

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Pelayanan

1. Konsep Pelayanan

Menurut Kotler pelayanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik. Sedangkan menurut Hasibuan pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari satu pihak kepada pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah suatu pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat, dan dengan etika yang baik, sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.¹

Ada beberapa ciri pelayanan yang baik yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan:²

- a. Memiliki karyawan yang profesional khususnya yang berhadapan langsung dengan pelanggan.
- b. Tersedianya sarana dan p\rsarana yang baik yang dapat menunjang kelancaran produk ke pelanggan secara cepat dan tepat.
- c. Tersedianya ragam produk yang diinginkan. Dalam artian konsumen sekali berhenti dapat membeli beragam produk dengan kualitas produk dan pelayanan yang mereka inginkan.
- d. Bertanggung jawab kepada setiap pelanggan dari awal hingga selesai.

¹ Malayu S.P. Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), hlm. 152.

² Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, Cet. I, 2005), hlm. 15.

- e. Mampu melayani secara cepat dan tepat, tentunya jika dibandingkan dengan pihak pesaing.
- f. Mampu berkomunikasi dengan jelas, menyenangkan dan mampu menangkap keinginan dan kebutuhan pelanggan.
- g. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi, terutama dalam hal keuangan.
- h. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik tentang produk yang dijual dan pengetahuan umum lainnya
- i. Mampu memberikan kepercayaan kepada pelanggan, sehingga pelanggan merasa yakin dengan apa yang telah dilakukan perusahaan.

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

Penonjolan kemampuan inilah yang sebenarnya agak membedakan antara konsep pelayanan biasa dan pelayanan prima, karena tumpuan keberhasilan melaksanakan dan membudayakan pelayanan prima tidak terlepas dari kemampuan seseorang atau kelompok orang untuk melaksanakan layanan secara optimal dengan menggabungkan konsep kemampuan, sikap, penampilan, tindakan, dan tanggung jawab dalam proses pemberian layanan.³

2. Konsep pelayanan prima pada Bank Syariah

Konsep pelayanan prima timbul dari kreativitas para pelaku bisnis, yang kemudian diikuti oleh organisasi-organisasi nirlaba dan instansi pemerintah, sehingga budaya

³ Suharto Abdul Majid, *Customer Service Dalam Bisnis Jasa Transportasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), hlm. 59.

pelayanan prima tidak lagi hanya milik dunia bisnis tapi milik semua orang.⁴. Keberhasilan dalam mengembangkan dan melaksanakan pelayanan prima tidak terlepas dari kemampuan dan pemilihan konsep pendekatannya. Ada yang ,mengembangkan pola pelayanan prima berdasarkan konsep A3, yaitu : *Attitude* (Sikap), *Attention* (Perhatian), *Action* (Tindakan), tetapi ada pula yang menggunakan konsep lainya yaitu budaya pelayanan prima berdasarkan pada A6, yaitu membangun pelayanan prima dengan menyelaraskan factor-faktor *Abbility* (kemampuan), *Attitude* (Sikap), *Appearance* (Penampilan), *Attention* (Perhatian), *Action* (Tindakan), dan *Accountability* (Tanggungjawab).⁵

1) Kemampuan (*Abbility*)

Kemampuan (*ability*) adalah pengetahuan dan keterampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang program layanan prima, yang meliputi kemampuan dalam bidang kerja yang ditekuni, melaksanakan komunikasi yang efektif, mengembangkan motifasi, dan menggunakan *public relations* sebagai instrument dalam mebina hubungan ke dalam dan keluar organisasi/perusahaan.

2) Sikap (*attitude*)

Sikap (*attitude*) adalah perilaku atau perangai yang harus ditonjolkan

3) Penampilan (*appearance*)

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

4) Perhatian (*attention*)

⁴ Barat Atep, Dasar-Dasar Pelayanan Prima, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, hal.30.

⁵ Barata, Dasar-Dasar...,op.cit.,hal.31

Perhatian (*attention*) adalah kepedulian penuh terhadap pelanggan, baik yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun pemahaman atas saran dan kritiknya.

5) Tindakan (*action*)

Tindakan (*action*) adalah berbagai kegiatan nyata yang harus dilakukan dalam memberikan layanan kepada pelanggan.

6) Tanggung jawab (*accountability*)

Tanggungjawab (*accountability*) adalah suatu sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai wujud kepedulian untuk menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan.⁶

Layanan Prima adalah pelayanan yang memenuhi kebutuhan praktis (*practical needs*) dan kebutuhan emosional (*emotional needs*) pelanggan. kebutuhan praktis meliputi nilai yang dirasakan dengan bentuk berwujud fisik (*tangible*) dan kebutuhan emosional yang dirasakan kepada fisiologis pelanggan.⁷

Dalam beberapa ciri pelayanan yang baik, banyak Bank ingin selalu dianggap baik oleh nasabah karena nasabah akan menjadi pelanggan setia terhadap produk atau jasa yang di tawarkan. Disamping itu, bank juga berharap dari pelayanan baik yang diberikan, nasabah dapat ikut mempromosikan bank kepada nasabah lain. Hal ini merupakan keuntungan tersendiri bagi bank. Dalam memberikan pelayanan yang baik, bank telah menetapkan standar yang didukung dengan sarana dan prasarana yang ada sehingga kepuasan nasabah dapat terpenuhi.⁸

⁶ *ibid...., hal 31*

⁷ *Nina Rahmayanty, Manajemen Pelayanan Prima. Yogyakarta: Graha Ilmu, hal: 464.*

⁸ *Endar Sugiarto, Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa, (Jakarta: Gramedia, 1999)*

