

BAB III

PELAYANAN PRIMA

Ruang lingkup Pelayanan Prima. Pembahasan tentang ruang lingkup pelayanan prima ini perlu disajikan untuk mengetahui dan memahami ruang lingkup pelayanan prima dalam dunia perbankan khususnya bank syariah. Sebelum masuk dalam pembahasan pelayanan prima, akan dipaparkan terlebih dahulu tentang perbedaan antara layanan dan pelayanan pada bank syariah disertai dengan contoh untuk memudahkan pemahaman. Pemaparan ini bertujuan agar tidak terjadi salah pemahaman ataupun salah mengartikan antara pengertian layanan atau pelayanan dalam dunia perbankan. Pemberian layanan kepada nasabah harus diberikan dengan semaksimal mungkin serta memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah seperti pelayanan prima. Dalam bab ini secara berurutan akan dibahas lebih dalam mulai dari perbedaan layanan dan pelayanan, pengertian pelayanan prima, konsep pelayanan prima, dimensi pelayanan prima, serta tujuan dan manfaat pelayanan prima.

A. Perbedaan Layanan dan Pelayanan

Dalam dunia perbankan layanan dan pelayanan sangatlah berkaitan erat, dimana layanan merupakan produk dan jasa yang disediakan oleh bank sedangkan pelayanan merupakan proses menyampaikan dan memberikan produk atau jasa perbankan kepada nasabah. Dalam menyampaikan layanan kepada para nasabah dapat dilakukan secara langsung yaitu interaksi langsung antara nasabah dengan *customer service* maupun *teller*, dapat juga dilakukan secara tidak langsung dengan menggunakan fasilitas ATM, *mobile banking*, ataupun *internet banking*.

Perbedaan antara layanan dan pelayanan dalam dunia perbankan dapat dilihat pada contoh dibawah ini :

Seorang nasabah datang ke bank dengan tujuan untuk pembuatan buku rekening dan kartu ATM supaya mempermudah aktivitas atau transaksi keuangan sehari-hari. Pada contoh kasus ini nasabah menggunakan produk penghimpunan dana yaitu tabungan. Untuk mendapatkan buku rekening dan kartu ATM tersebut maka nasabah harus mengurus dan memprosesnya di *customer service*. Letak perbedaan antara layanan dan pelayanan dalam contoh ini adalah, produk penghimpunan dana

atau tabungan yang digunakan merupakan layanan, sedangkan rangkaian aktivitas *customer service* mulai dari sikap dalam menerima nasabah, menjelaskan produk yang dibutuhkan nasabah, dan kemudian menyelesaikan seluruh proses pembukaan rekening, mengurus berkas-berkas yang dibutuhkan sampai dengan buku rekening dan kartu ATM selesai di proses merupakan pelayanan, pemberian layanan dalam contoh ini merupakan pemberian layanan yang bersifat langsung karena terdapat interaksi langsung antara nasabah dengan *customer service*.

Jadi pada intinya layanan dalam dunia perbankan merupakan berbagai macam produk dan jasa yang telah disediakan oleh bank, sedangkan pelayanan dalam dunia perbankan merupakan bagaimana cara untuk menyampaikan dan memberikan layanan (produk dan jasa bank) tersebut kepada para nasabahnya, baik itu secara langsung dengan adanya interaksi langsung antara nasabah dengan *teller* atau *customer service*, maupun secara tidak langsung yaitu penyampaian layanan dengan menggunakan fasilitas mesin, contohnya: ATM, *mobile banking*, ataupun *internet banking*. Layanan dan pelayanan di dalam dunia perbankan ini sangat berkaitan dan tidak dapat dipisahkan karena tidak mungkin suatu layanan akan sampai pada nasabah jika tidak disertai dengan pelayanan yang maksimal oleh para pemberi layanan perbankan seperti *teller*, *customer service*, maupun *security*. Pelayanan dapat dikatakan memiliki peran yang penting bagi sebuah perbankan. Jadi tata cara dalam melakukan pelayanan terhadap seluruh nasabah dan pelanggan sangatlah wajib untuk diperhatikan pada semua perbankan termasuk pada bank syariah ini, karena dengan berusaha melakukan pelayanan yang terbaik dan maksimal kepada seluruh nasabah akan membuat nasabah menjadi puas karena merasa kebutuhan dan keinginannya dapat terpenuhi dan telah sesuai dengan apa yang diharapkan, kemudian apabila kepuasan telah tercapai maka nasabah akan menjadi setia dan loyal terhadap bank tersebut, dengan adanya loyalitas ini maka citra bank juga akan semakin baik dan pada intinya dengan adanya pelayanan yang maksimal sangat mendukung keberlangsungan hidup bank kedepan.

