

BAB II

LANDASAN TEORI

A. KUALITAS PELAYANAN *FRONTLINER*

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Feigenbhun dalam Nasution menyatakan, bahwa kualitas adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya (*full customer satisfaction*). Suatu produk berkualitas apabila dapat memberi kepuasan sepenuhnya kepada konsumen, yaitu sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen atas suatu produk.⁷

Pelayanan adalah semua kegiatan untuk mempermudah konsumen menghubungi pihak-pihak yang tepat di perusahaan dan mendapatkan pelayanan, jawaban dan penyelesaian masalah yang cepat dan memuaskan.⁸ Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Pada umumnya pelayanan yang tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi, serta pembelian ulang yang lebih sering.

⁷ Nur Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*, (Bogor :Ghalia Indonesia, 2005), hal. 3

⁸ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran : Analisis, Implementasi, dan Kontrol*, edisi ke-9 Jilid 1 (Jakarta : PT. Prenhalindo, 1997), hal. 8

Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktifitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen.

2. Dimensi Kualitas Pelayanan

Untuk mengukur sejauh mana kualitas pelayanan mampu mempengaruhi kepuasan konsumen diperlukan suatu dimensi yang dapat mewakili kualitas pelayanan.

Ada lima dimensi kualitas menurut Parasuraman *et,Al* dalam Fandy Tjiptono yang dapat digunakan sebagai kerangka perencanaan strategis dan analisis. Dimensi-dimensi tersebut adalah :

a. *Tangible* (Bukti fisik)

Adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Aspek ini meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi. Bukti fisik ini akan terlihat secara langsung oleh nasabah. Bukti fisik meliputi penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil, dan bahan-bahan komunikasi perusahaan. Oleh karena itu, bukti fisik ini harus menarik dan modern.

b. *Reliability* (Kehandadalan)

Adalah kemampuan perusahaan yang dapat diandalkan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Aspek ini yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan. Guna mendukung hal ini maka setiap karyawan bank sebaiknya diberikan pelatihan dan

pendidikan guna meningkatkan kemampuannya. Kemampuan untuk melakukan pelayanan sesuai yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.

c. *Responsiveness* (daya tanggap)

Yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Untuk itu pihak manajemen bank perlu memberikan motivasi yang besar agar seluruh karyawan bank mendukung kegiatan pelayanan kepada nasabah tanpa pandang bulu. Akan lebih baik jika motivasi yang diberikan kepada karyawan akan memperoleh imbalan yang sesuai dengan kemampuannya.

d. *Assurance* (jaminan)

Adalah bahwa konsumen akan dilayani dengan baik oleh karyawan yang memiliki tingkat kompetensi yang memadai dan mampu memberi rasa aman dan nyaman. Adanya jaminan bahwa karyawan memiliki pengetahuan, kompetensi, kemampuan, dan sifat atau perilaku yang dapat dipercaya maka hal ini penting agar nasabah yakin akan transaksi yang mereka lakukan benar dan tepat sasaran. Jaminan dalam perusahaan antara lain pengetahuan, kesopanan petugas serta sifatnya yang dapat dipercaya sehingga pelanggan atau nasabah terbebas dari resiko.

e. *Empati*

Adalah kepedulian dan perhatian individu atau pribadi yang diberikan perusahaan kepada konsumennya meliputi kemudahan

dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan para pelanggan secara cepat dan tepat.⁹

3. Ciri-ciri Pelayanan yang Baik / Berkualitas

Jika perusahaan selalu ingin dianggap yang terbaik dimata pelanggannya, perusahaan harus memberikan pelayanan yang terbaik.

Dalam memberikan pelayanan yang terbaik perlu didukung oleh berbagai hal. Berikut ini ciri – ciri pelayanan yang baik yang harus diikuti dan dipenuhi oleh perusahaan yaitu :

- a. Tersedia karyawan yang baik : karyawan yang melayani pelanggan, dalam hal ini *frontliner*, merupakan faktor penentu utama kesuksesan perusahaan selama melayani pelanggan.
- b. Tersedia Sarana Prasarana : dalam melayani pelanggan hal lain yang juga penting diperhatikan adalah sarana dan prasarana yang dimiliki perusahaan. Meja dan kursi serta peralatan pendukung lainnya harus nyaman untuk ditempati dan dipandang. Sarana dalam ruangan juga harus tenang, tidak berisik, dan sejuk. Kelengkapan dan kenyamanan sarana dan prasarana ini akan membuat pelanggan betah berurusan dengan perusahaan.
- c. Bertanggung jawab : karyawan bank yang baik harus bertanggung jawab kepada setiap pelanggan sejak awal hingga selesai. Artinya, dalam menjalankan kegiatan pelayanan, karyawan bank harus mampu melayani dari awal sampai akhir.

