

**IMPLEMENTASI *SERVICE EXCELLENCE* OLEH *CUSTOMER*  
*SERVICE* BANK SYARIAH INDONESIA KCP NGAWI PADA  
SAAT PANDEMI COVID 19**

**SKRIPSI**



Oleh:

Imas Hasdarina Fitriani

NIM 210817116

Pembimbing:

Dr. Luhur Prasetyo, S.AG., M.E.I.

NIP 197801122006041002

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

**2021**

## Abstrak

**Imas Hasdarina Fitiani**, 2021. Implementasi *Service Excellence* Oleh *Customer Service* Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi Pada Saat Pandemi Covid 19. Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Perbankan Syariah, Pembimbing Dr. Luhur Prasetyo, S.Ag., M.E.I.

**Kata kunci :** Customer Service, Penerapan, Pelayanan prima. Covid 19.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya *service excellence* bagi BSI KCP Ngawi dengan adanya *service excellence* akan menimbulkan kepuasan nasabah, serta pada saat melayani nasabah dengan sepenuh hati akan menjadikan hubungan baik dengan nasabah dan nasabah pun akan menjadi loyal terhadap bank. Dalam menjalankan proses *service excellence* peran seorang *customer service* sangat penting karena pekerjaan *customer service* dikategorikan sebagai interaksi awal antara nasabah dengan bank terlebih lagi pada saat pandemi covid 19 ini, sikap dari *customer service* BSI KCP Ngawi kurang menghargai keberadaan nasabah dan penampilan *customer service* tidak memenuhi protokol kesehatan pencegahan penularan covid 19.

Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah penelitian lapangan (*Field Research*) dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini adalah *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi telah melakukan *service excellence* dengan menggunakan konsep A6, yaitu Kemampuan (*Ability*), Sikap (*Attitude*), Penampilan (*Appearance*), Perhatian (*Attention*), Tindakan (*Action*), Tanggungjawab (*Accountability*). Dan implementasi *service excellence* oleh *customer service* pada masa pandemi ini covid 19 tidak jauh berbeda dengan keadaan normal. Serta konsep A6 *service excellence* ini telah dilakukan dengan sebaik - baiknya oleh *customer service* untuk melayani nasabah, tetapi pada penampilan *customer service* kurang sesuai dengan peraturan protokol kesehatan pencegahan covid 19 di area publik yaitu *customer service* tidak menggunakan sarung tangan. Dan jika dilihat kualitas *service excellence* pada kriteria tampilan (*Tangibles*) tidak tersedia sarana prasarana yang lengkap yaitu tidak ada mesin printer sehingga hal ini mengakibatkan Sikap (*Attitude*) *customer service* kurang menghargai keberadaan nasabah.

P O N O R O G O



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Puspita Jaya desa Pintu Jenangan Ponorogo

**LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI**

Yang bertandatangan dibawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama :

No.	Nama	NIM	Jurusan	Judul Skripsi
1	Imas hasdarina Fitriani	210817116	Perbankan Syariah	IMPLEMENTASI <i>SERVICE EXCELLENCE</i> OLEH <i>CUSTOMER SERVICE</i> BANK SYARIAH INDONESIA KCP NGAWI PADA SAAT PANDEMI COVID 19

Telah selesai melaksanakan bimbingan dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 19 April 2021

Mengetahui,

Ketua Jurusan Perbankan Syariah  
  
**Agung Eko Purwana, SE, MSI**  
NIP. :197109232000031002

Menyetujui,

Dosen Pembimbing  
  
**Dr. Luhur Prasetivo, S. Ag. M.E.I**  
NIP. :197801122006041002

**IAIN**  
**PONOROGO**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Puspita Jaya desa Pintu Jenangan Ponorogo

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Naskah skripsi berikut ini :

Judul : Implementasi *Service Excellence* Oleh *Customer Service Bank*  
Syariah Indonesia KCP Ngawi Pada Saat Pandemi Covid 19  
Nama : Imas Hasdarina Fitriani  
NIM : 210817116  
Jurusan : Perbankan Syariah

Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi.

**DEWAN PENGUJI :**

Ketua Sidang  
Dr. Ely Masykuroh, S.E., M.S.I. : (  )  
NIP. 1072021119990320003  
Penguji I  
Unun Roudlotul Janah, M.Ag. : (  )  
NIP. 1975071620050120004  
Penguji II  
Dr. Luhur Prasetyo, S.Ag., M.E.I. : (  )  
NIP. 197801122006041002

Ponorogo, 5 Mei 2021

Mengesahkan,

Dekan FEBI IAIN Ponorogo

  
**Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M.Ag.**  
NIP. 1977207142000031005



**P O N O R O G O**

## SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Imas Hasdarina Fitriani

NIM : 210817116

Jurusan : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul : Implementasi *Service Excellence* Oleh *Customer Service*  
Bank Syariah Indonesia Kcp Ngawi Pada Saat Pandemi  
Covid 19

Menyatakan bahwa naskah skripsi telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya, saya bersedia naskah tersebut dipublikasi oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di [etheses.iainponorogo.ac.id](http://etheses.iainponorogo.ac.id) adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggungjawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat digunakan semestinya.

Ponorogo, 06 Mei 2021

Pembuat pernyataan



Imas Hasdarina Fitriani  
NIM 210817116

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Imas Hasdarina Fitriani

NIM : 210817116

Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

*IMPLEMENTASI SERVICE EXCELLENCE OLEH CUSTOMER  
SERVICE BANK SYARIAH INDONESIA KCP NGAWI PADA SAAT  
PANDEMI COVID 19*

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian / karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 19 April 2021

Pembuat pernyataan



Imas Hasdarina Fitriani

NIM : 210817116



## DAFTAR ISI

<b>COVER</b> .....	i
<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	v
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian .....	10
E. Sistematika Pembahasan .....	11
<b>BAB II. LANDASAN TEORI</b>	
A. Deskripsi Teori	
1. <i>Service Excellence</i> (Pelayanan Prima)	
a. Pengertian <i>Service Excellence</i> .....	13
b. Ciri – ciri <i>Service Excellence</i> .....	16
c. Langkah-Langkah <i>Service Excellence</i> .....	18
d. Konsep <i>Service Excellence</i> .....	22
e. Kualitas <i>Service Excellence</i> .....	38
2. <i>Customer Service</i>	
a. Pengertian <i>Customer Service</i> .....	50
b. Fungsi dan Tugas <i>Customer Service</i> .....	51
c. Syarat – Syarat Seorang <i>Customer Service</i> .....	56
B. Studi Penelitian Terdahulu .....	58
<b>BAB III. METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	65
B. Lokasi Penelitian .....	66

C. Data dan Sumber Data .....	66
D. Teknik Pengumpulan Data .....	67
E. Teknik Pengecekn Keabsahan Data.....	69
F. Teknik PengolahanData .....	70
G. Teknik Analisis Data.....	71

#### **BAB IV. DATA DAN ANALISIS**

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	
1. Sejarah Bank Syariah Indonesia.....	72
2. Visi Misi Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi .....	75
3. Produk – produk Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi .....	75
4. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi.....	81
B. Data Implementasi <i>Service Excellence</i> oleh <i>Customer Service</i> di BRI Syariah KCP Ngawi pada Masa Pandemi Covid 19	
a. Kemampuan ( <i>Ability</i> ).....	82
b. Sikap ( <i>Attitude</i> ) .....	86
c. Penampilan ( <i>Appearance</i> ).....	89
d. Perhatian ( <i>Attention</i> ) .....	91
e. Tindakan ( <i>Action</i> ).....	94
f. Tanggungjawab ( <i>Accountability</i> ).....	98
C. Analisis Implementasi <i>Service Excellence</i> oleh <i>Customer Service</i> di BRI Syariah KCP Ngawi pada Masa Pandemi Covid 19	
g. Kemampuan ( <i>Ability</i> ).....	101
h. Sikap ( <i>Attitude</i> ) .....	108
i. Penampilan ( <i>Appearance</i> ).....	110
j. Perhatian ( <i>Attention</i> ).....	113
k. Tindakan ( <i>Action</i> ).....	118
l. Tanggungjawab ( <i>Accountability</i> ).....	120

#### **BAB V. PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	124
B. Saran .....	124

**Daftar Pustaka.....**



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Bank syariah adalah bank yang kegiatan usahanya berjalan sesuai dengan prinsip syariah dan terdiri dari dua macam jenis yaitu Bank Umum Syariah (BUS) dan bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) prinsip syariah adalah prinsip hukum Islam yang berada didalam kegiatan perbankan yang berlandaskan fatwa yang telah dikeluarkan oleh salah satu lembaga yang berwenang untuk menetapkan fatwa di bidang syariah. Bank syariah dengan menggunakan sistem bagi hasil, dan berlandaskan pada Al quran dan hadist.

Berdasarkan Pasal 2 UU Nomor 21 tahun 2008, dijelaskan bahwa perbankan syariah dalam proses melakukan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah, demokrasi ekonomi, dan prinsip kehati – hatian. Serta terkait tujuan dengan tujuan bank syariah, yang ada pada pasal 3 dijelaskan bahwa perbankan syariah bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat. <sup>1</sup>

Saat ini persaingan pada sektor jasa tidak hanya pada penjualan produk yang semata – mata hanya untuk mendapatkan laba, tetapi juga lebih ditekankan kepada layanan yang baik. Bank sebagai perusahaan yang menyediakan jasa layanan kepada nasabah, pelayanan dan kepuasan nasabah merupakan tujuan utama dalam perusahaan karena tanpa nasabah,

---

<sup>1</sup> Rizal Yaya, dkk, *Akuntansi Perbankan Syariah* (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 48

perusahaan tidak akan ada. Nasabah adalah kunci utama dalam meraih keuntungan. Dalam jangka waktu yang panjang perusahaan yang akan tetap bertahan hidup dalam menghadapi persaingan bisnis yang mengglobal adalah perusahaan yang terus menerus melakukan perbaikan dalam kegiatan pelayanan, inovasi produk untuk selalu meningkatkan kualitas.<sup>2</sup>

Adanya pandemi Covid 19 atau biasa disebut dengan virus corona yang terjadi ditahun 2019 – 2021 menjadi salah satu tantangan besar yang dihadapi dunia perbankan saat ini. Virus corona memberikan dampak yang cukup luas dalam kegiatan perbankan serta menyebabkan perekonomian menjadi menurun. Virus corona adalah virus yang menyerang pada sistem pernapasan. Virus corona ini memberikan dampak yang cukup luas terhadap kegiatan yang dilakukan masyarakat, salah satunya adalah dampak dalam kegiatan perekonomian dalam lembaga keuangan perbankannkan baik dalam bank konvensional maupun bank syariah.<sup>3</sup>

Menteri kesehatan Terawan Agus Putranto menerbitkan surat edaran tentang protokol pencegahan penularan virus corona pada 20 mei 2020, yang ditujukan bagi Pimpinan Kementerian Pembina Sektor Usaha, Gubernur dan Bupati/Walikota Seluruh Indonesia. Surat edaran dengan nomor HK.02.01/MENKES/335/2020 itu tentang protokol pencegahan penularan covid 19 di tempat kerja sektor jasa dan perdagangan (area publik) dalam mendukung keberlangsungan usaha. Protokol pencegahan

---

<sup>2</sup> Nina Rahmayanti, *Manajemen Pelayanan Prima*, (Ygyakarta:Graha Ilmu), 3

<sup>3</sup> M. Ja'far Shiddiq Sunariya, "*Dampak Covid-19 terhadap Lembaga Keuangan Syariah (Perbankan Syariah)*", (Bandar Lampung : UIN Raden Intan Bandar Lampung,2020),3

penularan Covid 19 ini berlaku bagi pengelola tempat kerja, pelaku usaha, pekerja, Pelanggan/konsumen dan masyarakat yang terlibat pada sektor jasa dan perdagangan (area publik).<sup>4</sup>