B. Pengertian Pelayanan Prima

Program layanan atau pelayanan kepada pelanggan sampai saat ini memang sangat marak dikembangkan, karena pelayanan terhadap pelanggan yang diberikan secara maksimal merupakan salah satu alat yang dapat digunakan perusahaan dalam menjalankan strategi pemasaran untuk memenangkan sebuah persaingan. Suatu pelayanan terbaik dengan mengutamakan kepedulian terhadap pelanggan dapat diartikan sebagai layanan prima atau pelayanan prima. Tiga hal pokok yang harus masuk dalam definisi pelayanan prima diantaranya adalah, adanya pendekatan sikap yang berkaitan dengan kepedulian terhadap pelanggan, upaya dalam pelayanan dengan tindakan yang terbaik, dan bertujuan untuk memuaskan pelanggan dengan berorientasi pada standar layanan tertentu.¹

Layanan prima merupakan sebuah pelayanan yang maksimal, sangat baik serta melampaui harapan para pelanggan, setiap pelanggan pasti memiliki harapan dalam diri masing-masing, harapan untuk dilayani dengan sepenuh hati dan dipenuhi segala kebutuhan dan keinginannya, apabila suatu perusahaan dalam memberikan pelayanan mampu sesuai dengan harapan pelanggan maka akan tercipta kepuasan pada diri pelanggan, terlebih lagi apabila perusahaan tersebut dalam memberi pelayanan mampu melampaui harapan pelanggan maka akan membuat pelanggan semakin senang dan puas, jadi layanan prima adalah pelayanan yang melebihi ekspektasi dari pelanggan itu sendiri, pelayanan yang memiliki ciri khas kualitas, pelayanan dengan standar kualitas tinggi dan selalu berusaha mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan setiap saat secara handal, akurat dan konsisten, serta pelayanan yang mampu memenuhi kebutuhan praktis dan kebutuhan emosional pelanggan.²

Atep berpendapat bahwa *Service Excellent* atau pelayanan prima merupakan suatu bentuk kepedulian perusahaan terhadap pelanggan dengan cara berusaha memberikan pelayanan maksimal dan terbaik yang bertujuan untuk menyediakan fasilitas dalam rangka mempermudah pemenuhan kebutuhan serta mewujudkan kepuasan para pelanggan, hal ini dilakukan agar pelanggan memiliki kesetiaan

¹ Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, (Jakarta : PT. Elex Media Komputindo, 2003), hal. 25—26.

² Nina Rahmayanti, *Manajemen Pelayanan Prima*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2010), hal. 17—18.

penuh terhadap perusahaan dan tercipta sebuah loyalitas. Keberhasilan pelayanan prima akan tercapai apabila terpenuhi komponen-komponennya yang meliputi; kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan adanya tanggungjawab dalam proses pelaksanaannya. Beberapa pengertian pelayanan prima adalah sebagai berikut; sebuah upaya untuk membuat pelanggan merasa penting; melayani pelanggan dengan cepat, tepat, dan ramah; pelayanan yang selalu mengutamakan kepuasan pelanggan, menempatkan pelanggan sebagai mitra bisnis; pelayanan optimal/maksimal yang menghasilkan kepuasan bagi pelanggan; rasa peduli kepada pelanggan dan memberikan rasa puas; serta upaya kesatuan layanan untuk menciptakan kepuasan bagi pelanggan.³

