PELAYANAN PRIMA *(SERVICE EXCELLENT)* CUSTOMER SERVICE DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA PT. BANK SYARIAH MANDIRI KC BUKITTINGGI

TUGAS AKHIR

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Ahli Madya (A.Md) Pada Program Studi D-III Perbankan Syariah

Oleh :

RIMA WAHYU SYAHERNI

3116077

PROGRAM STUDI D-III PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BUKITTINGGI

2019

KATA PENGANTAR

Puji syukur ucapkan atas kehadirat allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul **"Pelayanan Prima *(Service Excellent) Customer Service* dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah pada PT. Bank SyariahMandiri KC Bukittinggi"**. Shalawat dan salam tak lupa kita ucapkan kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari alam kebodohan sampaike alam yang berilmu pengetahuansepertiyang kita rasakan pada saat ini.

Penulisan tugas akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Ahli Madya (A.Md) pada jurusan DIII Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi. Dalam penulisan dan penjelasan tugas akhir penulis tidak terlepas dari berbagai kesulitan karena keterbatasan ilmu dan pengetahuan yang penulis miliki.Namun dengan Rahmat Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini melalui bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada semua yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini, penghargaan yang tak terhingga penulis berikan kepada Mama **Erniati** dan Papa **H. Syahrun Harahap** yang telah membesarkan dan mendidik penulis agar kelak menjadi anak yang berguna serta memberikan dorongan moril serta materil agar dapat menyelesaikan pendidikan di tingkat ini, terimakasih yang tak terhingga Mama Papa. Selanjutnya, penulis sampaikan ucapan yang tak terhingga kepada :

1. Ibu **Ridha Ahida, M.Hum**, Selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi.
2. Bapak**Dr. IizIzmuddin, MA,** Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi.
3. Ibu **Novera Martilova, SE,ME ,** Selaku Ketua Jurusan DIII Pebankan Syariah.
4. Ibu **Rahmi, MA**, Selaku Dosen Pembimbing Akademik yang dengan sabar memberikan masukan yang sangat bermanfaat kepada penulis.
5. Bapak **Yefri Joni, M.Ag** Selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran serta mengarahkan penulis sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.
6. Dosen-dosen Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis dari semester I hingga semester akhir, semoga menjadi berkah dan amal jariyah untuk Bapak/Ibu.
7. Pimpinan serta para karyawan dan karyawati Bank Syariah Mandiri KC Bukittinggi, terkhusus saudara **Ori Pratama** yang bersedia di repotkan serta di cerewetkan penulis.
8. Untuk Abang dan Kakak penulis **Ronny Syafrialdi, S.T, dr. Ronalia Syafrani, Sp.OG, Roy Huffington, S.H, Rika Rahmawati, S.Pd, dr. Rina Ramadhani** serta adikku tersayang **Fachrul Hafizh** yang selalu menjadi penyemangat agar penulis bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik.
9. Untuk seluruh teman teman seperjuangan **Jurusan DIII Perbankan syariah Terkhusus untuk DIII PS C tahun angkatan 2016** yang tidak bisa penulis

sebutkan satu persatu, semoga kita selalu dipertemukan nantinya dan kita bisa sama sama sukses kedepannya. Amin.

Penulis menyadari bahwa penyusunan tugas akhir ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan Saran dari Semua pihak yang ingin memberikan saran baiknya demi perkembangan positif bagi penulis.

Demikian tugas akhir ini penulis susun, semoga dapat bermanfaat bagi semua pihak dan penulis sendiri. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Bukittinggi, 20 September 2019

RIMA WAHYU SYAHERNI

3116077

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan Perbankan Syariah pada era reformasi ditandai dengan disetujuinya Undang-Undang No.10 Tahun 1998. Dalam undang-undang tersebut diatur dengan rinci landasan hukum serta jenis usaha yang dapat dioperasikan dan diimplementasikan oleh bank syariah, undang-undang tersebut juga memberikan arahan bagi bank-bank konvensional untuk membuka cabang syariah atau bahkan mengkonversi diri secara total menjadi bank syariah.[1]

Salah satu tolak ukur keberhasilan bank syariah dapat dicapai apabila bank memiliki jumlah nasabah yang banyak karena yang menggunakan dananya adalah nasabah. Saat ini, para *banker* berusaha keras untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan menawarkan berbagai produknya, persaingan antar bank juga menjadi bagian penting yang mendorong setiap bank menempatkan tujuannya pada kepuasan nasabah sebagai tujuan utamanya. Para *banker* pun semakin yakin bahwa kunci sukses untuk memenangkan persaingan terletak pada kemampuannya memberikan pelayanan terbaik yang dapat memuaskan para nasabahnya.

Nasabah dalam lembaga keuangan sangat penting. Nasabah itu ibarat nafas yang sangat berpengaruh terhadap kelanjutan suatu lembaga keuangan. Jumlah

[1] M. Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*,(Jakarta: Gema Insani, 2001) hal.26

nasabah pada suatu perbankan syariah ditentukan oleh baik atau buruknya pelayanan yang diberikan. Ciri pelayanan yang baik yaitu dapat memberikan kepuasan kepada nasabah. Memiliki karyawan yang professional, tersedia sarana dan prasarana yang baik, tersedia semua produk yang diinginkan oleh nasabah, bertanggungjawab kepada setiap nasabah dari awal hingga selesai, mampu melayani secara cepat dan tepat, mampu berkomunikasi secara jelas, memiliki pengetahuan umum lainnya, mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah.[2]

Persaingan yang sangat ketat dalam dunia bisnis perbankan telah mengharuskan perusahaan jasa perbankan untuk bersaing mendapatkan posisi dihati nasabah. Bagaimana agar nasabah tertarik dan bergabung dalam suatu perusahaan tersebut, banyak hal yang dilakukan seperti memperbaiki kualitas layanan dan melayani nasabah lebih dari apa yang diinginkan nasabah dan mampu menjadi mitra yang baik yang bisa memenuhi semua harapan nasabah karena hal itu yang menentukan berhasil atau gagalnya suatu usaha perbankan. Nasabah yang tidak puas tentu tidak akan mengulangi lagi memilih jasa perbankan yang sama, apalagi didukung dengan banyaknya pilihan jasa perbankan lain (pesaing), sehingga membuat nasabah memiliki banyak perbandingan untuk memilih bank mana yang lebih sesuai dengan selera dan keinginannya.

Kualitas pelayanan merupakan suatu hal yang sangat penting bagi kelangsungan hidup suatu badan usaha. Bank syariah adalah industri jasa berdasarkan prinsip-prinsip syariah, dimana mayoritas orang di Indonesia memiliki bank syariah untuk melakukan transaksi berdasarkan pelayanan yang

[2] Kasmir, *Etika Customer Service*,(Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada,2005) hal.9

diberikan, sehingga bank harus memberikan pelayanan yang baik untuk dapat memberikan kepuasan kepada nasabah. Sebagai konsekuensinya setiap badan usaha penyedia layanan jasa juga perlu memperhatikan kualitas layanan yang diberikan sehingga mampu memenuhi tuntutan nasabah. Dalam memberikan pelayanan jasa kepada pelanggan terdapat lima kriteria penentu kualitas pelayanan, yaitu keandalan, ketanggapan, keyakinan, empati dan berwujud.[3]

Dalam prinsip syariah juga dijelaskan mengenai pelayanan, yang terdapat dalam Q.S Ali-Imran ayat 159, yang berbunyi:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ ٱللَّهِ لِنتَ لَهُمْ ۖ وَلَوْ كُنتَ فَظًّا غَلِيظَ ٱلْقَلْبِ لَٱنفَضُّوا۟ مِنْ حَوْلِكَ ۖ فَٱعْفُ عَنْهُمْ وَٱسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِى ٱلْأَمْرِ ۖ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى ٱللَّهِ ۚ إِنَّ ٱللَّهَ يُحِبُّ ٱلْمُتَوَكِّلِينَ ١٥٩

Artinya *: "Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya."*(Ali-Imran : 159)[4]

Berdasarkan ayat di atas dapat kita ketahui bahwa, setiap manusia dituntut untuk bersikap baik dan berlaku lemah lembut agar manusia lain merasa nyaman. Apalagi di dunia perbankan dituntut bagaimana agar nasabah betah dan *loyal* terhadap bank tersebut, jika nasabah diberikan kenyamanan maka nasabah tersebut akan percaya dan hilangnya rasa takut dari contoh pelayanan yang diberikan oleh suatu bank.

[3] Philip Kotler, Marketing Manajemen,(Jakarta: Gramedia Pustaka,1997) hal.440
[4]Departemen RI, Al-Qur'an dan Terjemahan, (Surabaya: CV Jaya Sakti, 1997) hal. 71

Pelayanan nasabah dapat diberikan oleh berbagai pihak, baik *customer service, teller* atau bagian manapun di *front office.* Namun istilah *customer service* digunakan secara khusus untuk dunia perbankan. Artinya memang ada bagian yang khusus untuk melayani nasabah dengan nama *customer service*. *Customer service* merupakan suatu bagian dari unit organisasi yang berada di *front office* yang berfungsi sebagai sumber informasi dan perantara bagi bank dan nasabah yang ingin mendapatkan jasa-jasa pelayanan maupun produk-produk bank. *Customer service* haruslah mengetahui secara umum dan luas bentuk-bentuk pelayanan jasa dan produk bank dengan baik. Kesempatan berhubungan dengan nasabah yang cukup besar dapat dipergunakan secara efektif untuk menawarkan produk-produk bank lainnya.[5]

Dalam memberikan pelayanan, bank tentu mewajibkan seluruh karyawan dan personal yang ada di dalamnya untuk memberikan pelayanan yang terbaik khususnya pelayanan *customer service* dikarenakan *customer service* adalah personal yang lebih banyak menerima keluhan-keluhan dari nasabah. Selain itu, *customer service* lebih banyak berinteraksi terhadap para nasabah terutama mengenai produk perbankan. Dengan demikian, *customer service* harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik, agar nasabah merasa puas atas pelayanan yang diberikan.