Dalam berlangsungnya kegiatan di perbankan yang juga termasuk sektor jasa dan area publik secara otomatis juga harus menerapkan protokol pencegahan penularan covid 19 ini. Adanya virus corona ini secara langsung akan menghambat proses pelayanan perusahaan dalam melayani nasabah. Namun dengan adanya keterbatasan ini dalam melaksanakan pelayanan nasabah dengan mengenakan protokol kesehatan juga diharapkan tetap memberikan pelayanan yang maksimal bagi nasabah ataupun calon nasabah.<sup>5</sup>

Pada hakikatnya layanan prima atau pelayanan prima atau yang bisa di sebut dengan *service excellence* bertitik tolak pada upaya pelaku bisnis untuk memberikan layanan terbaiknya sebagai wujud kepedulian perusahaan kepada konsumen atau pelanggan. Yang paling penting dalam memberikan layanan terbaik bagi perusahaan harus berorientasi kepada kepentingan para pelanggan, sehingga memungkinkan perusahaan mampu memberikan kepuasan yang optimal. Secara sederhana pelayanan prima adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar pelanggan selalu loyal kepada perusahaan. Upaya memberikan pelayanan atau bisa dikatakan keberhasilan program

---

<sup>4</sup> Rokom, *begini Protokol Kesehatan di Sektor Jasa dan Perdagangan*, dalam [www.sehatnegeriku.kemkes.go.id](http://www.sehatnegeriku.kemkes.go.id) (diakses pada tanggal 27 September 2020, jam 15.00 wib)

<sup>5</sup> Ariska Yuly Ansari , Wawancara, 10 September 2020

pelayanan prima tergantung pada penyelarasan kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan tanggung jawab dalam pelaksanaannya.<sup>6</sup> dan keberhasilan dari pemberian pelayanan itu ditunjukkan para nasabah dengan adanya rasa puas dari para nasabah. Semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah itu berarti semakin baik pengelolaan

Dengan selalu memberikan pelayanan yang baik terhadap nasabah, maka akan menimbulkan kepuasan nasabah, serta pada saat melayani nasabah dengan tulus (sepuh hati) akan menjadikan hubungan yang baik dengan pelanggan, dengan hubungan yang selalu dibina dengan nasabah akan membuat pelanggan menjadi loyal terhadap perusahaan dengan sendirinya. Oleh karena itu perusahaan tidak boleh memberikan secara setengah – setengah (harus maksimal). Sehingga nasabah dan calon nasabah memiliki hubungan emosional yang kuat dengan bank yang akhirnya akan memunculkan sebuah loyalitas.

Agar *Service Excellence* (Pelayanan Prima) tersebut terlaksana tentunya harus ada subjek (pelaku) yang dapat menyampaikan pelayanan prima (*Service Excellence*) yang menjadi tujuan utama. Subjek atau pelaku yang sangat berperan penting dalam memberikan pelayanan yang prima di perbankan yaitu *Customer Service*. Pekerjaan *customer service* bisa dikategorikan sebagai pekerjaan pokok karena melalui pekerjaan tersebut terdapat interaksi awal antara bank dengan nasabah ataupun calon nasabah

---

<sup>6</sup> Atep Adya B, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima* (Jakarta: Gramedia, 2003),27

untuk melakukan transaksi seperti pembukaan rekening simpanan atau memperoleh informasi mengenai produk dan aktifitas tertentu bank.

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan lembaga perbankan syariah hasil merger anak perusahaan BUMN bidang perbankan diantaranya Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRIS), Bank Syariah Mandiri dan BNI Syariah. Bank Syariah Indonesia menjadi barometer perbankan syariah di Indonesia yang mengikuti modernitas perkembangan zaman. Bank Syariah Indonesia juga bergerak pada segmen UMKM dan Mikro dengan layanan yang diberikan, serta pada segmen *customer* dan *retail* dengan didukung oleh kualitas digital banking dan layanan prima sesuai dengan kebutuhan layanan nasabah.<sup>7</sup>

BSI KCP Ngawi adalah salah satu Bank Syariah Indonesia yang menerapkan pelayanan prima (*Service Excellence*) bagi nasabah ataupun calon nasabah kedalam pelaksanaan setiap transaksi.<sup>8</sup> Agar *Service Excellence* tersebut terlaksana tentunya harus ada subjek (pelaku) yang dapat menyampaikan pelayanan prima (*Service Excellence*) yang menjadi tujuan utama. Subjek atau pelaku yang sangat berperan penting dalam memberikan pelayanan yang prima yaitu, *frontliner*. *Frontliner* adalah tempat awal para nasabah dan calon nasabah melakukan transaksi seperti satpam, *Customer service*, dan *teller*. Namun tidak hanya *frontliner* saja yang dapat memberikan pelayanan prima tetapi masing – masing bagian

---

<sup>7</sup> Bankbsi.co.id

<sup>8</sup> Ria Pratwi, *Wawancara*, 15 September 2020

dalam bank harus memiliki tekad yang kuat demi terciptanya sebuah pelayanan prima yang diberikan oleh BRI Syariah KCP Ngawi.

Dalam berlangsungnya kegiatan operasional, BSI KCP Ngawi memiliki sumber daya yang mampu menjalankan fungsi sebagai *resepsionis, deskman, salesman, customer relation office*, dan komunikator. Sumber daya yang dimaksud adalah seorang *Customer Service*, pekerjaan *customer service* bisa dikategorikan sebagai pekerjaan pokok karena melalui pekerjaan tersebut terdapat interaksi awal antara bank dengan nasabah ataupun calon nasabah untuk melakukan transaksi seperti pembukaan rekening simpanan atau memperoleh informasi mengenai produk dan aktifitas tertentu bank. *Customer service* harus memiliki kemampuan melayani nasabah secara tepat dan cepat serta memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik didukung dengan tersediannya sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan, ketepatan, dan keakuratan pekerjaan sehingga dapat memberikan pelayanan yang terbaik bagi kepuasan nasabah. BSI KCP Ngawi menerapkan standar *Service Excellence* (Pelayanan Prima) dengan inovasi dan kreasi agar pelayanan terwujud dengan optimal dan pelayanan harus berorientasi pada kepentingan dan kebutuhan nasabah.<sup>9</sup>

Untuk mewujudkan suatu pelayanan prima atau *Service Excellence, customer service* BRI Syariah harus benar – benar menerapkan semua standar pelayanan BRI Syariah dan pada saat pandemi covid 19 ini

---

<sup>9</sup> Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), 5

*customer service* juga dituntut untuk melakukan pelayanan dengan mengenakan dan mematuhi protokol kesehatan pencegahan covid 19 dalam pelaksanaannya. Dalam kegiatan pelayanan berlangsung, protokol kesehatan yang diharuskan oleh BSI KCP Ngawi adalah hand sanitizer, memakai masker, memakai sarung tangan, pembatas mika. Namun berdasarkan hasil penelitian didapatkan informasi bahwa pelaksanaan *service excellence* (Pelayanan Prima) oleh *customer service* masih kurang dengan standar pelayanan, diantaranya tidak sedikit nasabah yang menggambarkan ketidakpuasan pelayanan yang diberikan, bahkan ada juga nasabah yang tidak memberikan respon dan langsung pergi ketika transaksi selesai dilakukan.

Pada penampilan (*Appearance*) tidak memenuhi kelengkapan protokol kesehatan, yaitu *customer service* tidak memakai sarung tangan yang sudah menjadi standar pelayanan pada saat masa pandemi covid 19. Pada tindakan (*action*) *customer service* yang kurang maksimal dalam pelayanan, yaitu dalam menjelaskan atau menginformasikan beberapa informasi mengenai kebutuhan nasabah volume suara dari *customer service* tidak begitu jelas dan tidak kedengaran sehingga nasabah kurang maksimal dalam menerima informasi yang dijelaskan oleh *customer service*,<sup>10</sup> seperti yang dikatakan Siti Asifah. Serta pada sikap (*attitude*) *customer service* saat melayani nasabah sedikit kurang sopan di mata nasabah sehingga menimbulkan ketidakpuasan nasabah, *customer service*

---

<sup>10</sup> Siti Asifah, Wawancara, 21 September 2020.

meninggalkan nasabah tanpa pamit atau tanpa izin ketika *customer service* pergi ke *backoffice* tidak memberikan kalimat menunggu kepada nasabah.

Kekecewaan dan ketidakpuasan nasabah serta ketidaklengkapannya protokol kesehatan dalam pelayanan dapat menimbulkan persepsi nasabah apabila hal tersebut dibiarkan terus-menerus dapat menurunkan tingkat kepercayaan nasabah. Bukan menjadi hal yang tidak mungkin apabila nasabah beralih ke bank lain karena nasabah merasa Bank lain mampu memberikan pelayanan yang dapat memuaskan nasabah.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, maka penulis memandang perlu untuk mengadakan penelitian dengan judul “Implementasi *Service Excellence* oleh *Customer Service* BSI KCP Ngawi pada saat Pandemi Covid 19”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini, yaitu :

1. Bagaimana kemampuan (*Ability*) *Customer Service* BSI KCP Ngawi untuk mewujudkan *Service Excellence* pada masa pandemi covid 19 ?
2. Bagaimana sikap (*Attitude*) *Customer Service* BSI KCP Ngawi untuk mewujudkan *Service Excellence* pada masa pandemi covid 19 ?
3. Bagaimana penampilan (*Appearance*) *Customer Service* BSI KCP Ngawi untuk mewujudkan *Service Excellence* pada masa pandemi covid 19 ?

4. Bagaimana perhatian (*Attention*) *Customer Service* BSI KCP Ngawi untuk mewujudkan *Service Excellence* pada masa pandemi covid 19 ?
5. Bagaimana tindakan (*Action*) *Customer Service* BSI KCP Ngawi untuk mewujudkan *Service Excellence* pada masa pandemi covid 19 ?
6. Bagaimana tanggung jawab (*Accountability*) *Customer Service* BSI KCP Ngawi untuk mewujudkan *Service Excellence* pada masa pandemi covid 19 ?

### C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Menganalisis kemampuan (*Ability*) *Customer Service* BSI KCP Ngawi untuk mewujudkan *Service Excellence* pada masa pandemi covid 19
2. Menganalisis sikap (*Attitude*) *Customer Service* BSI KCP Ngawi untuk mewujudkan *Service Excellence* pada masa pandemi covid 19
3. Menganalisis penampilan (*Appearance*) *Customer Service* BSI KCP Ngawi untuk mewujudkan *Service Excellence* pada masa pandemi covid 19
4. Menganalisis perhatian (*Attention*) *Customer Service* BSI KCP Ngawi untuk mewujudkan *Service Excellence* pada masa pandemi covid 19
5. Menganalisis tindakan (*Action*) *Customer Service* BSI KCP Ngawi untuk mewujudkan *Service Excellence* pada masa pandemi covid 19

6. Menganalisis tanggung jawab (*Accountability*) *Customer Service* BSI KCP Ngawi untuk mewujudkan *Service Excellence* pada masa pandemi covid 19

#### **D. Manfaat Penelitian**

Dari penelitian tentang *Service Excellence* pada *Customer Service* ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kegunaan yang baik. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Bagi kepentingan teoritis, diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangsih dan wawasan sebagai masukan dan pengembangan ilmu Perbankan Syariah khususnya tentang *Service Excellence* pada *Customer Service*.

2. Mantaaf Praktis

- a. Bagi Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi

Penelitian ini diarpkan dapat memberikan banyak masukan, ide, dan sumber informasi bagi pihak BSI KCP Ngawi dalam meningkatkan kualitas pelayanan prima (*Service Excellence*) pada *Customer Service* agar dapat memberikan kenyamanan dan kepuasan bagi nasabah, yang kemudian nantinya nasabah akan menjadi loyal pada perusahaan.

- b. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi subangsih hasil penelitian sebagai bahan referensi bagi mahasiswa IAIN Ponorogo

untuk penelitian di masa yang akan datang dan menambahkan khasanah pustaka mengenai konsep meningkatkan kualitas pelayanan prima (*Service Excellence*) pada *Customer Service* agar dapat memberikan kenyamanan dan kepuasan bagi nasabah.