Pelayanan prima pada intinya diartikan sebagai usaha-usaha yang dilakukan oleh perusahaan dalam hal melayani para pelanggan dan pembeli dengan sebaik mungkin dan semaksimal mungkin, dengan tujuan untuk membantu memenuhi kebutuhan dan keinginan para pelanggan baik dalam bentuk barang maupun jasa sehingga dapat mewujudkan kepuasan bagi para pelanggan. Secara ringkas pelayanan prima merupakan pelayanan maksimal yang diberikan oleh perusahaan agar kebutuhan dan harapan para pelanggan dapat terpenuhi dengan baik. Dikatakan pelayanan terbaik dan maksimal karena telah sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki oleh instansi pemberi pelayanan.⁴

C. Konsep Pelayanan Prima

Konsep pelayanan prima pada awalnya muncul dari kreativitas para pelaku bisnis, yang selanjutnya diikuti oleh instansi pemerintah dan organisasi nirlaba, sehingga sampai saat ini budaya pelayanan prima menjadi milik semua orang bukan hanya milik para pelaku bisnis saja. Budaya layanan prima ini dapat dijadikan sebagai acuan dalam berbagai aspek kehidupan, antara lain untuk menjalin hubungan dalam kehidupan berumah tangga, bertetangga, berbangsa, bernegara dan sebagainya.

³ Barata, *Dasar-Dasar...*, hal. 27.

⁴ Daryanto dan Ismanto Setyabudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, (Yogyakarta : Gava Media, 2014), hal. 1.

Keberhasilan dalam proses pengembangan dan pelaksanaan pelayanan prima tidak terlepas dari kemampuan dalam pemilihan konsep pendekatannya. Ada yang mengembangkan pola pelayanan prima berdasarkan konsep A3, yaitu : *Attitude* (Sikap), *Attention* (Perhatian), *Action* (Tindakan), namun ada pula yang menggunakan konsep lainnya. Pelayanan prima berdasarkan konsep A3 adalah sebagai berikut ini :

1. *Attitude* (Sikap)

Pelayanan prima berdasarkan sikap merupakan pemberian pelayanan terbaik kepada para pelanggan dengan lebih fokus/mengutamakan pada perbaikan sikap (*attitude*). Pelayanan prima berdasarkan sikap meliputi :

- a. Pelayanan dengan pikiran yang positif
- b. Pelayanan dengan penampilan yang serasi
- c. Pelayanan prima dengan sikap saling menghargai

2. *Attention* (Perhatian)

Pelayanan prima berdasarkan pada konsep perhatian (*attention*) mencakup tiga prinsip pokok yang meliputi :

- a. Mendengarkan, mengerti dan memahami secara seksama kebutuhan para kolega dan pelanggan
- b. Mengamati dan mendengar perilaku para kolega dan pelanggan
- c. Memberikan perhatian penuh pada kolega dan pelanggan

3. *Action* (Tindakan)

Pelayanan prima berdasarkan konsep tindakan (*action*) mencakup lima prinsip pokok yang meliputi :

- a. Mencatat pesanan pelanggan
- b. Mencatat kebutuhan pelanggan
- c. Menegaskan kembali kebutuhan pelanggan
- d. Mewujudkan kebutuhan pelanggan
- e. Menyatakan terimakasih dengan harapan pelanggan akan kembali.⁵

Menurut Atep pelayanan prima dapat dikembangkan dengan menyelaraskan beberapa faktor atau 6A yang meliputi: *Ability* (Kemampuan), *Attitude* (Sikap), *Appearance* (Penampilan), *Attention* (Perhatian), *Action* (Tindakan), *Accountability* (Tanggungjawab).

⁵ *Ibid.*, hal. 119—120.

1) *Ability* (Kemampuan)

Kemampuan merupakan keterampilan serta wawasan yang wajib dimiliki oleh semua penyedia layanan dalam rangka menunjang dan memaksimalkan program layanan prima, contoh kemampuan yang harus dimiliki antara lain: kemampuan dan kecakapan dalam bidang kerja yang ditekuni, dapat melaksanakan komunikasi yang efektif, mengembangkan motivasi, dan menggunakan *public relations* atau hubungan masyarakat sebagai sarana dalam membina hubungan ke dalam dan ke luar perusahaan atau organisasi.