PT. Bank Syariah Mandiri merupakan salah satu bank syariah terbesar yang sudah mulai dikenal oleh masyarakat luas di Indonesia. PT. Bank Syariah

[5] Ikatan Bank Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan,(*Jakarta: Gramedia Pustaka Utama,2014)hal.64

Mandiri telah berusaha memberikan pelayanan terbaik dalam melayani nasabahnya.

Jumlah Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri KC Bukittinggi 5 tahun terakhir:

Tahun	Jumlah Nasabah
2014	1.984
2015	2.019
2016	2.589
2017	3.717
2018	3.083

Sumber: Bagian *Front Office (Customer Service)*

Dari tabel diatas, dapat dilihat tahun 2014 sampai tahun 2017 terjadi peningkatan jumlah nasabah, sedangkan pada tahun 2018 terjadi penurunan dalam jumlah nasabah PT. Bank Syariah Mandiri KC Bukittinggi. Pada saat penulis melakukan magang di BSM KC Bukittinggi, penulis melihat adanya ketidaksesuaian pelaksanaan SOP bank dengan yang dilakukan oleh *customer service,* SOP yang sebenarnya hanya dilakukan pada saat *rollplay,* yang dilakukan rutin 2 kali dalam seminggu untuk mengingatkan para *front liner* akan standar operasional yang sebenarnya, bukan di praktekkan dalam kegiatan sehari-hari di *banking hall.*Contohnya, di SOP yang sebenarnya *customer service* melayani nasabah dengan mulai menggeser kursi agar dan mempersilahkan nasabah duduk di kursi tersebut, berbincang-bincang menanyakan keperluan nasabah dan

menanyakan kebutuhan nasabah di bank tersebut, tetapi pada pelaksanaan sebenarnya, *customer service* memberi salam kepada nasabah, mempersilahkan nasabah duduk dan langsung menanyakan kebutuhan nasabah. Penulis ingin melakukan penelitian tentang jumlah nasabah yang menurun tersebut apakah dipengaruhi oleh pelayanan *customer service* dari PT. BSM KC Bukittinggi. Maka untuk mengetahui lebih lanjut mengenai pelayanan *customer service* penulis tertarik untuk meneliti konsep strategi dan pelayanan yang dilakukan PT. Bank Syariah Mandiri dalam meningkatkan jumlah nasabah akan menuangkan dalam sebuah karya ilmiah "Tugas Akhir" dengan judul :

"Pelayanan Prima (Service Excellent) Customer Service Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri KC Bukittinggi."

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah diatas maka dapat dikemukakan identifikasi masalah sebagai berikut, yaitu :

1. Terjadi fluktuasi jumlah nasabah pada tahun 2018 di PT. Bank Syariah Mandiri KC Bukittinggi.
2. Pelayanan yang terjadi sehari-hari di lapangan tidak sesuai dengan SOP yang sebenarnya dan SOP yang asli hanya dilakukan pada saat rollplay.

C. Batasan Masalah

Untuk membatasi agar masalah tidak terlalu luas pembahasan yang diteliti karena keterbatasan biaya dan waktu, maka penulis membatasi masalah penelitian ini tentang pelayanan prima *(service excellent*) *customer service* dalam meningkatkan jumlah nasabah yang ada di PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bukittinggi.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis mengangkat rumusan masalah pada penelitian ini, yaitu: Bagaimanakah pelayanan prima *(service excellent)* yang dilakukan *customer service* dalam meningkatkan jumlah nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri KC Bukittinggi ?

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apa saja konseppelayanan prima *(service excellent)* yang dilakukan *customer service* dalam meningkatkan jumlah nasabah di PT. Bank Syariah Mandiri KC Bukittinggi.
2. Untuk mengetahui bagaimana konsep pelayanan prima *(service excellent)* nasabah yang seharusnya dilakukan oleh *customer service* untuk meningkatkan jumlah nasabah.

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis, untuk menambah wawasan serta lebih memahami apa saja konsep pelayanan yang seharusnya dilakukan oleh seorang *customer service* dan untuk memenuhi persyaratan akademis dalam menyelesaikan Studi Jurusan DIII Perbankan Syariah untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) pada IAIN Bukittinggi.
2. Bagi PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bukittinggi, untuk mengetahui sejauh mana pelayanan yang diberikan kepada nasabah dan bisa memperbaiki pelayanan ke yang lebih baik lagi kedepannya.
3. Bagi Pembaca, untuk menambah ilmu pengetahuan dan wawasan serta menjadi tambahan referensi untuk pembahasan tentang pelayanan *customer service* dalam meningkatkan jumlah nasabahnya.

F. Penjelasan Judul

Pelayanan Prima :Kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli. Pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah.[6] Pelayanan Prima menurut Sutopo dan Suryanto dalam Heri Sulistyo 2008 mendefenisikan pelayanan prima (service excellent) merupakan pelayanan terbaik, yang sifatnya bisa dibandingkan dengan yang lain.[7]

[6] Departemen pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*,(Jakarta: Balai Pustaka,2002) edisi ke-3 cet. 2 hal.446

[7] M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah,* (Bandung: Alfabeta, 2012)hal.211

Customer Service :Setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah melalui pelayanan yang diberikan seseorang. Intinya customer service melayani segala keperluan nasabah secara memuaskan.[8]

Nasabah :Merupakan orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank (dalam hal keuangan).[9]

PT. BSM :Lembaga perbankan di Indonesia yang berdiri pada 1955 dengan nama Bank Industri Nasional yang pada tahun 1999 berganti nama menjadi Bank Syariah Mandiri.

Jadi, dari pengertian-pengertian diatas dapat penulis simpulkan bahwa penjelasan dari judul yang penulis angkat saat ini adalah bagaimana pelayanan terbaik yang akan dilakukan oleh *customer service* dalam melayani dan memberikan kepuasan serta menutupi segala hal keperluan nasabah yang nantinya akan berpengaruh dan dapat menambah jumlah nasabah di PT. Bank Syariah Mandiri KC Bukittingi.

G. Kajian Terdahulu

1. Tugas Akhir karya **Umratul Laila BP: 3112.022** dengan judul **"Upaya *Customer Service* dalam Menciptakan Layanan Prima (Studi Kasus Bank Syariah Bukopin KCP Payakumbuh)".** Penelitian dalam tugas akhir ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana upaya yang dilakukan oleh *Customer Service* Bank Syariah Bukopin KCP Payakumbuh dalam

[8] Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada,2005) hal.180
[9] https://kbbi.web.id/nasabah

menciptakan layanan prima terhadap nasabah sehingga nasabah merasa lebih puas terhadap layanan yang diberikan dan merasa nyaman untuk melakukan transaksi pada Bank Syariah Bukopin KCP Payakumbuh sedangkan penulis bertujuan pada strategi yang dilakukan*customer service* untuk meningkatkan jumlah nasabah pada PT. BSM KC Bukittinggi.

2. Tugas Akhir karya **Rini Syukri BP: 3107.019** dengan judul **"Strategi Pelayanan Dalam Rangka Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada BMT Lan Tabur Payakumbuh".** Penulisan dalam tugas akhir ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pelayanan yang digunakan oleh BMT Lan Tabur Payakumbuh dalam rangka meningkatkan jumlah nasabahnya. Berbeda dengan tugas akhir tersebut, penulis lebih memfokuskan pada pelayanan *customer service* dalam meningkatkan jumlah nasabah di PT. BSM KC Bukittinggi.
3. Tugas Akhir karya **Yosi Hardila Sari BP: 3111.014** dengan judul **"Layanan Customer Service Dalam Peningkatan Nasabah Tabungan Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Pulau Punjung".** Peneliian dalam tugas akhir ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami bagaimana layanan customer service yang diberikan oleh PT. BSM Cabang Pembantu Pulau Punjung dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan, tugas akhir ini difokuskan untuk meningkatkan jumlah nasabah tabungan sedangkan dalam penelitian ini penulis berfokus pada peningkatan jumlah nasabah di PT. BSM KC Bukittinggi.

H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penulisan proposal Tugas Akhir ini adalah :

BAB I : PENDAHULUAN

Berisikan latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, penjelasan judul, metodologi penelitian dan system penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Berisikan teori-teori yang berkaitan dengan strategi, pelayanan, customer service serta teori-teori tentang bank syariah yang terdapat dalam buku-buku yang penulis jadikan sebagai buku acuan atau referensi.

BAB III : HASIL PENELITIAN

Memuat tentang sejarah PT. Bank Syariah Mandiri KC Bukittinggi, Visi dan Misi, Profil PT. BSM KC Bukittinggi, Struktur organisasi, serta produk-produk dan jasa PT. BSM KC Bukittinggi dan hasil penelitian mengenai pelayanan prima *(service excellent)customer service* dalam meningkatkan jumlah nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri KC Bukittinggi.

BAB IV : PENUTUP

I. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang bersifat *deskriptif kualitatif,* yaitu penelitian yang dilakukan dengan peninjauan langsung objek penelitian.[10] Dalam hal ini penelitian dilakukan untuk memperoleh data yang *relevan,* dengan tujuan penelitian secara nyata, tepat dan akurat dengan memberikan gambaran yang jelas mengenai bagaimana konsep pelayanan prima *(service excellent)*yang dilakukan oleh *customer service* dalam meningkatkan jumlah nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri KC Bukittinggi.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bukittinggi yang terletak di Jl. Sudirman No.73, Bukit Cangang Kayu Ramang, Guguk Panjang, Kota Bukittinggi, Sumatera Barat, Kode pos 26138.