#### **E. Sistematika Penulisan**

Untuk memahami isi dari penelitian ini, maka penulis membuat sistematika pembahasan agar pembaca bisa dengan mudah memahami isi dari penelitian. Sistematika pembahasan tersebut sebagai berikut:

Bab I : Pendahuluan

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II : Landasan Teori

Bab ini secara detail menguraikan teori-teori mengenai hal-hal yang berkaitan dengan pokok permasalahan yang dijadikan landasan penelitian, yaitu teori mengenai *service excellence* dan *customer service* dan penelitian terdahulu.

Bab III : Metode Penelitian

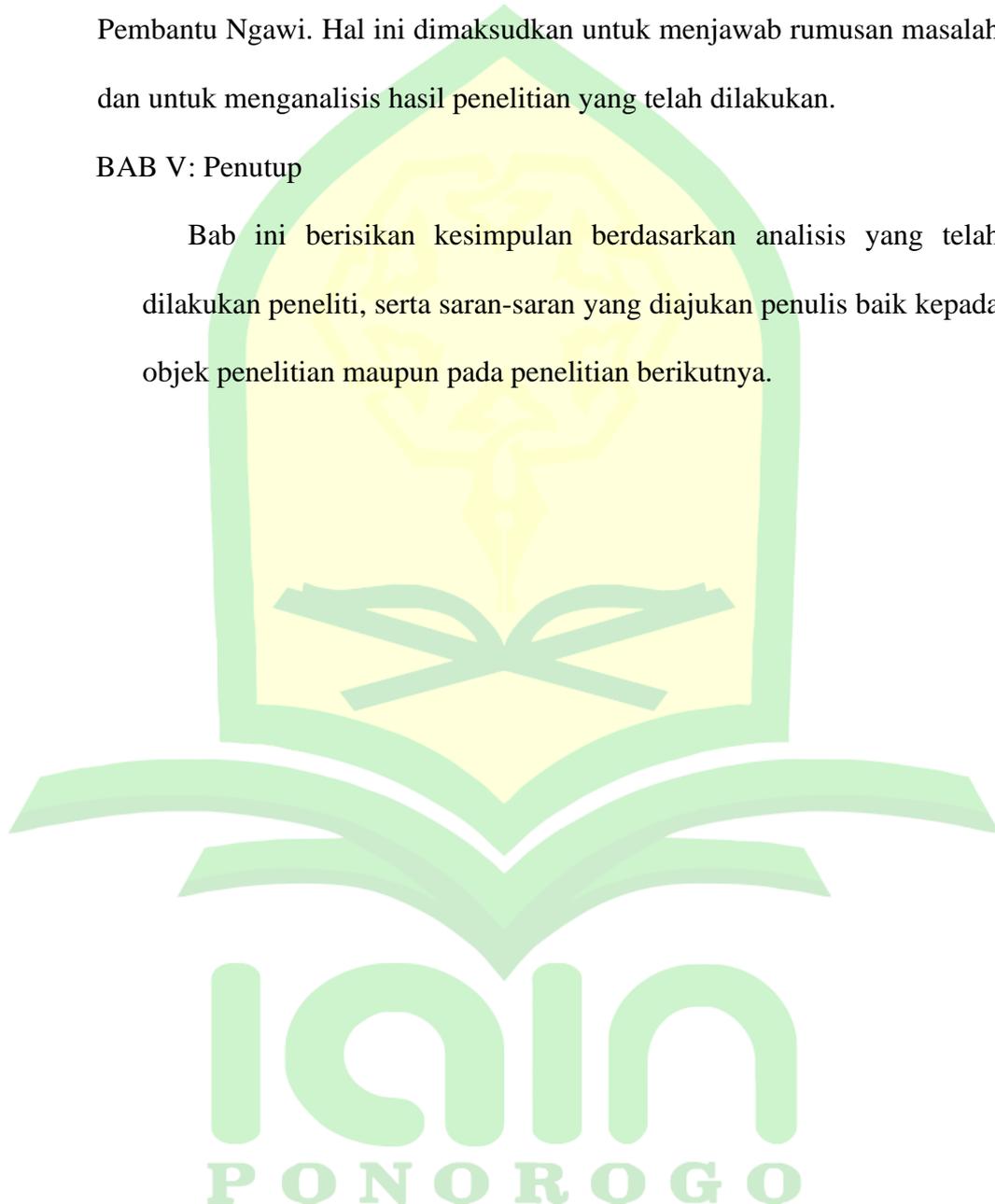
Bab ini membahas tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, data dan sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, teknik analisis data.

Bab IV : Data dan Analisa Data

Bab ini berisi paparan data yang diperoleh peneliti dan analisis data hasil penelitian lapangan tentang penerapan *service excellence* yang dilakukan oleh *customer service* pada masa pandemi covid 19 di BSI Kantor Cabang Pembantu Ngawi. Hal ini dimaksudkan untuk menjawab rumusan masalah dan untuk menganalisis hasil penelitian yang telah dilakukan.

#### BAB V: Penutup

Bab ini berisikan kesimpulan berdasarkan analisis yang telah dilakukan peneliti, serta saran-saran yang diajukan penulis baik kepada objek penelitian maupun pada penelitian berikutnya.



## BAB II LANDASAN TEORI

### A. Deskripsi Teori

#### 1. *Service Excellence* (Pelayanan Prima)

##### a. Pengertian *Service Excellence* (Pelayanan Prima)

Menurut Philip Kotler pelayanan atau *service* adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak terwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik.<sup>1</sup>

Pelayanan prima adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada organisasi / perusahaan. *Service Excellence* (pelayanan prima) dapat diartikan sebagai kepedulian oleh perusahaan terhadap para pelanggan dengan berusaha memberikan pelayanan sebaik mungkin dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan.<sup>2</sup>

*Service Excellence* (pelayanan prima) adalah suatu pelayanan yang terbaik dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Dengan kata lain, pelayanan prima merupakan suatu

---

<sup>1</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran jilid Satu dan Dua*, (Jakarta: Prenhallindo, 2005),

<sup>2</sup> Nina Rahmawati, *Manajemen Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Graha Ilmu. 2010), 18

pelayanan yang memenuhi standar kualitas. Pelayanan yang memenuhi standar kualitas adalah suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan dan kepuasan pelanggan atau masyarakat.<sup>3</sup>

Sedangkan menurut Atep Adya Barata, kata “layanan prima” atau layanan istimewa (*excellent service*) di dalam dunia bisnis sekarang dinyatakan sebagai istilah “*Service Excellent*” atau disingkat sebagai “SEx” dan saat ini bahkan seringkali ditulis dengan huruf besar “SEX” dengan pelayanan kepada konsumen atau pelanggan dan program kepedulian terhadap pelanggan atau sesuatu yang berurusan dengan pelanggan.<sup>4</sup> Pada hakikatnya layanan prima atau pelayanan prima bertitik tolak pada upaya pelaku bisnis atau perusahaan untuk memberikan layanan terbaiknya sebagai wujud kepedulian perusahaan kepada konsumen atau pelanggan. Berikut beberapa definisi mengenai pelayanan prima yang seringkali diungkapkan oleh para pelaku bisnis atau perusahaan :

- 1) Layanan prima adalah membuat pelanggan merasa penting.
- 2) Layanan prima adalah melayani pelanggan dengan ramah, tepat, dan cepat.
- 3) Layanan prima adalah menempatkan pelanggan sebagai mitra.

---

<sup>3</sup> Khoirul Maddy, *Hakikat dan Pengertian Pelayanan Prima*, (Jakarta : Chama Digit, 2009), 8

<sup>4</sup> Atep Adya B, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima* (Jakarta: Gramedia, 2003),25

- 4) Layanan prima adalah pelayanan dengan mengutamakan kepuasan pelanggan.
- 5) Layanan prima adalah kepedulian kepada pelanggan untuk memberikan rasa puas.
- 6) Layanan prima adalah upaya layanan terpadu untuk kepuasan pelanggan.

Yang terpenting didalam definisi layanan prima tersebut harus ada tiga hal pokok, yaitu adanya pendekatan sikap yang berkaitan dengan kepedulian kepada pelanggan, upaya melayani dengan indakan terbaik, dan adanya tujuan untuk memuaskan pelanggan dengan berorientasi pada standar layanan tertentu. Jadi, keberhasilan program pelayanan prima terganung pada penyelarasan kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan tanggungjawab dalam pelaksanaanya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelayanan prima adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasan, agar pelanggan selalu loyal kepada perusahaan.<sup>5</sup>

Dari pemaparan definisi di atas dapat diketahui bahwa yang paling penting dalam memberikan pelayanan terbaik bagi perusahaan harus berorientasi kepada kepentingan para

---

<sup>5</sup> Ibid,26-27

pelanggan, sehingga memungkinkan perusahaan memberikan kepuasan yang optimal. Dan dalam semua definisi pelayanan prima paling tidak, kesamaanya terletak pada tujuan layanan, yaitu memuaskan pelanggan.

#### **b. Ciri – ciri service excellence**

Nasabah pada dasarnya menginginkan pelayanan terbaik dari pihak bank. Ciri – ciri pelayanan prima yang harus segera dapat dipenuhi oleh bank :

##### **1. Tersedia sarana dan prasarana yang baik**

untuk melayani nasabah, bank harus memperhatikan sarana dan prasarana yang dimiliki. Termasuk meja dan kursi yang nyaman, serta udara dalam ruangan yang sejuk dan tidak berisik. Apabila nasabah merasa nyaman dengan sarana dan prasarana yang dimiliki maka nasabah akan betah berurusan dengan bank.

##### **2. Tersedia personel yang baik**

*Customer service* harus ramah, sopan, bekerja cepat dan cekatan, pandai bicara menyenangkan, pintar, menarik, serta mampu memikat dan mengambil hati nasabah, sehingga nasabah semakin tertarik untuk bertransaksi.

##### **3. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai**

*Customer service* harus mampu melayani nasabah dari awal sampai tuntas atau selesai. Jika terjadi sesuatu, maka segera petugas *customer service* yang dari semula mengerjakannya mengambil alih tanggungjawab.

4. Mampu melayani secara sepat dan tepat

Dalam melayani nasabah diharapkan petugas *customer service* harus melakukannya sesuai prosedur, serta pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan nasabah.

5. Mampu berkomunikasi

Petugas *customer service* harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti. Selain itu, *customer service* juga harus mampu dengan cepat memahami keinginan nasabah.

6. Memberikan jaminan kerahasiaan

Petugas *customer service* harus mampu menjaga rahasia nasabah terhadap siapapun. Karena rahasia bank merupakan taruhan kepercayaan nasabah terhadap bank.

7. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik

Untuk menjadi *customer service* harus memiliki pengetahuan dan kemampuan tertentu. Maka, *customer service* perlu dididik khusus mengenai kemampuan dan pengetahuannya untuk menghadapi nasabah dan kemampuan dalam bekerja.

#### 8. Berusaha memahami kebutuhan nasabah

*Customer service* harus cepat tanggap terhadap apa yang diinginkan oleh nasabah. Selain itu, *customer service* juga harus mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan nasabah.

#### 9. Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah

Kepercayaan calon nasabah kepada bank mutlak diperlukan sehingga calon nasabah mau menjadi nasabah bank. Demikian pula untuk menjaga nasabah yang lama agar tidak lari maka perlu dijaga kepercayaannya.<sup>6</sup>

### c. Langkah – langkah *Service Excellence*

Seorang *customer service* dalam melaksanakan tugas terlebih dahulu memahami pekerjaan yang diembannya terutama yang berkenaan dengan pelayanan nasabah. Kemudian, *customer service* harus mengetahui kebutuhan dan keinginan nasabah agar nasabah merasa puas karena kebutuhan dan keinginannya dapat terpenuhi.

