelanggan dan memberikan pelayanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan. Pelayanan prima juga ditunjukkan pada penyelesaian masalah yang tepat dan cepat. Jika pelayanan prima terus ditingkatkan nasabah akan betah menggunakan jasa perbankan di bank tersebut walaupun bunga yang ditawarkan lebih tinggi dari bank lainnya.

Dalam kegiatan operasionalnya PT Bank BRISyariah KCP Batu dituntut untuk meningkatkan kualitas pelayanannya agar nasabah tidak merasa kecewa. Jika dilihat dari persaingan industri perbankan khususnya di kota Batu, BRI Syariah memiliki citra yang baik, sehingga diharapkan kedepannya BRI Syariah

lebih dapat meningkatkan pelayanannya dan menjaga kualitas pelayanan yang diberikan, agar tetap menjadi bank yang terpercaya.

Semakin banyak jumlah nasabah sering menyebabkan penurunan dalam kualitas pelayanan. Untuk hal tersebut BRI Syariah KCP Batu dituntut untuk dapat mengoptimalkan pelayanan tanpa mengurangi rasa kepercayaan nasabah terhadap bank tersebut. Tanpa kepercayaan maka nasabah tidak akan menyimpan dananya di bank, untuk itu harus mampu menjaga kepercayaan dari masyarakat bahwa dana yang disimpan aman. Menurut Ganesan dan Shankar dalam Farisa Jasfar (2009; 165) menjelaskan bahwa kepercayaan adalah refleksi dari dua komponen, yaitu *Credibility* dan *Benevolence*. *Credibility* didasarkan pada besarnya kepercayaan kemitraan dengan organisasi lain dan membutuhkan keahlian untuk menghasilkan efektifitas dan kehandalan pekerjaan. *Benevolence*, didasarkan pada besarnya kepercayaan kemitraan yang memiliki tujuan dan motivasi yang menjadi kelebihan untuk organisasi lain pada saat kondisi yang baru muncul, yaitu kondisi dimana komitmen tidak terbentuk.

Kepercayaan terbentuk dari pengalaman masa lalu dan interaksi sebelumnya. Kepercayaan terjadi ketika suatu kelompok percaya bahwa tindakan kelompok lain akan memberikan hasil yang positif baginya. Dengan demikian kepercayaan nasabah merupakan rasa aman dalam interaksinya terhadap suatu yang diinginkan dan diharapkan sehingga akan memberikan hasil yang positif dan menguntungkan bagi nasabah.

Perusahaan jasa semakin menyadari bahwa peranan konsumen sangat penting dalam menentukan masa depan perusahaan mereka (Wijaya, 2011, 3). Oleh karena itu sebuah industri perbankan hendaknya harus benar-benar mengetahui dan memahami mengenai perilaku para pelanggan, tentang apa yang dibutuhkan dan apa yang diinginkan. Disamping itu, pihak perbankan harus mampu menganalisis beberapa dimensi dalam kaitannya dengan pelayanan prima dan bagaimana penerapannya. Dari uraian yang telah dibahas diatas, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul mengenai **“Implementasi Service Excelent Pada PT. Bank BRISyariah KCP Batu Di Tinjau Dari Kepuasan Pelanggan”**

1.2.Rumusan Masalah

Dari uraian yang telah dijabarkan pada latar belakang dan berdasarkan pengamatan serta pengalaman yang di alami, maka penulis mencoba mengidentifikasi permasalahan tentang

Bagaimanakah tingkat kepuasan nasabah terhadap penerapan pelayanan prima yang merupakan bagian dari kerja pada PT Bank BRISyariah KCP Batu ?

1.3.Tujuan Masalah

Adapun tujuan peneliti mengadakan penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui tingkat penerapan *service excelent* yang merupakan bagian dari kerja pada PT Bank BRISyariah KCP Batu dalam memenuhi kepuasan pelanggan.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian ini dilaksanakan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan proposal tugas akhir Program Studi Diploma Tiga (D-III) di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dilain hal penelitian ini juga digunakan sebagai wahana pengaplikasian terhadap ilmu yang selama mengikuti pendidikan di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

a. Bagi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Penelitian ini digunakan sebagai standart pengukuran kemampuan mahasiswa dalam melakukan penelitian dan penulisan tugas akhir guna meningkatkan kualitas dan sumber daya para alumni Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

b. Bagi Instansi atau Perusahaan Yang Bersangkutan

Penelitian ini digunakan sebagai bahan pertimbangan dan tambahan informasi bagi perusahaan yang terkait dalam usaha memberikan Pelayanan Prima terhadap kepuasan pelanggan.

c. Bagi Pembaca

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan untuk menambah pengetahuan serta dapat dijadikan sebagai bahan pembanding untuk penelitian yang dilakukan dimasa yang akan datang terutama dalam bidang Perbankan dan Organisasi.

1.5. Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti tidak membahas secara keseluruhan tentang *implementasi service excellent*, namun peneliti memfokuskan pada dimensi-dimensi dari pelayan prima.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan penelitian berupa skripsi, jurnal yang diteliti oleh orang lain yang judul serta isinya hampir sama dengan penelitian ini. Berikut penelitian terdahulu yang pembahasannya hampir sama dengan penelitian ini.

1. Yohana dan Enwin (2014), Analisa Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa/Aman dan Aksesibilitas terhadap Minat Menabung Nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil regresi berganda diketahui besar koefisien korelasi secara parsial (r) 0,275 pada variabel kepercayaan, sedangkan penulis tentang penerapan pelayanan mampu menumbuhkan kepercayaan bagi nasabahnya. Dalam penelitian ini sama-sama menggunakan metode deskripsi kualitatif. Dalam penelitian ini sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif.
2. Bernadeta (2014), Peran Pelayanan Prima (*Service Excelent*) terhadap Kepercayaan (*Turst*) Nasabah di PT Bank Syariah Mandiri Cabang Malang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan pelayanan prima mampu menumbuhkan kepercayaan bagi nasabahnya. Dengan data yang diperoleh menunjukkan bahwa, terdapat 14 responden (11,67%) dengan tanggapan sangat puas, kemudian 58 responden (48,33%) merasa puas, 46 responden (38,33%) baru merasa cukup puas, dan hanya terdapat 2 responden (1,67%) yang merasa sangat tidak puas, sedangkan penulis

tentang penerapan pelayanan mampu menumbuhkan kepercayaan bagi nasabahnya. Dalam penelitian ini sama-sama menggunakan metode deskripsi kualitatif. Dalam penelitian ini sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif.

Tabel 2.1.

Perbedaan Penelitian Tedahulu dengan Penelitian Sekarang

No.	Nama	Judul	Metode	Hasil Peneliti
1.	Yohana dan Enwin (2014)	Analisa Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas terhadap Minat Menabung Nasabah	Analisis Kualitatif	Dari penelitian ini diperoleh hasil regresi linier berganda diketahui besar koefisien korelasi secara parsial (r) 0, 275 pada variabel kepercayaan
2.	Bernadeta (2014)	Peran Pelayanan Prima (<i>Service Excellence</i>) Terhadap Kepercayaan (<i>Turst</i>) Nasabah Di PT Bank Syariah Mandiri Cabang Malang.	Analisis Kualitatif	Ditinjau dari Kepuasan Nasabah. Dari hasil penelitian tersebut penerapan pelayanan prima mampu menumbuhkan kepercayaan bagi nasabahnya. Dengan data yang diperoleh menunjukkan bahwa, terdapat 14 responden (11,67%) dengan tanggapan sangat puas, kemudian 58 responden (48,33%) merasa puas, 46 responden (38,33%) baru merasa cukup

				puas, dan hanya terdapat 2 responden (1,67%) yang merasa sangat tidak puas
3.	Shintesa Sastrawan Sakti (2018)	<i>Implementasi Service Excelent</i> Pada PT Bank BRISyariah KCP Batu Di Tinjau Dari Kepuasan Pelanggan.	Analisis Kualitatif	Dari penelitian ini penerapan pelayanan prima mampu menumbuhkan kepercayaan bagi nasabahnya dan terbukti dari data yang telah di peroleh

2.2.Kajian Teoritis

2.2.1.Peran Pelayanan Prima (*Service Excellence*)

1. Pengertian Pelayanan Prima (*Service Excellence*)

Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan (Barata, 2003; 30). Dalam Kamus besar Bahasa Indonesia dijelaskan pelayanan sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain. Sedangkan melayani adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan seseorang.

Definisi lain menyebutkan bahwa pelayanan adalah suatu bentuk kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh instansi pemerintah baik di pusat, di daerah, BUMN, dan BUMD dalam bentuk barang maupun jasa dalam rangka pemenuhan kebutuhan masyarakat sesuai perundang-undangan yang berlaku

(KEPMENPAN 81/93). Menurut Daviddow dan Uttal (1989) pelayanan merupakan kegiatan/keuntungan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen/*costomer* yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Dalam pelayanan yang disebut konsumen (*costomer*) adalah masyarakat yang mendapat manfaat dari aktivitas yang dilakukan oleh organisasi atau petugas dari organisasi pemberi layanan (Lukman & Sugiyanto, 2001; 4).

Sedangkan hakikat dari *customer service* atau pelayanan nasabah sendiri adalah setiap kegiatan yang dimaksud untuk memberikan kepuasan nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah (Wahjono, 2010; 179).

Pelayanan Prima adalah kemampuan maksimal seseorang dalam berhubungan dengan orang lain dalam hal pelayanan. Pelayanan prima adalah pelayanan yang terbaik yang diberikan kepada pelanggan, baik pelanggan internal maupun eksternal berdasarkan standard dan prosedur pelayanan (Suwithi, 1999; 4)

Pelayanan prima (*Service Excellent*) adalah suatu pelayanan yang terbaik dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Dengan kata lain, pelayanan prima merupakan suatu pelayanan yang memenuhi standar kualitas. Pelayanan yang memenuhi standar kualitas adalah suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan dan kepuasan pelanggan/masyarakat (Maddy, 2009; 8).

Kemudian pendapat lain mengatakan bahwa pelayanan prima adalah kepedulian terhadap pelanggan. Jadi pelayanan prima pada dasarnya adalah rasa kepedulian organisasi yang berorientasi keuntungan (*profit oriented*) atau organisasi yang berorientasi sosial (*nonprofit*) terhadap pelanggan yang ditunjukkan dengan adanya sikap, perhatian, dan tindakan nyata, sehingga pelanggan merasa nyaman dengan pelayanan prima yang diberikan (Pratomo & Shaff, 2000; 107).

Menurut Judiardi (2010; 102) dikatakan bahwa *Service Excellence* ialah:

- a. Memperbaiki barang yang rusak atau using
- b. Memberikan layanan yang menyenangkan

Pelayanan Prima (*Service Excellent*) dapat dipahami sebagai melayani sebagai melayani lebih dari yang diharapkan, dengan memberikan perhatian kepada waktu, ketepatan, keamanan, kenyamanan, kualitas, biaya, proses, dan kepuasan. Seperti contoh ketika anda berharap mendapatkan uang sebesar Rp. 100.000,- tetapi ternyata anda mendapatkan Rp. 200.000,- dengan demikian anda akan merasa puas (Anorogo, 1993; 107). Pendapat lain menyatakan bahwa layanan prima adalah pelayanan dengan standar kualitas yang tinggi dan selalu mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan setiap saat, secara konsisten dan akurat (Rahmayanty, 2013; 18).