3. Jenis dan Sumber Data

a). Data Primer

Data Primer adalah data yang secara langsung diperoleh dari hasil *interview* kepada responden yang dijadikan subyek penelitian atau data yang diperoleh langsung dari subyek yang akan diteliti tentang permasalahhan yang akan dibahas.[11] Untuk mendapatkan data primer ini

[10]Ratih Trisnawati, *Metodologi Penelitian Bisnis,* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2007) hal. 123

[11]Joko Subagyu, *Metode Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi,* (Jakarta: PT. Raja grafindo Persada, 1999) hal. 117 – selanjutnya disebut Joko Subagyu

peneliti mewawancarai *customer service* PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bukittinggi.

b). Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang mendukung permasalahan yang akan dibahas yang bersumber dari buku buku referensi perpustakaan yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas atau yang ada kaitannya dengan topik permasalahan yang penulis teliti.[12]

4. Teknik Pengumpulan Data

a). Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan cara bertanya langsung pada bagian yang memahami dan menangani secara jelas permasalahan yang penulis teliti tersebut.[13]Dalam penelitian ini, penulis mewawancarai saudara Ori Pratama dan saudari Febrina Etvil selaku *customer service* PT. Bank Syariah Mandiri KC Bukittinggi dan penulis juga mewawancarai saudara Willy Novriwan Saputra selaku *Branch Manager* di PT. BSM KC Bukittinggi.

b). Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan dengan disertai pencatatan terhadap keadaan atau perilaku dari objek sasaran.[14]Dalam hal ini penulis melakukan pengamatan langsung berkaitan dengan bagaimana praktek atau strategi yang

[12]Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1999) hal. 117
[13]*Winarno, Pengantar Penelitian Ilmiah,* (Bandung: Tarsito, 1994) hal. 162
[14]Joko Subagyu,..... hal. 63

digunakan oleh *customer service* dalam melayani nasabah yang dapat menambah jumlah nasabah di PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bukittinggi.

c). Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, buku, surat kabar, majalah, agenda, brosur dan selebaran. Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data yang bersumber dari data tertulis dan catatan yang mempunyai keterkaitan dengan permasalahan yang diteliti.

Analisis dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan data yang bersumber dari arsip dan dokumen yang berada ditempat penelitian atau yang berada diluar tempat penelitian yang ada hubungannya dengan penelitian tersebut.

Metode ini penulis gunakan untuk mengumpulkan data yang dirasaperlu untuk dijadikan bahan pendukung dan pelengkap bagi data yang diperoleh melalui observasi dan wawancara.

5. Teknik Analisis Data

Setelah data yang diperlukan terkumpul, penulis akan mengelola dan menuangkan kedalam bentuk Tugas Akhir dengan menggunakan metode *deskriptif kualitatif* yaitu dengan cara mengelola data dalam bentuk kalimat analisis berdasarkan pada hasil wawancara serta data penunjang lainnya, yaitu menggunakan data referensi berupa literatur maupun artikel-artikel yang berhubungan.

Dari penelitian *deskriptif kualitatif* ini penulis ingin memberikan gambaran tentang bagaimana pelayanan prima *(service excellent)* yang dilakukan *customer service* dalam meningkatkan jumlah nasabah di PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bukittinggi.

BAB II

LANDASAN TEORI

1. Pelayanan Prima *(Service Excellent)*

a. Pengertian Pelayanan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pelayanan diartikan sebagai kemudahan yang diartikan sebagai kemudahan yan diberikan sehubungan jual beli. Pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah.[15]

Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Pelayanan juga dapat diartikan setiap tindakan membantu, menolong, memudahkan, menyenangkan dan manfaat bagi oranglain. Pelayanan nasabah adalah rangkaian kegiatan sikap dan perilaku petugas bank dalam menerima kehadiran atau berkomunikasi dengan nasabah secara langsung maupun tak langsung.[16]

Salah satu pengertian pelayanan yang dikemukakan oleh pakar, yang dikutip dari buku karangan M.N Nasution dengan judul *Manajemen Mutu Terpadu* yaitu:

[15] Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia,* (Jakarta: Balai Pustaka,2002), edisi ke-3 cet.ke-2, hal.446

[16] M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah,* (Bandung: Alfabeta,2010) hal.211

Kotler, berpendapat bahwa pelayanan adalah aktifitas atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun kepada yang menerimanya.[17]

Dari beberapa definisi diatas, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa pelayanan adalah suatu aktifitas yang terjadi antara seseorang dengan oranglain atau antara karyawan dengan konsumen dalam suatu perusahan yang bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen dan memecahkan apapun kesulitan yang dialami oleh konsumen tersebut.

b. Ciri-ciri pelayanan yang baik

Dalam melayani nasabah hal-hal yang perlu diperhatikan adalah kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan. Pada prakteknya, pelayanan yang baik memiliki ciri-ciri tersendiri dan hampir semua perusahaan menggunakan kriteria yang sama untuk membentuk ciri-ciri pelayanan yang baik.

Berikut adalah ciri-ciri pelayanan yang baik terhadap nasabah, sebagai berikut :

1). Memiliki kepribadian yang baik

Kenyamanan nasabah juga sangat tergantung dari petugas nasabah *customer service* yang melayaninya. Petugas *customer service* harus ramah, sopan, cepat tanggap, pandai bicara, menyenangkan serta pintar.

2). Tersedia sarana dan prasarana yang baik

[17] M.N Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu*, (Bogor: Ghalia Indonesia,2005) hal.75

Sarana dan prasarana harus dilengkapi oleh kemajuan teknologi masa kini. Karena berpengaruh pada pelayanan yang prima.

3). Bertanggung jawab kepada setiap nasabah

Dalam menjalankan kegiatan pelayanan *customer service* harus mampu melayani dari awal hingga selesai. Nasabah akan merasa puas jika *customer service* bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diberikan.

4). Mampu melayani secara cepat dan tepat

Dalam melayani nasabah diharapkan harus sesuai prosedur. Layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan nasabah.

5). Mampu berkomunikasi

Petugas *customer service* harus cepat dan tanggap apa yang diinginkan oleh nasabah. Petugas *customer service* yang lambat akan membuat nasabah merasa tidak puas dengan pelayanannya sehingga nasabah meninggalkan bank.

6). Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah

Kepercayaan calon nasabah kepada bank mutlak diperlukan sehingga calon nasabah mau menjadi nasabah bank yang bersangkutan. Demikian pula untuk menjaga nasabah yang lama agar dapat menjaga kepercayaannya.[18]

[18] Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada,2005) hal.33

7). Berusaha memahami kebutuhan nasabah

Customer service harus cepat tanggap apa yang diinginkan oleh nasabah. Petugas *customer service* yang lamban akan membuat nasabah lari. Usahakan mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan nasabah.

8). Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik

Untuk menjadi *customer service* harus memiliki pengetahuan dan kemampuan tertentu. Karena tugas *customer service* selalu berhubungan dengan manusia, maka *customer service* perlu dididik khusus mengenai kemampuan dan pengetahuannya untuk menghadapi nasabah atau kemampuan dalam bekerja.[19]

2. Pelayanan Prima (Service Excellent)

a. Defenisi Pelayanan Prima

Pelayanan Prima (Service Excellent) adalah suatu sikap atau cara karyawan melayani pelanggan secara memuaskan. Secara garis besar ada 4 unsur pokok yang terdapat dalam konsep pelayanan, yaitu kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan.[20]

Keempat komponen ini merupakan kesatuan pelayanan yang terintegrasi, maksudnya pelayanan atau jasa yang menjadi *excellent.* Setiap karyawan harus memiliki keterampilan tertentu, diantaranya berpenampilan menarik dan rapi, bersikap ramah, memperlihatkan gairah kerja dan sikap selalu siap untuk melayani, menguasai pekerjaannya, baik bagian yang berkaitan atau sesuai

[19] Kasmir, *Manajemen Perbankan,* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada,2006) hal.225
[20]Mitra Bestari, *Manajeman Sumber Daya Manusia*,..... hal. 81

departemennya maupun bagian yang lain, mampu berkomunikasi dengan baik, bisa memahami bahasa isyarat *(gesture)* nasabah, dan memiliki kemampuan menangani keluhan nasabah secara profesional.[21]

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

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

Pelayanan prima merupakan terjemahan dari service excellent yang secara harfiah merupakan pelayanan yang sangat baik dan atau layanan yang terbaik. Disebut pelayanan yang sangat baik atau terbaik karena sesuai dengan standar layanan yang berlaku atau dimiliki oleh instansi yang memberikan layanan serta memuaskan pelanggan.

Upaya untuk mencapai *service excellent* bukan lah pekerjaan yang mudah, tetapi jika dilakukan dengan baik, maka perusahaan yang bersangkutan akan

[21]Hermawan Kartajaya, *Service Operation*,..... hal.6

memperoleh manfaat yang besar, salah satunya kepuasan dan loyalitas pelanggan kepada perusahaan tersebut.

b. Landasan Syariah

Dalam Al-Qur'an ayat yang menjadi landasan syariah yang menjelaskan tentang pelayanan prima *(service excellent)* yaitu Q.S Al-Qashas ayat 77 yang berbunyi :

فِيمَآ ءَاتَىٰكَ ٱللَّهُ ٱلدَّارَ ٱلْأٓخِرَةَ ۖ وَلَا تَنسَ نَصِيبَكَ مِنَ
ٱلدُّنْيَا ۖ وَأَحْسِن كَمَآ أَحْسَنَ ٱللَّهُ إِلَيْكَ ۖ وَلَا تَبْغِ ٱلْفَسَادَ فِي ٱلْأَرْضِ ۖ إِنَّ ٱللَّهَ
لَا يُحِبُّ ٱلْمُفْسِدِينَ ٧٧

Artinya:"*Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan."* (Al-Qashas : 77)

Ayat di atas menjelaskan bahwa sesama manusia harus saling berbuat baik dan saling tolong menolong dalam berbuat kebaikan. Dimana manusia dituntut menjalin hubungan yang baik, memiliki kepribadian dan budi yang baik, dan melakukan cara-cara yang baik kepada sesama manusia.[22] Ayat tersebut berhubungan dengan cara-cara *customer service* dalam memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah, bagaimana memperlakukan nasabah dengan sebaik mungkin agar nasabah merasa puas dengan layanan yang diberikan dan para nasabah menjadi *loya*l kepada bank tersebut.