3. Syarat dan Prosedur Pelayanan Prima

Syarat seseorang dikatakan mampu memberikan pelayanan adalah sebagai berikut:⁹

- a. Mampu melakukan komunikasi dengan menerapkan prinsip-prinsip dasar komunikasi: bahwa komunikasi merupakan kegiatan dasar manusia dan cara memahami komunikasi dipandang sebagai suatu proses berkomunikasi, yang meliputi *attending* (kehadiran orang yang diajak berkomunikasi), *listening* (kemampuan mendengarkan dan menganalisis dengan cepat apa yang dibicarakan lawan bicara), *observing* (mampu meneliti pembicaraan), *clarifying* (mampu mengklarifikasikan komunikasi), dan *responding* (mampu memberikan tanggapan terhadap komunikasi).
- b. Mampu berkomunikasi dalam konsep verbal maupun nonverbal.
- c. Mampu bekerja dalam pelayanan secara individu maupun dalam kelompok.
- d. Mampu berkomunikasi dalam konsep A3, yaitu *attitude* (sikap dalam berkomunikasi), *attention* (mampu memberikan perhatian pada saat berkomunikasi), dan *action* (melakukan tindakan dalam komunikasi).

Berikut ini prosedur pelayanan yang harus dipahami dan dimengerti seorang *Customer service*, pramuniaga, *public relation*:¹⁰

- a. Berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih
Artinya karyawan harus mengenakan baju
dan celana yang sepadan dengan kombinasi yang menarik. Karyawan juga harus berpakaian rapi, bersih tidak kumal.
- b. Percaya diri, bersikap akrab dan penuh senyum

⁹ Kasmir, *Etika Customer Service...*, *op. cit.*, hlm. 19.

¹⁰ Kasmir, *Etika Customer...*, *op. cit.*, hlm. 19.

Dalam melayani nasabah, karyawan tidak boleh ragu-ragu akan tetapi harus memiliki keyakinan dan percaya diri yang tinggi. Karyawan juga harus dapat bersikap akrab dengan pelanggan, seolah-olah sudah kenal lama. Dalam melayani nasabah juga harus murah senyum dengan raut muka yang menarik hati serta tidak dibuat-buat.

- c. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika sudah dikenal

Pada saat nasabah datang karyawan harus serta menyapa lebih dulu dan kalau sudah pernah ketemu sebelumnya, usahakan menyapa dengan menyebut namanya. Namun, jika belum kenal dapat menyapa dengan sebutan bapak/ibu, dan menanyakan apa yang dapat kami bantu.

- d. Tentang sopan, hormat serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan

Usahakan pada saat melayani nasabah, karyawan dalam keadaan tenang, tidak terburu-buru, sopan santun dalam bersikap. Kemudian tunjukkan sikap menghormati tamu, tekun mendengarkan sekaligus berusaha memahami keinginan pelanggan. usahakan jangan menyuruh pelanggan/nasabah mengulang kembali pertanyaan atau keinginannya, karena terkesan kita tidak serius mendengarkan pembicaraannya.

4. Pentingnya Pelayanan Prima

Suatu perusahaan yang ingin maju mengharapkan pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan. Meskipun banyak perusahaan yang menawarkan produk yang bersaing tetapi tujuannya adalah untuk menari pelanggan yang sama. Dengan demikian pelanggan mempunyai pilihan yang banyak. Pelayanan prima penting bagi perusahaan, pelanggan, dan bagi karyawan perusahaan. Hal ini penting bagi perusahaan karena dapat

mempertahankan loyalitas pelanggan dan membantu untuk mengamankan masa depan bisnisnya. Penting bagi pelanggan karena memberikan pilihan untuk memutuskan dalam hal membeli dan memilih produk. Penting bagi karyawan perusahaan karena memberikan kebanggaan dan nilai positif bagi mereka, produk yang ditawarkan, dan juga perusahaan.¹¹

Ada beberapa alasan utama mengapa pelayanan prima penting bagi perusahaan

a. Pelayanan prima memiliki nilai ekonomi

Kunci meraih keuntungan perusahaan ialah pelanggan. Tujuan meraih keuntungan tersebut berupa usaha memaksimalkan laba dengan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, meraih pasar yang besar, dapat mengatasi persaingan, melaksanakan tanggung jawab sosial, dan sebagainya. Upaya membangun hubungan dan mempertahankan pelanggan yang sudah lama dapat dilakukan dengan memberikan pelayanan yang sangat baik dan konsisten, bila mereka puas ada kemungkinan menunjukkan loyalitasnya dengan memberikan informasi kepada orang lain dan tingkat kepercayaan orang mendengar informasi lebih tinggi, dan juga biaya yang dikeluarkan perusahaan juga lebih rendah.

b. Pelayanan adalah tempat berkumpulnya uang dan pekerjaan

Perusahaan ada karena mereka bergantung pada pelanggan dan untuk pelangganlah mereka bekerja, karena pelanggan merupakan 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

¹¹ Rahmayanti, *Manajemen Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hal. 3

Berkembangnya kegiatan bisnis, membuat semakin berkompetisi serta 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 yang 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. Mampu memahami 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.¹²

B. Standar Operasional Prosedur

1. Pengertian Standar operasional prosedur

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Standar adalah ukuran tertentu yang dipakai sebagai patokan. Sedangkan Operasional adalah secara sifat operasi dan Prosedur adalah tahap kegiatan untuk menyelesaikan suatu aktivitas.

Menurut Budiharjo Standar operasional prosedur adalah suatu perangkat pengatur yang mengatur tahapan suatu proses kerja atau suatu proses kerja tertentu. Oleh karena itu prosedur kerja yang dimaksud bersifat tetap, rutin dan tidak berubah-ubah, prosedur kerja tersebut dilakukan menjadi dokumen tertulis yang disebut sebagai Standar Operasional Prosedur (SOP).