⁹ Fandy Tjiptono dan Anastasia Dian, *Total Quality Management (TQM)*..., hal. 27 - 28

- d. Mampu melayani secara cepat dan tepat : dalam melayani pelanggan karyawan bank diharapkan melakukannya secara prosedur. Layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan tidak membuat kesalahan, dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan pelanggan.
- e. Mampu berkomunikasi
- f. Memberikan jaminan kerahasiaan : kemampuan menjaga rahasia perusahaan dan pelanggan merupakan ukuran kepercayaan pelanggan kepada perusahaan.
- g. Memiliki Kemampuan dan Pengetahuan
- h. Berusaha Memahami Kebutuhan Pelanggan
- i. Mampu memberikan Kepercayaan : kepercayaan calon pelanggan kepada perusahaan mutlak diperlukan sehingga calon pelanggan mau menjadi pelanggan perusahaan yang bersangkutan. Demikian juga, pelanggan yang lama perlu dijaga kepercayaannya agar tidak lari.¹⁰

4. *Frontliner*

Frontliner adalah sebuah kategori pekerjaan dalam suatu perusahaan perbankan dan jasa jasa lainnya. Secara umum frontliner bertugas untuk melayani konsumen / nasabah secara langsung.

a. *Pengertian Customer Service*

Customer service merupakan penghubung antara nasabah dengan bank, sehingga keperluan dan permasalahan yang dihadapi nasabah dapat diatasi, maka dirumuskan pengertian dari *customer service* dalam

¹⁰ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2006), hal. 285 - 287

meberikan pelayanan terhadap setiap nasabah, yakni “ Layanan terhadap pelanggan atau nasabah, dapat berlangsung dengan baik, apabila ada sistem pedoman operasi yang benar agar kedua belah pihak merasa puas”.¹¹

Pada pengertian *Customer Service* secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.¹²

b. Fungsi dan Tugas *Customer Service*

Kita perlu mengetahui beragam fungsi dan tugas yang harus diemban oleh seorang *customer service* untuk menjaga citra perusahaan. Fungsi dan tugas ini harus dilaksanakan sebaik mungkin. Pelaksanaan fungsi dan tugas *customer service* harus dipertanggungjawabkan dari awal sampai selesainya suatu pelayanan terhadap pelanggan.

Fungsi *customer service* yang harus dijalankan setiap waktu adalah sebagai berikut : (1) Resepsionis berfungsi sebagai penerima tamu yang datang ke perusahaan. (2) Deskman berfungsi sebagai orang yang melayani berbagai macam aplikasi. (3) Salesman berfungsi sebagai orang yang menjual produk perbankan sekaligus sebagai pelaksana *cross selling*. (4) *Customer Relation Officier* berfungsi sebagai orang yang dapat membina hubungan baik dengan seluruh nasabah, termasuk merayu atau meujuk agar nasabah tetap bertahan tidak lari dari bank

¹¹ Binti Nur Asiyah, *Modul Praktik Mini Bank Syariah – 1*, (Tulungagung : Diktat tidak diterbitkan, 2013, hal. 2

¹² Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta : Prenada Media, 2004), hal. 202

yang bersangkutan apabila menghadapi masalah. (5) Komunikator berfungsi sebagai orang yang menghubungi nasabah dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungannya antara bank dengan nasabah.¹³

Disamping memiliki fungsi diatas, *customer service* juga memiliki tugas sesuai dengan fungsi *customer service* tersebut. Adapun tugas-tugas *customer service* yang sesuai dengan fungsinya adalah sebagai berikut : (1) Resepsionis bertugas menerima tamu yang datang keperusahaan dengan ramah tamah, sopan, tenang, simpatik, menarik dan menyenangkan. Dalam hal ini *customer service* harus bersikap selalu memberi perhatian, berbicara dengan suara yang lembut dan jelas. Penggunaan bahasa yang mudah dimengerti serta mengucapkan salam. Selama melayani pelanggan *customer service* tidak diperkenankan merokok, makan, minum, atau berbincang-bincang dengan sesama karyawan. (2) *Deskman* bertugas memberikan informasi mengenai produk-produk perusahaan, menjelaskan manfaat dan ciri-ciri produk, menjawab pertanyaan pelanggan mengenai produk serta membantu pelanggan yang membutuhkan pertolongan, seperti mengisi formulir. (3) Salesman bertugas menjual produk, melakukan *cross selling*, mengadakan pendekatan dan mencari pelanggan baru, berusaha membujuk pelanggan yang baru dan berusaha mempertahankan pelanggan yang lama serta berusaha mengatasi setiap permasalahan