[22]Hamka, *Tafsir Al-Azhar Juz 20*, (Jakarta: Pustaka Panjimas) hal. 128

c. Prinsip-prinsip Pelayanan Prima

Pada prinsipnya ada 3 kunci memberikan pelayanan yang unggul, diantaranya adalah :

1). Kemampuan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, termasuk juga di dalamnya tipe-tipe nasabah yang loyal.

2). Pengembangan database yang lebih akurat daripada pesaing yang mencakup data kebutuhan dan keinginan setiap segmen nasabah dan kondisi perusahaan pesaing.

3). Pemanfaatan yang diperoleh dari riset pasar dalam suatu kerangka strategis.[23]

d.Langkah-langkah Peningkatan Pelayanan Prima

1.Perencanaan Strategi

Hal yang sangat penting yang bagi setiap bank melakukan perencanaan yaitu, melibatkan seluruh segmen bank terlebih dahulu untuk ikut berpartipsipasi dalam perencanaan sebelum perencanaan formal dilakukan.[24]

2.Perumusan Strategi

Perumusan adalah suatu proses perancangan strategi bagaimana mempertahankan nasabah lama dan memperoleh nasabah yang baru. Agar perumusan strategi efektif, sangat diperlukan pengetahuan bidang kerja, visi dan

[23]Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu*,.... hal. 49

[24]Farida Jafar,*Manajemen Jasa,* (Bandung: Graha Indonesia, 2005) hal.92 – selanjutnya disebut Farida Jafar

misi bank, nilai-nilai yang terkandung di dalam bank, pendekatan strategik yang dapat memenangkan persaingan dan cara-cara memadukan teknologi.

3.Pengembangan Rencana

Langkah selanjutnya adalah merumuskan target yang akan dicapai oleh bank, yang salah satu tahapannya adalah melakukan penilaian atau resiko secara keseluruhan dan mengkaji asumsi-asumsi (pasar, persaingan dan lingkungan eksternal) maupun mengkaji ulang target dan kinerja bank.[25]

4.Implementasi

Implementasi merupakan pelaksanaan rencana operasional yang telah disusun secara rinci. Bila segala sesuatu berjalan sesuai rencana, manajemen masih harus melakukan hal sebagai berikut :

a). Pengembangan gagasan baru dan langsung diwujudkan

b). Menerima karyawan baru, melakukan pendidikan dan pelatihan, memotivasi dan mendorong pegawai untuk melakukan tugas dengan lebih baik lagi.

c). Memacu dimensi-dimensi kepuasan nasabah

d). Melanjutkan penelitian pemasaran untuk memutakhirkan pemahaman bank atas kebutuhan dan keinginan nasabah.

[25]Farida Jasfar,..... hal. 94

5.Penyempurnaan Proses

Penyempurnaan proses adalah kegiatan pelayanan secara kontiniu dan mencari cara-cara baru yang lebih baik sehingga kepuasan nasabah sehingga kepuasan nasabah meningkat. Dalam penyempurnaan proses dilakukan seluruh tata cara kerja, kebijakan, peraturan dan metode kerja baru, agar pelayanan yang diberikan kepada nasabah dapat mencapai mutu yang lebih tinggi lagi.

6.Perencanaan Kontigensi

Tidak semua rencana berjalan sesuai skedul atau seperti yang diinginkan, tidak semua nasabah akan memberikan respon yang baik terhadap pelayanan yang diberikan, maka dalam situasi ini perlu adanya rencana darurat (contigency planning).[26]

e. Sasaran dan Manfaat Pelayanan Prima

Dapat dikemukakan dalam tabel berikut sasaran dan manfaat dari pelayanan prima atau *service excellent*menurut Elhaytammy, yang dikutip dari buku karangan M.N Nasution) :

Pelayanan Prima	**Nasabah**	**Karyawan**	**Bank**
Memuaskan Nasabah	Kebutuhan terpenuhi	Lebih percaya diri	Meningkatkan kesan profesional

[26]Farida Jasfar…, hal. 96

Meningkatkan Loyalitas Nasabah	Merasa dihargai dan mendapat pelayanan yang baik	Ada kepuasan pribadi	Kelangsungan hidup perusahaan terjamin
Meningkatkan penjualan produk dan jasa bank	Mereka dipercaya	Menambah ketenangan bekerja	Mendorong masyarakat untuk berhubungan dengan perusahaan
Meningkatkan pendapatan perusahaan	Merasa menemukan bank yang profesional	Memupuk semangat untuk meniti karir	Mendorong kemungkinan ekspansi[27]

Dari tabel diatas dapat kita lihat bahwasanya banyak sekali sasaran dan manfaat yang bisa diambil dari pelayanan prima, selain unggul dalam mengambil posisi di hati para nasabah juga memperoleh keuntungan untuk para karyawan dan perusahaan itu sendiri untuk berubah menjadi yang lebih baik lagi dalam segmen apapun.

f. Proses dan Tahapan Pelayanan Prima *(Service Excellent)*

Proses dan tahapan pelayanan prima menurut Judiari :

1). Pancarkan segenap sikap positif kepada oranglain/pelanggan, dengan cara mengidentifikasi kebutuhan dasar manusia (pengertian), membaca kebutuhan pelanggan

[27]Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu*,..... hal.50

(perhatian), pengaturan waktu pelayanan (tepat waktu), situasi dan kondisi kepekaan dan empati (mendengarkan).

2). Mengidentifikasi kebutuhan pelanggan, dengan cara menggali segala hal yang dibutuhkan dan diinginkan oleh nasabah

3). Aplikasi diri pengidentifikasian kebutuhan pelanggan, dengan cara mengambil inisiatif untuk memperluas tanggung jawab, berkomunikasi dengan jelas/asertif, pengertian, pelanggan disambut dengan baik, membantu mereka merasa penting, memberikan lingkungan yang menyenangkan.

4). Ada pengakuan kepuasan dari pelanggan yang anda layani, dengan cara menuntaskan semua kebutuhan pelanggan, ambil langkah ekstra bagi pelayanan, beri sikap yang menjadikan pelanggan berada di pihak anda.

g. Pentingnya Pelayanan Prima

Ada beberapa alasan mengapa pelayanan prima penting bagi suatu perusahaan :

1). Pelayanan prima memiliki makna ekonomi

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

2). Pelayanan adalah tempat berkumpulnya uang dan pekerjaan

Perusahaan bergantung pada pelanggan dan untuk pelangganlah mereka bekerja, karena pelanggan sumber uang dan pekerjaan. Memusatkan perhatian pada kebutuhan

pelanggan, dengan memadukan semua kegiatan yang akan mempengaruhi pelanggan dan menghasilkan laba melalui kegiatan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

3). Persaingan yang semakin maju

Kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa berkualitas dengan harga bersaing.

4). Pemahaman yang semakin baik terhadap pelanggan

Memahami sudut pandang pelanggan menyadari kepuasan pelanggan tak sekedar membeli produk, melainkan juga memenuhi berbagai unsure emosi dan afeksi, seperti gaya hidup, jati diri, petualangan, cinta dan persahabatan, kedamaian serta kepercayaan.

h. Tujuan Pelayanan Prima

Terdapat beberapa tujuan pelayanan prima yaitu :

1). Memberikan rasa puas dan kepercayaan pada konsumennya. Kualitas memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan.

2). Kemudian adanya pelayanan prima tetap menjaga dan merawat pelanggan merasa diperhatikan dan dipentingkan segala kebutuhannya atau keinginannya.

3). Serta upaya mempertahankan pelanggan agar tetap royal untuk menggunakan produk barang atau jasa yang ditawarkan tersebut.

i. Kajian Islam tentang Pelayanan Prima

Pelayanan prima ialah melayani dengan sepenuh hati dan memberikan yang terbaik untuk pelanggan atau konsumen agar mereka percaya dan tidak mengalami

kebingungan dan keragu-raguan dengan transaksi di bank yang rumit dan membingungkan. Disebut sangat baik karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki oleh instansi yang memberikan pelayanan, pelayanan prima sesuai dengan harapan pelanggan.

Dalam melakukan pelayanan terhadap pelanggan, seharusnya karyawan menjaga amanah kepercayaan yang diberikan oleh perusahaan serta konsumen untuk dapat melakukan pelayanan dengan baik. Dijelaskan dalam Q.S An-Nisa'; 86 yang berbunyi :

﴿٨٦﴾ حَسِيبًا شَيۡءٍ كُلِّ عَلَىٰ كَانَ ٱللَّهَ إِنَّ ۗ رُدُّوهَآ أَوۡ مِنۡهَآ بِأَحۡسَنَ فَحَيُّواْ بِتَحِيَّةٍ حُيِّيتُم وَإِذَا

Artinya: "*apabila kamu diberi penghormatan dengan sesuatu penghormatan, Maka balaslah penghormatan itu dengan yang lebih baik dari padanya, atau balaslah penghormatan itu (dengan yang serupa) [327]. Sesungguhnya Allah memperhitungankan segala sesuatu (Penghormatan dalam Islam Ialah: dengan mengucapkan Assalamu'alaikum.)*

Pada saat memberikan pelayanan kepada pelanggan, sikap melayani dan rendah hati yang melekat dalam diri seorang karyawan dengan kemampuan berkomunikasi yang baik akan mempermudah karyawan memberikan informasi kepada nasabah.