Selain itu, dasar-dasar pelayanan juga perlu dikuasai oleh seorang *customer service* sebelum melakukan tugasnya, mengingat karakter masing-masing nasabah sangat beragam. Dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami tersebut, antara lain:

1. Berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih
2. Percaya diri, bersikap akrab, penuh dengan senyum

---

<sup>6</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 257-259

3. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika kenal
4. Tenang, sopan, hormat serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan
5. Berbicara dngan bahasa yang baik dan benar.
6. Bergairah dalam melayani nasabah dan tunjukkan keampuannya
7. Tidak menyela atau memotong pembicaraan
8. Mampu meyakini nasabah serta memberikan kepuasan
9. Jika tidak snggup menangani permasalahan yang ada, maka harus meminta bantuan kepada petugas yang mampu.
10. Bila belum dapat melayani, beritahu kapan akan dilayani. <sup>7</sup>

Agar dalam pelayanan yang diberikan benar-benar prima sehingga nasabah merasa terpenuhi segala keinginan dan kebutuhannya, maka harus mengenal betul perilaku atau sifat-sifat nasabah. Perilaku atau sifat-sifat nasabah antara lain:

1. Nasabah adalah raja

*Customer service* harus menganggap nasabah adalah raja, artinya seorang raja adalah harus dipenuhi semua keinginan dan kebutuhannya. Pelayanan yang diberikan haruslah seperti melayani seorang raja dalam arti masih dalam batas-batas etika dan moral dengan tidak merendahkan derajat bank atau derajat nasabah.

2. Mau dipenuhi keinginan dan kebutuhannya

---

<sup>7</sup> Ibid, 252-254

Kedatangan nasabah ke bank adalah ingin memenuhi hasrat atau keinginannya agar terpenuhi, baik berupa informasi, pengisian aplikasi atau keluhan-keluhan. Jadi, tugas *customer service* adalah berusaha memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.

### 3. Tidak mau didebat dan tidak mau disinggung

Setiap pelayanan dilakukan melalui diskusi yang santai dan rileks. *Customer service* harus pandai mengemukakan pendapat sehingga nasabah tidak mudah tersinggung.

### 4. Nasabah mau diperhatikan

Nasabah yang datang pada hakikatnya ingin memperoleh perhatian. Jangan sekali-kali menyepelekan atau membiarkan nasabah, berikan perhatian secara penuh sehingga nasabah benar-benar merasa diperhatikan.

### 5. Nasabah merupakan sumber pendapatan bank

Pendapatan utama bank adalah dari transaksi yang dilakukan oleh nasabahnya. Oleh karena itu, jika membiarkan nasabah berarti menghilangkan pendapatan. Nasabah merupakan pendapatan yang harus dijaga.<sup>8</sup>

Untuk dapat memberikan pelayanan yang prima dan menjalin hubungan yang baik dengan nasabah, maka yang menjadi

---

<sup>8</sup> Ibid, 245-255

kunci keberhasilannya adalah orang (human), karena pelayanan dan menjalin hubungan dengan nasabah merupakan interaksi antara pegawai/pekerja perusahaan dengan nasabah. Oleh karena itu, perlu ditetapkan konsep diri dalam memberikan pelayanan dan menjalin hubungan dengan nasabah yang berupa:

#### 1. Sikap mental positif

Sikap mental yang positif dari karyawan bank sangat diperlukan dalam memberikan pelayanan dan menjalin hubungan dengan nasabah karena sikap mental ini merupakan landasan dalam melaksanakan interaksi dengan nasabah. Tujuan perwujudan dari sikap mental positif antara lain keinginan untuk maju, belajar dari orang lain, terbuka, menerima ide-ide baru, partisipasi dalam kegiatan, komitmen mau mencoba sampai sukses, serta cermat mencatat hal-hal penting.

#### 2. Orientasi kepuasan nasabah dan mengenal nasabah

Untuk dapat memberikan kepuasan nasabah maka terlebih dahulu harus mengenali siapakah nasabahnya, bagaimana ciri-ciri nasabah dan sebagainya. Untuk dapat mengenali nasabah, perlu diketahui ciri-ciri dari seorang nasabah yaitu mempunyai banyak keinginan, mempunyai kebutuhan yang tak terbatas, mempunyai harga diri dan gengsi, menghargai waktu, dan ingin selalu dilayani.

Apabila nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan maka nasabah akan menceritakan kesan positifnya kepada orang lain, dimana hal ini merupakan promosi gratis bagi perusahaan.

### 3. Penghayatan terhadap waktu

Kunci keberhasilan pelayanan adalah bagaimana kita dapat membagi waktu bersama dengan nasabah dan menempatkan waktu tersebut sesuai dengan proporsinya masing-masing sehingga dapat memuaskan nasabah.<sup>9</sup>

#### d. Konsep *Service Excellence*

Keberhasilan dalam mengembangkan dan melaksanakan pelayanan prima tidak terlepas dari kemampuan dalam pemilihan konsep pendekatannya. Konsep pelayanan prima berdasarkan A6 yaitu mengembangkan pelayanan prima dengan menyelaraskan konsep-konsep Kemampuan (*Ability*), Penampilan (*Appearance*), Sikap (*Attitude*), Perhatian (*Attention*), Tindakan (*Action*), dan Tanggung jawab (*Accountability*).<sup>10</sup>

#### 1. Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan (*Ability*) adalah pengetahuan dan keterampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang program pelayanan prima, yang meliputi

<sup>9</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran.*, 216-218

<sup>10</sup> Adya Atep Brata, *Dasar – dasar Pelayanan Prima*,(Jakarta : PT. Alex Media Komputindo, 2003), 31

kemampuan dalam bidang kerja yang ditekuni, melaksanakan komunikasi yang efektif, membangun motivasi, dan mengembangkan *public relation* sebagai instrument dalam membina hubungan baik dengan para pelanggan internal atau eksternal organisasi atau perusahaan.<sup>11</sup>

Segegap karyawan yang bertugas dalam memberikan pelayanan harus memiliki keterampilan tentang aspek teknis perbankan, menguasai produk beserta manfaatnya sehingga membuat nasabah mengerti dan tertarik membelinya.<sup>12</sup>

a. Cara berkomunikasi yang baik

Komunikasi yang dilakukan antara karyawan yang memberikan pelayanan khususnya *customer service* dengan nasabah adalah komunikasi antara pribadi yang bersifat langsung melalui tatap muka, *customer service* berkomunikasi dengan konsumen secara langsung berhadapan dan dalam bentuk percakapan.<sup>13</sup>

Karyawan yang bertugas juga harus mampu memberikan penjelasan secara singkat, jelas dan mudah dimengerti oleh nasabah atas semua kesulitan yang dialami nasabah, karyawan harus mampu berkomunikasi dengan nasabah

---

<sup>11</sup> Ibid

<sup>12</sup> Buchory dan Djaslim Saladin, *Dasar – dasar Pemasaran Bank*. (Bandung : Linda Karya. 2006). 123

<sup>13</sup> Anna Yulia Wulandari, *Analisis Kompetensi Komunikasi Customer Service dalam Meningkatkan kepuasan Pelayanan Publik*, Jurnal Komunikasi Bisnis dan Manajemen Vol.2 4 Juli 2015. Banjarmasin.

baik tanpa diminta maupun diminta.<sup>14</sup> Komunikasi akan berjalan efektif apabila pihak – pihak yang berkomunikasi melakukan dengan pola pikir yang positif. Namun dalam melaksanakan komunikasi ini pihak karyawan (komunikator) harus bertindak sebagai yang berinisiatif untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada pihak nasabah (komunikan) karena merupakan pihak yang berkepentingan, sehingga perlu mengolah dan mengemas pesan atau informasi sedemikian rupa dengan mengembangkan pola pikir yang positif.<sup>15</sup>

Komunikasi dengan cara berfikir positif adalah proses berkomunikasi yang didasarkan pada pola pikir yang sehat, artinya penggunaan daya pikir secara objektif dalam mengolah materi yang akan dikomunikasikan, dan logis artinya mengolah materi pesan yang mudah diterima dan tidak bertele-tele. Jadi komunikator harus mengupayakan berkomunikasi dengan didasari pola pikir yang sehat dan logis agar pesan yang ingin disampaikan dapat ditangkap dengan mudah. Agar komunikasi berjalan lebih komunikatif seorang karyawan harus memiliki *knowledge* atau pengetahuan, pengetahuan

---

<sup>14</sup> Buchory dan Djaslim Saladin, *Dasar – dasar Pemasaran Bank*. (Bandung : Linda Karya. 2006). 123

<sup>15</sup> Adya Atep Brata, *Dasar – dasar Pelayanan Prima,....*,78

didalam komunikasi dengan nasabah lebih ditekankan pada “bagaimana” komunikasi itu berlangsung dari pada “apa” itu komunikasi, pengetahuan yang harus dimiliki oleh karyawan tersebut seperti mengetahui apa yang harus diucapkan, tingkah laku seperti apa yang harus diambil dalam situasi yang berbeda.<sup>16</sup> komunikator (karyawan) harus mampu menempatkan diri sebagai informan yang baik dengan selaga gaya dalam berkomunikasi verbal maupun non verbal. Komunikator harus berbicara secara santun dengan memerhatikan etika berkomunikasi, tidak boleh menunjukkan gaya termpramental (emosional), egois, dan subjektif, serta juga harus dapat memberikan kesempatan kepada komunikan (nasabah) untuk memahami informasi dan memberikan umpan balik, sehingga dengan hal tersebut komunikan akan merasa bebas dan dihargai selama proses komunikasi berlangsung.<sup>17</sup>

b. Membangun motivasi

Pelayanan prima diarahkan untuk memberikan pelayanan yang paling optimal untuk kepuasan pelanggan intern dan ekstern, maka setiap orang yang

---

<sup>16</sup> Anna Yulia Wulandari, *Analisis Kompetensi Komunikasi Customer Service dalam Meningkatkan kepuasan Pelayanan Publik*, Jurnal Komunikasi Bisnis dan Manajemen Vol.2 4 Juli 2015. Banjarmasin.

<sup>17</sup> Adya Atep Brata, *Dasar – dasar Pelayanan Prima*,.....,79

terlibat didalam perusahaan motivasinya perlu dibangun dibawa tradisi layanan prima yang menonjolkan tujuan kepuasan nasabah.<sup>18</sup> Untuk keberhasilan peayanan prima walaupun perusahaan telah menetapkan standar kerja formal dalam berkomunikasi dan berinteraksi untuk penyelesaian pekerjaan yang dihadapi, bukan berarti harus terus menerus terpaku pada situasi formal yang kaku, dan meninggalkan rasa manusiawi. Tanggungjawab sosial harus tetap diterapkan dengan baik dan baik untuk membangun suasana yang dinamis.

Membangun motivasi bukanlah sesuatu hal yang mudah karena tindakan motivasi bukan sekedar bercerita untuk mempengaruhi pelanggan tetapi merupakan tindakan bagaimana karyawan mampu menjual ide, keyalinan, pendapat, sehingga pelanggan mau membeli karena adanya kesepahaman terhadap apa yang diyakini.<sup>19</sup> Pemberian motivasi kepada nasabah lebih baik dimulai dengan membangun suasana yang tidak formal seperti tidak adanya kesan menggurui atau pemaksaan, karyawan lebih baik membangun suasana yang santai karena hal ini memudahkan pelanggan mengungkapkan pendapat atau mengeluarkan seluruh perasaan. Hal – hal

---

<sup>18</sup> Ibid.,187

<sup>19</sup> Ibid.,188

ini perlu dilakukan agar pelanggan dapat selalu terbuka dan mempercayai perusahaan dan menjadi juga menjadi kepentingan perusahaan untuk mengembangkan pasar saling mempercayai dan membangun citra baik para pegawai dan perusahaan.

- c. Mengembangkan *public relation* dalam membina hubungan baik dengan pelanggan.

Agar nasabah tetap puas dan loyal terhadap perusahaan, maka perlu dibina hubungan – hubungan dengan para nasabah lama atau nasabah baru secara terus menerus atau terjadwal. Namun bukan hanya menciptakan atau mengembangkan hubungan yang baik dengan nasabah, melainkan juga memelihara dan mempertahankan kesetiaan nasabah, serta melakukan hubungan jangka panjang yang interaktif dan bernilai tambah.<sup>20</sup> Banyak nasabah lari kepada bank lain dikarenakan bank tersebut tidak bisa mempertahankan pelayanan prima, maka dari itu bank harus mampu membangun hubungan dan ikatan persaudaraan dengan nasabah, yang nantinya akan menimbulkan rasa nyaman untuk selalu berhubungan dalam setiap transaksi.