¹³Kasmir, *Manajemen Perbankan*. (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2010), hal 226

yang dihadapi pelanggan, termasuk keberatan dan keluhan pelanggan. (4) *Customer Relation Officier* bertugas menjaga *image* atau citra perusahaan. Tugas detailnya adalah membina hubungan baik dengan seluruh pelanggan, sehingga pelanggan merasa senang, puas, dan semakin percaya kepada perusahaan. Tugas yang terpenting adalah sebagai penghubung antara perusahaan dengan seluruh pelanggan. (5) Komunikator bertugas memberikan segala informasi dan kemudahan-kemudahan kepada pelanggan. Disamping itu, juga sebagai tempat menampung keluhan, keberatan, atau konsultasi berbagai hal yang ada kaitanya dengan produk atau perusahaan secara keseluruhan.¹⁴

c. Syarat Seorang *Customer Service* yang Baik

Memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah yang terpenting pertama adalah kualitas pelayanan. Petugas *customer service* dan karyawan lainnya memiliki peranan yang sangat penting. Agar pelayanan yang berkualitas dapat diberikan, perlu ada beberapa persyaratan bagi seseorang untuk menjadi *customer service*. Berikut ini persyaratan untuk menjadi *customer service* : (1) Persyaratan fisik : Seorang *customer service* harus memiliki ciri – ciri fisik yang menarik seperti tinggi dan berat yang ideal. Memiliki wajah yang menarik dan menawan. Petugas *customer service* juga harus memiliki jiwa yang sehat. Artinya, seorang *customer service* harus sehat jasmani dan rohaninya. Disamping itu, petugas harus memiliki penampilan yang

¹⁴ Kasmir, *Kewirausahaan...*, hal. 277 - 279

menarik, badan, dan pakaian rapi dan bersih, serta tidak bau. Begitu pula dengan nafas harus dijaga agar tidak bau. (2) Persyaratan Mental : *Customer service* harus memiliki perilaku yang baik seperti sabar, ramah, murah senyum. Hindarkan petugas *customer service* yang mudah marah / emosi dan cepat putus asa. *Customer service* juga harus punya rasa percaya diri (*self confidence*) yang tinggi, tidak minder, punya inisiatif, teliti, cermat, rajin, jujur, serius, hati – hati dan punya rasa tanggungjawab. (3) Persyaratan Kepribadian : Syarat lain *customer service* harus memiliki kepribadian yang baik seperti murah senyum, sopan, lemah lembut, simpatik, lincah, energik, menyenangkan, berjiwa bisnis, memiliki rasa humor, dan ingin maju. Dalam melayani nasabah, kesan pertama yang mengesankan (*first impression*) perlu ditonjolkan. *Customer service* juga harus mampu mengendalikan diri (*self control*), tidak mudah marah, tidak terpancing untuk berbuat dan berkata kasar, ketidaksabaran, dan rasa tidak puas, serta mampu mengendalikan gerakan-gerakan tubuh yang mengesankan serta tidak terpancing untuk berbicara hal – hal yang bersifat negatif. (5) Persyaratan Sosial : *Customer service* harus memiliki jiwa sosial yang tinggi, bijaksana, berbudi pekerti yang halus, pandai bergaul, pandai berbicara, dan fleksibel. *Customer service* juga harus cepat menyesuaikan diri, mudah bekerja sama, tenang dan tabah.¹⁵

¹⁵ Kasmir, *Manajemen Perbankan...*, hal. 234 -235

d. Pengertian Teller

Teller adalah petugas bank yang pekerjaan sehari-harinya berhadapan dengan nasabah dan masyarakat umum.¹⁶

Berdasarkan pengertian yang lain teller merupakan seorang petugas dari pihak bank yang berfungsi untuk melayani nasabah dalam hal transaksi keuangan perbankan kepada semua nasabahnya. Tugas seorang teller secara umum yaitu menangani, membantu, dan memberikan solusi bagi semua nasabah yang ingin melakukan transaksi perbankan termasuk di dalamnya nanti memberikan jasa layanan uang tunai maupun non tunai.¹⁷

e. Fungsi dan *Job Description* Teller

- (1) Seorang Teller yang baik harus datang tepat waktu sesuai jam masuk, memastikan semua perlengkapan berfungsi baik (alat penghitung uang, alat pengecek uang palsu bulpen, dsb).
- (2) Jika ada nasabah maka harus bersikap ramah, memberi greeting (selamat pagi / siang / sore, mengucapkan terima kasih jika sudah selesai), memberi senyum di awal dan akhir pertemuan.
- (3) Menjaga penampilan berbusana sesuai standar bank (meja kerja, baju rapi, rambut rapi, mengenakan ID card, dsb).

¹⁶ <https://pelatihanbank.wordpress.com/sejarah/> diakses tanggal 10 Januari 2015

¹⁷ www.jobdesc.net/job-desc/pengertian-dan-tugas-teller-bank.html diakses tanggal 10 Januari 2015