Untuk dapat memberikan pelayanan prima dan menjalin hubungan yang baik dengan nasabah maka yang menjadi kunci keberhasilannya adalah orang (human), karena pelayanan dan menjalin hubungan dengan nasabahnya merupakan interaksi antara pegawai/pekerja perusahaan dengan masyarakat di luar perusahaan yang disebut nasabah. Oleh karena itu, konsep diri dalam memberikan pelayanan dan menjalin hubungan dengan nasabah.[28]

[28]Al-Arif.....28

3. Customer Service

a. Pengertian *Customer Service*

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

Seorang *customer service* memegang peranan yang sangat penting disamping memberikan pelayanan juga sebagai pembina hubungan dengan masyarakat atau *public relation. Customer service* bank dalam melayani para nasabah selalu berusaha menarik dengan cara merayu para calon nasabah agar menjadi nasabah bank yang bersangkutan dengan berbagai cara. *Customer service* juga harus dapat menjaga nasabah lama agar tetap menjadi nasabah bank. Oleh karena itu tugas-tugas yang diemban oleh para *customer service* merupakan tulang punggung kegiatan operasional dalam dunia perbankan. Pada prinsipnya semua atau seluruh pegawai bank mulai dari *cleaning service*, satpam, sampai kepada direktur utama bank harus menjadi *customer service.* Namun, secara khusus tugas *customer service* ini diemban oleh orang yang memang dididik untuk memegang fungsi sebagai *customer service* suatu bank

b. 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 dan bertanggung jawab dari awal sampai selesainya suatu pelayanan nasabah.

Fungsi dan tugas tugas-tugas *customer service* harus benar-benar dipahami sehingga seorang customer service dapat menjalankan tugasnya secara prima. Dalam praktiknya fungsi *customer service* adalah:

1). Sebagai Resepsionis, *customer service* berfungsi sebagai penerima tamu. Tugasnya adalah menerima tamu/nasabah yang datang ke bank dengan ramah tamah, sopan, tenang, simpatik, menarik, dan menyenangkan. Dalam hal ini *customer service* harus bersikap memberi perhatian, berbicara dengan suara lembut dan jelas dengan bahasa yang mudah dimengerti serta mengucapkan salam "Assalamualaikum" atau "selamat pagi/siang/sore". Selama melayani nasabah *customer service* tidak diperkenankan merokok, makan dan minum.

2). Sebagai *Deskman, customer service* berfungsi sebagai orang yang melayani berbagai macam aplikasi. Tugasnya antara lain memberikan informasi mengenai produk-produk bank, menjelaskan manfaat dan ciri-ciri produk bank, menjawab pertanyaan nasabah mengenai produk bank serta membantu nasabah mengisi formulir aplikasi.

3). Sebagai *Salesman,* berfungsi sebagai orang yang menjual produk perbankan sekaligus sebagai pelaksana *cross selling.* Tugasnya dikantor bank adalah menjual produk perbankan, melakukan *cross selling*, mengadakan pendekatan dan mencari nasabah baru. Berusaha membujuk nasabah yang baru serta berusaha mempertahankan nasabah yang lama. *Customer service* juga berusaha mengatasi setiap permasalahan yang dihadapi nasabah, termasuk keberatan dan keluhan yang diajukan nasabah.

4). Sebagai *Customer Relation Officer*, Dalam hal ini *customer service* bertugas 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, termasuk merayu dan membujuk agar nasabah tetap bertahan tidak lari dari bank yang bersangkutan apabila menghadapi masalah.

5). Sebagai Komunikator, yaitu berfungsi sebagai orang yang menghubungi nasabah dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungannya antara bank dengan nasabah disamping juga sebagai tempat menampung keluhan, keberatan, atau konsultasi.[29]

c. Syarat Seorang *Customer Service* yang Baik

Untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi 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 seorang *customer service:*

1). Persyaratan Fisik, Seorang *customer service* harus memiliki ciri-ciri fisik yang menarik seperti tinggi yang ideal dengan berat. 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

[29] Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2006) hal.217-218

petugas juga harus memiliki penampilan yang 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 dan 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 tanggung jawab.

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 *(fistimpression)* 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.

4). Persyaratan Sosial, *Customer service* harus memiliki jiwa sosial yang tinggi, bijaksana, berbudi pekerti yang halus, pandai bergaul, pandai bicara dan fleksibel, *Customer service* juga harus cepat menyesuaikan diri, mudah bekerja sama, tenang dan tabah.

4. Bank Syariah

a. Pengertian Bank Syariah

Kata bank berasal dari kata banque dalam bahasa Prancis dan dari bahasa branco dalam bahasa Italia, yang berarti peti/lemari yang menyiratkan fungsi sebagai tempat penyimpanan benda-benda berharga, seperti peti emas, peti berlian, dan sebagainya.[30]

Bank syariah adalah badan usaha yang memberikan jasa penyimpanan uang, pengiriman uang, serta permintaan dan penawaran yang intinya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang, beroperasi disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah.[31]

Jadi, yang dimaksud dengan bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lain yang berkaitan dengan peredaran uang atau bermuamalah yang praktiknya jauh dari unsur riba atau tidak mengandalkan pada system bunga dan beroperasi disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah.

b. Tujuan Bank Syariah

Bank syariah mempunyai beberapa tujuan, diantaranya sebagai berikut :

1). Mengarahkan kegiatan ekonomi umat untuk bermuamalat secara islam, khususnya muamalat yang berhubungan dengan perbankan agar terhindar dari praktek riba atau jenis usaha/perdagangan lain yang mengandung unsure gharar

[30] Malayu S.P Hasibuan, *Dasar-dasar Perbankan* (Jakarta:Bumi Aksara,2001)hal.6
[31] Harun Yahya, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Dzikra,2005)hal.13

(tipuan), dimana jenis usaha tersebut selai dilarang dalam islam, juga telah menimbulkan dampak negative terhadap kehidupan ekonomi rakyat.

2). Untuk menciptakan suatu keadlan dibidang ekonomi dengan jalan meratakan pendapatan melalui kegiatan investasi, agar tidak terjadi kesenjangan yang amat besar antara pemilik modal dan pihak yang membutuhkan dana.

3). Untuk menjaga stabilitas ekonomi dan moneter. Dengan aktivitas bank syariah akan mampu menghindari pemanasan ekonomi di akibatkan adanya inflasi, menghindari persaingan yang tidak sehat antara lembaga keuangan.

4). Untuk menyelamatkan ketergantungan umat islam terhadap bank non syariah.[32]

c. Ciri-ciri Bank Syariah

Bank syariah mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

1). Beban biaya yang disepakati bersama pada waktu akad perjanjian diwujudkan dalam bentuk jumlah nominal, yang besarnya tidak kaku dan dapat dilakukan dengan kebebasan untuk tawar-menawar dalam batas wajar. Beban biaya tersebut hanya dikenakan sampai batas waktu sesuai dengan kesepakatan dalam kontrak.

2). Dewan Pengawas Syariah (DPS) bertugas untuk mengawasi operasional bank dari sudut syariahnya. Selain itu manager dan pimpinan bank islam harus menguasai dasar-dasar muamalah islam.

[32] Warkum Sumitro, Asas-asas Perbankan Islam dan Lembaga terkait… (Jakarta: PT. Grafindo Persada, 1996), hal.18 – selanjutnya disebutkan Warkum Sumitro

3). Fungsi kelembagaan bank syariah selain menjembatani antara pihak pemilik modal dengan pihak yang membutuhkan dana, juga mempunyai fungsi khusus yaitu amanah, artinya berkewajiban menjaga dan bertanggungjawab atas keamanan dana yang disimpan dan siap sewaktu-waktu apabila dana diambil pemiliknya.[33]

[33] Warkum Sumitro,… hal.20-22

BAB III

HASIL PENELITIAN

A. Sejarah Berdirinya PT. Bank Syariah Mandiri (BSM)

Bank Syariah merupakan lembaga keuangan yang berfungsi mempelancar mekanisme ekonomi di sektor riil melalui aktivitas kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, yaitu aturan perjanjian syariah berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk menyimpan dana dan atau pembiayaan kegiataan usaha dan kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan nilai-nilai syariah yang bersifat mikro ataupun makro.

Nilai-nilai mikro yang dimaksud adalah memiliki sifat-sifat seperti Rasulullah, seperti Shiddiq, Amanah, Tabliqh, dan Fathanah, sedangkan nilai makro yang dimaksud adalah hal-hal yang menyangkut dengan keadilan, kemashlahatan, sistem zakat, bebas dari riba, gharar, bathil, dan hal-hal yang bersifat mudharat bagi diri sendiri dan orang lain.

Sebagaimana lembaga keuangan konvensional, bank syariah juga mempunyai tujuan sendiri. Secara umum, tujuan didirikannya lembaga keuangan bank adalah untuk mencari keuntungan, tetapi itu bukan merupakan tujuan utama didirikannya bank syariah. Adapun tujuan utama didirikannya bank syariah adalah agar umat manusia terhindar dari praktek ribawi melalui sistem bunga yang diterapkan oleh bank konvesional. Adapun tujuan lain didirikannya bank syariah adalah :

1. Meningkatkan kesejahteraan ekonomi umat manusia
2. Meningkatkan pendapatan perkapita

3. Menambah lapangan kerja
4. Membina semangat ukhwah Islamiyah melalui kegiatan ekonomi

Kelahiran Bank Syariah Mandiri berawal dari krisis moneter dan ekonomi sejak juli 1997, yang disusul dengan krisis politik nasional telah membawa dampak besar dalam perekonomian nasional. Krisis tersebut telah mengakibatkan perbankan Indonesia yang didominasi oleh bank-bank konvesional yang mengalami kesulitan yang sangat parah. Keadaan tersebut menyebabkan pemerintah Indonesia terpaksa mengambil tindakan untuk merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagai bank- bank di indonesia.

Lahirnya Undang-Undang No.10 tahun 1998, tentang perubahan atas Undang-Unadang No.7 tahun 1992 tentang perbankan, pada bulan November 1998 telah memberi peluang yang sangat baik bagi tumbuhnya bank- bank syariah di Indonesia. Undang-Undang tersebut memungkinkan bank beroperasi sepenuhnya secara syariah atau dengan membuka cabang khusus syariah.

PT. Bank Susila Bakti (PT. Bank Susila Bakti) yang dimiliki oleh yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP) PT. Bank Dagang Negara dan PT. Mahkota Prestasi berupaya keluar dari krisis 1997-1999 dengan berbagai cara. Mulai dari langkah-langkah menuju merger sampai pada akhirnya memilih konversi menjadi bank syariah dengan suntikan modal dari pemilik.