Definisi mengenai pelayanan prima yang seringkali diungkapkan oleh para pelaku bisnis terdapat dalam buku pelayanan prima (Barata 2003; 27):

- a. Layanan prima adalah membuat pelanggan merasa penting

- b. Layanan prima adalah melayani pelanggan dengan ramah, tepat, dan cepat
- c. Layanan prima adalah pelayanan dengan mengutamakan kepuasan pelanggan
- d. Layanan prima adalah pelayanan optimal yang menghasilkan kepuasan pelanggan
- e. Layanan prima adalah menempatkan pelanggan sebagai mitra
- f. Layanan prima adalah kepedulian kepada pelanggan untuk memberikan rasa puas
- g. Layanan prima adalah upaya layanan terpadu untuk kepuasan pelanggan

Terdapat beberapa definisi tentang kualitas pelayanan menurut Khairul maddy (2009). Dan dari sejumlah definisi tersebut terdapat beberapa kesamaan, yaitu:

- a. Kualitas merupakan usaha untuk memenuhi harapan pelanggan
- b. Kualitas merupakan kondisi mutu yang setiap saat mengalami perubahan
- c. Kualitas itu mencakup proses, produk, barang, jasa, manusia, dan lingkungan
- d. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan

Berdasarkan penjelasan diatas dapat diambil kesimpulan dari definisi pelayanan prima (*service excellence*) adalah sebuah kepedulian oleh perusahaan terhadap para pelanggan dengan berusaha memberikan pelayanan

sebaik mungkin dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan, berdasarkan standard dan prosedur pelayanan untuk mewujudkan kepercayaan pelanggan agar mereka selalu puas, sehingga mewujudkan pelanggan yang memiliki loyalitas tinggi.

2. Konsep Pelayanan Prima (*Service Excellence*)

Keberhasilan dalam mengembangkan dan melaksanakan pelayanan prima tidak terlepas dari kemampuan dalam pemilihan konsep pendekatannya. Konsep pelayanan prima berdasarkan A6 (Barata, 2003; 31), yaitu mengembangkan pelayanan prima dengan menyelaraskan konsep-konsep Sikap (*Attitude*), Perhatian (*Attention*), Tindakan (*Action*), Kemampuan (*Ability*), Penampilan (*Appearance*), dan Tanggung jawab (*Accountability*).

a) Sikap (*Attitude*)

Sikap (*Attitude*) adalah perilaku yang harus ditunjukkan ketika menghadapi pelanggan, yang meliputi penampilan yang sopan dan serasi, berpikir positif, sehat dan logis, dan bersikap menghargai.

b) Perhatian (*Attention*)

Perhatian (*Attention*) adalah kepedulian penuh kepada pelanggan, baik yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun pemahaman atas saran dan kritiknya, yang meliputi mendengarkan dan memahami secara sungguh-sungguh kebutuhan para

pelanggan, mengamati dan menghargai perilaku para pelanggan, dan mencurahkan perhatian penuh kepada pelanggan.

c) Tindakan (*Action*)

Tindakan (*Action*) adalah berbagai kegiatan nyata yang harus dilakukan dalam memberikan layanan kepada pelanggan, yang meliputi mencatat setiap pesanan para pelanggan, mencatat kebutuhan para pelanggan, menegaskan kembali kebutuhan para pelanggan, mewujudkan kebutuhan para pelanggan, dan menyatakan terima kasih dengan harapan pelanggan mau kembali.

d) Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan (*Ability*) adalah pengetahuan dan keterampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang program pelayanan prima, yang meliputi kemampuan dalam bidang kerja yang ditekuni, melaksanakan komunikasi yang efektif, mengembangkan motivasi, dan mengembangkan *public relation* sebagai instrument dalam membina hubungan kedalam dan keluar organisasi atau perusahaan.

e) Penampilan (*Appearance*)

Penampilan (*Appearance*) adalah penampilan seseorang baik yang bersifat fisik saja maupun fisik atau non fisik, yang mampu merefleksikan kepercayaan diri dan kredibilitas dari pihak lain.

f) Tanggung Jawab (*Accountability*)

Tanggung Jawab (*Accountability*) adalah suatu sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai suatu wujud kepedulian untuk menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan.

Pendapat lain menyatakan bahwa konsep pribadi pelayanan prima meliputi unsur-unsur kepribadian, penampilan, perilaku, komunikasi, pengetahuan, dan penyampaian. Konsep layanan prima tersebut terdiri dari hal-hal berikut ini (Pendit, 2004; 51):

- a. Pribadi prima tampil ramah Pribadi prima tampil sopan
- b. Pribadi prima tampil yakin
- c. Pribadi prima tampil rapi
- d. Pribadi prima tampil ceria
- e. Pribadi prima senang memaafkan
- f. Pribadi prima senang bergaul
- g. Pribadi prima tampil belajar dari orang lain
- h. Pribadi prima senang dalam kewajaran
- i. Pribadi prima senang menyenangkan orang lain

Jadi konsep pelayanan prima meliputi A6, yaitu Sikap (*Attitude*), Perhatian (*Attention*), Tindakan (*Action*), Kemampuan (*Ability*), Penampilan (*Appearance*), dan Tanggung jawab (*Accountability*).

3. Dimensi Pelayanan Prima (*Service Excellence*)

Vincent Gespersz menyatakan bahwa kualitas pelayanan meliputi dimensi-dimensi sebagai berikut:

- a. Ketepatan waktu pelayanan berkaitan dengan waktu tunggu dan proses

- b. Kualitas pelayanan berkaitan dengan akurasi atau kepetatan pelayanan
- c. Kualitas pelayanan berkaitan dengan kesopanan dan keramahan pelaku bisnis
- d. Kualitas pelayanan berkaitan dengan tanggung jawab dalam penanganan keluhan pelanggan Kualitas pelayanan berkaitan dengan sedikit banyaknya petugas yang melayani serta fasilitas pendukung lainnya
- e. Kualitas pelayanan berkaitan dengan lokasi, ruangan tempat pelayanan, tempat parkir, ketersediaan informasi, dan petunjuk/panduan lainnya.
- f. Kualitas pelayanan berhubungan dengan kondisi lingkungan, kebersihan, ruang tunggu, fasilitas music, AC, alat komunikasi, dan lain-lain. (Maddy, 2009; 10).

4. Proses dan Tahapan Pelayanan Prima (*ServiceExcellence*)

Proses dan tahapan pelayanan prima (Judiani, 2010; 106):

- a. Pancarkan segenap sikap positif kepada orang lain/pelanggan
Langkah: identifikasi kebutuhan dasar manusia (pengertian), membaca kebutuhan pelanggan (perhatian), pengaturan waktu pelayanan (tepat waktu), situasi dan kondisi, kepekaan dan empati (mendengarkan).
- b. Mengidentifikasi kebutuhan pelanggan.
Langkah: identifikasi kebutuhan dasar manusia (pengertian), membaca kebutuhan pelanggan (perhatian), pengaturan waktu pelayanan (tepat waktu), situasi dan kondisi, kepekaan dan empati (mendengarkan).
- c. Aplikasi diri pengidentifikasian kebutuhan pelanggan.

Langkah: ambil inisiatif untuk memperluas tanggung jawab, berkomunikasi dengan jelas/asertif, pengertian, pelanggan disambut dengan baik, membantu mereka merasa penting, memberikan lingkungan yang menyenangkan.

d. Ada pengakuan kepuasan dari pelanggan yang anda layani.

Langkah: tuntaskan semua kebutuhan pelanggan, ambil langkah ekstra bagi pelayanan, beri sikap yang menjadikan pelanggan berada di pihak anda.

5. Pentingnya Pelayanan Prima

Ada beberapa alasan mengapa pelayanan prima penting bagi suatu perusahaan (Rahmayanty, 2013; 3-7):

a. Pelayanan prima memiliki makna ekonomi

Pelanggan adalah kunci meraih keuntungan. Tujuan tersebut berupa memaksimalkan laba dengan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan perusahaan, meraih pasar yang besar, menciptakan kepemimpinan pasar dalam hal kualitas, mengatasi persaingan, melaksanakan tanggung jawab sosial, dan sebagainya.

Bila membina hubungan dan mempertahankan pelanggan yang sudah lama dengan memberikan pelayanan yang sangat baik dan konsisten, bila mereka puas ada kemungkinan menunjukkan loyalitasnya dengan memberikan informasi kepada orang lain dan tingkat kepercayaan melalui testimony (ucapan seseorang) lebih tinggi dan efektif selain biaya yang dikeluarkan lebih rendah.

b. Pelayanan adalah tempat berkumpulnya uang dan pekerjaan

Perusahaan bergantung pada pelanggan dan untuk pelangganlah mereka bekerja, karena pelanggan sumber uang dan pekerjaan. Memusatkan perhatian pada kebutuhan pelanggan, dengan memadukan semua kegiatan yang akan mempengaruhi pelanggan dan menghasilkan laba melalui kegiatan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

c. Persaingan yang semakin maju

Terus membesarnya kegiatan bisnis, semakin kompetisi serta rendahnya atau turunnya pangsa pasar dikarenakan semakin banyaknya produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa berkualitas dengan harga bersaing.

d. Pemahaman yang semakin baik terhadap pelanggan

Perhatian terhadap kepentingan pelanggan dengan cara melihat kebutuhan serta kepuasan atas pelayanan menjadi faktor kunci untuk keberhasilan usaha di tengah iklim persaingan yang semakin ketat. Memahami sudut pandang pelanggan menyadari kepuasan pelanggan tak sekedar membeli produk, melainkan juga memenuhi berbagai unsur emosi dan afeksi, seperti gaya hidup, jati diri, petualangan, cinta dan persahabatan, kedamaian serta kepercayaan.

Kemudian dalam Majid (2011; 61) menjelaskan lebih spesifik betapa pentingnya *service excellence* kepada pelanggan karena beberapa alasan, yaitu:

- a. Pelanggan menilai efisiensi perusahaan melalui karyawan yang ditemui Kesan pertama (*positive first impression*) sangat penting. Sungguh sulit mengatasi kesan pertama yang *negative*
- b. Perusahaan memiliki harapan dan standar yang tinggi dari para pekerja
- c. Pelanggan percaya kepada perusahaan dan akan terus senang dilayani jika ia diperlakukan dengan baik
- d. Salah satu bentuk promosi yang paling efektif dari periklanan adalah “*Word of Mounth*” (promosi dari mulut ke mulut). Jika pelanggan senang, dia akan memberitahukan kepada orang lain.
- e. Kita merasa senang dan bangga akan diri kita sendiri jika memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan
- f. Pelanggan mempercayakan kita sebagai sumber informasi dan bantuan utama

6. Perbedaan Antara Pelayanan Barang dan Jasa

Pelayanan jasa, proses dan kegiatannya lebih pada hal yang tidak/kurang berwujud atau lebih bersifat abstrak. Sebaliknya pelayanan barang dengan mudah dapat dilakukan penilaian kualitasnya. Pelayanan barang sering diikuti dengan suatu pelayanan jasa (misalnya garansi terhadap barang tersebut), dan sebaliknya pelayanan jasa diikuti

pelayanan barang (misalnya jasa pelayanan pemasangan air bersih, sering diikuti dengan peralatannya, terutama pemasangan baru, bukan misalnya sekedar pemeliharaan teknis yang tidak memerlukan barang tambahan), dan masih banyak contoh lainnya yang saling berkaitan (Ibrahim, 2007; 5).

Ciri pokok pelayanan adalah tidak kasat mata (tidak dapat diraba) dan melibatkan upaya manusia (karyawan) atau peralatan lain yang disediakan oleh perusahaan penyelenggara pelayanan. Kemudian juga dijelaskan karakteristik produk (barang) dan pelayanan oleh Zemke (Ratminto & Winarsih, 2007; 3)

Karakter Barang dan Jasa

Tabel 2.2.