- (4) Jika ada nasabah ingin setor / tarik tunai maka teller wajib menghitung uang, mengkonfirmasi jumlah uang kepada nasabah, melakukan perhitungan uang di depan nasabah.
- (5) Melakukan pembayaran non tunai / tunai kepada nasabah yang bertransaksi non tunai / tunai di counter bank, dan melakukan update data transaksi di sistem komputer bank.
- (6) Setelah selesai proses setor / tarik tunai teller wajib memberikan slip kuitansi kepada nasabah yang dan menandatangani sebagai tanda tangan pengesahan
- (7) Bertanggungjawab terhadap kesesuaian antara jumlah kas di sistem dengan kas di terminalnya.¹⁸

f. Pengertian Satuan Pengamanan atau SATPAM

Satpam merupakan singkatan dari Satuan Pengamanan, adalah satuan kelompok petugas yang di bentuk oleh instansi / proyek / badan usaha untuk melakukan keamanan fisik (*physical security*) dalam rangka penyelenggaraan keamanan swakarsa di lingkungan kerjanya.¹⁹

g. Tugas dan Tanggungjawab SATPAM

Tugas dan tanggung jawab seorang satpam bank pada umumnya tidak jauh berbeda dengan satpam yang bekerja di tempat yang lain. Akan tetapi sebenarnya tugas dan tanggung jawab satpam bank cukup besar dan mengandung resiko yang cukup tinggi.

¹⁸ *Ibid*

¹⁹ <http://satpam-gaul.blogspot.com/2010/12/tugas-fungsi-dan-peranan-satpam-satuan.html>
diakses tanggal 10 Januari 2015

Berikut ini adalah tugas dan tanggung jawab satpam yang bekerja di bank : (1) Mengawasi seluruh wilayah Bank mulai dari radius lokasi bank sampai dengan pintu masuk dan ruangan dalam bank. (2) Membuka pintu, menyambut dan memberi salam dengan ramah setiap nasabah yang akan masuk ke dalam bank. (3) Memeriksa bawaan nasabah jika mencurigakan atau sikap dan tindak-tanduk nasabah mencurigakan. (4) Menanyakan keperluan nasabah dan memberikan nomor antrian kepada nasabah sesuai dengan keperluan nasabah. (5) Memberikan petunjuk dan arahan dengan baik jika ada nasabah yang memerlukan pertanyaan dan informasi. (6) Memperhatikan seluruh kegiatan di dalam dan di luar bank, segera sigap bertindak jika ada sesuatu yang mencurigakan. (7) Melakukan tindakan yang cepat dengan mengedepankan keamanan dan keselamatan nasabah dan pegawai bank jika ada kejadian yang menjurus ke arah kriminal.²⁰

B. KEPUASAN NASABAH

1. Pengertian Nasabah

Berdasarkan Undang – undang nomor 10 tahun 1998 tentang perubahan atas Undang – undang nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan pada BAB I Ketentuan Umum Pasal 1 yang dimaksud dengan nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank. Sedangkan nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan

²⁰ Satpam security on line, dalam <http://www.satpam-security.com/tugas-dan-tanggung-jawab-satpam-bank/> dikases tanggal 10 Januari 2015

berdasarkan perjanjian bank sebagaimana dimaksud dalam undang – undang yang berlaku.²¹

2. Sifat – sifat Pelanggan / Nasabah

Seperti dijelaskan sebelumnya, latar belakang pelanggan atau calon pelanggan beragam. Oleh karena itu, dalam melayani pelanggan sebaiknya seorang *frontliner* mampu memahami dan mengerti sifat masing – masing pelanggannya.

- a. Pelanggan dianggap sebagai raja yaitu *frontliner* harus menganggap pelanggan sebagai raja yang harus dipenuhi semua keinginan dan kebutuhannya. Pelayanan yang diberikan harus seperti pelayanan yang diberikan kepada seorang raja, namun masih dalam batas – batas etika dan moral dengan tidak merendahkan derajat perusahaan atau derajat *frontliner* itu sendiri.
- b. Mau dipenuhi keinginan dan kebutuhannya. Kedatangan pelanggan dan calon pelanggan ke perusahaan adalah agar hasrat atau keinginannya terpenuhi, baik berupa informasi, pengisian aplikasi atau keluhan – keluhan. Jadi, tugas *frontliner* adalah berusaha memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan.
- c. Tidak mau didebat dan tidak mau disinggung. Ada kecenderungan bahwa pelanggan tidak suka dibantah ada didebat. Usaha setiap pelayanan dilakukan melalui diskusi yang santai dan rileks. Petugas

²¹ Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*,..., hal. 152

frontliner harus pandai mengemukakan pendapat sehingga pelanggan tidak mudah tersinggung.

- d. Pelanggan mau diperhatikan. Setiap pelanggan dan calon pelanggan yang datang ke perusahaan pada hakikatnya ingin memperoleh perhatian. Oleh karena itu, petugas *frontliner* hendaknya memberikan perhatian secara penuh sehingga pelanggan benar – benar merasa diperhatikan.
- e. Pelanggan merupakan sumber pendapatan. Tujuan utama setiap perusahaan adalah untuk memperoleh pendapatan dan laba yang maksimal. Perlu diketahui bahwa pendapatan utama perusahaan adalah dari transaksi yang dilakukan oleh pelanggannya. Oleh karena itu, jika membirkan pelanggan berarti menghilangkan pendapatan.²²

3. Sikap Melayani Nasabah

Beberapa sikap yang harus diteladani oleh seorang *frontliner* bank adalah sebagai berikut :

- a. Beri kesempatan nasabah berbicara untuk mengemukakan keinginannya.
- b. Dengarkan baik – baik. Selama nasabah mengemukakan pendapatnya dengarkan dan simak baik – baik tanpa membuat gerakan yang dapat menyinggung nasabah, terutama gerakan tubuh yang dianggap kurang sopan.
- c. Jangan menyela pembicaraan sebelum nasabah selesai bicara.