Dengan terjadinya merger empat bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim dan Bapindo) ke dalam PT. Bank Mandiri (persero) pada tanggal 31 juli 1999. Rencana perubahan PT. Bank Susila Bakti menjadi bank

syariah (dengan nama Bank Syariah Shakinah) diambil alih oleh PT. Bank Mandiri (Persero).

PT. Bank Mandiri (Persero) selaku pemilik baru mendukung sepenuhnya dan melanjutkan rencana perubahan PT. Bank Susila Bakti menjadi Bank Syariah, sejalan dengan keinginan PT. Bank Mandiri (Persero) untuk membentuk unit syariah. Langkah awal dengan merubah anggaran dasar tentang nama PT. Bank Susila Bakti menjadi PT. Bank Syariah /Sakinah berdasarkan Akta Notaris Ny. Machrani M.S.SH.,No.29 pada tanggal 19 Mei 1999. Kemudian melalui Akta No.23 tanggal 8 September 1999 Notaris Sutjipto,SH., nama PT. Bank Syariah Sakinah Mandiri diubah menjadi PT. Bank Syariah Mandiri.

Pada tanggal 25 Oktober 1999, Bank Indonesia melalui Surat Keputusan Gubernur Bank Indonesia No.1/24/KEP.BI/ 1999 telah memberikan izin perubahan kegiatan usaha konvesional menjadi kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah kepada PT. Bank Susila Bakti. Selanjutnya dengan Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No.1/1/KEP.BI/1999 tanggal 25 Oktober 1999,Bank Indonesia telah menyetujui perubahan nama PT. Bank Susila Bakti Menjadi PT. Bank Syariah Mandiri.

Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1November 1999 merupakan hari pertama beroperasinya PT. Bank Syariah Mandiri. Kelahiran Bank Syariah Mandiri merupakan buah usaha bersama dari para perintis bank syariah di PT. Bank kehadiran bank syariah dilingkungan PT. Bank Mandiri (persero).

PT. Bank Syariah Mandiri hadir sebagai bank yang berkombinasikan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani yang melandasi operasinya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan PT. Bank Syariah Mandiri sebagai altenatif jasa perbankan di Indonesia.

B. Visi dan Misi PT. Bank Syariah Mandiri (BSM)

Visi : “Bank Syariah Terdepan dan Modern”

Untuk Nasabah

BSM merupakan bank pilihan yang memberikan manfaat, menenteramkan dan memakmurkan.

Untuk Pegawai

BSM merupakan bank yang menyediakan kesempatan untuk beramanah sekaligus berkarir profesional.

Untuk Investor

Institusi keuangan syariah Indonesia yang terpercaya yang terus meberikan value berkesinambungan.

Misi :

1. Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan diatas rata-rata industri yang berkesinambungan.
2. Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis tekonologi yang melampaui harapan nasabah.
3. Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.

4. Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.
5. Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
6. Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.

C. Profil PT. Bank Syariah Mandiri (BSM)

PT Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999.PT Bank Syariah Mandiri hadir dan tampil dengan harmonisasi idealisme usaha dengan nilai-nilai spiritual.

Bank Syariah Mandiri tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan keduanya, yang melandasi kegiatan operasionalnya.Harmonisasi idealisme usaha dan nilai-nilai spiritual inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di Perbankan Syariah. Per Desember 2017 Bank Syariah Mandiri memiliki 737 kantor layanan diseluruh Indonesia, dengan akses lebih dari 196.000 jaringan ATM.

Kode Bank : 451

Kode Swift : BSMDIDJA

Alamat Kantor Pusat

Wisma Mandiri I Jl.MH.Thamrin No.5 Jakarta 10340 – Indonesia

Kepemilikan Saham

PT Bank Mandiri (Persero) Tbk : 497.804.387

Lembar saham (99,9999998%)

PT Mandiri Sekuritas : 1 lembar saham (0,0000002%)

Otoritas Pengawas Bank

Otoritas Jasa Keuangan

Gedung Sumitro Djojohadikusumo

Jalan Lapangan Banteng Timur No.2-4 Jakarta 10710 Indonesia

Telp (62-21) 3858001 Faks (62-21) 3857917

www.ojk.go.id

D. Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Mandiri (BSM) KC Bukittinggi

1. Marketing

Marketing bertugas untuk menangani masalah pembiayaan yang diajukan oleh nasabah, seperti pembiayaan mudharabah, musyarakah, murabahah dan sebagainya. Untuk usaha pengembangan kualitas dan fasilitas pelayanan kepada nasabah, BSM memiliki keunggulan tersendiri dari Bank Syariah lainnya dalam bidang teknologi perbankan, yaitu BSM telah memiliki net banking yang dibuat dan di-design sendiri oleh divisi sistem teknologi perbankan ini dilakukan untuk dapat mempermudah transaksi nasabah BSM.

Marketing memiliki peran sebagai pencari dana (funding) dan melakukan pembiayaan (lending). Tugas marketing lebih difokuskan pada pembiayaan dan penyediaan dana untuk nasabah baik bagi Pegawai Negeri Sipil (PNS) maupun sektor swasta dan instansi lainnya, serta mengutamakan produk pembiayaan dalam pengoperasiannya.

2. Back Office

Back Office memiliki tugas untuk mengurus seluruh kegiatan operasional dan administrasi atas transaksi yang dilakukan oleh nasabah maupun masalah aliran kas perusahaan. Dengan kata lain, Back Office adalah "dapur" bank, dimana semua produk dan penyelesaian masalah-masalah kelancaran pembiayaan dioperasikan disana (meng-cover semua kegiatan perusahaan). Persoalan yang ditangani Back Office, diantaranya kliring, transfer payment, membuat neraca harian maupun neraca lainnya, masalah operasional BSM, deposito, pembiayaan, pencairan dana untuk berbagai pembiayaan, masalah perawatan asset perusahaan serta pertanggungjawab asset dan cadangan ATK (Alat Tulis Kantor), berhubungan langsung dengan pihak ke-3 dan sebagainya.

3. Administrasi

Administrasi bertugas melakukan semua pencatatan, perizinan dan pencairan pembiayaan berdasarkan syarat-syarat dan ketentuan yang telah ditentukan oleh bank (dalam hal ini oleh BSM sendiri).Dalam tugasnya, pihak administrasi menggunakan sistem yang bekerja secara online untuk seluruh BSM di Indonesia.Sistem yang digunakan adalah sistem akuntansi yang telah dipermudah dalam bentuk program komputer. Pihak administrasi juga bertugas untuk melakukan pemindahbukuan dana dari dana BSM ke rekening nasabah apabila pencairan dana telah disetujui.

4. Teller

   Memiliki peran dalam mengurus semua kas nasabah yang melakukan transaksi penarikan maupun penyetoran atau transfer ke rekening lain intra-bank dan antar bank.

5. Customer Services

   Customer Services memiliki tugas untuk menjual produk berupa tabungan untuk simpanan yang bersifat wadiah (titipan), tabungan haji, simpanan cendikia dan sebagainya. Kegiatan Customer Service lebih difokuskan dalam kegiatan penghimpunan dana dari masyarakat melalui beberapa produk menarik yang dapat memberikan keuntungan dan manfaat bagi nasabah serta bagi kemashlahatan umum.

   Struktur organisasi PT Bank Syariah Mandiri (Lampiran)

E. Produk-produk dan Jasa PT. Bank Syariah Mandiri (BSM) KC Bukittinggi

1. Tabungan BSM

   Tabungan dalam mata uang rupiah yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam kas dibuka dikonter BSM atau melalui ATM.

   Manfaat :

   a. Aman dan terjamin.
   b. Online diseluruh outlet BSM.
   c. Bagi hasil yang kompetitif.
   d. Fasilitas BSM Card yang berfungsi sebagai kartu ATM dan debit.

e. Fasilitas e-Banking, yaitu BSM Mobile Banking dan BSM Net Banking.
f. Kemudahan dalam penyaluran zakat, infaq dan sedekah.

2. BSM Tabungan Mabrur

   Tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksnaan ibadah haji dan umrah.

   Manfaat :

   a. Aman dan terjamin.
   b. Fasilitas talangan haji untuk kemudahan mendapatkan porsi haji.
   c. Online dengan Siskohat Departemen Agama untuk kemudahan pendaftaran haji.

3. BSM Tabungan Investa Cendekia

   Tabungan berjangka untuk keperluan uang pendidikan dengan jumlah setoran bulanan tetap (installment) dan dilengkapi dengan perlindungan asuransi.

   Manfaat :

   a. Bagi hasil yang kompetitif.
   b. Kemudahan perencanaan keuangan masa depan, khususnya pendidikan putra/i.
   c. Perlindungan asuransi (sesuai dengan kepersertaan asuransi).

4. BSM Tabungan Berencana

   Tabungan berjangka yang memberikan nisbah bagi hasil berjenjang serta kepastian pencapaian target dana yang telah ditetapkan.

Manfaat :

a. Bagi hasil yang kompetitif.
b. Kemudahan perencanaan keuangan nasabah jangka panjang.
c. Perlindungan asuransi secara gratis dan otomatis tanpa pemeriksaan kesehatan.
d. Jaminan pencapaian target dana.

5. BSM Tabungan Simpatik

Tabungan berdasarkan prinsip wadiah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat yang disepakati.

Manfaat :

a. Aman dan terjamin.
b. Online diseluruh outlet BSM.
c. Bonus bulanan yang diberikan sesuai dengan kebijakan BSM.
d. Fasilitas BSM Card yang berfungsi sebagai kartu ATM dan debit.
e. Fasilitas e-Banking yaitu BSM Mobile Banking dan BSM Net Banking.
f. Penyaluran zakat, infaq dan sedekah.

6. TabunganKu

TabunganKu merupakan tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan

Manfaat :

a. Aman dan terjamin dan online diseluruh outlet BSM.
b. Bonus wadiah diberikan sesuai kebijakan bank.

7. BSM Deposito

   Investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip Mudharabah Muthlaqah.