Karakter Produk dan Jasa Pelayanan

Produk (Barang)	Jasa Pelayanan
Konsumen memiliki objeknya	Konsumen Memiliki kenangan. Memor Pengalaman Atau i tersebut tidak bisa dijual atau diberikan kepada orang lain
Tujuan pembuatan barang Adalah keseragaman, semua barang adalah Sama	Tujuan penyelenggaraan pelayanan adalah keunikan. Setiap konsumen dan setiap kontak adalah special
Suatu produk atau barang dapat	Suatu pelayanan terjadi saat tertentu,

Disimpan	ini tidak dapat disimpan.
Konsumen adalah pengguna akhir yang tidak terlibat dalam proses Produksi	Konsumen adalah rekanan yang terlibat dalam proses produksi
Kontrol kualitas dilakukan dengan Cara membandingkan output dengan spesifikasinya	Konsumen melakukan kontrol kualitas Dengan cara membandingkan harapannya dengan pengalamannya
Jika kesalahan produksi produksi (barang) dapat ditarik kembali dari pasar	Jika terjadi kesalahan salah satu-satunya cara yang bisa dilakukan untuk memperbaikinya adalah meminta maaf
Moral karyawan sangat penting	Moral karyawan berperan sangat menentukan

7. Prinsip-prinsip Manajemen Pelayanan Dan Titik Perhatiannya

Untuk menunjang pelayanan agar sesuai dengan apa yang diharapkan dan diinginkan oleh pelanggan, maka suatu pelayanan memiliki prinsip-prinsip dan titik perhatiannya, seperti yang dijelaskan dibawah ini (Ibrahim, 2007; 27):

Tabel 2.2.

Prinsip dan Titik Perhatian Pelayanan

No.	Prinsip-prinsip	Titik Perhatian	
		Kebutuhan Publik	Kebutuhan Manajemen/Pengelola
1.	Persamaan keuntungan dan	Pelanggan merasakan kualitas pelayanan	Keputusan terhadap efisiensi ke dalam

	logika usaha	sehingga memberikan keuntungan	maupun ke luar harus terintegrasi secara hati-hati
2.	Kewenangan dalam pengambilan keputusan	Pengambilan keputusan harus didesentralisasi sedapat mungkin antara organisasi dan pelanggan	Beberapa keputusan penting yang strategis harus di buat terpusat
3.	Fokus pengorganisasian	Organisasi harus terstruktur dan berfungsi, sehingga tujuan utama untuk menggerakkan sumber-sumber dapat mendukung garis depan operasional	Hal ini sering menuntut Kesederhanaan organisasi dengan tanpa penempatan bagian-bagian yang tidak terlalu dibutuhkan
4.	Kontrol/Pengawasan	Pemimpin dan pengawasan harus memperhatikan dorongan semangat dan dukungan kepada Karyawan	Prosedur pengawasan yang jeli, namun tidak berbelit-belit/rumit
5.	Fokus Pengukuran	Wujud kualitas yang dirasakan pelanggan merupakan fokus dari sistem ganjaran/penghargaan	Semua bidang yang berkaitan sudah seharusnya dipertimbangkan
6.	Fokus Pengukuran	Kepuasan pelanggan dengan kualitas pelayanan harus menjadi fokus dan pengukuran yang ingin dicapai	Untuk memonitor produktivitas dan efisiensi internal, kriteria pengukuran ke dalam perusahaan/organisasi dapat digunakan sebaik mungkin, dengan Memprioritaskannya untuk pencapaian Kepuasan pelanggan/masyarakat

8. Upaya Penyediaan Pelayanan Prima

Secara teoritis, tujuan pelayanan publik pada dasarnya adalah memuaskan masyarakat. Untuk mencapai kepuasan itu dituntut kualitas pelayanan prima yang tercermin dari (Sinambela, 2007; 6):

- a. Transparasi, yakni pelayanan yang bersifat terbuka, mudah dan dapat diakses oleh semua pihak yang membutuhkan dan disediakan secara memadai serta mudah dimengerti
- b. Akuntabilitas, yakni pelayanan yang dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan
- c. Kondisional, yakni pelayanan yang sesuai dengan kondisi dan kemampuan pemberi dan penerima pelayanan dengan tetap berpegang pada prinsip efisiensi dan efektifitas
- d. Partisipatif, yakni pelayanan yang dapat mendorong peran serta masyarakat/pelanggan dalam penyelenggaraan pelayanan publik dengan memperhatikan aspirasi, kebutuhan, dan harapan masyarakat
- e. Kesamaan hak, yakni pelayanan yang tidak melakukan diskriminasi dilihat dari aspek apapun khususnya suku, ras, agama, golongan, status sosial, dan lain-lain
- f. Keseimbangan hak dan kewajiban, yaitu pelayanan yang mempertimbangkan aspek keadilan antara pemberi dan penerima pelayanan publik.

9. Tujuan Pelayanan Prima

Terdapat beberapa tujuan pelayanan prima yaitu (Rahmayanty, 2013;12-13)

- a. Memberikan rasa puas dan kepercayaan pada konsumennya. Kualitas memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan.
- b. Kemudian adanya pelayanan prima tetap menjaga dan merawat pelanggan merasa diperhatikan dan dipentingkan segala kebutuhannya atau keinginannya.
- c. Serta upaya mempertahankan pelanggan agar tetap loyal untuk menggunakan produk barang atau jasa yang ditawarkan tersebut.

10. Kajian Islam Tentang Pelayanan Prima

Pelayanan prima ialah melayani dengan sepenuh hati dan memberikan yang terbaik untuk pelanggan atau konsumen agar mereka percaya dan tidak mengalami kebingungan dan keragu-raguan dengan transaksi di bank yang rumit dan membingungkan. Disebut sangat baik karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki oleh instansi yang memberikan pelayanan, pelayanan prima sesuai dengan harapan pelanggan.

Dalam melakukan pelayanan terhadap pelanggan, seharusnya karyawan menjaga amanah kepercayaan yang diberikan oleh perusahaan serta

konsumen untuk dapat melakukan pelayanan dengan baik. Dituliskan juga dalam Al-Qur'an Surat Al Baqarah ayat 283.

“jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, Maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang[180] (oleh yang berpiutang). akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, Maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. dan Barangsiapa yang menyembunyikannya, Maka Sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan. [180] Barang tanggungan (borg) itu diadakan bila satu sama lain tidak percaya mempercayai” (Taufiq, Al-Qur'an_indo;2003).

Seperti yang tertulis dalam surat Al Anfaal ayat 27.

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui” (Taufiq, Al-Qur'an_indo;2003).

177. Saat memberikan servis atau pelayanan kepada pelanggan sebaiknya dilakukan dengan sepenuh hati untuk membantu konsumen dalam memenuhi kebutuhannya, tanpa adanya paksaan. Kejujuran dan pelayan yang baik,ramah, sopan, dan membuat mereka merasa

nyaman itu akan membuat pelanggan senang dan mendapatkan pelayanan yang memuaskan. Dengan adanya keinginan untuk membantu konsumen melayani kebutuhannya, diharapkan karyawan dapat melayani dengan mengutamakan kepentingan konsumennya. Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an surat Al Baqarah ayat 177.

177. “bukanlah menghadapkan wajahmu ke arah timur dan barat itu suatu kebajikan, akan tetapi Sesungguhnya kebajikan itu ialah beriman kepada Allah, hari Kemudian, malaikat-malaikat, kitab-kitab, nabi-nabi dan memberikan harta yang dicintainya kepada kerabatnya, anak-anak yatim, orang-orang miskin, musafir (yang memerlukan pertolongan) dan orang-orang yang meminta-minta; dan (memerdekakan) hamba sahaya, mendirikan shalat, dan menunaikan zakat; dan orang-orang yang menepati janjinya apabila ia berjanji, dan orang-orang yang sabar dalam kesempitan, penderitaan dan dalam peperangan. mereka Itulah orang-orang yang benar (imannya); dan mereka Itulah orang-orang yang bertakwa” (Taufiq, Al-Qur'an_indo;2003).

Dari ayat diatas dapat diketahui bahwa Allah mengajarkan untuk menjaga kepercayaan yang diberikan seseorang kepada kita. Kepercayaan penting dalam hubungan sosial, dengan adanya kepercayaan antara satu dengan yang lain khususnya dalam suatu hubungan antara karyawan dan pelanggan akan meningkatkan keyakinan dan kenyamanan dalam melakukan transaksi. Sehingga, meskipun pekerjaan karyawan dalam melakukan pelayanan yang terbaik tidak

diawasi langsung oleh atasannya, namun karyawan tetap bekerja dengan sebaik mungkin untuk memenuhi harapanpelanggannya dan menjaga amanahnya.

Dalam Al Qur'an surat An nissa' ayat 86

86. *“apabila kamu diberi penghormatan dengan sesuatu penghormatan, Maka balaslah penghormatan itu dengan yang lebih baik dari padanya, atau balaslah penghormatan itu (dengan yang serupa)[327].*

Sesungguhnya Allah memperhitungkan segala sesuatu”.

[327] *Penghormatan dalam Islam ialah: dengan mengucapkan Assalamu'alaikum (Taufiq, Al-Qur'an indo;2003).*

Pada saat memberikan pelayanan kepada pelanggan, sikap melayanidan rendah hati yang melekat dalam diri seorang karyawan dengan kemampuan berkomunikasi yang baik upaya merebut hati pelanggan dengan memberi perhatian, berkomunikasi dengan sopan, ramah serta murah senyum sehingga membuat pelanggan senang. Kemudian selain itu, dengan komunikasi yang baik akan mempermudah karyawan dalam menjelaskan informasi kepada para karyawan.

Untuk dapat memberikan pelayanan prima dan menjalin hubungan yang baik dengan nasabah maka yang menjadi kunci keberhasilannya adalah orang (*human*), karena pelayanan dan menjalin hubungan dengan

nasabahnya merupakan interaksi antara pegawai/pekerja perusahaan dengan masyarakat di luar perusahaan yang disebut nasabah. Oleh karena itu, perlu ditetapkan konsep diri dalam memberikan pelayanan dan menjalin hubungan dengan nasabah (Arif, 2010; 216)

Sesungguhnya Allah memperhitungkan segala sesuatu”.

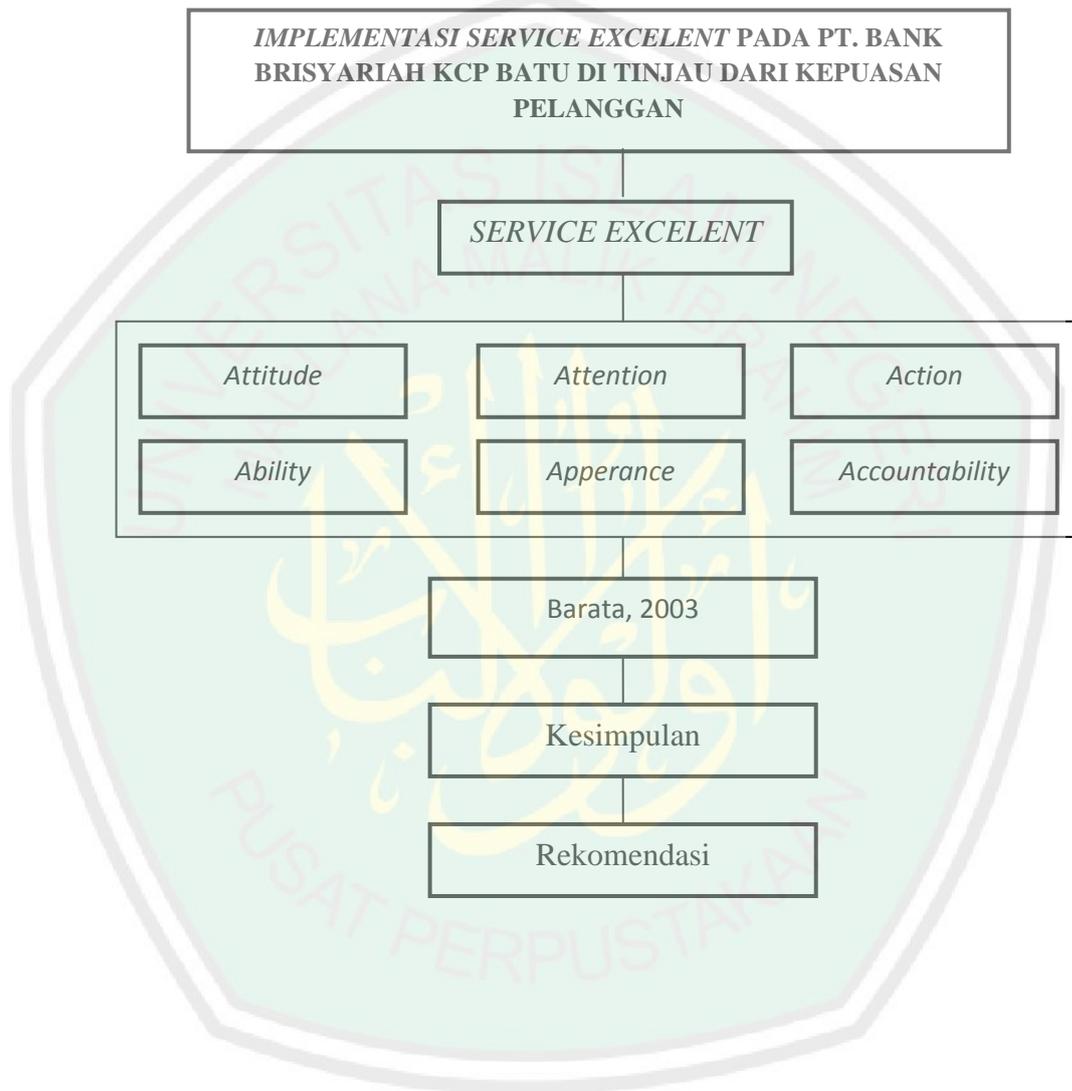
[327] *Penghormatan dalam Islam ialah: Dengan mengucapkan Assalamu'alaikum (Taufiq, Al-Quran_indo;2003).*