¹² Rahmayanti, Manajemen Pelayanan Prima, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hal. 5-7

2. Tujuan SOP

Tujuan pembuatan SOP adalah untuk menjelaskan perincian atau standar yang tetap mengenai aktivitas pekerjaan yang berulang-ulang yang diselenggarakan dalam suatu organisasi atau perusahaan. SOP yang baik adalah SOP yang mampu menjadikan arus kerja yang lebih baik, menjadi panduan untuk karyawan baru, penghematan biaya, memudahkan pengawasan, serta mengakibatkan koordinasi yang baik antara bagian-bagian yang berlainan dalam perusahaan. Tujuan SOP adalah sebagai berikut :

- a. Untuk menjaga konsistensi tingkat penampilan kinerja atau kondisi tertentu dan kemana petugas dan lingkungan dalam melaksanakan sesuatu tugas atau pekerjaan tertentu.
- b. Sebagai acuan dalam pelaksanaan kegiatan tertentu bagi sesama pekerja, dan supervisor.
- c. Untuk menghindari kegagalan atau kesalahan (dengan demikian) menghindari dan mengurangi konflik, keraguan, duplikasi serta pemborosan dalam proses pelaksanaan kegiatan.
- d. Merupakan parameter untuk menilai mutu pelayanan.
- e. Untuk lebih menjamin penggunaan tenaga dan sumber daya secara efisien dan efektif.
- f. Untuk menjelaskan alur tugas, wewenang dan tanggung jawab dari petugas yang terkait.
- g. Sebagai dokumen yang akan menjelaskan dan menilai pelaksanaan proses kerja bila terjadi suatu kesalahan administrasi lainnya.
- h. Sebagai dokumen yang digunakan untuk pelatihan.
- i. Sebagai dokumen sejarah bila telah dibuat revisi SOP yang baru.

3. Manfaat SOP

Manfaat SOP (Standar Operasional Prosedur) antara lain sebagai berikut:

- a. Sebagai standarisasi cara yang dilakukan pegawai dalam menyelesaikan pekerjaan khusus, mengurangi kesalahan dan kelalaian.
- b. SOP membantu staf menjadi lebih mandiri dan tidak tergantung pada intervensi manajemen, sehingga akan mengurangi keterlibatan pimpinan dalam pelaksanaan proses sehari-hari.
- c. Meningkatkan akuntabilitas dengan mendokumentasikan tanggung jawab khusus dalam melaksanakan tugas.
- d. Menciptakan ukuran standar kinerja yang akan memberikan pegawai cara konkret untuk memperbaiki kinerja serta membantu mengevaluasi usaha yang telah dilakukan.
- e. Menciptakan bahan-bahan training yang dapat membantu pegawai baru untuk cepat melakukan tugas nya.
- f. Menunjukkan kinerja bahwa organisasi efisien dan dikelola dengan baik.
- g. Menyediakan pedoman bagi setiap pegawai diunit pelayanan dalam melaksanakan pemberian pelayanan sehari-hari.
- h. Membantu penelusuran terhadap kesalahan-kesalahan prosedur dalam memberikan pelayanan. Menjamin proses pelayanan tetap berjalan dalam berbagai situasi.¹³

C. *Customer Service*

1. *Perngertian Customer Service*

Pelayanan nasabah dapat diberikan oleh berbagai pihak baik *customer service*, *teller* atau kasir. Namun, istilah *customer service* digunakan secara khusus untuk dunia

¹³ <https://www.kajianpustaka.com> (di akses pada tanggal 25 Maret 2018, 21: 10 wib)

perbankan. Artinya memang ada bagian yang khusus melayani nasabah dengan nama *customer service*.¹⁴

Customer Service secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. *Customer Service* memegang peranan yang sangat penting. Dalam dunia perbankan tugas utama seorang CS adalah memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat. *Customer service* bank dalam melayani para nasabah selalu berusaha menarik dengan cara merayu para calon nasabah menjadi nasabah bank yang bersangkutan dengan berbagai cara. CS juga harus dapat menjaga nasabah lama agar tetap menjadi nasabah bank.¹⁵

2. Fungsi dan Tugas *Customer service*

Sebagai seorang *customer service* tentu telah ditetapkan fungsi dan tugas yang harus diembannya. Fungsi dan tugas ini harus dilaksanakan sebaik mungkin dalam arti dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya. Kemudian *customer service* harus bertanggung jawab dari awal sampai selesainya suatu pelayanan nasabah.¹⁶

Dalam praktiknya fungsi *customer service* adalah sebagai *resepsionis*, sebagai deskman, sebagai salesman, sebagai *customer relation officer*, sebagai komunikator.¹⁷ Dan tugas seorang *customer service* yang sesuai dengan fungsinya tersebut adalah sebagai berikut:

a. Sebagai Resepsionis

¹⁴ Kasmir, *Etika Customer Service*. (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2005), hal. 179

¹⁵ *Ibid.*, hal. 202

¹⁶ *Ibid.*, hal. 202

¹⁷ *Ibid.*, hal. 203

Dalam hal ini, *customer service* bertugas menerima tamu atau nasabah yang datang ke bank dengan ramah, sopan, tenang, simpatik, menarik, dan menyenangkan. Dalam hal ini *customer service* harus selalu memberi perhatian, berbicara dengan suara yang lembut dan jelas. Penggunaan bahasa yang mudah dimengerti serta mengucapkan salam, misalnya “selamat pagi/siang/sore” sesuai dengan kondisi.