   Manfaat :

   a. Dana aman dan terjamin dan dikelola secara syariah.
   b. Bagi hasil yang kompetitif dan dapat dijadikan jaminan pembiayaan.
   c. Fasilitas Automatic Roll Over (ARO).

8. BSM Giro

   Sarana penyimpanan dana dalam mata uang rupiah untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip wadiah yad dhamanah.

   Manfaat :

   a. Dana aman dan tersedia setiap saat.
   b. Kemudahan transaksi dengan menggunakan cek atau B/G.
   c. Fasilitas Intercity Clearing untuk kecepatan bayar inkaso (kliring antar wilayah).
   d. Fasilitas BSM Card sebagai kartu ATM sekaligus debet (untuk perorangan).
   e. Fasilitas pengiriman account statement setiap awal bulan.
   f. Bonus bulanan yang diberikan sesuai dengan kebijakan BSM.

9. BSM Card

   Kartu yang dapat dipergunakan untuk transaksi perbankan melalui ATM dan mesin debit (EDC/ElectronicDataCapture).

Manfaat :

a. Kemudahan tarik tunai diseluruh ATM BSM, ATM Mandiri, ATM BCA, ATM Bersama dan ATM Prima.
b. Kemudahan berbelanja lebih dari 20.000 merchant yang menyediakan mesin-mesin EDC Prima BCA dan EDC Mandiri, antara lain : Carrefour, Giant, Hypemart, Toko Buku Gramedia, Alfamart, Indomaret, Rumah Sakit Ibu dan Anak Hermina, Apotik Kimia Farma, SPBU.
c. Program diskon di merchant-merchant tertentu.

10. BSM Mobile Banking GPRS

    Layanan transaksi perbankan (non tunai) melalui mobile phone (handphone) berbasis GPRS.

    Manfaat :

    a. Kenyamanan bertransaksi kapan saja dan dimana saja.
    b. Kemudahan melakukan transaksi seperti layaknya di ATM.
    c. Biaya pulsa paling murah, kurang dari Rp.50 per transaksi.
    d. Dapat diaplikasikan pada semua jenis SIM Card dan Ponsel yang menggunakan teknologi GPRS.
    e. Dilengkapi fitur spesial transfer real time ke 83 bank dan transfer ke bukan pemegang rekening.

11. BSM Net Banking

    Layanan transaksi perbankan (non tunai) melalui internet.

    Manfaat :

    a. Kenyamanan bertransaksi kapan saja dan dimana saja.

b. Dapat mengelola sendiri transaksi keuangan.

c. Pengamanan berlapis untuk setiap transaksi yang dilakukan di BSM Net Banking.

d. Dilengkapi fitur spesial transfer real time ke 83 bank dan transfer ke bukan pemegang rekening.

F. Pelayanan Prima *(Service Excellent)* Customer Service pada PT. Bank Syariah Mandiri KC Bukittinggi

1. Pelayanan pertama saat nasabah datang

SOP baru yang diterapkan di Bank Syariah Mandiri KC Bukittinggi berbeda dar SOP yang sebelumnya. Dimana SOP yang baru mengharuskan Customer Service untuk menghampiri nasabah terlebih dahulu, mempersiapkan tempat duduk nasabah, mengucapkan salam, memperkenalkan diri dan mempersilahkan nasabah duduk. SOP ini berbeda dari yang sebelumnya karena di SOP yang sebelumnya Customer Service tidak menghampiri nasabah terlebih dahulu.

SOP bagian front liner yang terdiri dari *customer service, teller, dan security*, masing-masing memiliki SOP yang penulis jabarkan dibawah ini:

a. Standar Operasional Customer Service

1). Sebagai Resepsionis, *customer service* berfungsi sebagai penerima tamu. Tugasnya adalah menerima tamu/nasabah yang datang ke bank dengan ramah tamah, sopan, tenang, simpatik, menarik, dan menyenangkan.

2).Sebagai *Deskman*, *customer service* berfungsimemberikan informasi mengenai produk-produk bank, menjelaskan manfaat dan ciri-ciri produk bank, menjawab pertanyaan nasabah mengenai produk bank serta membantu nasabah mengisi formulir aplikasi.

3). Sebagai *Salesman*, berfungsi sebagai orang yang menjual produk perbankan sekaligus sebagai pelaksana *cross selling.* Tugasnya dikantor bank adalah menjual produk perbankan, mengadakan pendekatan dan mencari nasabah baru. Berusaha membujuk nasabah yang baru serta berusaha mempertahankan nasabah yang lama.

4). Sebagai *Customer Relation Officer*, Dalam hal ini *customer service* bertugas menjaga *image* bank dengan cara membina hubungan baik dengan seluruh nasabah sehingga nasabah merasa senang, puas, dan makin percaya kepada bank.

5).Sebagai Komunikator, yaitu berfungsi sebagai orang yang menghubungi nasabah dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungannya antara bank dengan nasabah disamping juga sebagai tempat menampung keluhan, keberatan, atau konsultasi

b. Standar Operasional Teller

1). Teller berdiri dengan wajah tersenyum menunggu hingga nasabah datang menuju counter, posisi tubuh tegak, tidak menempel pada pinggir meja, mempersilahkan nasabah dengan posisi tangan terbuka menunjuk kea rah counter.

2). Ketika nasabah datang, Teller mengucapkan greeting “salam” sambil menungkupkan kedua telapak tangan di depan dada

3). Teller menerima nomor antrian nasabah dengan menggunakan kedua tangan, dan disimpan di tempat yang telah disediakan.

4).Teller melihat jenis slip yang dibawa nasabah, dan melakan cek pada memo slip tersebut

5).Teller mengkonfirmasi kepada nasabah tentang identitas dan dan jumlah transaksi tersebut, setelah semua lengkap barulah Teller meminta uang dari nasabah dengan sopan.

6).Teller meminta izin menghitung uang dihadapan nasabah dan melakukan transaksi yang diminta nasabah

7).Teller memberikan form bukti transaksi dan meminta nasabah menandatangani form bukti tersebut.

8).Teller menanyakan kembali apakah masih ada yang diperlukan oleh nasabah, jika tidak ada maka Teller mengatupkan tangan di depan dada dan mengucapkan salam kepada nasabah sambil tersenyum.

c. Standar Operasional Security

1). Sebagai petugas satuan keamanan

Memberikan rasa aman dan nyaman kepada nasabah yang datang bertransaksi di *bangking hall* dan memantau setiap nasabah yang masuk dan keluar *bangking hall* serta mengamati keadaan sekeliling.

2). Sebagai petugas penjaga ketertiban

Membantu mengatur jalur antrian dan tanggap terhadap situasi di dalam *bangking hall.*

3).Sebagai bagian dari *frontliner-staff*

a).Menyambut nasabah dengan membuka pintu saat nasabah datang maupun meninggalkan *bangking hall.*

b).Mengucapkan salam dan tersenyum kepada nasabah yang datang

c).Tanggap dengan menawarkan bantuan terhadap nasabah yang kebingungan di *bangking hall* dengan mengarahkan dengan benar ketempat yang dituju.

d).Mengucapkan salam dan terimakasih saat nasabah meninggalkan *bangking hall.*

2. Strategi customer service dalam memberikan informasi mengenai produk bank

a. Melihat keterkaitan kebutuhan

Customer service harus mampu melihat di segi mana keinginan dan kebutuhan nasabah, misalnya nasabah berniat untuk membuka tabungan bagi pendidikan anaknya, customer service bisa memberikan pengarahan agar membuka rekening tabungan investa cendikia yang menjadi salah satu produk dari Bank Syariah Mandiri dengan menjelaskan tentang tabungan investasi cendikia tersebut kepada nasabah.

b. Interaksi lanjutan

Setelah melihat ketertarikan nasabah akan produk yang sudah customer service jelaskan, maka customer service bisa menjelaskan secara lebih rinci tentang kelebihan yang dimiliki oleh produk tersebut, apa saja keuntungan yang akan nasabah terima jika membuka tabungan tersebut. Jika nasabah sudah semakin mengerti, customer service juga harus menjelaskan jika ada kekurangan dari produk tersebut dan hal-hal lain yang akan di rasa bisa mengecewakan nasabah nantinya, agar jika suatu hari terjadi, nasabah tidak terlalu merasa kecewa kepada bank.

3. Strategi Customer Service dalam menanggapi keluhan nasabah

   a. Mendengarkan

      Jika nasabah memberikan keluhan kepada customer service, maka langkah utama yang harus dilakukan oleh customer service adalah mendengarkan nasabah tersebut melontarkan segala permasalahan yang dirasakannya. Jangan memotong pembicaraan nasabah tersebut, dengarkan dengan sungguh-sungguh sehingga nasabah tersebut merasa didengarkan dan direspon apa yang dipermasalahkannya tersebut.

   b. Meminta Maaf

      Langkah kedua yang harus dilakukan oleh customer service adalah meminta maaf kepada nasabah dan merasa menyesal atas apa yang dialami nasabah, karena dengan begitu nasabah akan merasa bahwa keluhannya di tanggapi secara baik oleh pihak bank.

c. Solusi

Langkah akhir yang harus dilakukan oleh customer service adalah memberikan solusi terbaik bagi nasabah, jika permasalahan yang dialami oleh nasabah adalah hal yang serius dan tidak bisa diputuskan secara sepihak oleh customer service saja, maka customer service harus meminta waktu kepada nasabah untuk membicarakan masalah itu dengan pihak atasan. Customer service harus mampu menenangkan nasabah dengan memberikan pengertian yang mendalam kepada nasabah tersebut.