Pada saat memberikan pelayanan kepada pelanggan, sikap melayani dan rendah hati yang melekat dalam diri seorang karyawan dengan kemampuan berkomunikasi yang baik upaya merebut hati pelanggan dengan memberi perhatian, berkomunikasi dengan sopan, ramah serta murah senyum sehingga membuat pelanggan senang. Kemudian selain itu, dengan komunikasi yang baik akan mempermudah karyawan dalam menjelaskan informasi kepada para karyawan.

Untuk dapat memberikan pelayanan prima dan menjalin hubungan yang baik dengan nasabah maka yang menjadi kunci keberhasilannya adalah orang (*human*), karena pelayanan dan menjalin hubungan dengan nasabahnya merupakan interaksi antara pegawai/pekerja perusahaan dengan masyarakat di luar perusahaan yang disebut nasabah. Oleh karena itu, perlu ditetapkan konsep diri dalam memberikan pelayanan dan menjalin hubungan dengan nasabah (Arif, 2010; 2016).

Kerangka Berfikir

Gambar 2.1
Kerangka Berfikir



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

3.1.1. Jenis Penelitian

Menurut buku dari Sugiyono, penelitian yang digunakan oleh penulis ini lebih mengacu pada penelitian deskriptif. Pokok kajian penelitian deskriptif dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel lain.

3.1.2. Pendekatan Penelitian

Dikarenakan dari jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian empiris, maka pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan penelitian kualitatif adalah tampilan yang berupa kata-kata lisan atau tertulis yang dicermati oleh penulis, dan benda-benda yang diamati sampai detailnya agar dapat ditangkap makna yang tersirat dalam dokumen atau bendanya.

Pendekatan penelitian ini dilakukan karena jawaban dari rumusan masalahnya dicari melalui penelitian lapangan dan juga digunakan untuk memfokuskan kepada realitas empiris yang akan dijadikan bahan utama dalam penelitian ini.

3.2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang menjadi lokasi penulis tepatnya di PT. Bank BRISyariah KCP Batu. Penulis memilih lokasi tersebut karena ingin mengetahui penerapan pelayanan prima pada PT. Bank BRISyariah KCP Batu selain itu Bank BRI Syariah terletak di pusat kota sehingga aksesnya mudah dan banyak diminati masyarakat.

3.3 Subyek Penelitian

Subyek penelitian dalam penelitian kualitatif ini adalah CS bernama Erisha Nurul Umma tepatnya CS di bidang pelayanan yang mana memberikan informasi tentang penerapan pelayanan prima.

3.4 Data dan Jenis Data

Yang di maksud dengan sumber data dalam penelitian adalah sumber dari mana data diperoleh. Dalam penelitian ini, penulis membagi sumber data kedalam dua bagian :

1. Data Primer

Data primer menurut adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya yang diamati dan dicatat untuk yang pertama yakni pihak yang menjadi objek dari penelitian ini. Data primer dalam penelitian ini adalah data yang dihasilkan melalui wawancara secara langsung dari informan.

Data primer adalah data dalam bentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, gerak-gerik atau perilaku yang dilakukan oleh subjek yang dapat dipercaya, dalam hal ini adalah subjek penelitian (informan) yang berkenaan dengan variabel yang diteliti. Data ini diperoleh dari hasil wawancara

dengan informan yang dalam hal ini adalah CS Bank BRI Syariah KCP Batu di bidang *service excelent* yang dalam hal ini sebagai subyek dalam penerapan pelayanan prima.

2. Data Sekunder

Sedangkan menurut Moelong (2016:157) data sekunder adalah data pelengkap yang dapat dikorelasikan dengan data primer. Data tersebut adalah data tambahan yang berasal dari sumber tertulis yang dapat dibagi atas sumber buku dan majalah ilmiah, sumber dari arsip, dokumen pribadi skripsi, jurnal dan dokumen resmi. Data sekunder yang terutama adalah buku-buku, skripsi, tesis, dan disertasi dan jurnal.

Sedangkan yang dimaksud jenis data dalam penelitian kualitatif adalah dibagi ke dalam kata-kata dan tindakan, sumber data tertulis, foto dan statistik.

1. Kata-kata dan Tindakan

Kata-kata dan tindakan orang-orang yang diamati atau diwawancarai merupakan sumber data utama. Sumber data utama dicatat melalui catatan tertulis atau melalui perekaman video/audio tapes, pengambilan foto, atau film.

Pencatatan sumber data utama melalui wawancara atau pengamatan berperan serta merupakan hasil usaha gabungan dari kegiatan melihat, mendengar, dan bertanya, di antara ketiga kegiatan yang dominan, jelas akan bervariasi dari satu waktu ke waktu lain dan dari situasi ke situasi lainnya. Misalnya, jika peneliti merupakan pengamat tak diketahui pada tempat-tempat umum, jelas bahwa melihat dan mendengar merupakan alat utama, sedangkan bertanya akan terbatas

sekali. Saat peneliti memanfaatkan wawancara mendalam, jelas bahwa bertanya dan mendengar akan merupakan kegiatan pokok.

2. Sumber Data Tertulis

Walaupun dikatakan bahwa sumber di luar kata dan tindakan merupakan sumber kedua, jelas hal itu tidak bisa diabaikan. Dilihat dari segi sumber data, bahan tambahan yang berasal dari sumber tertulis dapat dibagi atas sumber buku dan majalah ilmiah, sumber dari arsip, dokumen pribadi, dan dokumen resmi.

Sumber berupa buku dan majalah ilmiah juga termasuk kategori ini. Buku, disertasi, atau tesis, biasanya tersimpan di perpustakaan. Di perpustakaan terdapat buku riwayat hidup, buku terbitan pemerintah, majalah-majalah seperti jurnal tempat menerbitkan penemuan-penemuan hasil penelitian. Buku, disertasi dan karya ilmiah lainnya, dan majalah ilmiah sangat berharga bagi peneliti guna menjajaki keadaan perseorangan atau masyarakat di tempat penelitian dilakukan. Selain itu, buku penerbitan resmi pemerintahanpun dapat merupakan sumber yang sangat berharga.

3. Foto

Sekarang ini sudah lebih banyak dipakai sebagai alat untuk keperluan penelitian kualitatif karena dapat dipakai dalam berbagai keperluan. Foto menghasilkan data deskriptif yang cukup berharga dan sering digunakan untuk menelaah segi-segi subjektif dan hasilnya sering dianalisis secara dalam penelitian kualitatif, yaitu foto yang dihasilkan orang dan foto yang dihasilkan oleh peneliti sendiri.

Foto yang dihasilkan sendiri oleh peneliti biasanya bermanfaat sebagaimana sudah diutarakan pada foto hasil orang lain. Selain itu, foto banyak digunakan bersama-sama dengan pengamatan berperanserta. Saat-saat suatu peristiwa yang bernilai sejarah, ritual, dan cultural akan sangat bermanfaat apabila dipelajari secara rinci dalam foto daripada hanya mengalami peristiwanya tanpa foto.

4. Statistik

Peneliti kualitatif sering juga menggunakan data statistik yang telah tersedia sebagai sumber data tambahan bagi keperluannya. Statistik misalnya dapat membantu memberi gambaran tentang kecenderungan subjek pada latar penelitian. Misalnya statistik akan memberikan gambaran tentang kecenderungan bertambah atau berkurangnya bayi yang lahir di suatu desa dikaitkan dengan intensifikasi program keluarga berencana, tentang kecenderungan kematian orang tua, penerimaan siswa di sekolah setiap tahun naik atau turun. Demikian pula statistik dapat membantu peneliti mempelajari komposisi distribusi penduduk dilihat dari segi usia, jenis kelamin, agama dan kepercayaan, mata pencaharian, tingkat kehidupan sosial ekonomi, pendidikan, dan lain semacamnya.

Keseluruhan data dan jenis data yang diuraikan di atas pada dasarnya banyak bergantung pada peneliti untuk menjaringnya sehingga yang diharapkan itu saja yang dapat atau instrument penelitian besar sekali dalam penelitian kualitatif.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mempermudah penelitian ini penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data, di antaranya adalah:

1. Observasi

Observasi adalah kegiatan peninjauan yang dilakukan di lokasi penelitian dengan pencatatan, pemotretan, dan perekaman mengenai situasi dan kondisi serta peristiwa hukum di lokasi.

Dalam menggunakan metode observasi cara yang paling efektif adalah melengkapinya dengan format blanko pengamatan sebagai instrumen. Format yang disusun berisi *item-item* tentang kejadian atau tingkah laku yang digambarkan akan terjadi.

Penulis menggunakan observasi dalam melakukan penelitian karena penulis melakukan peninjauan langsung ke lokasi penelitian yaitu di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Bondowoso. Dari segi proses pelaksanaan pengumpulan data, observasi dapat dibedakan menjadi Observasi Berperanserta (*Participant Obsevation*) dan Observasi nonpartisipan (Sugiyono, 2010:204)

a. Observasi Berperanserta (*Participant Obsevation*)

Dalam observasi ini peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian

b. Observasi nonpartisipan

Kalau dalam observasi partisipan peneliti terlibat langsung dengan aktivitas orang-orang yang sedang diamati, maka dalam observasi

nonpartisipan peneliti tidak terlibat dan hanya sebagai pengamat independen.

2. Wawancara

Pedoman wawancara yang banyak digunakan adalah bentuk “semi stucture”. Dalam hal ini maka pertama *interviewer* menanyakan serentetan pertanyaan yang sudah terstruktur, kemudian satu per satu diperdalam dalam mengorek keterangan lebih lanjut. Dengan demikian jawaban yang diperoleh bisa meliputi semua variabel, dengan keterangan yang lengkap dan mendalam.

Wawancara merupakan suatu percakapan yang dilakukan dengan maksud tertentu, dan percakapan ini biasanya dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Wawancara juga berupa pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam satu topik tertentu, yaitu adanya percakapan dengan maksud tertentu. Dalam wawancara ini, penulis melakukan wawancara kepada pihak-pihak yang terkait yang menjadi informan dalam penelitian ini, yaitu, karyawan bank yang menjadi subjek utama strategi pemasaran pada pembiayaan griya.

Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur dan tidak terstruktur : (Sugiyono, 2010: 194-197)

a. Wawancara Terstruktur

Wawancara yang digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpulan data telah mengetahui dengan pasti tentang

informasi apa yang akan diperoleh. Oleh karena itu dalam wawancara, pengumpulan data telah menyiapkan instrument penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya telah dipersiapkan.

b. Wawancara Tidak Terstruktur

Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas yang dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.

3. Dokumentasi

Tidak kalah penting dari metode-metode lain, adalah metode dokumentasi, yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda, dan sebagainya. Dibandingkan dengan metode lain, maka metode ini agak tidak begitu sulit, dalam arti apabila ada kekeliruan sumber datanya masih tetap, belum berubah. Dengan metode dokumentasi yang diamati bukan benda hidup tetapi benda mati.

3.6 Analisis Data

Menurut Mahsun (2014:221) Analisis data merupakan suatu proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar. Hal yang kita lakukan ketika menganalisis menurut pengertian ini adalah data diurutkan, dikelompokkan sesuai dengan pola, kategori,

dan satuannya. Dengan aktivitas analisis, diharapkan dapat menemukan kaidah-kaidah atau aturan-aturan.

Jika data yang jumlahnya banyak, beragam, berwujud deskripsi, dan catatan lapangan perlulah disusun sesuai dengan pola-pola, kategori, fokus tertentu, tema tertentu, atau pokok masalah penelitian. Sesuai dengan saran ini, penulis berpendapat bahwa yang dilakukan dalam analisis data adalah mengidentifikasi dan menyusun pola-pola, kategori, tema-tema, fokus-fokus, atau masalah-masalah yang sesuai dengan tujuan penelitian.

1. Reduksi

Pengertian Reduksi Data adalah memilih hal-hal pokok yang sesuai dengan fokus penelitian kita, kemudian mencari temanya. Reduksi data merupakan salah satu dari teknik analisis data. data yang telah direduksi memberikan gambaran yang lebih tajam mengenai hasil pengamatan dan mempermudah peneliti untuk mencarinya jika sewaktu-waktu diperlukan. reduksi data dapat juga membantu dalam memberikan kode-kode pada aspek-aspek tertentu.

2. *Display Data*

Pengertian Display Data adalah menyajikan data dalam bentuk matriks, chart atau grafik, network dan sebagainya. Display data ini merupakan salah satu dari teknik teknik analisis data. Data yang semakin bertumpuk-tumpuk kurang dapat memberikan gambaran secara menyeluruh. Oleh karena itu, diperlukan display data. Dengan demikian, peneliti dapat menguasai data dan tidak terbenam dengan setumpuk data.

3. Pengambilan Keputusan dan Verifikasi

Pengambilan Keputusan dan Verifikasi ialah salah satu dari teknik teknik analisis data. Penarikan kesimpulan atau verifikasi merupakan kegiatan di akhir penelitian. Peneliti harus sampai pada kesimpulan dan melakukan verifikasi, baik itu dari segi makna maupun dari segi kebenaran kesimpulan yang disepakati oleh subjek tempat penelitian tersebut dilaksanakan. Makna yang dirumuskan dari data harus diuji terlebih dahulu mengenai kebenaran, kecocokan dan kekokohnya. Peneliti harus menyadari bahwa dalam mencari makna, peneliti tersebut harus menggunakan pendekatan emik, yaitu dari kaca mata *key informan* dan bukan penafsiran makna menurut pandangan peneliti (pendekatan etik).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Paparan Data Hasil Penelitian

4.1.1. Latar Belakang PT. Bank BRISyariah

PT. Bank BRISyariah berawal dari akuisisi PT. Bank Rakyat Indonesia (persero), Tbk., Terhadap Bank Jasa Arta tanggal 19 Desember tahun 2007 dan setelah mendapatkan izin dari Bank Indonesia (BI) pada tanggal 16 Oktober tahun 2008 melalui surat Nomor : 10/67/KEP.GBI/DpG/2008, pada tanggal 17 November tahun 2008 PT. Bank BRISyariah resmi beroperasi.

Aktifitas BRISyariah semakin kokoh setelah pada tanggal 19 Desember 2008 ditandatanganinya akta pemisahan Unit Usaha Syariah PT. Bank Rakyat Indonesia (persero), Tbk., Untuk melebur ke dalam PT. Bank BRISyariah (spin off process) yang berlaku efektif pada tanggal 1 Januari 2009. Penandatanganan tersebut dilakukan oleh Bapak Sofyan Basir sebagai Direktur Utama PT. Bank Rakyat Indonesia (persero), Tbk., dan Bapak Ventje Rahardjo sebagai Direktur Utama PT. Bank BRISyariah.

4.1.2. Visi, Misi dan Motto PT. Bank BRISyariah

a. Visi PT. Bank BRISyariah

Menjadi Bank ritel modern terkemuka dengan ragam layanan finansial sesuai kebutuhan dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna.

b. Misi PT. Bank BRISyariah

1. Memahami keragaman individu dan mengakomodasi beragam kebutuhan finansial nasabah.
2. Menyediakan dan layanan yang mengedepankan etika sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.
3. Menyediakan akses ternyaman melalui berbagai sarana kapan pun dan dimana pun.
4. Memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan menghadirkan ketentraman pikiran.

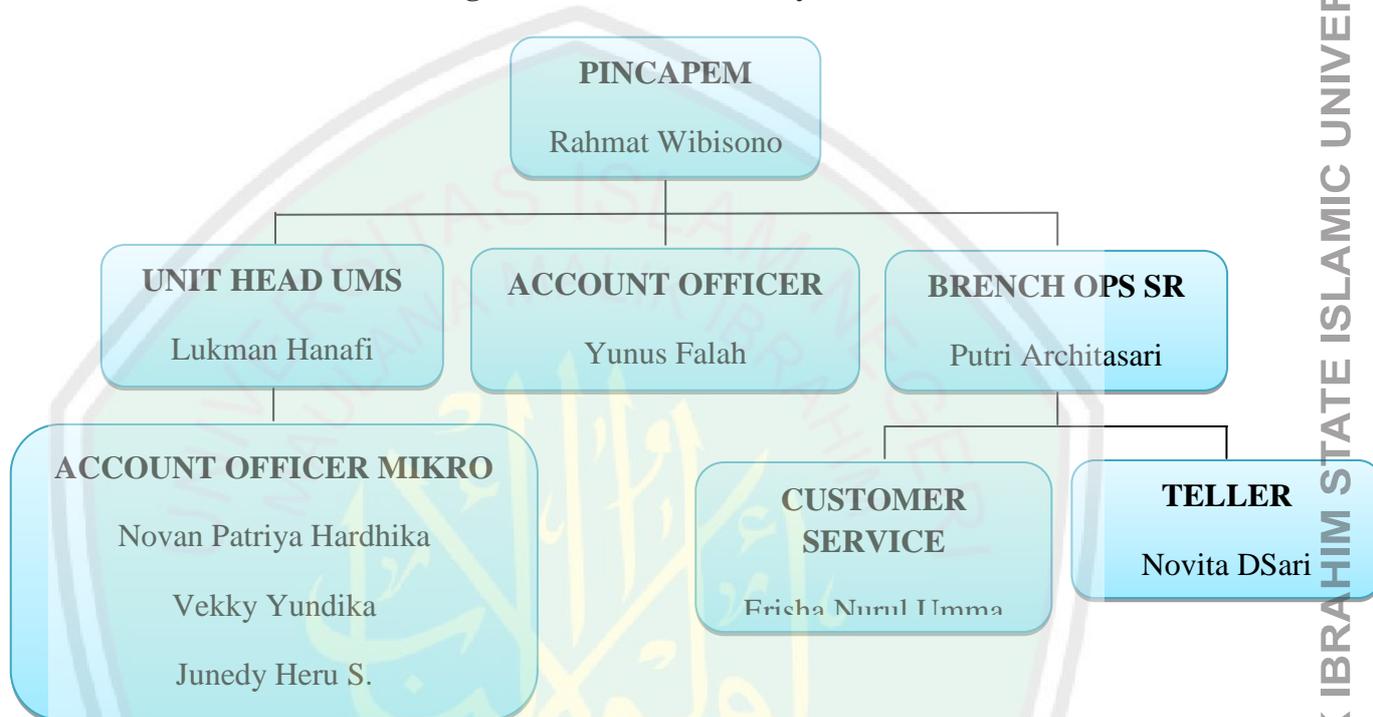
c. Motto PT. Bank BRISyariah

“Bersama Wujudkan Harapan Bersama” adalah motto dari PT. Bank BRISyariah sebagai perwujudan dari visi dan misi PT. Bank BRISyariah sendiri yang mempunyai arti bahwa PT. Bank BRISyariah ingin menjelaskan bahwa seluruh *stake holder* PT. Bank BRISyariah baik internal (seluruh karyawan) maupun eksternal (nasabah) merupakan instrument yang penting dalam rangka mewujudkan seluruh harapan *stake holder*.

4.1.3. Struktur Organisasi PT. Bank BRISyariah KCP Batu

Gambar 4.1.

Struktur Organisasi PT. Bank BRISyariah KCP. Batu



Sumber : PT. Bank BRISyariah KCP Batu

4.1.4. Job Description

Bidang kerja serta deskripsi pada PT. Bank BRISyariah KCP Batu ini dilaksanakan sebagai berikut :

1) PINCAPEM (Pemimpin Cabang Pembantu)

- a. Bertanggung jawab atas performance Capem dengan tujuan meningkatkan laba perusahaan.
- b. Mengelola seluruh staf Capem dalam mendukung kegiatan bisnis Capem dengan tujuan terciptanya *Suistanable Growth*.

- c. Merupakan perwakilan BRI Syariah di area dalam rangka membina hubungan dengan komunitasnya.

2) *Account Officer (AO)*

- a. Bertanggung jawab atas performance keuntungan UMS dengan tujuan meningkatkan laba perusahaan.
- b. Bertanggung jawab atas penjualan dengan kualitas calon nasabah yang baik.
- c. Mampu melaksanakan sales proses dengan disiplin tinggi.
- d. Merupakan perwakilan BRI Syariah di area dalam rangka membina hubungan dengan komunitasnya.

3) *Account Officer Micro*

- a. Bertanggung jawab *performance* keuntungan UMS dengan tujuan meningkatkan laba perusahaan.
- b. Bertanggung jawab atas penjualan dengan kualitas calon nasabah yang baik.
- c. Mampu melaksanakan sales proses dengan disiplin tinggi.
- d. Merupakan perwakilan BRI Syariah di area dalam rangka membina hubungan dalam komunitasnya.

4) *Branch Operation Supervisor (BOS)*

- a. Mengkordinasikan pelaksanaan operasional bank di kantor cabang/ cabang pembantu dengan cara memberikan layanan operasional bank yang akurat dan tepat waktu, sehingga seluruh transaksi dari nasabah

dapat ditangani dan diselesaikan secara Excellent Implementasi fungsi sebagai Servis provider.

b. Memberikan dukungan kepada *Manager Operation* dan Pimpinan cabang, dan seluruh jajaran bisnis dan support cabang berupa:

1. Menyediakan layanan operasi kas, pembukaan/penutupan rekening, transfer, RTGS, pencairan, pembiayaan yang akurat dan tepat waktu secara konsisten.
2. Melaksanakan layanan operasi lainnya yang dilakukan di kantor cabang/ cabang pembantu, sehingga tidak terdapat open item dalam jangka waktu lama.
3. Sebagai narasumber dari layanan operasi kantor cabang/ cabang pembantu baik internal maupun jaringan eksternal bank lainnya.
4. Membangun team work dan komunikasi yang efektif di cabang/ cabang pembantu.

5) *Teller*

- a. Melayani nasabah untuk transaksi setor dan penarikan tunai dan non-tunai serta transaksi lainnya sesuai aturan dan SLA yang ditetapkan untuk mencapai service excellent implementasi Fungsi Service Provider.
- b. Memberikan dukungan kepada Supervisor Branch Operation, Operation Manager, dan Pimpinan Cabang berupa:
- c. Memproses layanan operasi baik tunai dan non-tunai yang dilakukan nasabah di *teller*, dengan akurat dan tepat waktu secara konsisten.