²² Kasmir, *Kewirausahaan...*, hal 281 - 282

- d. Ajukan pertanyaan setelah nasabah selesai bicara. 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 mudah tersinggung. Cara bicara, sikap atau nada bicara jangan sekali – kali menyinggung nasabah. Kemudian *frontliner* jangan mudah marah terhadap nasabah yang bertempramen tinggi. Usahakan tetap sabar dalam melayaninya.
- f. Jangan mendebat nasabah. Jika ada hal – hal yang tidak disetujui usahakan beri penjelasan dengan sopan dan jangan sekali – kali berdebat atau memberikan argumen yang tidak dapat 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.
- i. Tunjukkan sikap perhatian dan sikap ingin membantu. Nasabah yang datang ke bank pada prinsipnya ingin dibantu. Oleh karena diberikan perhatian sepenuhnya dan tunjukkan bahwa memang memang kita ingin membantu nasabah.²³

²³ Kasmir, *Manajemen Perbankan...*, hal. 231 - 232

4. Kepuasan Nasabah

Kepuasan merupakan tingkat perasaan konsumen yang diperoleh setelah konsumen melakukan atau menikmati sesuatu. Dengan demikian dapat diartikan bahwa kepuasan konsumen merupakan perbedaan antara yang diharapkan konsumen (nilai harapan) dengan situasi yang diberikan perusahaan di dalam usaha memenuhi harapan konsumen. Adapun konsumen merupakan *stakeholder* yang hakiki dalam bisnis modern. Bisnis tidak akan berjalan tanpa adanya konsumen yang menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh produsen.²⁴ Dalam dunia perbankan atau lembaga keuangan non bank yang dimaksud dengan konsumen adalah para nasabah yang menggunakan jasa perbankan atau lembaga keuangan non bank.

Pelayanan terhadap nasabah yang *notabene* adalah pelanggan bank atau lembaga keuangan non bank yang merupakan satu dari sekian banyak faktor yang harus diperhatikan demi kemajuan bank atau lembaga keuangan non bank. Persaingan usaha yang semakin ketat, dimana semakin banyak nasabah yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah menyebabkan setiap perusahaan jasa harus menempatkan orientasi pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama.²⁵

Pada dasarnya kepuasan pelanggan atau nasabah dapat didefinisikan secara sederhana, yaitu suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk atau jasa yang

²⁴ Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta : UPP AMP YKPN, 2004), hal. 159

²⁵ Moch. Uzeir, *Studi Komparatif Kepuasan Nasabah Pembiayaan Murabah pada Baitul Mal Wa Tanwil Harapan Ummat di Kepatihan Tulungagung dan As Salam Kediri*, (Tulungagung : skripsi tidak diterbitkan, 2011), hal. 13

dikonsumsi dan digunakan.²⁶ Tingkat kepuasan pelanggan sangat tergantung pada mutu suatu produk. Suatu produk dikatakan bermutu bagi pelanggan apabila produk tersebut dapat memenuhi kebutuhannya. Aspek mutu suatu produk dapat diukur, pengukuran tingkat kepuasan erat hubungannya dengan mutu produk (barang & jasa).

Untuk dapat mencapai kesuksesan di dalam mengelola suatu kegiatan bisnis dibutuhkan adanya mekanisme, sistem, dan aturan yang lebih *transparan*. Sebab keterbukaan akan menjadi prasyarat demi terwujudnya hubungan baik dengan penggunaan jasa, artinya jika memang produk dan jasa yang ditawarkan tidak sesuai dengan kondisi yang dirasakan dan harga yang tertera, maka lembaga harus siap menerima ketidakpuasan dari konsumen atau nasabah. Hal tersebut sangat wajar, karena konsumen atau nasabah mempunyai hak untuk memperoleh layanan atau jasa sesuai dengan uang yang dibayarkan, dan ini sesuai dengan asas keadilan.²⁷

5. Dampak Kepuasan Nasabah

Tujuan utama strategi pemasaran yang dijalankan adalah untuk meningkatkan jumlah nasabahnya, baik secara kuantitas maupun kualitasnya. Secara kuantitas artinya jumlah nasabah bertambah cukup signifikan dari waktu ke waktu, sedangkan secara kualitas artinya nasabah yang didapat merupakan nasabah yang produktif yang mampu memberikan laba bagi bank.