---

<sup>20</sup> Buchory dan Djaslim Saladin, *Dasar – dasar Pemasaran Bank*. (Bandung : Linda Karya. 2006). 123

Upaya pelaksanaan pelayanan prima berkaitan erat dengan pengembangan komunikasi yang efektif kedalam dan keluar perusahaan. *Internal Public relation* berfungsi untuk selalu terpeliharanya hubungan baik antara pimpinan dan bawahan, selalu berorientasi pada pelayanan prima, sehingga kekompakan para pegawai dapat menambah citra baik bagi perusahaan. Sedangkan *external public relation* ditunjukan untuk mempererat hubungan pelanggan dan memelihara loyalitas pelanggan dengan cara membentuk opini publik yang positif terhadap perusahaan sehingga masyarakat luas dapat memberikan kepercayaan dan dukungan bagi keberadaan perusahaan.<sup>21</sup>

## 2. Sikap (*Attitude*)

Dalam pelayanan prima sikap atau (*attitude*) merupakan poin yang tidak kalah penting. Sikap (*Attitude*) adalah perilaku yang harus ditunjukkan ketika menghadapi pelanggan, yang meliputi penampilan yang sopan dan serasi, berpikir positif, sehat dan logis, dan bersikap menghargai.<sup>22</sup>

Keberhasilan pelayanan akan sangat tergantung kepada karyawan yang terlibat didalamnya, maka setiap karyawan perlu menerapkan sikap yang baik, ramah, penuh

---

<sup>21</sup> Ibid.,201

<sup>22</sup> Ibid., 31

simpatik, dan mempunyai rasa memiliki yang tinggi terhadap perusahaan, karena sikap karyawan akan menggambarkan perusahaan. Dan sikap karyawan juga akan mewakili citra perusahaan yang baik secara langsung atau tidak, pelanggan akan menilai perusahaan dari kesan pertama mereka mendapatkan perilaku ketika berhubungan langsung dengan karyawan.<sup>23</sup>

Untuk menciptakan kesan *attitude* yang baik bagi pelanggan, maka para pegawai yang berinteraksi langsung dengan konsumen wajib menggunakan bahasa sopan, cekatan dalam menangani keluhan serta menjadikan pelanggan sebagai seorang raja.<sup>24</sup> Dalam pelaksanaan pelayanan prima, sikap yang harus ditonjolkan oleh pegawai selaku pihak yang melayani harus mencerminkan gerak-gerik dan perangai yang mampu menarik kesenangan pihak yang dilayani. Untuk itu tentu saja seorang pegawai harus memiliki kemampuan untuk menjadi pribadi yang efektif, yang mampu mengubah diri dalam menonjolkan sikap yang disenangi orang lain, mampu memfasilitasi kepentingan pelanggan.<sup>25</sup>

---

<sup>23</sup> Novianty Djafri, *Manajemen pelayanan (berbasis Revolusi mental)*, (Gorontalo : Ideas Publishing, 2018), 10

<sup>24</sup> Daryanto dan Ismanto, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Gava Media, 2014), 117

<sup>25</sup> Adya Atep Brata, *Dasar – dasar Pelayanan Prima*,(Jakarta : PT. Alex Media Komputindo, 2003), 211

Sikap santun dan ramah disertai tutur kata yang baik adalah wujud penghormatan untuk menghargai pelanggan, serta jangan lupa tersenyum yang melambangkan keramahan dan harus diekspresikan kepada semua pelanggan dan tidak boleh bersikap apriori (buruk sangka), mencari kelemahan, dan memanfaatkan kelemahan pelanggan. Sikap menghargai kepada pelanggan adalah salah satu sikap yang harus ditonjolkan untuk keberhasilan membina hubungan baik dengan para pelanggan, agar mereka menjadi senang dan puas dengan layanan yang diberikan, sehingga mereka menjadi loyal kepada perusahaan.<sup>26</sup>

Maka sikap yang diharapkan perusahaan terhadap karyawan berdasarkan konsep pelayanan prima adalah sebagai berikut : a) karyawan memiliki rasa kebanggaan terhadap pekerjaan. b) karyawan memiliki pengabdian yang besar terhadap pekerjaannya. c) karyawan senantiasa menjaga martabat dan nama baik perusahaan.<sup>27</sup>

### 3. Penampilan (*Appearance*)

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

---

<sup>26</sup> Ibid.,226

<sup>27</sup> Novianty Djafri, *Manajemen pelayanan (berbasis Revolusi mental)*, (Gorontalo : Ideas Publishing, 2018), 10

lain.<sup>28</sup> Tampilan fisik sosok tubuh secara menyeluruh merupakan pembawaan lahiriah yang dimiliki seseorang, dengan kelebihan dan kekurangannya, disatukan dengan ekspresi kepribadian yang baik merupakan kekuatan dari dalam diri yang mampu memancarkan daya tarik, sedangkan pemakaian busana serasi merupakan kelengkapan diri yang diharapkan mampu menonjolkan penampilan seorang pegawai pada tingkat yang paling prima<sup>29</sup>. Untuk mencapai penampilan yang menarik dan mantap, seorang pegawai harus mampu menganalisis diri, bagaimanakah keadaan dirinya dalam bersikap didepan pelanggan, bukan hanya penampilan fisik tetapi juga dalam gerak – gerak atau tindak tanduk.<sup>30</sup> Dalam menyelenggarakan pelayanan kepada pelanggan, sebaiknya pihak yang melayani harus menunjukkan pribadi yang prima dalam berpenampilan, prima dalam penampilan berkaitan dengan sikap seseorang dalam mengekspresikan diri dalam keserasian berbusana. Kenyataan menunjukkan bahwa umumnya untuk pertama kalinya seseorang seringkali mencerminkan kepribadian. Oleh karena itu pada saat berhadapan dengan pelanggan, para pegawai harus menunjukkan dirinya melalui ekspresi diri

---

<sup>28</sup> Adya Atep Brata, *Dasar – dasar Pelayanan Prima*,(Jakarta : PT. Alex Media Komputindo, 2003), 31

<sup>29</sup> Ibid.,220

<sup>30</sup> Ibid.,211

yang bekepribadian baik dan pemakaian busana yang mewakili profesinya.

#### 4. Perhatian (*Attention*)

Perhatian (*Attention*) adalah kepedulian penuh kepada pelanggan, baik yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun pemahaman atas saran dan kritiknya, yang meliputi mendengarkan dan memahami secara sungguh-sungguh kebutuhan para pelanggan, mengamati dan menghargai perilaku para pelanggan, dan mencurahkan perhatian penuh kepada pelanggan.<sup>31</sup> Hal – hal lain yang perlu diperhatikan menyangkut bentuk pelayanan berdasarkan konsep perhatian yaitu mengucapkan salam pembuka pembicaraan kepada pelanggan, menanyakan apa saja keinginan pelanggan, mendengarkan dan memahami keinginan pelanggan, melayani pelanggan dengan cepat, tepat dan ramah, menempatkan kepentingan nasabah pada urutan yang pertama.<sup>32</sup>

Perhatian atau kepedulian terhadap pelanggan merupakan salah satu konsep penunjang pola layanan yang digunakan untuk menunjukkan betapa besarnya perhatian dari pegawai kepada pelanggan, konsep perhatian kepada

---

<sup>31</sup> Ibid.,32

<sup>32</sup> Novianty Djafri, *Manajemen pelayanan...*, 10

pelanggan dapat digunakan sebagai daya tarik, pelengkap promosi, agar pelanggan merasa senang, puas, dan loyal kepada perusahaan. Konsep perhatian ini diarahkan untuk memberikan kepedulian penuh terhadap pelanggan, antara lain perhatian terhadap hal-hal yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, pemahaman akan perilakunya, maupun pemahaman atas saran dan kritiknya.<sup>33</sup>

a. Pengamatan terhadap perilaku pelanggan

Untuk melakukan analisis terhadap kebutuhan pelanggan, perusahaan atau pegawai harus memahami seluk beluk pelanggan, seperti watak pelanggan, penggolongan pelanggan, pola konsumsi pelanggan, dan motif-motif pelanggan, tingkah laku atau perilaku pelanggan melakukan pembelian, sehingga pegawai yang melayani dapat menetapkan strategi untuk memperoleh atau meningkatkan jumlah pelanggan.

Tiap pelanggan mempunyai watak yang berbeda antara satu pelanggan dengan pelanggan lainnya, adanya macam-macam watak pelanggan ini mengakibatkan pegawai harus mempunyai keterampilan tersendiri untuk melayani dan menghadapinya. Seni mendekati para

---

<sup>33</sup> Adya Atep Brata, *Dasar – dasar Pelayanan Prima....*, 231

pelanggan harus dipelajari dengan baik dan teliti serta harus dengan cepat menyesuaikan diri dengan watak para pelanggan.<sup>34</sup> Hendaklah karyawan bank memahami benar perilaku atau tipe nasabah dengan baik, maka karyawan perlu mengidentifikasi beberapa hal diantaranya :

- 1) Siapa nasabah yang akan kita hadapi.
- 2) Bagaimana kualitas pelayanan yang nasabah inginkan.
- 3) Bagaimana strategi kualitas layanan untuk menghadapi nasabah.
- 4) Memahami umpan balik kepuasan nasabah.<sup>35</sup>

b. Mendengarkan dan memahami kebutuhan pelanggan.

Kemauan mendengarkan dan memahami kebutuhan pelanggan merupakan hal yang patut dilakukan, karena dari sisi pelanggan, hal ini akan dianggap sebagai respon positif, sehingga pelanggan akan merasa bahwa harapannya telah mendapatkan perhatian dari pegawai. Sedangkan bagi perusahaan, kemauan mendengarkan dan memahami kebutuhan pelanggan ini berguna sebagai bahan pertimbangan untuk mengatur strategi perusahaan

---

<sup>34</sup> Ibid.,235

<sup>35</sup> Buchory dan Djaslim Saladin, *Dasar – dasar Pemasaran Bank*. (Bandung : Linda Karya. 2006). 114

dalam mengantisipasi kebutuhan dan keinginan pelanggan.<sup>36</sup>

Kebutuhan pelanggan yang harus didengar oleh pegawai yaitu, jenis barang atau jasa yang dibutuhkan, kemudahan dalam memperoleh barang atau jasa, kualitas yang kompetitif atau terjangkau, harga yang kompetitif dan terjangkau, cara pelayanan dan keramahan pegawai, dan layanan purna jual.<sup>37</sup>

c. Mencurahkan perhatian penuh kepada pelanggan.

Dalam melakukan pelayanan, seorang karyawan harus senantiasa memperhatikan dan mencermati keinginan pelanggan, apabila pelanggan sudah menunjukkan minat untuk membeli produk ataupun bertransaksi segera layanani dan tawarkan bantuan sehingga pelanggan merasa puas dan terpenuhi keinginannya.<sup>38</sup> Mencurahkan perhatian penuh kepada pelanggan merupakan kunci pembuka untuk membina hubungan baik. Beberapa upaya untuk memalukukan perhatian penuh pada pelanggan :

- 1) Mempersiapkan diri untuk mempunyai pengetahuan dan keterampilan dalam bidang pekerjaan.