2) *Attitude* (Sikap)

Sikap merupakan tingkah laku, perilaku atau perangai yang harus dimunculkan penyedia layanan pada saat menghadapi dan melayani pelanggan. Sikap juga bisa diartikan sebagai tingkah laku saat berhadapan dengan situasi tertentu maupun orang tertentu. Saat menghadapi pelanggan diharapkan penyedia layanan mampu menonjolkan sikap yang terbaik.

3) *Appearance* (Penampilan)

Penampilan merupakan penampilan terbaik dari penyedia layanan saat menghadapi dan memberikan layanan terhadap pelanggan, penampilan bisa bersifat fisik saja maupun fisik dan non-fisik, penampilan sangat penting karena mampu mencerminkan kepercayaan diri serta kredibilitas orang tersebut kepada orang lain. Dalam sebuah perusahaan standar dalam berpenampilan wajib dibuat, dipatuhi serta diterapkan oleh semua pihak terlebih saat bertemu orang dan memberikan pelayanan.

4) *Attention* (Perhatian)

Perhatian merupakan rasa simpati dan kepedulian penuh dari penyedia layanan terhadap pelanggan, baik perhatian dari segi keinginan serta kebutuhan pelanggan maupun pemahaman saran dan kritik pelanggan. Rasa perhatian ini sangat penting dimiliki bagi penyedia layanan terutama yang berhubungan atau interaksi langsung dengan pelanggan.

5) *Action* (Tindakan)

Tindakan merupakan kegiatan nyata yang harus dilakukan pada saat memberikan layanan kepada pelanggan. Atau bisa diartikan sebagai perbuatan nyata atau upaya yang bertujuan untuk

memberikan pelayanan yang baik dan wajar. Tindakan dapat meliputi : pencatatan setiap pesanan pelanggan, pencatatan kebutuhan pelanggan, memperjelas kebutuhan pelanggan, mewujudkan kebutuhan pelanggan, memberikan ucapan terimakasih dengan harapan pelanggan akan kembali.

6) *Accountability* (Tanggungjawab)

Tanggungjawab merupakan suatu sikap keberpihakan penyedia layanan dan perusahaan kepada pelanggan sebagai wujud kepedulian dan rasa empati, sikap tanggungjawab ini harus dilaksanakan dengan benar dan hati-hati agar dapat menghindari dan meminimalisir kerugian atau ketidakpuasan pelanggan.⁶

D. Dimensi Pelayanan Prima

Dalam upaya meningkatkan mutu pelayanan prima ada beberapa dimensi yang harus diperhatikan menurut Gaspersz, yang meliputi :

1. Ketepatan waktu dalam proses pelayanan. Hal-hal yang perlu diperhatikan disini terkait dengan waktu tunggu dan waktu proses pelayanan sampai tuntas.
2. Akurasi dan ketelitian dalam pelayanan. Berkaitan dengan reliabilitas pelayanan, bebas dari kesalahan pelayanan serta dapat dipercaya hasilnya.
3. Sikap yang sopan dan ramah dalam memberikan pelayanan serta selama proses pelayanan. Terutama bagi pihak yang melakukan interaksi dengan pelanggan eksternal seperti operator telepon, petugas keamanan (satpam), pengemudi, staf administrasi, kasir, petugas penerima tamu, perawat dan lain-lain.
4. Rasa tanggungjawab dalam memberikan pelayanan, perhatian, kepedulian. Berkaitan dengan penerimaan pesanan, penanganan keluhan, saran dan kritik dari pelanggan eksternal
5. Kelengkapan. Berkaitan dengan lingkup pelayanan dan ketersediaan sarana dan alat pendukung pelayanan.
6. Kemudahan dalam mendapatkan pelayanan. Berkaitan dengan banyaknya toko atau *outlet*, banyaknya jumlah petugas/penyedia layanan, seperti jumlah kasir dan staff, banyaknya fasilitas

⁶ Barata, *Dasar-Dasar...*, hal. 30—32..