- d. Sebagai narasumber dalam layanan operasi tunai dan non-tunai sesuai kewenangan dan tanggung jawabnya.
- e. Menjadi bagian dari tim operation yang solid, dapat bekerjasama dan komunikasi secara efektif.

6) *Customer Service*

1. Memberikan informasi baik produk maupun layanannya yang dibutuhkan oleh nasabah atau calon nasabah.
2. Melayani nasabah dalam pembukaan dan penutupan rekening serta transaksi lainnya sesuai aturan dan SLA yang ditetapkan untuk mencapai *service excellent*.
3. Memberikan dukungan kepada *Supervisor Branch Operation, Operation Manager*, dan Pimpinan Cabang, berupa:
 - a. Memproses layanan operasi pembukaan dan penutupan rekening, serta transaksi lainnya yang dilakukan nasabah di *customer service* dengan akurat, sopan, ramah dan tepat waktu secara konsisten.
 - b. Sebagai narasumber dalam layanan operasi dan produk bank sesuai dengan kewenangan dan tanggung jawabnya.
 - c. Menjadi bagian dari tim operation yang solid, dapat bekerjasama dan berkomunikasi efektif.

4.1.5. Lokasi PT. Bank BRISyariah KCP Batu

Penelitian ini dilakukan pada PT. Bank BRISyariah, Tbk. Cabang Batu, Jl. Diponegoro No. 161 A, Kec. Temes Kota Batu Jawa Timur – 65315 Telepon : 0341512511.

4.2. Pembahasan Hasil Penelitian

4.2.1. Penerapan *Service Excelent* pada PT. Bank BRISyariah KCP Batu

PT. Bank BRISyariah KCP Batu merupakan salah satu lembaga perbankan syariah yang diperuntukan bagi masyarakat pada umumnya baik muslim maupun non muslim di bidang ekonomi. Dukungan dari berbagai pihak dalam pengembangan PT. Bank BRISyariah KCP Batu bisa membuat tujuan dari perusahaan cepat tercapai. Setiap kegiatan PT. Bank BRISyariah KCP Batu dapat berjalan lancar kerana modal yang dimiliki mampu memenuhi kebutuhan yang diperlukan. Sejak awal berdirinya PT. Bank BRISyariah KCP Batu telah dipersiapkan untuk mencapai suatu perkembangan dengan mengacu pada mutu pelayanan dan penjualan.

Berbagai cara atau strategi yang digunakan oleh PT. Bank BRISyariah KCP Batu dilakukan untuk bisa mencapai tujuan perusahaan. Salah satunya adalah tetap menjaga hubungan baik dengan nasabah. Dalam hal ini yang berkaitan dengan *Service Excelent*, dimana *Customer Service* ini merupakan bagian dari strategi untuk bisa meningkatkan sekaligus mempertahankan eksistensi perusahaan dimata masyarakat.

1) Penerapan *Service Excelent* (Pelayanan Prima)

a. *Ability* (Kemampuan)

Sesuai standart yang dikeluarkan oleh BRI Syariah KCP Batu CS berkomunikasi dengan nasabah, selalu menggunakan Bahasa Indonesia maka CS harus mengikuti keinginan nasabah.

Menurut Ibu Erisha Nurul Umma selaku CS BRI Syariah KCP Batu.

“Selain berkomunikasi secara verbal CS BRI Syariah KCP Batu sudah mampu menerapkan berkomunikasi dengan bahasa tubuh, yaitu mengekspresikan rasa hormat, menghargai, berterimakasih, tulus, senang melayani. Kemampuan lainnya yaitu menggunakan alat komunikasi sudah barang tentu dikuasai dan sudah sesuai standar, kemudian menguasai produk-produk BRI Syariah seperti, apa saja produk BRI Syariah, berapa masing-masing bagi hasilnya, apa saja manfaatnya, bagaimana syarat untuk mendapatkan produk tersebut sudah sangat dikuasai oleh CS”.

Menurut Ibu Endang selaku Nasabah BRI Syariah KCP Batu.

“Kemampuan pegawai bank BRISyariah cukup baik, pelayanannya sangat cepat”.

b. *Attitude* (Sikap)

Menurut Ibu Erisha Nurul Umma selaku CS BRI Syariah KCP Batu.

“Sikap yang seharusnya ditunjukkan kepada nasabah yaitu ramah, murah senyum, lemah lembut dalam bertutur kata, jujur dalam memberikan setiap informasi kepada nasabah, hormat selalu menganggukkan kepala dan membungkukkan badan saat bersapaan dengan nasabah, selalu antusias saat nasabah berbicara, pandai bergaul sehingga nasabah baru dapat dengan cepat akrab dengan CS.

Namun semua sikap yang di tunjukkan harus berasal dari hati, intinya tidak di buat-buat atau sesuai standar jadi terlihat kaku”.

Menurut Ibu Endang selaku Nasabah BRISyariah KCP Batu.

“Sikap pegawai bank BRISyariah sangat ramah dan murah senyum, sehingga membuat nasabah nyaman untuk bertransaksi atau mengadakan keluhan yang di alami nasabah ketika ada problem dalam bertransaksi”.

c. *Appearance* (Penampilan)

Menurut Ibu Erisha Nurul Umma selaku CS BRI Syariah KCP Batu.

“Jika berhubungan dengan penampilan, CS hanya mengikuti sesuai arahan dari manajemen atau sesuai standar yang ada dan tidak berpenampilan yang berlebihan karena akan mengganggu pekerjaan dan kemungkinan nasabah tidak akan fokus terhadap apa yang di jelaskan namun akan fokus pada penampilan yang berlebihan”.

Menurut Ibu Endang selaku Nasabah BRI Syariah KCP Batu.

“Penampilan dari pegawai bank BRISyariah KCP Batu sudah lumayan bagus, akan tetapi harus lebih ditingkatkan lagi untuk pelayanan terhadap nasabah agar nasabah lebih nyaman bertransaksi”.

d. *Attention* (Perhatian)

Menurut Ibu Erisha Nurul Umma selaku CS BRI Syariah KCP Batu.

“Perhatian yang diberikan oleh CS BRI Syariah KCP Batu yaitu pada saat nasabah terlihat bingung atau resah dengan antrian yang lama maka CS akan menyapa dan memberi pengertian untuk menunggu sebentar, dan karena di BRI Syariah KCP Batu tidak ada nomor antrian untuk mendapatkan pelayanan CS mana yang datang terlebih dahulu. Perhatian lain di tunjukkan dengan menanyakan kabar (jika sudah mengenal nasabah) atau usaha maupun pekerjaan yang di geluti nasabah agar nasabah lebih merasa dihargai dan di perhatikan, selain itu jika nasabah membawa sertab anaknya, maka CS tak segan untuk memberi pujian yang pas atau menanyakan nama maupun sedang duduk di kelas berapa, perhatian lain yang dapat di tunjukkan yaitu jika nasabah , tidak terlihat datang ke BRI Syariah KCP Batu untuk beberapa hari, maka CS biasanya menanyakan keberadaan nasabah beberapa hari lalu, bukan bermaksud ingin tahu namun itu menunjukkan perhatian kepada nasabahnya”.

Menurut Ibu Endang selaku Nasabah BRI Syariah KCP Batu.

“Perhatian yang diberikan oleh CS sangat baik ketika saya membuka rekening baru dan antrian lumayan banyak, maka saya sebagai calon nasabah lebih diutamakan dibandingkan nasabah lain

sehingga membuat saya nyaman, karena calon nasabah lebih diutamakan”.

e. *Action* (Tindakan/ Ucapan)

Menurut Ibu Erisha Nurul Umma selaku CS BRI Syariah KCP Batu.

“Tindakan maupun ucapan oleh CS sangat penting, karena jika CS salah memilih kata-kata maka nasabah akan tersinggung dan enggan untuk kembali di layani oleh CS”.

1. Ucapan (*Greeting*)

Menyampaikan ucapan salam pada saat nasabah datang.

2. Pertelepon (*External Indirect Contact*)

- a. Mengucapkan salam
- b. Menyebut nama kantor (BRI Syariah KCP Batu)
- c. Sebutkan nama
- d. Sebutkan keinginan untuk membantu (ada yang bisa saya bantu ?)

3. Telepon Internal (*Internal Call*)

- a. Mengucapkan salam
- b. Menyebutkan nama, jarang dilakukan oleh CS
- c. Menyebut keinginan untuk membantu, jarang dilakukan oleh CS
- d. Sebut nama bila tahu (baik, nanti saya sampaikan)

4. Oper Panggilan Telepon

- a. Mengucapkan salam
- b. Menyebutkan nama kantor (BRI Syariah KCP Batu)

- c. Menyebut nama
- d. Menyebutkan keinginan untuk membantu (ada yang bisa saya bantu ?)
- e. Bila ingin berbicara dengan karyawan lain maka tanyakan namanya (boleh kami tahu ini dengan siapa saya bicara ?)
- f. Menanyakan keperluannya (boleh kami tahu apa keperluan Bapak/Ibu)
- g. Mempersilahkan menunggu (Baik, tunggu sebentar Pak/Bu)
- h. Tekan *hold*
- i. Ucapkan salam/jawab salam
- j. Menanyakan kepada yang berkepentingan apakah mau menerima telepon dan jelaskan keperluannya (maaf Pak Sakti ada telepon dari Pak Wildan, ingin berbicara dengan Bapak mengenai proposal, apakah bisa diterima Bapak ?)
- k. Bila dapat diterima pesawat CS langsung di tutup, sehingga pihak luar dapat langsung berbicara.
- l. Bila tidak dapat diterima maka tekan *hold* dan sampaikan alasan tidak dapat menerima telepon (maaf sekali Bapak Wildan, Pak Sakti sedang *meeting*, barangkali ada pesan yang dapat kami sampaikan ?)
- m. Menutup telepon den

2) Etika Bertelepon

- a. Saat CS mengangkat dan menutup gagang telepon kadang menimbulkan suara karena biasanya saat melayani nasabah di meja dan telepon berdering, hingga mungkin CS merasa tidak enak hati melayani sambil menerima telepon sampai menimbulkan suara karena tergesa-gesa ingin menutup teleponnya.
- b. CS selalu berbicara dengan nada sopan dan lembut, terlebih memang karakter yang dimiliki CS sudah sesuai standar.
- c. Saat berbicara CS menggunakan *volume* yang sedang namun dengan aksentuasi dan intonasi yang jelas.
- d. CS selalu berbicara sesuai keperluan, menghindari bergurau dan berdebat serta tidak pernah terawa lepas.
- e. Saat berbicara bibir atau mulut CS tidak menempel ke gagang telepon atau di depan hidung.
- f. Saat berbicara pangkal *microphone* berada tepat di depan bibir atau mulut CS dengan jarak 4 cm.
- g. Saat berbicara di telepon CS tidak pernah sambil makan.
- h. Terkadang CS tidak menutup atau taruh gagang telepon setelah lawan bicara menaruh gagang telepon (mendahului menutup telepon lawan bicara).

3) Etika saat berdiri

- a. Posisi tubuh tegak lurus, bila mempersilahkan nasabah duduk, tubuh bagian atas agak dibungkukkan kurang lebih 75 derajat. Namun

terkadang saat nasabah datang dan mempersilahkan nasabah dahulu, CS tidak berdiri. CS berdiri hanya pada saat nasabah akan pulang.

- b. Posisi tangan lepas ke bawah, saat berhadapan langsung dengan nasabah tangan lepas ke bawah.
- c. Posisi rentang kaki tidak terlalu di perhatikan oleh CS.