b. Sebagai Deskman

Sebagai deskman, tugas *customer service* antara lain memberikan informasi mengenai produk-produk bank, antara lain menjelaskan manfaat dan ciri-ciri produk bank. Yang perlu juga dijelaskan adalah keunggulan produk kita dibandingkan dengan produk pesaing. Sebagai deskman, tugas *customer service* juga harus menyiapkan berbagai brosur dan formulir untuk kepentingan nasabah. Kemudian menjawab pertanyaan nasabah mengenai produk bank serta membantu nasabah mengisi formulir aplikasi sesuai dengan transaksi yang ia lakukan.

c. Sebagai Salesman

Sebagai salesman, tugas *customer service* bank adalah berusaha sekuat tenaga menjual produk perbankan. Tugas lainnya adalah melakukan *cross selling* terhadap penjualan yang dilakukan. Sebagai penjual, *customer service* mengadakan pendekatan dan mencari nasabah baru. Berusaha membujuk nasabah yang baru serta berusaha mempertahankan nasabah yang lama.

d. Sebagai *Customer Relation Officer*

Hubungan dengan nasabah harus selalu dijaga melalui berbagai cara. Nasabah terkadang sering terpengaruh oleh hal yang dilakukan pesaing. Jika kita

mengalami gangguan dengan nasabah, bukan tidak mungkin nasabah kita akan beralih ke bank pesaing kita. Dalam hal ini, tugas seorang *customer service* harus menjaga image bank dengan cara membina hubungan baik dengan seluruh nasabah sehingga nasabah merasa senang, puas, dan makin percaya kepada bank. Yang terpenting adalah sebagai penghubung antara bank dengan seluruh nasabah.

e. Sebagai Komunikator

Tugas *customer service* yang terakhir adalah sebagai komunikator dengan cara memberikan segala informasi dan kemudahan-kemudahan kepada nasabah. Selain itu, juga sebagai tempat menampung keluhan, keberatan, atau konsultasi. Dalam arti yang lebih luas, tugas sebagai komunikator adalah mengkomunikasikan kepentingan bank dengan kepentingan nasabah. Mungkin ada komunikasi yang terputus-putus atau tersendat yang perlu diperbaiki. Komunikasi penting karena akan dapat mempererat hubungan antara nasabah dengan bank.¹⁸

Dalam pelayanan di bank *customer service* mempunyai tanggung jawab dalam menjalankan tugasnya, sebagai berikut :

- a. Bertanggung jawab kepada pemimpin.
- b. Secara efektif memberikan perbaikan kualitas operasi dan layanan bank yang telah ada dan yang akan diterapkan.
- c. Melakukan koordinasi dan bekerja sama dengan bagian lainnya dalam memproses dan meningkatkan kualitas layanan bank.
- d. Sebagai penghubung antara nasabah dengan bagian-bagian yang terkait dan batasan diatas wewenangnya.

¹⁸ Kasmir, *Etika Customer Service...*, hal. 191

- e. Menjamin tetap terjadinya hubungan yang baik dan memuaskan bagi para nasabah, dimana dalam hal ini menghimpun para nasabah.
- f. Memberikan informasi mengenai semua jenis produk dan jasa bank termasuk manfaat dan keuntungannya bagi nasabah.¹⁹

1. Peranan *Customer Service*

Customer service berperan dalam memberikan pelayanan yang terbaik pada nasabah yang ingin bertransaksi dengan bank. Secara umum, peranan *customer service* bank adalah sebagai berikut :

- a. Mempertahankan nasabah lama agar tetap setia menjadi nasabah bank kita melalui pembinaan hubungan yang lebih akrab dengan nasabah;
- b. Berusaha untuk mendapat nasabah baru, melalui berbagai pendekatan. Misalnya meyakinkan nasabah untuk menjadi nasabah kita dan mampu meyakinkan nasabah tentang kualitas produk kita.²⁰

Seorang *customer service* dalam melaksanakan tugasnya haruslah terlebih dahulu memahami pekerjaan yang akan diembannya terutama yang berkenaan dengan pelayanan terhadap nasabah. Dasar-dasar pelayanan perlu dikuasai oleh seorang *customer service* sebelum melakukan tugasnya, mengingat karakter masing-masing nasabah sangat beragam. Ada beberapa dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami, sebagai berikut:

- a. Berpakaian dan berpenampilan rapih dan bersih, Artinya petugas *customer service* harus mengenakan baju dan celana yang sepadang dengan kombinasi yang menarik.

Customer service juga harus berpakaian necis tidak kumal dan baju lengan panjang

¹⁹ <http://tugas2kuliah.wordpress.com/2011/12/14/skripsi-perbankan-perbandingan-tingkatkepuasan-nasabah-terhadap-pelayanan-customer-service-antara-bri-dan-bank-sulsel/>, diakses 8 Maret 2018

²⁰ Kasmir, *Etika Customer Service...*, hal. 181

jangan digulung. Terkesan pakaian yang dikenakan benar-benar memikat konsumen. Gunakan pakaian seragam jika petugas CS diberikan pakaian seragam sesuai waktu yang telah ditetapkan.