- pendukung yang memadai dalam pelayanan, seperti komputer untuk memproses data dan lain-lain.
7. Adanya variasi dalam model pelayanan. Berkaitan dengan inovasi dan pembaruan dalam pelayanan dengan tujuan untuk memberikan pola-pola baru dalam pelayanan
 8. Pelayanan pribadi. Berkaitan dengan fleksibilitas, penanganan permintaan-permintaan khusus, dan lain-lain
 9. Kenyamanan saat memperoleh pelayanan. Berkaitan dengan ruang, lokasi, dan tempat pelayanan, kemudahan menjangkau, sarana tempat parkir kendaraan, ketersediaan informasi, petunjuk-petunjuk dan lain-lain.
 10. Atribut pendukung pelayanan lainnya dalam proses pelayanan. Seperti lingkungan perusahaan, kebersihan ruang tunggu, fasilitas musik, AC dan lain-lain.⁷

E. Tujuan dan Manfaat Pelayanan Prima

Tujuan diterapkannya pelayanan prima pada intinya adalah untuk memberikan pelayanan terbaik yang mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan, serta dapat memuaskan pelanggan dan atau masyarakat. Pelayanan prima merupakan suatu pelayanan yang lebih memberikan fokus kepada pelanggan dengan tujuan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dengan sangat baik atau terbaik, karena pelayanan prima secara tidak langsung dapat berpengaruh terhadap kelangsungan hidup suatu perusahaan, apabila pelayanan yang diberikan baik maka akan memuaskan pelanggan namun apabila pelayanan yang diberikan kurang memuaskan maka dapat membuat pelanggan kecewa.⁸

Berikut beberapa tujuan dari pelayanan prima :

1. Untuk memberikan pelayanan terbaik dan bermutu tinggi kepada pelanggan
2. Untuk mempengaruhi keputusan pelanggan agar segera membeli barang atau jasa yang ditawarkan pada saat itu juga
3. Untuk menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap barang dan jasa yang ditawarkan

⁷ Daryanto, *Konsumen dan Pelayanan...*, hal. 128—129.

⁸ *Ibid.*, hal. 108—109.

4. Untuk menghindari adanya tuntutan kepada produsen atas hal-hal yang tidak perlu dikemudian hari
5. Untuk menciptakan kepuasan dan kepercayaan kepada pelanggan
6. Untuk menjaga agar pelanggan merasa penting dan diperhatikan segala kebutuhan dan keinginannya
7. Untuk mempertahankan pelanggan agar tidak beralih ke pesaing lain

Fungsi dari pelayanan prima adalah sebagai berikut :

- a. Melayani pelanggan dengan cepat, tepat, dan ramah
- b. Menciptakan suasana agar pelanggan merasa penting, dihargai dan diperhatikan
- c. Menempatkan pelanggan sebagai mitra usaha
- d. Menciptakan pangsa pasar yang baik terhadap produk atau jasa
- e. Memenangkan persaingan pasar
- f. Memuaskan pelanggan agar mau berbisnis lagi dengan perusahaan
- g. Memberikan keuntungan bagi perusahaan⁹

Penerapan pelayanan prima dalam sebuah perusahaan sangatlah penting dan bermanfaat, karena pelayanan prima secara tidak langsung akan turut berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan kedepan. Apabila perusahaan tidak mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan maka akan ada kemungkinan bahwa pelanggan akan beralih kepada perusahaan lain. Oleh karena itu sangat penting bagi suatu perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanannya.¹⁰

Beberapa manfaat yang dapat diperoleh sebuah perusahaan atau institusi perbankan dengan melaksanakan budaya pelayanan prima adalah sebagai berikut :

- 1) Meningkatkan citra dan nama baik perusahaan

Dengan adanya persaingan yang semakin tajam diantara para pesaing bisnis, maka perusahaan harus berusaha meningkatkan pelayanan terhadap nasabah dan pelanggan dengan cara mengadakan pendidikan mengenai pelayanan prima.