²⁶ M.N Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu*, (Jakarta : Ghalia Indonesia, 2001), hal. 45

²⁷ Z. Bambang Darmadi, *Tak – Tik Bisnis dan Perspektif Pemasaran*, (Yogyakarta : Universitas Atma Jaya, 1999) hal. 95

Untuk mencapai tujuan tersebut, dapat dilakukan dengan berbagai cara dan salah satunya adalah melalui memberikan kepuasan nasabah atau pelanggan. Kepuasan nasabah menjadi sangat bernilai bagi bank atau perusahaan sehingga tidak heran selalu ada slogan bahwa pelanggan adalah raja, yang perlu dilayani dengan sebaik-baiknya.

Dalam praktiknya apabila nasabah puas atas pelayanan yang diberikan bank, ada dua keuntungan yang diterima bank, yaitu sebagai berikut:

- a. Nasabah yang lama akan tetap dapat dipertahankan (tidak lari ke bank lain) atau dengan kata lain nasabah akan loyal kepada bank.
- b. Kepuasan nasabah lama akan menular kepada nasabah baru dengan berbagai cara sehingga mampu meningkatkan jumlah nasabah.

Kepuasan nasabah yang diberikan bank akan berimbas sangat luas bagi peningkatan keuntungan bank. Atau dengan kata lain, apabila nasabah puas terhadap pembelian jasa bank, maka nasabah tersebut akan: (1) Loyal kepada bank, artinya kecil kemungkinan nasabah untuk pindah ke bank yang lain dan akan tetap setia menjadi nasabah bank yang bersangkutan. (2) Mengulang kembali pembelian produknya, artinya kepuasan terhadap pembelian jasa bank akan menyebabkan nasabah membeli kembali terhadap jasa yang ditawarkan secara berulang – ulang. (3) Membeli lagi produk lain dalam bank yang sama dalam hal ini nasabah akan memperluas pembelian jenis saja yang ditawarkan sehingga pembelian nasabah menjadi makin beragam dalam satu bank. (4) Memberikan promosi gratis dari mulut ke mulut. Hal inilah yang menjadi keinginan bank karena pembicaraan tentang

kualitas pelayanan bank ke nasabah lain akan menjadi bukti akan kualitas jasa yang ditawarkan.²⁸

6. Hal – hal Yang Perlu Dilakukan Untuk Kepuasan Nasabah

Hal – hal yang perlu dilakukan bank agar kepuasan nasabah terus meningkat yaitu sebagai berikut :

- a. Memerhatikan kualitas pelayanan dari staf bank yang melayani nasabah dengan keramahan, sopan santun, serta pelayanan cepat dan efisien. Staf bank disini mulai staf paling bawah sampai pimpinan tertinggi bank tersebut.
- b. Faktor pendekatan dan kedekatan untuk berinteraksi dengan staf bank tersebut. Nasabah diperlakukan sebagai teman lama sehingga timbul keakraban dan kenyamanan selama berhubungan dengan bank.
- c. Harga yang ditawarkan. Pengertian harga disini untuk bank, yaitu baik bunga simpanan, maupun bunga pinjaman, atau bagi hasil dan biaya administrasi yang ditawarkan kompetitif dengan bank lain.
- d. Kenyamanan dan keamanan lokasi bank, sebagai tempat bertransaksi, dalam hal ini nasabah selalu merasakan adanya kenyamanan baik di luar bank maupun di dalam bank. Nasabah juga tidak merasa was - was bila berhubungan dengan bank.
- e. Kemudahan memperoleh produk bank. Artinya jenis produk yang ditawarkan lengkap dan tidak memerlukan prosedur yang berbelit-

²⁸ Kasmir, *Manajemen Perbankan...*, hal. 238

belit atau persyaratan yang memberatkan seperti misalnya dalam hal permohonan kredit.

- f. penanganan komplain atau keluhan. Artinya setiap ada keluhan atau komplain yang dilakukan nasabah harus ditanggapi dan ditangani secara cepat dan tepat.
- g. Kelengkapan dan kegunaan produk termasuk kelengkapan fasilitas dan produk yang ditawarkan, misalnya tersedia fasilitas atm, diberbagai lokasi – lokasi strategis.²⁹

7. Faktor Utama Kepuasan Nasabah

Kualitas perlu dipahami dan dikelola dalam seluruh bagian organisasi kualitas jasa sendiri meliputi empat aspek :

- a. Pertemuan jasa (*service encounter*). pertemuan jasa merupakan segala interaksi langsung antara pelanggan dengan karyawan dan fasilitas fisik penyedia jasa.
- b. Desain jasa (*service design*). Desain jasa adalah proses yang dilalui pelanggan dalam rangka memperoleh suatu jasa.
- c. Produktivitas jasa (*service productivity*). Produktivitas jasa adalah hubungan antara kualitas dan kuantitas barang atau jasa yang diproduksi dengan kualitas sumberdaya yang dipergunakan untuk menghasilkan barang / jasa tersebut.
- d. Budaya dan organisasi jasa. Kualitas jasa dapat pula dipengaruhi oleh budaya organisasi dan cara pengorganisasiannya.