4) Etika saat duduk

- a. Posisi CS tegak tidak bersandar di sandaran kursi atau bibir meja.
- b. Posisi tangan CS di atas meja.
- c. Mendapatkan kaki tidak terlalu diperhatikan oleh CS.
- d. Seluruh tubuh dan wajah CS menghadap nasabah.

5) Etika Jabat Tangan

- a. Tubuh CS tidak membungkuk dengan apa yang sesuai standar.
- b. Menatap mata nasabah dengan wajah tersenyum.
- c. Bila nasabah pria mengajak berjabat tangan dengan tangan kanan, posisi tangan kiri Cslepas kebawah. Namun terkadang nasabah pria juga mengerti jika sebaiknya jika bukan muhrim tidak berjabat tangan.
- d. Jabat tangan nasabah dengan penuh hangat sekitar 3 sampai 4 detik dan jarang menyebutkan nama CS.
- e. Bila CS dalam posisi duduk maka harus berdiri selalu di laksanakan.

6) Etika Saat Berbicara

- a. Saat CS berbicara intonasi sedang, tenang, ramah, sopan dan siap membantu.

- b. Tetap tersenyum, tidak mendominasi pembicaraan dengan kata lain beri kesempatan nasabah untuk berbicara dan tidak berdebat.
- c. Menjadi pendengar yang baik, pada saat nasabah ingin sedikit bercerita maka CS wajib mendengarkan dengan antusias dan memberikan tanggapan agar nasabah merasa dihargai.
- d. Arah pandangan CS melihat lawan bicara dengan pandangan ke arah dahi sampai hidung untuk menghindari pandangan yang dapat menghilangkan fokus CS.
- e. CS selalu memberikan selingan pujian kepada nasabah, misalnya “bapak sangat pandai mengelola usaha, ambil pembiayaan saja pak untuk menambah properti bapak, bapak tidak ingin mempunyai toko lagi ?”.
- f. Standar *Accountability* (Tanggung Jawab)

Semua bidang pekerjaan, tidak terkecuali sebagai seorang CS memiliki tanggung jawab masing-masing. CS dituntut harus memiliki tekad kuat untuk memenuhi semua hak nasabah, seperti berusaha tidak melakukan kesalahan, berusaha memberikan informasi yang jujur dan lain sebagainya. Walaupun dalam kenyataannya kita tidak dapat memberikan pelayanan yang benar-benar sesuai standar tapi setidaknya kita sudah mempunyai tekad sebagai perwujudan tanggung jawab terhadap bidang pekerjaan CS ini.

1) Bila Melakukan Kesalahan

- a) Memohon maaf atas kesalahan yang terjadi.

- b) Menunjukkan ekspresi penyesalan.
 - c) CS tidak boleh ngotot membela diri.
 - d) Sampaikan permohonan maaf kembali atas yang telah di perbuat dan berjanji tidak terulang kembali.
 - e) Segera lakukan perbaikan atau pembetulan sesuai dengan prosedur.
- 2) Bila Mengecewakan nasabah
- a) Menunjukkan ekspresi penyesalan.
 - b) Sampaikan permohonan maaf karena membuat nasabah merasa kecewa.
 - c) Segera lakukan perbaikan pelayanan.
- 3) Bila Membuat Nasabah Lama Menunggu
- a) Tunjukkan perhatian dan rasa resah anda kepada nasabah bahwa anda juga ikut merasakan keresahan nasabah (rasa empati).
 - b) Sampaikan permohonan maaf dan penyesalan tidak dapat melayani dengan cepat.
 - c) Sampaikan penjelasan dan pahami serta memohon untuk mengerti atas suatu persoalan yang menyebabkan lambatnya pelayanan.
 - d) Setelah selesai melayani sekali lagi sampaikan permohonan maaf.
- 4) Bila Tidak Bisa Menepati Janji
- a) Tunjukkan ekspresi penyesalan dan rasa bersalah anda kepada nasabah karena tidak dapat menepati janji serta prioritaskan untuk segera menemuinya dalam kondisi sesibuk apapun.

b)Sampaikan permohonan maaf dan penyesalan tidak dapat menepati janji.

c)Sampaikan penjelasan dan pahami serta memohon untuk mengerti atas suatu persoalan yang menyebabkan tidak dapat menepati janji.

d)Setelah selesai melayaninya sekali lagi sampaikan permohonan maaf.

5) Bila Mendapat Komplain Nasabah

a) Berprasangka baik kepada nasabah, sambut dengan baik setiap nasabah.

b) Mendengarkan setiap keluhan, lebih banyak mendengarkan dari berbicara dan tunjukkan bahasa tubuh yang sesuai.

c) Berempati, dengan cara menyatakan penyesalan seolah CS ada pada posisi nasabah dan memohon maaf atas ketidak nyamanan yang di alami nasabah.

d) Memberikan penjelasan yang masuk akal dan tidak menyalahkan nasabah. Meyakinkan kepada nasabah bahwa masalah akan segera di tangani.

e) Bila CS bukan pihak yang berkepeten atau tidak memahami dan tidak dapat menyelesaikan, maka sampaikan permohonan maaf untuk menunggu sebentar dan mohon ijin kepada nasabah untuk dikonsultasikan ke atasan atau pihak yang berkepeten dan menguasai permasalahannya.

- f) Bila nasabah bisa di tangani langsung oleh CS maka akan langsung di selesaikan oleh CS.
 - g) Bertanya kepada nasabah, informasi atau kebutuhan lain yang di inginkan nasabah yang belum terpenuhi.
 - h) Kembali mengucapkan maaf atas ketidaknyamanan yang dialami nasabah.
- 6) Bila Mendapat Kritik Dan Saran Dari Nasabah
- a) Bila mendapat kritik maupun saran CS selalu menerima dan mendengarkan dengan tenang dan sabar serta penuh antusias.
 - b) Tidak memasukkan ke dalam hati apa saja perkataan nasabah yang mungkin menyinggung perasaan CS.
 - c) Mencatat setiap kritik dan saran agar kedepan dapat diaplikasikan dalam pelayanan yang masih mempunyai kekurangan.
 - d) Ucapkan terima kasih atas kritik dan sarannya.
 - e) Memohon kepada nasabah untuk tidak sungkan memberikan masukan, kritik dan saran lagi.

Menurut Ibu Endang selaku Nasabah BRI Syariah KCP Batu.

“Dalam pelayanan tutur kata CS kepada nasabah sangatlah sopan”.

2) Analisis

Sikap yang ditunjukkan oleh CS BRI Syariah KCP Batu jika dilihat memang tidak kaku, CS selalu ramah kepada siapa saja baik nasabah yang lama maupun baru.

Baik nasabah yang sudah kenal maupun yang belum kenal. CS tidak segan diajak diskusi mengenai hal apa saja pada saat tidak ada pekerjaan, tentunya selama diskusi tersebut masih dalam batas pekerjaan maupun kegiatan bank lain. Namun pada poin menyebutkan nama diri (CS), mempersilahkan nasabah duduk dan menyampaikan keinginan untuk membantu terkadang tidak disampaikan oleh CS. Hal tersebut terjadi karena, sebelum CS menawarkan bantuan terkadang nasabah sudah mendahului menyampaikan kepada CS tentang kebutuhannya datang ke BRI Syariah misalnya untuk mengajukan pembiayaan atau untuk memperbarui buku tabungan dan kebutuhan lain. Faktor lain disebabkan karena jarak tempat tunggu nasabah dengan meja CS hanya berjarak tiga langkah sehingga pergantian nasabah pertama ke nasabah selanjutnya, CS tidak dapat memberikan sapaan dengan berdiri. Kekurangan lain akibat terlalu dekat jarak antara tempat tunggu nasabah dengan meja CS sehingga semua pembicaraan nasabah dan CS bisa didengar oleh nasabah lain, oleh karena itu privasi nasabah tidak bisa dijaga oleh BRI Syariah. Kemudian pada saat menerima telepon, bahasa yang digunakan adalah Bahasa Indonesia tapi jika lawan bicara berbicara dengan Bahasa Jawa maka CS wajib beralih ke Bahasa Jawa.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil wawancara di atas, maka dapat disimpulkan adalah sebagai berikut :

- a. *Ability* (Kemampuan)

Seorang CS harus memiliki kemampuan mengatasi setiap keluhan nasabah, menguasai produk-produk BRI Syariah, berkomunikasi yaitu mampu mengerti harapan dan keinginan nasabah, berkemampuan menjelaskan informasi apa saja yang dibutuhkan nasabah.

- b. *Attitude* (Sikap)

Seorang CS harus ramah, murah senyum, lemah lembut dalam bertutur kata, jujur dalam memberikan setiap informasi kepada nasabah, hormat selalu menganggukkan kepala dan membungkukkan badan saat bersapaan dengan nasabah, selalu antusias saat nasabah berbicara, pandai bergaul.

- c. *Appearance* (Penampilan)

Penampilan yang ditunjukkan oleh CS BRI Syariah KCP Batu baik secara fisik (pakaian, sepatu, asesoris, tata rias muka) maupun *non*-fisik (kepribadian positif) yaitu rapi dan sederhana namun mampu merefleksikan kepercayaan, kredibilitas, kehormatan diri dihadapan nasabah.

d. *Attention* (Perhatian)

Perhatian atau kepedulian penuh kepada nasabah sudah di terapkan oleh CS BRI Syariah KCP Batu mulai dari memberi perhatian pada saat nasabah resah menunggu antrian dan memperhatikan kebutuhan dan keinginan nasabah yang lain.

e. *Action* (Tindakan / Ucapan)

Action yang harus dilaksanakan meliputi ucapan (*greeting*), *external indirect contact* (pertelepon), *internal call* (telepon *internal*), oper panggilan telepon, etika bertelepon, etika saat berdiri, etika saat duduk, etika jabat tangan, etika saat berbicara semuanya harus dilakukan dengan benar agar apa yang di lakukan oleh CS dapat membuat nasabah merasa dilayani dengan baik. Tindakan atau ucapan yang ditunjukkan oleh CS BRI Syariah KCP Batu hampir sudah memenuhi standar walaupun ada beberapa yang terkadang belum dilaksanakan oleh CS. Tindakan atau kegiatan nyata yang harus dilakukan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah.

f. *Accountability* (Tanggung Jawab)

Tanggung Jawab CS meliputi bila melakukan kesalahan, bila mengecewakan nasabah, bila membuat nasabah lama menunggu, bila tidak bisa menepati janji, bila mendapat komplain nasabah, bila mendapat kritik dan saran dari nasabah. Kesalahan-kesalahan tersebut memang tidak dapat dihindari namun sebagai CS harus dapat mengambil hati nasabah dengan menangani langsung masalah yang timbul.

2. Berdasarkan penelitian penulis, sesungguhnya CS telah melaksanakan *service excelent* secara menyeluruh. Sehingga tidak ada aspek yang dominan dalam pelaksanaan *service excelent* oleh CS pada BRI Syariah KCP Batu.

5.2. Saran

Saran yang dapat disampaikan penulis dari penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Perlu ditingkatkan lagi penerapan terhadap standar pelayanan prima yang ada oleh CS, jika pelayanan sudah baik maka nasabah akan puas dan loyal sehingga pendapatan BRI Syariah juga akan meningkat.
2. Perlu adanya sanksi atau teguran saat CS tidak memenuhi standar pelayanan prima yang sudah di tetapkan oleh BRI Syariah KCP Batu.
3. BRI Syariah KCP Batu perlu menggunakan sistem nomor antrian untuk nasabah yang akan menggunakan layanan CS. Sebab, fasilitas nomor antrian sudah disediakan oleh kantor tetapi fasilitas tersebut tidak dimanfaatkan maksimal oleh BRI Syariah KCP Batu.