- b. Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum dalam melayani nasabah petugas *customer service* tidak ragu-ragu, yakin dan percaya diri yang tinggi. Petugas *customer service* juga harus bersikap akrab seolah-olah sudah kenal lama. Dalam melayani nasabah petugas *customer service* haruslah murah senyum dengan raut muka yang menarik hati, serta tidak dibuat-buat.
- c. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika kenal. Pada saat nasabah datang petugas *customer service* harus segera menyapa dan kalau sudah bertemu sebelumnya usahakan menyapa dengan menyebutkan namanya. Namun jika belum kenal dapat menyapa dengan sebutan Bapak/Ibu, apa yang dapat kami bantu.
- d. Tenang, sopan, hormat, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan, Usahakan pada saat melayani nasabah dalam keadaan tenang, tidak terburu-buru, sopan santun dalam bersikap, menghormati tamu serta tekun mendengarkan sekaligus berusaha memahami keinginan konsumennya.
- e. Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar, Artinya dalam berkomunikasi dengan nasabah gunakan Bahasa Indonesia yang benar atau bahasa daerah yang benar pula. Suara yang digunakan harus jelas dalam arti mudah dipahami dan jangan menggunakan istilah-istilah yang sulit dipahami oleh nasabah.
- f. Bergairah dalam melayani nasabah dan tunjukkan kemampuannya dalam melayani nasabah jangan terlihat loyo, lesu atau kurang semangat. Tunjukkan pelayanan yang prima seolah-olah memang anda sangat tertarik dengan keinginan kemauan nasabah.

- g. Jangan menyela dan memotong pembicaraan, Pada saat nasabah sedang berbicara usahakan jangan memotong atau menyela pembicaraan. Kemudian hindarkan kalimat yang bersifat teguran atau sindiran yang dapat menyinggung perasaan nasabah. Kalau terjadi sesuatu usahakan jangan berdebat.
- h. Mampu meyakini nasabah serta memberikan kepuasan, Setiap pelayanan yang diberikan harus mampu meyakinkan nasabah dengan aguman-agumen yang masuk akal. Petugas *customer service* juga harus mampu memberikan kepuasan atas pelayanan yang diberikan.
- i. Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, minta bantuan, Artinya jika ada pertanyaan atau permasalahan yang tidak sanggup dijawab atau diselesaikan oleh *customer service*, maka harus meminta bantuan petugas yang mampu.
- j. Bila belum dapat melayani, beritahukan kapan akan dilayani, Artinya jika pada saat tertentu, petugas *customer service* sibuk dan tidak dapat melayani salah satu nasabah, maka beritahukan kepada nasabah kapan akan dilayani dengan simpatik.²¹

Dalam melayani nasabah sangat diperlukan berbagai sikap *customer service* yang mampu menarik minat nasabah dalam berhubungan dengan *customer service*. Beberapa sikap yang harus diteladani oleh seorang *customer service* adalah:

- a. Beri kesempatan nasabah berbicara untuk mengemukakan keinginannya, dalam hal ini petugas *customer service* harus dapat menyimak dan berusaha memahami keinginan dan kebutuhan nasabah.
- b. Dengarkan baik-baik, Selama nasabah mengemukakan pendapatnya dengar dan simak baik-baik tanpa membuat gerakan yang dapat menyinggung nasabah, terutama gerakan tubuh yang dianggap kurang sopan.

²¹ Kasmir, *Pemasaran Bank...*, hal. 205

- c. Jangan menyela pembicaraan sebelum nasabah selesai bicara, Sebelum nasabah selesai bicara petugas *customer service* dilarang memotong atau menyela pembicaraan. Usahakan nasabah sudah benar-benar selesai baru petugas *customer service* menanggapi.
- d. Ajukan pertanyaan setelah nasabah berbicara, Pengajuan pertanyaan kepada nasabah baru dilakukan apabila nasabah sudah selesai bicara. Pengajuan pertanyaan hendaknya dengan bahasa yang baik, singkat dan jelas.
- e. Jangan marah dan jangan mudah tersinggung, Cara bicara, sikap atau nada bicara jangan sekali-kali menyinggung nasabah. Kemudian *customer service* jangan mudah marah terhadap nasabah yang bertemperamen.
- f. Jangan mendebat nasabah, Jika ada hal-hal yang kurang disetujui usahakan beri penjelasan sopan dan jangan sekali-kali berdebat atau memberikan argumen yang tidak dapat diterima oleh nasabah.
- g. Jaga sikap sopan, ramah, dan selalu bersikap tenang, Dalam melayani nasabah sikap sopan santun, ramah tamah harus selalu dijaga. Begitu pula dengan emosi harus tetap terkendali dan selalu berlaku tenang dalam menghadapi nasabah yang kurang menyenangkan.
- h. Jangan menangani hal-hal yang bukan merupakan pekerjaannya, Sebaiknya petugas *customer service* tidak menangani tugas-tugas yang bukan menjadi wewenangnya. Serahkan kepada petugas yang berhak, sehingga tidak terjadi kesalahan dalam memberikan informasi.

- i. Tunjukkan sikap perhatian dan sikap ingin membantu, Nasabah yang datang ke bank pada prinsipnya ingin dibantu. Oleh karena itu, berikan perhatian sepenuhnya dan tunjukkan bahwa memang kita ingin membantu nasabah.²²

D. Penelitian Terdahulu

Agar penelitian yang penulis lakukan tidak tumpang tindih dengan penelitian orang lain, maka penulis memberikan tinjauan kepustakaan sebuah kemestian dan searah dengan masalah yang penulis kaji. Adapun penelitian terdahulu tersebut antara lain:

Beberapa penelitian telah dilakukan terkait masalah ini. Salah satunya adalah penelitian Makruflis, dalam sekripsinya menjelaskan tentang pelaksanaan penerapan konsep *service excellence* Perbankan Syariah pada PT Bank Riau Kepri Syariah cabang \Pekanbaru Riau dimana hasil penelitian tersebut menemukan bahwa penerapan konsep *service excellence* pada Bank Riau Kepri Syariah cabang Pekanbaru dilakukan dengan berpedoman pada aturan yang dibuat oleh pimpinan pusat PT. Bank Riau Kepri Syariah, yaitu memberikan perhatian khusus dalam hal *customer service*. Belum ada pelayanan khusus untuk pelayanan perbankan syariah karenan masih mengacu pada standart pelayanan umum saja.²³ Perbedaan penelitian Muhammad Makhruflis dengan penelitian ini adalah lembaga yang diteliti oleh Muhammad Mukhflis adalah PT. Bank Riau Kepri Syariah cabang Pekanbaru Riau , variable yang digunakan oleh Muhammad Mukhflis hanya ada satu .sedangkan dalam penelitian ini menggunakan Bank Muamalat Indonesia Capem Blitar sebagai tempat yang diteliti, dan pada penelitian ini memiliki 2 variable yaitu nasabah baru dan nasabah existing.

Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama sama meneliti mengenai penerapan pelayanan

²² *Ibid.*, hal. 208

²³ Makruflis, *Penerapan Konsep Service Excellence Perbankan Syariah* pada PT. Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pekanbaru Riau, (2014: *Uniersitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*), hal.86

prima pada suatu lembaga Bank Syariah, dan penggunaan jenis penelitian yang sama yaitu kualitatif.

Penelitian lain terkait isu itu adalah skripsi yang ditulis oleh Adawiyah yang menjelaskan tentang implementasi standart service excellence yang diterapkan oleh costumer service pada MBT Bismillah Sukorejo. Dalam penelitian adawiyah ditemukan bahwasanya pelayanan yang diberikan oleh customer service terhadap nasabah sangatlah baik, namun ada beberapa hal prosedur pelayanan yang kadang terlupa, yaitu penyebutan nama nasabah, hal ini terjadi karena keadaan dimana nasabah yang akan melakukan konsultasi dengan customer service sudah terlebih dahulu menyatakan keinginannya.²⁴ Perbedaan penelitian ini dengan Adawiyah yaitu penelitian Adawiyah meneliti mengenai service excellence hanya pada costumer service, sedangkan penelitian ini meneliti mengenai service excellence pada seluruh karyawan Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar. Sedangkan persamaan penelitian Adawiyah dengan penelitian ini adalah sama sama meneliti mengenai service excellence.

Selain itu penelitian berikrinya ditulis oleh Junaedi yang menjelaskan tentang perkembangan perbankan syariah yang disebabkan oleh tingkat kesetiaan nasbah yang dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan dan keadilan dalam pelayanan di bank syariah Propinsi Riau.dalam penelitian milik Junaidi ini ditemukan bahwa perkembangan bank syariah di Propinsi Riau sebenarnya mengalami perkembangan yang baik namun bila dibandingkan dengan bank konvensional belum memuaskan hal ini disebabkan oleh rendahnya loyalitas nasabah bank syariah. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, namun keadilan bagi hasil tidak berpengaruh bagi loyalitas

²⁴ Adawiyah, Implementasi Service Excellence oleh Customer Service pada BMT Bismillah Sukorejo,(2015: Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang), hal 76.

nasabah.²⁵ Perbedaan penelitian Tavip dengan penelitian ini yaitu responden yang digunakan oleh Tavip yaitu seluruh nasabah bank syariah di Propinsi Riau, lalu metodologi penelitian yang digunakan oleh Tavip menggunakan metode kuantitatif. variable yang digunakan oleh Tavip yaitu kualitas layanan, keadilan dan kepuasan nasabah. Sedangkan pada penelitian ini menggunakan responden seluruh karyawan pada Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar. Dan metode penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Variable yang digunakan pada penelitian ini hanya satu yaitu service excellence. Persamaan penelitian Tavip dengan penelitian ini yaitu sama sama meneliti mengenai pelayanan pada bank syariah.

Berikutnya sebuah jurnal yang ditulis oleh Roni, membahas mengenai perbedaan antara bank konvensional dan bank syariah mengenai pelayanan fisik dan empati. Dalam penelitian roni ditemukan bahwaterjadi hal hal berikut pada Bank konvensional yang beroperasi di Sumatera Barat yaitu: antara variable fisik dengan latar belakang nasabah bank konvensional tidak memiliki hubungan yang signifikan, dan ditemukan hubungan yang signifikan antara variable empathy dengan pendidikan terakhir nasabah.²⁶ Sedangkan untuk bank syariah yang beroperasi di Sumatera Barat ditemukan bahwa adanya hubungan yang signifikan antara variable fisik dengan usia nasabah, dan adanya hubungan signifikan antara variable empathy dengan jenis kelamin nasabah. Perbedaan yang dimiliki oleh penelitian Roni dengan penelitian ini yaitu penelitian Roni membahas mengenai perbedaan pelayanan pada bank syariah dengan bank konvensional dan pada penelitian Roni pelayanan yang diteliti dibedakan menjadi 2 yaitu pelayanan fisik dan empati. Penelitian roni menggunakan metode

²⁵ Junaidi, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keadilan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Studi Pada Bank Syariah di Propinsi Riau*, (2012: Universitas brawijaya Malang). Hal 174

²⁶ Roni, *Strategi Pelayanan Bank Konvensional Dan Bank Syariah: Prioritas Pelayanan Fisik Dan Emphati*, (2016: Institut Agama Islam Negeri Imam Bonjol Padang) hal, 158

penelitian kuantitatif,.Sedangkan pada penelitian ini membahas pelayanan pada suatu bank syariah yaitu Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar dan pelayanan yang diteliti tidak dibedakan. Dan penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Persamaan dengan penelitian ini yaitu membahas mengenai pelayanan pada sebuah lembaga keuangan.