²⁹ *Ibid.*, hal. 239

Adapun strategi dalam meningkatkan kualitas jasa terdiri dari: (1) Mengidentifikasi determinan utama kualitas jasa. (2) Mengelola harapan pelanggan. (3) Mengelola bukti (*evidence*) kualitas jasa. (4) Mendidik konsumen tentang jasa. (5) Mengembangkan budaya kualitas. (6) Menciptakan *automating quality*. (7) Menindaklanjuti jasa. (8) Mengembangkan sistem informasi kualitas jasa.³⁰

C. KAJIAN PENELITIAN TERDAHULU

Kajian penelitian terdahulu yang telah dilakukan sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu :

Yunita dalam penelitiannya yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan *frontliner* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank SUMUT Cabang Utama Medan. Metode analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan program spss 16. Permasalahan penelitian ini merujuk pada fenomena keluhan yang sering dirasakan oleh nasabah seperti lamanya proses pelayanan, masalah kartu Anjungan Tunai Mandiri (ATM) serta adanya penilaian kualitas pelayanan terdiri dari bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) yang dilakukan oleh Mystery Shopper dari Lembaga Penelitian (LP) USU terhadap unit kantor PT. Bank Sumut termasuk PT. Bank Sumut Cabang Utama Medan. Dari hasil survey LP USU pada tahun 2011, performa pelayanan PT. Bank Sumut Cabang Utama Medan masih jauh di bawah unit kantor lainnya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan *frontliner* seperti bukti fisik, kehandalan, ketanggapan,

³⁰ Agus Eko Sujianto, Rohmat Subagiyo, *Membangun Loyalitas Nasabah*, (Tulungagung : IAIN Tulungagung Press, 2014) hal. 40 - 41

jaminan dan empati berdampak positif terhadap kepuasan nasabah. Dari kelima dimensi tersebut, dimensi jaminan mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap kepuasan nasabah.³¹

Widjojo dan Suardy dalam penelitiannya yang bertujuan untuk menganalisis strategi pelayanan oleh *frontliner* dan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Central Asia Tbk Capen Mayor Oking. Metode Penelitian yang dilakukan didasarkan pada metode analisis deskriptif kualitatif dalam rangka menguraikan sifat-sifat dari suatu keadaan serta dipergunakan untuk pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat dan tujuannya adalah untuk mencari gambaran yang sistematis dan teratur serta fakta yang akurat. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel yang paling menonjol atau dominan adalah variabel pelayanan itu sendiri dengan indikator penampilan (*appearance*) dengan nilai 4,30 dan indikator perhatian (*attention*) dengan nilai 4,24, Kinerja pelayanan dari manajemen BCA berdasarkan hasil pengolahan data statistik deskriptif diperoleh angka sebesar 62,62, angka ini termasuk dalam skala Sangat Memuaskan, merupakan nilai tertinggi yang diraih oleh manajemen BCA. Angka ini hanya berselisih sebesar 0,53 dari tingkat kepentingan pelayanan sebesar 62,09 yang dikemukakan oleh nasabah, Peran atau kontribusi dari pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,307 atau sebesar 30,7 persen, artinya pelayanan

³¹ Yunita, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan *Frontliner* Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank SUMUT Cabang Utama Medan", dalam http://repository.usu.ac.id/handle/123456789/34103?mode=full&submit_simple>Show+full+item+record diakses tanggal 17 Januari 2015

yang diberikan manajemen BCA terhadap kepuasan nasabah sebesar 30,7% dan sisanya sebesar $(100\% - 30,7\%) = 69,3\%$ ditentukan oleh faktor lain.³²

Sunarno dalam penelitiannya meneliti pengaruh kualitas pelayanan *frontliner* terhadap loyalitas nasabah pada Bank BTN Syariah Cabang Bandung. Metode penelitian yang digunakan metode deskriptif analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan *frontliner* secara keseluruhan sebesar 3,82 yang artinya kualitas pelayanan dapat dinilai baik. Loyalitas nasabah secara keseluruhan 3,40 artinya loyalitas nasabah dapat dinilai cukup tinggi. Adapun pengaruh kualitas pelayanan *frontliner* terhadap loyalitas nasabah tinggi terlihat dari nilai R square sebesar 0,788. $T_{hitung} > T_{tabel} = 18,994 > 1,985$. Sedangkan besarnya sig hitung adalah 0,00 karena $0,00 > 0,05$ maka H_0 ditolak. Artinya kualitas pelayanan *frontliner* berpengaruh tinggi terhadap loyalitas nasabah sebesar 78,8%.³³

Pujiastuti dalam penelitiannya yang bertujuan untuk mengetahui persepsi responden terhadap kualitas pelayan dan tingkat kepuasan serta pengaruh dari faktor-faktor kualitas pelayanan *frontliner* dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan PLN area Grogol Jakarta Barat. Metode analisa yang digunakan adalah analisa deskriptif dan regresi berganda. Hasil penelitian yang didapatkan bahwa persepsi responden terhadap kualitas pelayanan dalam kategori baik dan terhadap tingkat kepuasan konsumen dalam kategori puas, Untuk hasil regresi diperoleh