---

<sup>36</sup> Adya Atep Brata, *Dasar – dasar Pelayanan Prima....*, 262

<sup>37</sup> *Ibid.*, 263

<sup>38</sup> Novianty Djafri, *Manajemen pelayanan....*, 11

- 2) Menunjukkan diri sebagai pribadi yang terbuka, ramah, dan sopan.
- 3) Mengupayakan keinginan pelanggan sampai batas yang logis dan legal.
- 4) Mengetahui nama pelanggan, agar pegawai dapat menyebut atau menyapa pelanggan ketika bertransaksi.
- 5) Menunjukkan sikap sabar dalam menghadapi tipe pelanggan.
- 6) Memfasilitasi untuk mewujudkan kebutuhan pelanggan dan berterus terang jika tidak dapat memenuhi.
- 7) Menampung semua saran dan kritik dari pelanggan.
- 8) Menghindari konflik dengan pelanggan, menyampaikan maaf kepada pelanggan ketika kecewa atau marah.
- 9) Memberikan jawaban jujur kepada pelanggan
- 10) Selalu memepati janji.
- 11) Mengupayakan jalan keluar terbaik apabila ada masalah atau pengaduan dari pelanggan.
- 12) Mengupayakan untuk mengubah kekecewaan pelanggan menjadi kepuasan pelanggan.<sup>39</sup>

---

<sup>39</sup> Adya Atep Brata, *Dasar – dasar Pelayanan Prima*,.....266

## 5. Tindakan (*Action*)

Tindakan (*Action*) adalah kegiatan nyata yang dilakukan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan adanya tindakan yang konkret yaitu 3S, Salam, Senyum, Sapa, untuk melayani pelanggan.<sup>40</sup> Dalam pelayanan prima tindakan dapat diartikan sebagai upaya-upaya atau perbuatan nyata yang ditujukan untuk memberikan pelayanan yang wajar atau pelayanan yang baik. Tindakan pelayanan bagi pelanggan dapat dilakukan melalui survey, mencatat kebutuhan pelanggan, menyediakan kebutuhan pelanggan, melakukan konfirmasi untuk penegasan pesanan pelanggan, memberikan penjelasan mengenai spesifikasi produk, dan ucapan terimakasih.<sup>41</sup>

## 6. Tanggung Jawab (*Accountability*)

Tanggung Jawab (*Accountability*) adalah suatu sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai suatu wujud kepedulian untuk menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan.<sup>42</sup> Tanggung jawab juga diartikan sebagai kesanggupan pegawai untuk bekerja sama dengan pegawai lain, serta dapat menyelesaikan tugas

---

<sup>40</sup> Novianty Djafri, *Manajemen pelayanan...*, 11

<sup>41</sup> Adya Atep Brata, *Dasar – dasar Pelayanan Prima....*, 272

<sup>42</sup> *Ibid.*,32

dan pekerjaan yang telah dilakukan, sehingga mencapai daya guna dan hasil guna yang baik.<sup>43</sup>

Dalam proses pelayanan prima, suatu jaminan merupakan wujud tanggung jawab perusahaan kepada pelanggan.<sup>44</sup> Jaminan yang dimaksud dalam pelayanan prima ini merupakan perilaku pegawai yang menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggan, jaminan juga berarti bahwa karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah konsumen, Pegawai bertanggung jawab atas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, pegawai bertanggung jawab atas kesalahan-kesalahan yang dilakukan, dan semangat kerja sangat diperlukan dalam melaksanakan tanggung jawab.<sup>45</sup>

#### **e. Kualitas Service Excellence**

Apabila terkait dengan kualitas pelayanan, ukurannya bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani saja, tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani, karena merekalah yang menikmati layanan sehingga dapat mengukur kualitas pelayanan

---

<sup>43</sup> Yunita Irene J, “ Pengaruh kepuasan Kerja Terhadap Kualitas Pelayanan Melalui Kinerja Karyawan Fave Hotel Mex Surabaya”, ( jurnal Hospitality dan Manajemen jasa, Vol 2 No1 2004), 4

<sup>44</sup> Adya Atep Brata, *Dasar – dasar Pelayanan Prima*,(Jakarta : PT. Alex Media Komputindo, 2003), 292

<sup>45</sup> Yunita Irene J, “ Pengaruh kepuasan Kerja Terhadap Kualitas Pelayanan Melalui Kinerja Karyawan Fave Hotel Mex Surabaya”, (Universitas Kristen Petra, Surabaya), 4

berdasarkan harapan mereka dalam memenuhi kepuasannya. Ada lima kriteria pokok kualitas pelayanan yaitu sebagai berikut:

### 1. *Tangibles* (tampilan)

Kriteria dalam *tangibles* yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Yang dimaksudkan bahwa penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan perusahaan adalah bukti nyata dan pelayanan yang diberikan.<sup>46</sup> Namun juga dapat diartikan bentuk dari *tangibles* merupakan bentuk fasilitas fisik, peralatan teknologi dan berbagai materi komunikasi yang baik, menarik dan terawat<sup>47</sup> serta cara berpakaian pegawai yang sesuai dengan standart yang telah ditentukan oleh perusahaan, dapat juga dilihat dari kebersihan tempat kerja pegawai atau perusahaan, dan perlengkapan sarana prasarana dalam pelayanan nasabah.<sup>48</sup> Misalkan desain dan *layout* gedung, ruang kerja yang moderen dan tertata rapi mampu memberikan atau menampakkan kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Selain itu juga dari teknologi yang digunakan oleh perusahaan menjadi pertimbangan pelanggan dalam menentukan kualitas

---

<sup>46</sup> Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Teori dan Praktek*, ( Salemba Empat, Jakarta, 2001), 148

<sup>47</sup> Phillip Kotler, *Marketing Management, The Millennium Edition*, (New Jersey : Prentice Hall, 2000). 40

<sup>48</sup> Irmayanti Hasan, *Manajemen Operasional....*, 168

perusahaan.<sup>49</sup> Kriteria tersebut dapat terealisasi dengan didukung oleh beberapa hal, yang diantaranya yaitu :

a. Pegawai sopan santun, tutur kata, dan hormat

Ketika memberikan pelayanan kepada pelanggan hendaknya seorang pegawai selalu bersikap sopan santun dalam bersikap, menggunakan tutur kata yang baik, dan memberikan rasa hormat kepada setiap pelanggan tanpa membeda-bedakan tipe pelanggan. Dengan begitu pelanggan akan tunduk dan menghormati pegawai pula.

b. Selalu murah senyum

Ketika menghadapi nasabah pegawai diwajibkan selalu tersenyum dengan tulus dikeadaan atau disituasi bagaimanapun, jangan sekali-kali bersikap murung atau cemberut.

c. Periang, selalu ceria, dan pandai bergaul

Dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, pegawai perlu menunjukkan sikap periang, dan selalu terlihat ceria, serta harus pandai-pandai mengakrabi pelanggan, sehingga situasi tersebut dapat membuat pelanggan merasa cepat akrab dan santai dalam proses bertansaksi berlangsung.

d. Tersedianya sarana prasarana yang baik dan lengkap

---

<sup>49</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar – Dasar Pemasaran Bank Syariah.*, 197

Pada dasarnya semua pelanggan ingin dilayani dengan baik dan prima (*service excellence*). Untuk memenuhi keinginan pelanggan tersebut, salah satu hal yang harus diperhatikan pula adalah sarana dan prasarana yang baik. Sarana dan prasarana yang dimiliki seperti ruang tunggu, alat-alat yang menunjang kinerja pegawai, fasilitas yang bisa digunakan oleh pelanggan sehingga akan membuat pelanggan menjadi betah dalam proses transaksi berlangsung.<sup>50</sup>

## 2. *Empathy* (Perhatian)

Yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan selalu berupaya memahami keinginan pelanggan.<sup>51</sup> Ketersediaan pegawai dan perusahaan untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan. Setiap jajaran pegawai mulai dari *top management* (manajemen atas) sampai dengan *staf* harus memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Terutama *customer service* harus mampu memberikan

---

<sup>50</sup> Kasmir, *Etika Customer...*, 34

<sup>51</sup> Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Teori dan Praktek*, ( Salemba Empat, Jakarta, 2001), 148

pelayanan yang tulus kepada pelanggan, sehingga pelanggan merasa nyaman dalam berinteraksi<sup>52</sup>.

Kriteria perhatian yang dimaksudkan pada sejauh mana tingkat pemahaman perhatian dan rasa simpati diantaranya yaitu peduli terhadap keadaan atau masalah yang sedang dihadapi oleh pelanggan, selalu berusaha untuk membantu pelanggan, memahami tingkah laku pelanggan, dan juga mendengarkan pelanggan.<sup>53</sup> Kriteria perhatian tersebut dapat diwujudkan dengan adanya pegawai yang berkompeten, yang diantaranya memenuhi kriteria sebagai berikut :

a. Mampu berkomunikasi

Pegawai harus mampu berbicara dengan baik kepada pelanggan, juga dengan cepat memahami keinginan pelanggan. Dengan komunikasi yang disampaikan oleh pegawai harus dapat membuat pelanggan merasa senang sehingga apabila pelanggan merasa mempunyai masalah, pelanggan tidak segan-segan membicarakan dengan pegawai. Bdgitu juga ketika komunikasi lewat telepon atau media lainnya harus tetap menggunakan tutur kata yang lemah lembut serta intonasi dan volume harus jelas diteligan pelanggan.

---

<sup>52</sup> Phillip Kotler, *Marketing Managenent, The Millennium Edition*, (New Jersey : Prentice Hall, 2000). 40

<sup>53</sup> Irmayanti Hasan, *Manajemen Operasional....*, 169

b. Simpatik

Simpatik adalah pelayanan yang mnarik hati dan menyenangkan<sup>54</sup> maksudnya dalam proses memberikan pelayanan pada pelanggan harus yang dapat menyenangkan dan tidak boleh meimbulkan rasa jengkel dari pelanggan.

c. Fleksibel

Yaitu menyesuaikan dengan perilaku dan keinginan nasabah<sup>55</sup>. Ketika proses pelayanan berlangsung pegawai yang bertugas hendaknya memberikan perhatian dan suka mengalah kepada pelanggan, serta mencerminkan sifat fleksibel yang secara cepat dapat menyesuaikan situasi dan juga ketika menghadapi masalah dapat diselesaikan dengan cara yang fleksibel.

d. Berusaha memahami kebutuhan nasabah

Yang artinya pegawai harus cepat tanggap terhadap kebutuhan pelanggan dengan memperhatikan keinginan – keinginan pelanggan. Pegawai yang lamban dalam kinerja akan membuat pelanggan kecewa bahkan lari ke perusahaan lain. Pegawai yang bertugas sebaiknya terlebih dulu mengerti kemauan pelanggan dengan cara penjelasan, keluhan atau kebutuhan pelanggan secara

---

<sup>54</sup> M. Nur Rianto Al Arif , *Dasar-Dasar Pemasaran.*, 228

<sup>55</sup> Ibid

baik agar nantinya pelayanan terhadap keluhan pelanggan tidak salah sasaran. Dan juga memberikan jalan keluar dari keluhan tersebut.<sup>56</sup>

### 3. *Responsiveness* (cepat tanggap)

Suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan pelayanan informasi yang jelas.<sup>57</sup>

Yang artinya kemauan seorang karyawan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan cepat serta mendengarkan dan mengatasi keluhan yang harus langsung diberikan umpan balik, untuk mencegah ketidakpuasan pelanggan.<sup>58</sup> Kriteria ini dimaksudkan pada kemampuan karyawan untuk membantu pelanggan menyediakan jasa dengan cepat, tidak bertele – tele, baik dan benar sesuai dengan keinginan pelanggan, sigap untuk melayani pelanggan, memberikan solusi atas kesulitan – kesulitan pelanggan.<sup>59</sup> Misalnya, ada seorang pelanggan yang kesulitan dalam menulis slip, maka petugas harus langsung tanggap dan membantu.