Daftar Pustaka

- Barata A.A. 2006. *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo
- Brosur Produk BRIS
- Fauzi, Yayan. 2010. “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nasabah Menabung di Perbankan Syariah (Kasus pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta)”. *Skripsi* Fakultas Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
- Hadi Sutrisno. 2004. *Metodologi Research*. Yogyakarta : Andi Offset
- Kasmir. 2004. *Pemasaran Bank*. Jakarta : Kencana Prenada Media Grup
- Kasmir. 2008. *Etika Customer Service*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Kukuh, Silvester. “Pengaruh Variabel Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Bank Negara Indonesia Cabang Jalan Margonda Raya)”. *Penelitian* Fakultas Manajemen Universitas Gunadarma
- Mayasari, Desy. 2015. “Peran Pelayanan Prima (*Service Excelent*) terhadap Kepercayaan (*Trust*) Nasabah di PT Bank Syariah Mandiri Cabang Malang”. *Skripsi* Fakultas Psikologi UIN Malik Ibrahim
- Rahmayanty, Nina. 2013. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Sari, Ayu Retno. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Muslim Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Muslim Di Kabupaten Bantul, Yogyakarta)”. *Penelitian* Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
- Setiyono, Wahyu dan Yunanto, Muhammad. “Hubungan Implementasi Pelayanan Prima (*Service Excelent*) Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Kc Bank Dki Syariah Wahid Hasyim)”. *Penelitian* Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma
- Subagyo, P. Joko. 1991. *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: PT. Melton Putra
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung : Alfabeta
- Suiryani. 2010. “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan dan Dampaknya terhadap Loyalitas (Studi Kasus pada Nasabah Bank BNI’46 Cabang UIN Syarif Hidayatulla Ciputat)”. *Skripsi* Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta
- Sutrisno, Hadi. 2005. *Metode Research*, Yogyakarta : Andi Offset

Rustam, Taufik. 2012. "Analisis Penerapan Sistem Antrian Model M/M/S Pada PT. Bank BNI Syariah (Persero) TBK Kantor Cabang Pembantu". *Skripsi* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin

Wijaya, Tony. 2013. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta : Graha Ilmu

Hasan, M. Iqbal. 2002. *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta : Ghalia Indonesia

Wawancara dengan Ibu Erisha Nurul Umma Customer Service BRI Syariah KCP Batu

<http://www.brisyariah.com>



Lampiran 1

BIODATA PENELITI

Nama Lengkap : Shintesa Sastrawan Sakti
Tempat, tanggal lahir : Blitar, 01 Oktober 1996
Alamat Asal : Jl. Tugurejo No. 33 Rt. 001/Rw. 006 Bajang-Talun-Blitar
Alamat Sekarang : Jl. Candi VI No. 193 B Karang Besuki-Sukun-Lowokwaru- Malang
Hp : 0822 5579 0625
E-mail : sintesasastrawansakti@gmail.com

Pendidikan Formal

2003-2009 : SD Negeri 02 Bajang
2009-2012 : SMP Negeri 2 Wlingi
2012-2015 : MA Negeri Wlingi
2015-sekarang : Diploma Tiga (D-III) Perbankan Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Pendidikan Non Formal

2015-2016 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa Arab UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
2017 : English Language Center (ELC) UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Pengalaman Organisasi

1. Pengurus Devisi Akademik Himpunan Mahasiswa Prodi (HMP) D-III Perbankan Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang (2016-2017)
2. Wakil Direktur Himpunan Mahasiswa Prodi (HMP) D-III Perbankan Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang (2017-2018)
3. Pengurus Departemen Pengembangan Sumber Daya Manusia Dewan Mahasiswa (DEMA) Fakultas Ekonomi (2018-sekarang)

4. Pengurus Lembaga Semi Otonom (LSO) Olahraga Rayon PMII Ekonomi “Moch. Hatta” (2016-2017)
5. Wakil Lembaga Semi Otonom (LSO) Olahraga Rayon PMII Ekonomi “Moch. Hatta” (2017-2018)
6. Pengurus Ikatan Mahasiswa Blitar (IKAMAHALITA) UIN Maulana Malik Ibrahim Malang (2015-2016)

Aktivitas dan Pelatihan

1. Peserta dan Panitia Beauty Class D-III Perbankan Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang (2015-2017) setiap Tahun.
2. Peserta Lomba *Marketing* oleh BTN Syariah (2015).
3. Peserta Masa Penerimaan Anggota Baru (MAPABA) XIII PMII Rayon Ekonomi “Moch. Hatta” (2015)
4. Peserta Pelatihan Kader Dasar (PKD) XIII PMII Rayon Ekonomi “Moch. Hatta” (2016)
5. Ketua Pelaksana Improvement Skill of Islamic Banking HMP D-III Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. Steering Commite Pelatihan Kader Dasar (PKD) XIV PMII Rayon Ekonomi “Moch. Hatta” (2017)

Malang, 30 Juni 2018

Shintesa Sastrawan Sakti

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM DIPLOMA TIGA (D-III) PERBANKAN SYARIAH
Jalan Gajayana 50 Malang 65144, Telp (0341) 5588881, Faks (0341) 572533
Website : www.uin-malang.ac.id Email : info@uin-malang.ac.id

BUKTI KONSULTASI

Nama : Shintesa Sastrawan Sakti
NIM/Prodi : 15530002/Diploma Tiga (D-III) Perbankan Syariah
Pembimbing : Fani Firmansyah, SE., MM
Judul Tugas Akhir : Implementasi *Service Excelent* Pada PT. Bank BRISyariah
KCP Batu Di Tinjau Dari Kepuasan Pelanggan

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Tanda Tangan
1.	15 Januari 2018	Outline TA	1.
2.	17 Februari 2018	Proposal BAB I	2.
3.	21 Februari 2018	Proposal BAB II	3.
4.	28 Februari 2018	Proposal BAB III	4.
5.	05 Maret 2018	ACC Proposal	5.
6.	16 Mei 2018	BAB IV, V	6.
7.	18 Mei 2018	BAB IV, V	7.
	06 Mei 2018	ACC BAB IV, V	8.

Mengetahui

Ketua Program Studi

Diploma Tiga (D-III) Perbankan Syariah



Irmayanti Hasan, ST., MM

NIP. 197705062003122001

Lampiran 4

LAPORAN PENELITIAN

(Hasil Wawancara)

Tanggal : 5 Juni

Waktu : 16.00 - 17.00

Objek : Erisha Nurul Umma

Bagian : *Costumer Service*

Pertanyaan

1. Seperti apa kemampuan yang dimiliki CS untuk memberikan pelayanan kepada nasabah ?
2. Seperti apa sikap yang dimiliki CS untuk memberikan pelayanan kepada nasabah ?
3. Seperti apa penampilan yang dimiliki CS untuk memberikan pelayanan kepada nasabah ?
4. Seperti apa perhatian yang dimiliki CS untuk memberikan pelayanan kepada nasabah ?
5. Seperti apa tindakan/ucapan yang dimiliki CS untuk memberikan pelayanan kepada nasabah ?
6. Seperti apa tanggung jawab yang dimiliki CS untuk memberikan pelayanan kepada nasabah ?

Jawab

1. Selain berkomunikasi secara verbal CS BRI Syariah KCP Batu sudah mampu menerapkan berkomunikasi dengan bahasa tubuh, yaitu mengekspresikan rasa hormat, menghargai, berterimakasih, tulus, senang melayani. Kemampuan lainnya yaitu menggunakan alat komunikasi sudah barang tentu dikuasai dan sudah sesuai standar, kemudian menguasai produk-produk BRI Syariah seperti, apa saja produk BRI Syariah, berapa masing-masing bagi hasilnya, apa saja manfaatnya, bagaimana syarat untuk mendapatkan produk tersebut sudah sangat dikuasai oleh CS.
2. Sikap yang seharusnya ditunjukkan kepada nasabah yaitu ramah, murah senyum, lemah lembut dalam bertutur kata, jujur dalam memberikan setiap informasi kepada nasabah, hormat selalu menganggukkan kepala dan membungkukkan badan saat bersapaan dengan nasabah, selalu antusias saat nasabah berbicara, pandai bergaul sehingga nasabah baru dapat dengan cepat akrab dengan CS. Namun semua sikap yang di tunjukkan harus berasal dari hati, intinya tidak di buat-buat atau sesuai standar jadi terlihat kaku.
3. Jika berhubungan dengan penampilan, CS hanya mengikuti sesuai arahan dari manajemen atau sesuai standar yang ada dan tidak berpenampilan yang berlebihan karena akan mengganggu pekerjaan dan kemungkinan nasabah tidak akan fokus terhadap apa yang di jelaskan namun akan fokus pada penampilan yang berlebihan.

4. Perhatian yang diberikan oleh CS BRI Syariah KCP Batu yaitu pada saat nasabah terlihat bingung atau resah dengan antrian yang lama maka CS akan menyapa dan memberi pengertian untuk menunggu sebentar, dan karena di BRI Syariah KCP Batu tidak ada nomor antrian untuk mendapatkan pelayanan CS mana yang datang terlebih dahulu. Perhatian lain di tunjukkan dengan menanyakan kabar (jika sudah mengenal nasabah) atau usaha maupun pekerjaan yang di geluti nasabah agar nasabah lebih merasa dihargai dan di perhatikan, selain itu jika nasabah membawa sertab anaknya, maka CS tak segan untuk memberi pujian yang pas atau menanyakan nama maupun sedang duduk di kelas berapa, perhatian lain yang dapat di tunjukkan yaitu jika nasabah , tidak terlihat datang ke BRI Syariah KCP Batu untuk beberapa hari, maka CS biasanya menanyakan keberadaan nasabah beberapa hari lalu, bukan bermaksud ingin tahu namun itu menunjukkan perhatian kepada nasabahnya.
5. Tindakan maupun ucapan oleh CS sangat penting, karena jika CS salah memilih kata-kata maka nasabah akan tersinggung dan enggan untuk kembali di layani oleh CS.

Peneliti

Costumer Service

Shintesa Sastrawan Sakti

Erisha Nurul Umma

Lampiran 5

LAPORAN PENELITIAN

(Hasil Wawancara)

Tanggal : 6 Juni

Waktu : 15.00 – 16.00

Objek : Endang

Bagian : Nasabah

Pertanyaan

1. Bagaimana penilaian ibu terhadap kemampuan yang dimiliki CS untuk memberikan pelayanan kepada nasabah ?
2. Bagaimana penilaian ibu terhadap sikap yang dimiliki CS untuk memberikan pelayanan kepada nasabah ?
3. Bagaimana penilaian ibu terhadap penampilan yang dimiliki CS untuk memberikan pelayanan kepada nasabah ?
4. Bagaimana penilaian ibu terhadap perhatian yang dimiliki CS untuk memberikan pelayanan kepada nasabah ?
5. Bagaimana penilaian ibu terhadap tindakan/ucapan yang dimiliki CS untuk memberikan pelayanan kepada nasabah ?
6. Bagaimana penilaian ibu terhadap tanggung jawab yang dimiliki CS untuk memberikan pelayanan kepada nasabah ?

Jawab

1. Kemampuan pegawai bank BRISyariah cukup baik, pelayanannya sangat cepat.
2. Sikap pegawai bank BRISyariah sangat ramah dan murah senyum, sehingga membuat nasabah nyaman untuk bertransaksi atau mengadukan keluhan yang di alami nasabah ketika ada problem dalam bertransaksi.
3. Penampilan dari pegawai bank BRISyariah KCP Batu sudah lumayan bagus, akan tetapi harus lebih ditingkatkan lagi untuk pelayanan terhadap nasabah agar nasabah lebih nyaman bertransaksi.
4. Perhatian yang diberikan oleh CS sangat baik ketika saya membuka rekening baru dan antrian lumayan banyak, maka saya sebagai calon nasabah lebih diutamakan dibandingkan nasabah lain sehingga membuat saya nyaman, karena calon nasabah lebih diutamakan.
5. Dalam pelayanan tutur kata CS kepada nasabah sangatlah sopan.

Peneliti

Nasabah

Shintesa Sastrawan Sakti

Endang

Lampiran 6

DOKUMENTASI



Foto Dokumentasi Bersama Nasabah BRI Syariah KCP Batu