Selanjutnya penelitian yang ditulis oleh Setiawan, penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas layanan, kepercayaan dan komitmen terhadap loyalitas nasabah. Pada penelitian milik Setiawan ditemukan bahwa dari hasil pengujian secara keseluruhan dapat disimpulkan untuk meningkatkan loyalitas nasabah pada PD BPR Bank Pasar Kendal dapat melalui peningkatan secara langsung komitmen dan kepercayaan nasabah, sedangkan kualitas layanan dapat meningkatkan loyalitas nasabah secara langsung.²⁷ Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Mulyo Budi adalah pada responden yang digunakan yaitu para nasabah pada PD BPR Bank Pasar Kendal yang bukan syariah, mengenai jenis penelitian yang digunakan mulyo menggunakan jenis penelitian kuantitatif, dan variable yang digunakan oleh mulyo adalah kualitas layanan, kepercayaan dan komitmen terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan penelitian ini menggunakan jenis penelitian berupa kualitatif dengan satu variable yaitu service excellence, dan penelitian ini dilakukan pada bank syariah yaitu Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar. Sedangkan persamaan penelitian Mulyo dengan penelitian ini yaitu sama sama meneliti mengenai pelayanan pada suatu lembaga keuangan .

Penelitian berikutnya ditulis oleh Bernadita, penelitian ini membahas mengenai penerapan pelayanan prima pada suatu bank konvensional di Surakarta, dengan kesimpulan mengenai budaya kerja pada Bank BTN menerapkan pola-pola prima yaitu pelayanan prima, inovasi

²⁷ Setiawan, *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Studi Pada PD. BPR Bank Pasar Kendal*,(2007: Universitas Stikubank) Hal 215

keteladanan, profesionalisme, integrasi, dan kerjasama. Serta tingkat kepuasan nasabah pada bank tersebut adalah cukup baik.²⁸ terdapat perbedaannya yaitu obyek yang diteliti oleh Bernadeta dilakukan pada suatu lembaga keuangan yaitu Bank konvensional. Sedangkan pada penelitian ini dilakukan pada bank syariah. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Bernadeta yaitu sama-sama meneliti mengenai service excellence pada suatu lembaga keuangan dan metode yang digunakan dalam penelitian Bernadeta dengan penelitian ini sama.

Penelitian berikutnya yaitu berupa jurnal yang ditulis oleh Hidayat, dari penelitian tersebut membahas mengenai pengaruh yang terjadi antara kualitas layanan, kualitas produk dan nilai nasabah yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas nasabah dengan menggunakan sebuah uji tertentu. Menemukan bahwa Variabel nilai bagi nasabah menunjukkan adanya pengaruh yang paling kuat dan dominan terhadap loyalitas nasabah jika dibandingkan dengan variabel lainnya (kualitas layanan, kualitas produk dan kepuasan nasabah). Hal ini mengindikasikan bahwa nilai yang didapat nasabah seperti tercermin dalam manfaat yang diperoleh dan pengorbanan yang dikeluarkan dapat secara langsung maupun tidak langsung (dengan diantarai oleh kepuasan nasabah) berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.²⁹

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Rachmad yaitu, penelitian Rachmad dilakukan pada sebuah lembaga keuangan konvensional yaitu Bank Mandiri. Selain itu penelitian Rachmad berfokus pada proses monitoring (pengawasan) terhadap nasabah setelah diberikan pembiayaan, dan jenis penelitian yang digunakan oleh Rachmad yaitu kuantitatif. Sedangkan dalam penelitian ini dilakukan pada sebuah lembaga keuangan

²⁸ Bernadita, *Penerapan Pelayanan Prima Pada PT. Bank Tabungan Negara Persero TBK Cabang Surakarta*, (2010: Universitas sebelas Maret Surakarta), hal 74

²⁹ Hidayat, *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri*, (2009: Universitas Trunojoyo Madura), hal.72

syariah yaitu Bank Muamalat Indonesia cabang Blitar. Dan penelitian ini berfokus pada service excellence yang dilakukan oleh karyawan pada objek yang diteliti, juga jenis penelitian pada penelitian ini adalah kualitatif. Persamaan penelitian Rachmad dengan penelitian ini yaitu sama dalam hal obyek penelitian yaitu mengenai pelayanan yang terjadi pada bank.

Penelitian terdahulu selanjutnya yaitu sebuah skripsi yang ditulis oleh Mayasari , Membahas mengenai dampak dan peran pelayanan prima terhadap kepercayaan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri di Malang. Pada penelitian milik Mayasari ini ditemukan bahwa semakin tinggi pelayanan prima pada suatu bank, maka semakin tinggi pula kepercayaan nasabah terhadap bank tersebut.³⁰ Perbedaan penelitian Desy dengan penelitian ini adalah jenis penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif , tempat penelitian berada pada sebuah Bank Konvensional yaitu Bank Mandiri di Malang dan hasil penelitian yang sangat berbeda dengan penelitian ini. Sedangkan penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, tempat penelitian dilakukan pada sebuah bank syariah yaitu Bank Muamalat Indonesia cabang Blitar. Persamaan penelitian Desy dengan penelitian ini adalah sama sama meneliti mengenai pelayanan prima pada suatu lembaga keuangan.