---

<sup>56</sup> Kasmir, *Etika Customer...*, 34

<sup>57</sup> Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Teori dan Praktek*,...,148

<sup>58</sup> Phillip Kotler, *Marketing Managenent*.....,40

<sup>59</sup> Irmayanti Hasan, *Manajemen Operasional*....., 168

Kriteri tersebut dapat diwujudkan dengan adanya faktor pendukung, yang diantaranya yaitu :<sup>60</sup>

a. Tersedianya karyawan yang baik

Kenyamanan pelanggan sangat tergantung dari karyawan yang melayani, karyawan harus ramah, sopan, cepat tanggap, mengerti dan memahami kebutuhan pelanggan. Para karyawan harus memiliki kemampuan keterampilan tentang aspek – aspek bisnis perbankan. Khususnya petugas yang bertugas melayani nasabah (*customer service*) menguasai manfaat produk, mampu membuat nasabah mengerti dan tertarik untuk membelinya. Disamping itu karyawan harus memiliki profesionalisme tinggi, juga harus bermoral dalam artian beriman dan jujur, serta mengetahui dan mengamalkan mana yang benar dan mana yang salah.<sup>61</sup>

b. Rajin, tepat waktu, dan tidak pemalas

Seorang karyawan perusahaan dituntut untuk cekatan dalam bekerja, pantang menyerah, selalu ingin tahu, tidak mudah putus asa, dan tidak pemalas.

c. Mampu melayani secara cepat dan tepat

---

<sup>60</sup> Kasmir, *Etika Customer...*, 34

<sup>61</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar – dasar Pemasaran Bank Syariah.*, 210

Petugas bank harus mampu melayani dengan tanggap dan cepat tanpa iming – iming tertentu. Cepat artinya melayani nasabah dengan waktu yang singkat, tidak bertele-tele dan harus melakukan sesuai prosedur<sup>62</sup>. Ketepatan disini adalah mengusahakan jangan sampai terjadi kesalahan baik hal pembicaraan atau pekerjaan. Karena nantinya kesalahan akan mengakibatkan pelanggan kesal dan akan menimbulkan anggapan perusahaan tidak profesional.<sup>63</sup>

#### 4. *Reliability* (kandalan)

Yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.<sup>64</sup> Karyawan harus memberikan layanan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya, akurat, dan konsisten. Karena suatu perusahaan yang mampu memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang telah dijanjikan melalui promosi akan memberikan kepuasan tersendiri pada pelanggan.<sup>65</sup> Kriteria *reliability* ialah memberikan pelayanan yang maksimal kepada

---

<sup>62</sup> Ibid.

<sup>63</sup> Kasmir, *Etika Customer...*, 34

<sup>64</sup> Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Teori dan Praktek*,...,148

<sup>65</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar – dasar Pemasaran Bank Syariah.*, 198

pelanggan, mempunyai kemampuan dalam memberikan pelayanan yang maksimal kepada pelanggan, mempunyai kemampuan dalam memberikan pelayanan, menyampaikan janji perusahaan kepada pelanggan, dan memberikan pelayanan terbaik sesuai dengan standar kepada pelanggan. <sup>66</sup>Dan kemudian kriteria tersebut dapat terealisasi apabila adanya beberapa hal, diantaranya :

- a. Seorang karyawan yang memiliki kemampuan dan pengetahuan yang baik

Tugas seorang karyawan selalu berhubungan dengan pelanggan, maka karyawan perlu dilatih khusus mengenai kemampuan dan pengetahuan untuk menghadapi pelanggan atau kemampuan dalam bekerja. Begitu juga dengan ketepatan dan keakuratan pekerjaan juga nantinya akan terjamin.

Dalam hal ini kualitas karyawan tersebut perlu dilatih sesuai dengan bidang pengetahuan.

- b. Memiliki rasa tanggungjawab

---

<sup>66</sup> Irmayanti Hasan, *Manajemen Operasional : Prespektif Integratif*, (Malang : UIN Maliki Press. 2011) 169

Karyawan memilikirasa tanggungjawab terhadap pekerjaan sampai pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan.

c. Rasa memiliki perusahaan yang tinggi

Ketika dalam diri seorang karyawan memiliki rasa loyal kepada perusahaan maka motivasi melayani pelanggan juga tinggi dan memiliki jiwa pengabdian, serta setia terhadap perusahaan.<sup>67</sup>

5. Assurance (kepastian)

Kepastian atau jaminan yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para karyawan perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan.<sup>68</sup> Kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada pelanggan, dan karyawan harus mampu menunjukkan bahwasanya perusahaan mampu mewujudkan setiap janji yang telah ditawarkan. Kepastian ini terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.<sup>69</sup> Ada beberapa hal untuk

<sup>67</sup> Kasmir, *Etika Customer...*, 35

<sup>68</sup> Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Teori dan Praktek*,...,148

<sup>69</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar – dasar Pemasaran Bank Syariah.*, 198

mewujudkan karyawan yang berkompeten dalam hal ini, yaitu:

a. Bertanggung jawab atas berjalannya transaksi

Artinya seorang karyawan yang bertugas bertanggung jawab sejak awal transaksi hingga selesai transaksi, maka dalam menjalankan kegiatan pelayanan karyawan harus mampu melayani dari awal sampai tuntas. Jika terjadi suatu kendala segera bicarakan dengan pelanggan dan menyerahkan kepada petugas yang bertanggung jawab dalam hal tersebut atau yang mampu menangani masalah tersebut.

b. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi

Dalam hal ini setiap karyawan harus mampu menjaga kerahasiaan nasabah terutama yang berkaitan dengan uang dan kepribadian pelanggan. Apalagi dalam perbankan kerahasiaan nasabah harus dijunjung tinggi kerana pada dasarnya menjaga rahasia nasabah sama artinya menjaga rahasia bank. Maka dari ini setiap karyawan harus mampu menjaga kerahasiaan pelanggan terhadap siapapun.

c. Mampu memberi kepercayaan kepada nasabah

Kepercayaan merupakan kunci utama perusahaan untuk menjalankan aktivitasnya. Apabila pelayanan yang diberikan dapat memuaskan pelanggan, maka akan menimbulkan suatu kepercayaan bagi pelanggan. Dan jika kepercayaan sudah diperoleh dari semua pelanggan maka perusahaan wajib mempertahankan kepercayaan tersebut.<sup>70</sup>

## 2. *Customer Service*

### a. *Pengertian Customer Service*

Pengertian *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.<sup>71</sup> Jadi, pengertian *customer service* adalah suatu bagian kerja yang bertugas untuk memberikan pelayanan kepada nasabah atau calon nasabah. Pelayanan yang diberikan meliputi pelayanan berdasarkan informasi dan pelayanan jasa yang tujuannya untuk memberikan kepuasan nasabah dan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.<sup>72</sup>

*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

---

<sup>70</sup> Kasmir, *Etika Customer...*, 34

<sup>71</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan.*, h. 249-250.

<sup>72</sup> Ikatan Bankir Indonesia dan Lembaga Sertifikasi Profesi Perbankan, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014), h. 64.

dipergunakan secara efektif untuk menawarkan produk-produk bank lainnya dalam rangka *cross selling*.<sup>73</sup>

Pekerjaan *customer service* dikategorikan sebagai pekerjaan pokok, karena melalui pekerjaan tersebut terdapat interaksi awal antara bank dengan nasabah atau konsumen perbankan untuk melakukan pembukaan rekening simpanan atau memperoleh informasi mengenai produk dan aktivitas tertentu bank.<sup>74</sup>

Jadi, seorang *customer service* memegang peranan sangat penting di samping memberikan pelayanan juga sebagai pembina hubungan dengan masyarakat. *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, *customer service* merupakan tulang punggung kegiatan operasional dalam dunia perbankan.<sup>75</sup>

#### **b. Fungsi dan Tugas *Customer Service***

Sebagai seorang *customer service* tentu telah ditetapkan fungsi dan tugas yang harus diembannya. Fungsi dan tugas ini

---

<sup>73</sup> Ibid.

<sup>74</sup> Ibid,65

<sup>75</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan.*, 250.

harus dilaksanakan sebaik mungkin dalam arti dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya dan bertanggung jawab dari awal sampai selesainya suatu pelayanan nasabah.

*Customer service* berfungsi untuk memberikan jasa layanan kepada nasabah dalam hal memberikan informasi, menampung keluhan nasabah, *cross selling*, dan membantu nasabah untuk menyelesaikan masalah yang timbul. Berdasarkan fungsi tersebut, fungsi seorang *customer service* dalam kesehariannya sebagai karyawan bank adalah sebagai berikut:

1. *Front Line Officer*

Keberadaan *customer service* berada di bagian depan suatu bank, maka *customer service* menjadi cerminan penilaian baik atau buruknya pelayanan suatu bank. Pelayanan yang dilakukan oleh *customer service* dapat mempengaruhi persepsi nasabah terhadap layanan yang diberikan oleh suatu bank.

2. *Liaison Officer*

*Customer service* adalah satu aparat yang menjadi perantara antara bank dengan nasabah. Orang pertama yang dihubungi oleh nasabah sewaktu datang ke bank adalah petugas *customer service*, baik untuk meminta informasi maupun untuk melaksanakan transaksi.

### 3. Pusat Informasi

*Customer service* adalah satu-satunya personil yang dengan mudah dihubungi oleh nasabah pada kesempatan pertama, maka petugas *customer service* menjadi pusat dan narasumber informasi-informasi mengenai produk dan jasa bank. Oleh karenanya dituntut personil yang mempunyai kemampuan dan wawasan yang cukup baik mengenai industri perbankan.

### 4. Sales (Penjual)

*Customer service* dapat berfungsi sebagai penjual produk, dengan menjual berbagai produk yang ada pada bank.

### 5. Servicing (Pelayanan)

Sesuai dengan fungsinya *customer service*, atas nama bank penerima dan menyambut baik kedatangan nasabah selanjutnya akan mengerjakan kebutuhan nasabah sampai seluruh transaksinya dapat diselesaikan.

### 6. Financial Advisor/Konsultan

Dalam melayani nasabah tidak jarang pula *customer service* dengan bekal pengetahuan dan wawasan yang bijak sehubungan dengan perencanaan pengelolaan keuangan nasabah.

### 7. Maintenance Customer (Pembinaan Nasabah)

Permasalahan pembinaan nasabah baru (solisitasi). Seorang petugas *customer service* adalah pembina bagi setiap *account* atau rekening nasabah non kredit.

## 8. Penanganan Masalah

Apabila dalam operasionalnya nasabah merasa tidak puas karena terdapat ketidakcocokan atau kesepakatan, komplain dan lain-lain sebagainya, maka orang yang pertama dihubungi adalah petugas *customer service*. Dalam hal ini dituntut tidak saja dapat menangani keluhan akan tetapi juga diharapkan dapat memecahkan masalah dengan baik.<sup>76</sup>

Selain memiliki fungsi, seorang *customer service* yang berada di garis depan bank juga memiliki tugas. Tugas ini nantinya yang dapat dijumpai oleh nasabah dalam kegiatan sehari-hari seorang petugas *customer service*. Tugas-tugas tersebut antara lain:

### 1. Sebagai *Resepsionis*

Menerima 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 yang lembut dan jelas dengan bahasa yang mudah di mengerti serta mengucapkan salam. Selama melayani tidak diperkenankan merokok, makan dan minum.

### 2. Sebagai *Deskman*

---

<sup>76</sup> Ikatan Bankir Indonesia dan Lembaga Sertifikasi Profesi Perbankan, *Mengelola Kualitas.*, 65-67.

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*

Tugasnya di kantor 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 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.

5. Sebagai *Komunikator*

Bertugas memberikan segala informasi dan kemudahan-kemudahan kepada nasabah. Di samping juga sebagai tempat menampung keluhan, keberatan, atau konsultasi.<sup>77</sup>

---

<sup>77</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan.*, 251-252.

Berdasarkan uraian di atas mengenai fungsi dan tugas *customer service* dapat disimpulkan bahwa seorang *customer service* harus mampu membina hubungan baik dengan nasabah dengan cara mengerti, memahami, dan melayani berbagai keluhan yang diberikan nasabah, serta mampu menjelaskan manfaat dan ciri-ciri produk bank dan mampu menjual produk-produk bank kepada nasabah.

**c. Syarat – syarat seorang *Customer Service***

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*, antara lain :

**1. Persyaratan Fisik**

Seorang *customer service* harus sehat jasmani dan rohaninya. Artinya memiliki ciri-ciri fisik yang menarik seperti tinggi dan berat badan ideal, wajah yang menarik, serta memiliki jiwa yang sehat. Selain itu, petugas harus memiliki penampilan yang menarik, badan dan pakaian rapi dan bersih, serta tidak bau. Begitu pula dengan nafas yang harus dijaga agar tidak bau.