4. Tugas-tugas pokok customer service

Customer service memiliki tugas-tugas pokok dalam melayani nasabah, diantaranya sebagai berikut:

a. Melayani Kebutuhan Nasabah

Tugas pokok customer service adalah melayani kebutuhan nasabah, apa yang nasabah butuhkan dan nasabah perlukan dari bank tersebut. Customer service harus jeli memperhatikan apa kebutuhan nasabah dan harus mampu memenuhi ekspetasi nasabah dan bahkan harus lebih baik dari itu.

b. Menanggapi Keluhan Nasabah

Customer service juga berperan dalam menanggapi keluhan nasabah, apa yang merasa janggal oleh nasabah dan di permasalahkan oleh nasabah akan ditampung oleh customer service selaku perantara yang berinteraksi langsung dengan nasabah.

c. Memasarkan produk bank pada Nasabah

Selain memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah, customer service juga harus mampu menjual produk bank yang lain yang rasanya akan berkaitan dengan keinginan nasabah, paling tidak menawarkan kepada nasabah tentang produk yang berkaitan dengan permintaannya.

5. Upaya Customer Service dalam Menciptakan Layanan Prima *(Service Excellent)*

a. Menggunakan formulir electronic form

Untuk memudahkan dan menghemat waktu nasabah yang tidak bisa membuka rekening langsung ke kantor BSM, maka nasabah bisa membuka portal dari Bank Syariah Mandiri dan mendaftar secara langsung dengan mengisi formulir di portal tersebut.

b. Pick Up Service (Jemput Setoran)

Bank Syariah Mandiri juga menyediakan jasa jemput setoran bagi nasabah yang tidak bisa membayar setorannya langsung ke bank, ini juga merupakan salah satu upaya meningkatkan pelayanan agar nasabah bisa menghemat waktu dan tenaga untuk membayar setoran.

c. Membangun Kedekatan dengan Nasabah

Customer Service harus mampu melakukan pendekatan dengan nasabah, jangan hanya berinteraksi jika berada di lingkungan kantor dan saat jam kerja saja. Namun customer service juga harus membangun kedekatan jika berada diluar jam kerja, seperti menyapa

nasabah jika berpapasan di luar kantor dan saling bertegur sapa jika bertemu secara tidak sengaja.

d. Memenuhi Ekspetasi Nasabah

Customer Service harus mampu memenuhi ekspetasi nasabah, bahkan melebihinya.Jika nasabah meminta satu, customer service harus bisa memberi tiga sekaligus, begitulah bentuk pelayanan yang seharusnya diterima nasabah. Dengan begitu nasabah akan memberi penilaian terbaik dan akan loyal kepada bank tersebut.

e. Memberikan Solusi Mengenai Manajemen Keuangan

Jika nasabah mengeluhkan tentang manajemen keuangan, maka customer service bisa menawarkan pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.Memberikan solusi terbaik yang bisa diterima oleh nasabah.

6. Kiat Customer Service dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah

a. Memberikan Pelayanan terbaik

Dengan memberikan pelayanan terbaik, customer service diharapkan mampu meningkatkan jumlah nasabah. Promosi yang paling berpengaruh dalam sebuah perusahaan jasa adalah promosi *mouth to mouth*, dengan dilaksanakannya pelayanan prima yang baik diharapkan dapat meningkatkan jumlah nasabah dengan cara nasabah yang lama bisa mempengaruhi nasabah yang baru dengan menceritakan kelebihan pelayanan dan kelebihan produk yang dimiliki oleh Bank Syariah Mandiri KC Bukittinggi.

b. Menjalankan Pelayanan sesuai dengan SOP

Menjalankan pelayanan sesuai dengan SOP yang telah ditentukan.Bukan hanya dilakukan saat *rollplay,* tetapi benar-benar diaktualisasikan dalam *realplay* sehari-hari di *bangking hall*saat jam kerja berlangsung tanpa terkecuali.

c. Bersungguh-sungguh

Sikap kesungguhan customer service sangat diperlukan dalam melayani nasabah, mendengarkan keluhan nasabah dan memberikan solusi terbaik bagi nasabah agar nasabah tersebut merasa di prioritaskan, didengarkan setiap keluhannya dan tetap loyal dan tetap ingin menggunakan jasa dari bank tersebut.[34]

7. Data perkembangan jumlah nasabah BSM KC Bukittinggi

Dari hasil wawancara penulis dengan customer service PT. BSM KC Bukittinggi maka penulis memperoleh data perkembangan jumlah nasabah dari 5 tahun terakhir yang penulis uraikan dalam table di bawah ini:

Tabel 3.1

Tahun	**Jumlah Nasabah**
2014	1.984
2015	2.019
2016	2.589

[34]Hasil Wawancara: Customer Service BSM KC Bukittinggi

2017	3.717
2018	3.083

Sumber: Bagian *Front Office (Customer Service)*

Jumlah nasabah dari rentang waktu 2014 hingga 2018 mengalami fluktuasi, dapat dilihat jumlah nasabah tahun 2014 hingga tahun 2017 mengalami peningkatan secara terus menerus, dan di tahun 2018 mengalami penurunan yang lumayan terlihat yaitu menurun sekitar 634 nasabah.

Penulis juga mendapat data dari *customer service* bahwa di tahun 2019 ini mengalami kenaikan jumlah nasabah yang hingga bulan Agustus 2019 ini sudah mencapai 3.108 nasabah yang tidak bisa penulis cantumkan ke dalam daftar tabel karena belum mencapai satu tahun karena perkembangan data jumlah nasabah di hitung pertahun.

Bisa dipastikan bahwa perkembangan jumlah nasabah pada tahun 2019 ini meningkat karena di Bulan Agustus ini jumlah nasabah sudah melebihi dari tahun 2018 yang lalu.

8. Analisis keterkaitan antara pelayanan dan kenaikan jumlah nasabah

Dilihat dari tabel tentang perkembangan jumlah nasabah dari 5 tahun terakhir yang mengalami fluktuasi dan pada tahun 2019 ini mengalami kenaikan kembali. Dari hasil penelitian penulis dan wawancara penulis dengan petugas customer service PT. Bank Syariah Mandiri KC Bukittinggi maka dapat penulis simpulkan bahwa kenaikan jumlah nasabah di tahun ini di karenakan pembaharuan SOP yang mengutamakan

pelayanan terbaik utuk para nasabah dan pengaktualisasian SOP dengan baik oleh para petugas *front liner* yang membuat nasabah merasa nyaman dan *loyal* kepada Bank Syariah Mandiri KC Bukittinggi.

Pelayanan yang baik dan sambutan yang hangat dari para petugas dan karyawan PT. Bank Syariah Mandiri KC Bukittinggi membuat nasabah merasa betah dan terus memilih Bank Syariah Mandiri KC Bukittinggi sebagai perusahaan perbankan yang dipercayakannya. Serta nasabah yang lama bisa mengajak atau menawarkan kepada calon nasabah lain yang mereka kenal untuk ikut bergabung dengan Bank Syariah Mandiri KC Bukittinggi karena pelayanan yang sangat baik tersebut.

Maka disini, penulis berpendapat bahwa pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan perbankan sangat berpengaruh kepada kenaikan jumlah nasabah di bank tersebut.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari uraian yang telah penulis paparkan terdahulu yang didapat dari hasil wawancara penulis dengan customer service PT. Bank Syariah Mandiri KC Bukittinggi, tentang pelayanan prima *(service excellent)* customer service dalam meningkatkan jumlah nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri KC Bukittinggi, dapat penulis simpulkan bahwa customer service meningkatkan pelayanan kepada nasabah, menyuguhkan kebutuhan, memenuhi keinginan nasabah dan memberikan pelayanan sebaik mungkin sesuai SOP (Standar Operasional) yang telah ditetapkan di bank tersebut sehingga nasabah loyal dan nasabah lama bisa mengajak para kerabat dan kenalan nya untuk menjadi bagian dari bank tersebut yang nantinya bisa meningkatkan jumlah nasabah di bank tersebut.

B. Saran

1. Bank semakin memberikan perhatian lebih tentang standar operasional dan mengubah standar pelayanan menjadi yang lebih baik lagi untuk kedepannya.
2. Customer service memberikan pelayanan yang terbaik kepada para nasabah dan tidak membuat nasabah merasa kecewa dengan yang dilakukannya. Customer service juga harus menjalankan semua SOP yang telah ditetapkan oleh bank tersebut.

3. Para pegawai di *front office* juga membantu melayani nasabah sebaik mungkin, termasuk teller, petugas security serta semua staff yang tergabung dalam bank tersebut, agar tercipta pelayanan yang maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

Antonio, M Syafi'i. 2001. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik.* Jakarta: Gema Insani

Kasmir. 2005. *Etika Customer Service*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Kasmir. 2006. *Manajemen Perbankan.* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Kotler, Philip. 1997. Marketing Manajemen. Jakarta: Gramedia Pustaka

Departemen Republik Indonesia. 2014. *Al-Qur'an dan Terjemahan.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Departemen Pendidikan Nasional. 2002. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka. Edisi 3 cet.2

Al-Arif, M Nur Rianto. 2012. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Indonesia*. Bandung: Alfabeta

Trisnawati, Ratih. 2007. *Metodologi Penelitian Bisnis. Jakarta*: Mitra Wacana Media

Subagyu, Joko. 1999. *Metodologi Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi.* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Teguh, Muhammad. 1999. *Metodologi Penelitian Ekonomi.* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Winarno. 1994. *Pengantar Penelitian Ilmiah.* Bandung: Tarsito

Nasution, MN. 2005. *Manajemen Mutu Terpadu.* Bogor: Ghalia Indonesia

Bestari, Mitra. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia.* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Kartajaya, Hermawan. 2012. *Service Operation.* Bandung: Alfabeta

Hamka. 2012. *Tafsir Al-Azhar Juz 20.* Jakarta: Pustaka Panjimas

Nasution. 2006. *Manajemen Jasa Terpadu.* Bandung: Graha Indonesia

Jasfar, Farida. 2005. *Manajemen Jasa.* Bandung: Graha Indonesia

Hasibuan, Malayu SP. 2001. *Dasar-dasar Perbankan.* Jakarta: Bumi Aksara

Yahya, Harun. 2005. *Perbankan Syariah.* Jakarta: Dzikra

Sumitro, Warkum. 1996. *Asas-asas Perbankan Islam dan Lembaga Terkait.* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

https://kbbi.web.id/nasabah