³² Adi S. Widjojo, Weman Suardy, "Analisis Strategi Pelayanan oleh *Frontliner* dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Central Asia Tbk Capen Mayor Oking", dalam http://perpus.unpam.ac.id/index.php?p=show_detail&id=6490 diakses tanggal 17 Januari 2015

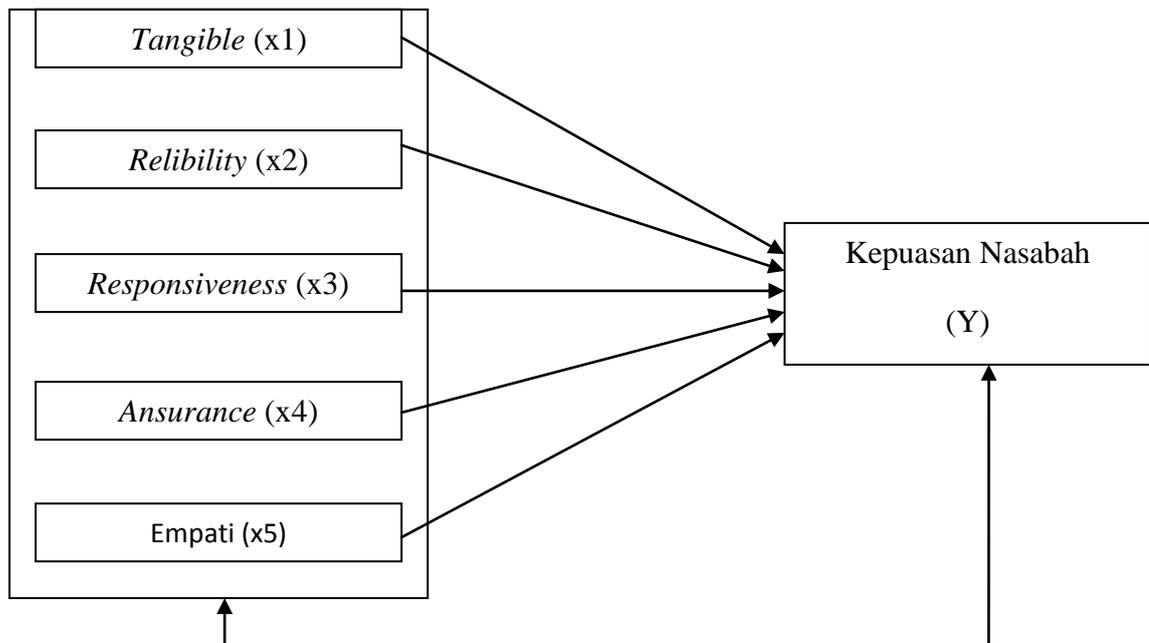
³³ Ariyanti Sunarno, "pengaruh kualitas pelayanan *frontliner* terhadap loyalitas nasabah pada Bank BTN Syariah Cabang Bandung", dalam <http://www.google.com/Felibrary.unisba.ac.id> diakses tanggal 17 Januari 2015

koefisien untuk variabel Reliability (X1) 0.181, Emphaty (X2) 0.460, Responsiveness (X3) 0.296, Tangible (X4) 0.110, Assurance (X5) 0.005. Dan ternyata variabel empati yang paling mempengaruhi dari kelima variabel kualitas pelayanan.³⁴

Berdasarkan penelitian – peneliatian tersebut, peneliti selanjutnya berupaya untuk meneliti tentang kualitas pelayanan *frontliner* terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan *frontliner* terhadap kepuasan nasabah dengan melakukan studi kasus di PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung. Persamaan penelitian ini dengan keempat peneliti sebelumnya, sama – sama meneliti tentang pelayanan *frontliner* terhadap kepuasan nasabah. khususnya dalam penelitian ini, yang dimaksud *frontliner* yaitu *customer service*, *teller*, dan satpam. Perbedaan penelitian ini dengan keempat penelitian sebelumnya terletak pada obyek atau tempat penelitian yaitu di PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung.

³⁴ Sri Pujiastuti, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan *Frontliner* Terhadap Kepuasan Pelanggan PLN Area Grogol Jakarta Barat”, dalam <http://www.digilib.esaunggul.ac.id/> diakses tanggal 17 Januari 2015

D. KERANGKA BERFIKIR PENELITIAN



Sesuai dengan rancangan kerangka berfikir diatas dapat dijelaskan bahwa variabel independen X yaitu : kualitas pelayanan *frontliner* yang meliputi *Tangible (x1)*, *Reliability (x2)*, *Responsiveness (x3)*, *Ansurance (x4)* dan *Empati (x5)* mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen Y yaitu kepuasan nasabah.