⁹ *Ibid.*, hal. 1—2.

¹⁰ *Ibid.*, hal. 109—110.

2) Promosi bagi bank dan perusahaan

Dengan memberikan pelayanan prima kepada nasabah dan pelanggan, dan apabila nasabah dan pelanggan tersebut merasa puas dan terpenuhi kebutuhannya, maka nasabah dan pelanggan akan menyampaikannya kepada orang lain. Penyampaian informasi ini merupakan promosi gratis bagi sebuah perusahaan.

3) Menciptakan kesan pertama yang baik

Penyedia layanan harus terbiasa untuk memberikan kesan pertama yang baik kepada nasabah dan pelanggan. Apabila seorang pelayan terbiasa memberikan pelayanan terbaik atau prima pada setiap nasabah, terutama calon nasabah maka akan mendapatkan suatu kesan pertama yang lebih mendalam, karena pelayanan yang kita berikan sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan.

4) Meningkatkan daya saing dalam bisnis

Semakin tajamnya persaingan di dunia bisnis akan membuat semua perusahaan berlomba-lomba untuk menjadi yang terbaik dan mampu menarik banyak nasabah dan pelanggan. Tipe nasabah berbeda ada yang senang dengan pemberian hadiah namun ada juga nasabah yang senang apabila diberikan pelayanan yang prima dengan senang hati.

5) Meningkatkan loyalitas nasabah dan pelanggan

Pelayanan prima yang diberikan kepada para nasabah, calon nasabah dan pelanggan akan berdampak pada kepuasan nasabah karena merasa kebutuhan dan keinginannya dapat terpenuhi, yang selanjutnya akan menjadi loyal atau setia sehingga memberikan keuntungan bagi perusahaan dalam jangka panjang.¹¹

¹¹ Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), hal. 79—80.

LATIHAN SOAL
BAB III
PELAYANAN PRIMA

| Nomor Soal | Pertanyaan | Jawaban |
|-------------------|---|----------------|
| 1 | Jelaskan apa yang anda ketahui tentang pelayanan prima pada bank syariah ! | |
| 2 | Bagaimana sebuah pelayanan dapat dikatakan sebagai pelayanan prima ? kriteria apa saja yang harus dipenuhi? | |
| 3 | Seberapa penting pelayanan prima dalam menciptakan loyalitas nasabah ? | |
| 4 | Apa saja keuntungan yang akan didapatkan oleh bank syariah saat menerapkan pelayanan prima ? | |
| 5 | Adakah hambatan dalam pelaksanaan pelayanan prima pada bank syariah ? kalau ada jelaskan ! | |
| 6 | Jelaskan perbedaan antara pelayanan dengan pelayanan prima ! | |
| 7 | Pelayanan prima seperti apa yang dikatakan telah mencapai | |

| | | |
|----|---|--|
| | keberhasilan ? | |
| 8 | Aspek apa saja yang dapat mendukung keberhasilan pelayanan prima ? | |
| 9 | Jelaskan konsep 6A <i>Ability, Attitude, Appearance, Attention, Action,</i> dan <i>Accountability</i> dalam proses melayani nasabah beserta contohnya ! | |
| 10 | Jelaskan bagaimana pengaruh antara penerapan pelayanan prima terhadap kelangsungan hidup bank dalam jangka panjang! | |
| 11 | Apakah terdapat hubungan antara citra perusahaan dengan penerapan pelayanan prima ? jelaskan! | |
| 12 | Apabila sebuah bank tidak menerapkan pelayanan prima dalam kegiatan operasionalnya, apa yang akan terjadi ? | |
| 13 | Sebutkan dan jelaskan apa saja prinsip-prinsip dalam pelayanan prima ! | |
| 14 | Jelaskan mengenai mutu pelayanan | |

| | | |
|----|---|--|
| | prima ! | |
| 15 | Jelaskan seberapa pentingkah kepercayaan nasabah terhadap sebuah bank ! | |
| 16 | Menurut anda apakah pelayanan prima sulit untuk diterapkan? Jelaskan alasannya ! | |