Selain itu salah satu skripsi yang ditulis oleh Khakim dengan judul yang sama seperti penelitian terdahulu yang sebelumnya rupanya judul penelitian ini begitu banyak digunakan. Penelitian milik Khakim ini menemukan bahwa variable reliable berpengaruh positif dan signifikan terhadap nasabah, nasabah merasa puas terhadap kinerja karyawan BPD DIY

³⁰ Mayasari, *Peran Pelayanan Prima (Service Excellence) Terhadap Kepercayaan Nasabah Di PT.Bank Syariah Mandiri Cabang Malang*,(2015: Universitas Islam Negeri Maulanan Malik Ibrahim Malang), hal 50

Syariah Cabang Cik Ditiro.³¹ Perbedaan penelitian Khakim dengan penelitian ini adalah responden yang digunakan oleh Fuad yaitu berupa nasabah pada BPD DIY Syariah Cabang Cik Ditiro, jenis penelitian yang digunakan oleh Fuad berupa kuantitatif. Sedangkan penelitian ini menggunakan responden berupa para karyawan Bank Muamalat Indonesia capem Blitar, dan penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian Fuad dan penelitian ini memiliki persamaan yaitu sama-sama membahas mengenai pelayanan prima pada sebuah lembaga keuangan syariah.

Selanjutnya adalah penelitian yang ditulis oleh Febrianto dalam penelitian ini peneliti menggunakan fokus penelitian pada customer service dalam mengaplikasikan prinsip service excellence pada Bank Syariah. Dan Febrianto menemukan bahwa sesungguhnya customer service pada BRI Syariah KCP Sragen telah melaksanakan service excellence secara menyeluruh, sehingga tidak ada aspek yang dominan dalam pelaksanaan service excellence oleh customer service.³² Perbedaan penelitian Febrianto dengan penelitian ini, yaitu fokus penelitian yang hanya berorientasi pada customer service, penelitian Muhammad Febriyanto tidak meneliti objek dari service excellence tersebut, sedangkan penelitian ini mengarah pada seluruh karyawan bank yang diteliti, dan juga meneliti mengenai objek dari service excellence tersebut. Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti mengenai service excellence pada suatu Bank Syariah, dan juga memiliki persamaan berupa jenis penelitian yaitu kualitatif.

E. Kerangka Konseptual

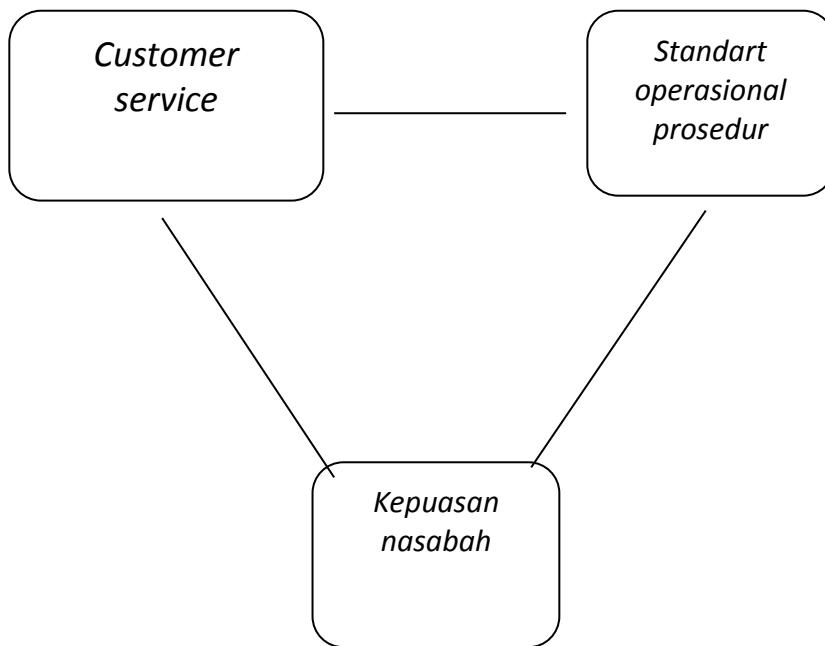
³¹ Khakim, *Pengaruh Pelayanan Prima (Service Excellence) Terhadap Kepuasan Nasabah Studi Kasus BPD DIY Syariah Cabang Cik Ditiro*, (2015: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta), Hal.75

³² Febrianto, *Aplikasi Prinsip Service Excellence Oleh Customer Service pada Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Sragen*, (2016: Institute Agama Islam Negeri Salatiga), hal. 74

Kerangka konseptual atau kerangka pikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi. Suatu kerangka pemikiran akan menghubungkan secara teoretis antar variabel penelitian, yaitu antara variabel bebas dan terikat.

Agar penelitian ini lebih terarah sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang ingin dicapai, maka kerangka konseptual dibangun dengan sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual



Penjelasan:

1. Pelayanan perbankan yang telah digunakan di Bank Muamalat pada dasarnya hampir sama dengan standar pelayanan perbankan pada umumnya, namun banyak nilai-nilai syariah yang dipakai dalam pelayanan juga, tapi ada beberapa aturan khusus dari Bank Muamalat pusat. Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar pelayanan sendiri ada enam yang di terapkan dalam kegiatan operasionalnya, yaitu Pemenuhan, Jaminan, Keandalan, Tangibility, Empaty, Ketanggapan.
2. Pelayanan ini dilakukan oleh *Customer Service* karena dengan pelayanan prima maka Bank Muamalat KCP Blitar lebih wajib mengacu pada standart operasional yang telah ditetapkan oleh Bank Muamalat pusat. Seperti halnya para staff menerapkan pelayanan sesuai dengan SOP yang telah di tentukan oleh Bank Muamalat pusat, dan selalu di *upgrade* oleh pusat. Dalam SOP yang diterapkan Bank Muamalat KCP Blitar menekankan pada dua hal yaitu penampilan dan sikap karyawan dalam melayani nasabah.
3. Dengan diterapkanya pelayanan yang prima oleh *customer service* dimana mengacu sesuai dengan standart operasional yang ditentukan oleh Bank Muamalat Pusat maka akan mewujudkan hasil kinerja tersebut yang dapat dilihat melalui tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan perbankan yang diterima.