## 2. Persyaratan Mental

*Customer service* memiliki perilaku yang baik seperti sabar, ramah, murah senyum. *Customer service* juga harus punya rasa percaya diri yang tinggi, tidak minder, punya inisiatif, teliti, cermat, rajin, jujur, serius, hati-hati, dan punya rasa tanggung jawab.

## 3. Persyaratan Kepribadian

*Customer service* harus memiliki kepribadian yang baik seperti murah senyum, sopan, lemah lembut simpatik, lincah, energik, menyenangkan, berjiwa bisnis, memiliki rasa humor, ingin maju, serta memiliki kesan pertama yang mengesankan saat melayani nasabah. *Customer service* juga harus mampu mengendalikan diri, tidak mudah terpancing emosi, serta mampu mengendalikan gerakan-gerakan tubuh yang mengesankan serta tidak terpancing untuk berbicara hal-hal yang bersifat negatif.

## 4. Persyaratan Sosial

*Customer service* 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.<sup>78</sup>

---

<sup>78</sup> *Ibid.*, 259-261.

## B. Studi Penelitian terdahulu

Untuk penjelasan yang lebih kompeherensif, maka penulis berusaha untuk melakukan kajian – kajian terhadap penelitian terdahulu dan menggunakan sumber yang relevan guna memperkuat penulisan. Dan diharapkan penulis medapatkan gambaran tentang permasalahan yang akan diteliti dengan penelitian sebelumnya. Penulis menemukan beberapa penelitian terdahulu yang hampir sama mengenai pembahasan penelitian diantaranya :

*Pertama* skripsi dari Abesa Putrianinngsih, dengan judul skripsi “Implmentasi Service Excelece pada BMT Madani Sepanjang Sidoarjo”, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2018. Penelitian tersebut merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang bertujuan untuk menjawab bagaimana konsep Impelemtasi Service Excellence pada BMT Madani Sepanjang Sidoarjo dan bagaimana analisis Implementasi Service Excellence pada BMT Madani Sepanjang Sidoarjo. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam melakukan Implemetasi Service Excellence pada BMT Madani Sepanjang Sidoarjo terdapat adanya konsep Service Excellence A6 yaitu 1) Kemampuan (Ability) yaitu berkomunikasi yang mempermudah anggota BMT dalam memahami produk atau saat bertransaksi, 2) Sikap (Attitude) yaitu sikap sopan, murah senyum, serta ramah juga diberikan kepada para anggota BMT Madani, 3) Penampilan (Apprearance) yaitu penampilan karyawan BMT Madani

yang berseragam rapi dan bersih serta penampilan ruang kantor yang nyaman dan bersih, 4) Perhatian (Attention), yang diberikan kepada anggota yaitu rasa kekeluargaan, 5) Tindakan (Action) yaitu tindakannya yaitu dengan proses pelayanan yang cepat, anggota tidak perlu mengantri, 6) tanggung jawab (Accountability) yaitu tanggung jawab BMT Madani Sepanjang Sidoarjo menjaga semua privasi anggotanya.<sup>79</sup>

*Kedua* skripsi dari Kanti Fitriana Akhadiani dengan judul “Pelaksanaan *Service Excellence* oleh *Customer Service* guna Meningkatkan Mutu Pelayanan Anggota di KSPPS BINAMA TLOGOSARI” tahun 2018, Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan atau *Field Research* dalam penelitian tersebut bertujuan untuk untuk mengetahui Bagaimana Pelaksanaan *Service Excellence* yang dilakukan oleh *Customer Service* guna meningkatkan mutu pelayanan anggota di KSPPS BINAMA Tlogosari. Hasil dari penelitian tersebut adalah *customer service* memiliki peranan yang sangat penting dalam suatu bank ataupun BMT. *Customer service* bertugas sebagai *receptionis* (penerima tamu), *deskman* (orang yang melayani berbagai macam aplikasi yang diajukan oleh nasabah atau calon nasabah), *salesman* (orang yang menjual berbagai produk), *customer relation officer* (orang yang dapat membina hubungan baik dengan nasabah), dan *komunikator*

---

<sup>79</sup> Abesa Putrianiingsih, “*Implmentasi Service Excelece pada BMT Madani Sepanjang Sidoarjo*”, ( Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2018) ; Ihwan Tohari, *Service Excellence Dalam Menciptakan Loyalitas Nasabah*, (Skripsi, IAIN Tulungagung,2017)

(orang yang menghubungi nasabah dan memberikan informasi tentang segala sesuatu). *Customer service* memberikan pelayanan terbaiknya dengan kemampuan menguasai dalam segala hal dan menunjukkan sikap ramah dengan penuh perhatian dan senyuman ketika menghadapi anggota serta memiliki tanggung jawab dengan apa yang harus dilakukan dan apa yang telah dilakukan. Hal tersebut harus dimiliki oleh *customer service* untuk meningkatkan jumlah anggota di KSPPS BINAMA.<sup>80</sup>

*Ketiga* skripsi dari Aulia Jadydatul Adawiyah dengan judul “Implementasi *Service Excellence* oleh *Customer Service* pada BMT Bismillah Sukorejo” tahun 2015, Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field Research*) dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana implementasi standar *service excellence* terhadap pelayanan yang sebenarnya terjadi di BMT Bismillah yang di laksanakan oleh *customer service*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *customer service* mampu mengimplementasikan standar-standar yang sudah ditetapkan oleh BMT Bismillah kedalam pelayanan yang sudah menjadi tugasnya, namun bukan sembarang pelayanan tapi pelayanan prima (*service excellence*) yang meliputi aspek dasar *Accountability* (Tanggung Jawab), *Action* (Tindakan), *Attention* (Perhatian), *Appearance*

---

<sup>80</sup> Kanti Fitriana Akhadiani, “Pelaksanaan *Service Excellence* oleh *Customer Service* guna Meningkatkan Mutu Pelayanan Anggota di KSPPS BINAMA TLOGOSARI”, (Skripsi, UIN Walisongo Semarang, 2018);

(Penampilan), *Attitude* (Sikap), *Ability* (Kemampuan) yang mampu memuaskan dan menarik hati nasabah agar tetap loyal kepada BMT Bismillah.<sup>81</sup>

*Keempat* skripsi dari Muhammad Febrianto yang berjudul “Aplikasi Prinsip Service Excellence oleh Customer Service pada BRI Syariah KCP Sragen”, IAIN Salatiga, 2016 . penelitian tersebut merupakan jenis penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana penerapan *service excellence* oleh *customer service* pada BRI Syariah KCP Sragen. Metode pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis adalah studi pustaka, observasi, dokumentasi dan wawancara. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis, penulis dapat menyimpulkan bahwa dalam penerapan prinsip *service excellence* oleh *customer service* pada BRI Syariah KCP Sragen, bahwa *customer service* mampu mengaplikasikan standar-standar yang sudah ditetapkan oleh BRI Syariah KCP Sragen kedalam pelayanan yang sudah menjadi tugasnya, namun bukan sembarang pelayanan tapi pelayanan prima (*service excellence*) yang meliputi aspek dasar *Accountability* (Tanggung Jawab), *Action* (Tindakan), *Attention* (Perhatian), *Appearance* (Penampilan), *Attitude* (Sikap), *Ability* (Kemampuan) yang mampu

---

<sup>81</sup> Aulia Jadydatul Adawiyah, “Implementasi Service Excellence oleh Customer Service pada BMT Bismillah Sukorejo”. (Skripsi, UIN Walisongo Semarang, 2015)

memuaskan dan menarik hati nasabah agar tetap loyal kepada BRI Syariah KCP Sragen.<sup>82</sup>

*Kelima* skripsi dari Margianti yang berjudul “Implementasi service excellence oleh customer service pada Bank BNI Syariah KCP Bandar Jaya”, IAIN METRO 2017. Penelitian tersebut merupakan penelitian lapangan yang meneliti tentang bagaimana implementasi standar *service excellence* terhadap pelayanan yang sebenarnya terjadi di BNI Syariah KCP Bandar Jaya yang dilaksanakan oleh *customer service*. Hasil penelitian tersebut bahwa BNI Syariah KCP Bandar Jaya maka akan meningkatkan persaingan, semakin baik pelayanan yang diberikan maka akan dapat meningkatkan pangsa pasar dan profitabilitasnya. Pelaksanaan *service excellence* oleh *customer service* pada Bank BNI Syariah KCP Bandar Jaya harus melihat pelayanan yang baik, harus melihat dari keinginan nasabah, harus melihat dasar-dasar pelayanan, harus melihat sifat-sifat nasabah, dan menerapkan standar Operasional Prosedur.<sup>83</sup>

*Keenam* skripsi dari Laras Ayu Wulandari yang berjudul “Strategi Pelayanan Prima oleh *Customer Service* guna Mencapai Kepuasan Nasabah di Bank BNI Syari’ah Purwikweto”, IAIN Purwokerto 2017. Penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif dan merupakan jenis penelitian lapangan atau *file research*, dalam penelitian tersebut ingin mengetahui Bagaimana Strategi Pelayanan Prima Oleh *Customer service* Guna

---

<sup>82</sup>); Muhammad Febrianto, “Aplikasi Prinsip Service Excellence oleh Customer Service pada BRI Syariah KCP Sragen”, (skripsi, Institut Agama Islam Negeri Salatiga, 2016)

<sup>83</sup> Margianti, *Implementasi Service Excellence Oleh Customer Service Pada Bank Bni Syariah Kcp Bandar Jaya*, (IAIN Metro, 2017)

Mencapai Kepuasan Nasabah Di Bank BNI Syari'ah Purwokerto. Hasil dari penelitian tersebut seorang *customer service* memiliki tugas yang sangat penting yaitu fungsi dan tugas *customer service* sebagai seperti menjadi resepsionis (penerima tamu), sebagai deskman (orang yang melayani berbagai macam aplikasi yang diajukan nasabah atau calon nasabah), sebagai salesman (menjual produk perbankan sekaligus sebagai pelaksana *cross selling*), sebagai *customer relation officer* (orang yang dapat membina hubungan baik dengan nasabah), sebagai komunikator (orang yang menghubungi nasabah dan memberikan informasi). Serta pentingnya strategi yang digunakan oleh seorang *customer service* untuk membuat nasabah menjadi puas, strategi untuk memperoleh kepuasan nasabah yaitu *Cross selling*, *up selling*, Melayani nasabah dengan sepenuh hati, *Role play* atau bermain peran, *Sharing session* materi *customer service*, *Mystery shopper*.<sup>84</sup>

Dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti saat ini terdapat persamaan dan perbedaan dari penelitian - penelitian sebelumnya, persamaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti saat ini dengan penelitian sebelumnya yaitu sama - sama membahas tentang konsep *service excellence* A6, kemampuan (*Ability*), sikap (*Attitude*), penampilan (*Appearance*), perhatian (*Attention*), tindakan (*Action*), tanggung jawab (*Accountability*) yang dilaksanakan oleh *customer service* bank syariah dalam pelayanan

---

<sup>84</sup> Laras Ayu Wulandari, *Strategi Pelayanan Prima Oleh Customer Service Guna Mencapai Kepuasan Nasabah Di Bank Bni Syari'ah Purwokerto*, (Skripsi, IAIN Purwokerto, 2017)

nasabah, namun perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pembahasan mengenai implementasi *service excellene* oleh *customer service* ini dilakkan pada masa pandemi covid 19.



## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis dan pendekatan penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan (*Field Research*) yang merupakan suatu penelitian yang dilakukan secara intensif, terperinci dan mendalam terhadap suatu objek tertentu dengan mempelajarinya sebagai suatu kasus dan dilakukan dalam kehidupan yang sebenarnya.<sup>1</sup> Penelitian ini merupakan metode untuk menemukan secara spesifik dan realis tentang apa yang sedang terjadi pada suatu saat ditengah-tengah kehidupan masyarakat.<sup>2</sup>

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field Research*) yakni dengan mencari data-data langsung yang bersumber dari lapangan, yakni data yang berhubungan dengan *service excellence* yang dilakukan oleh *customer service* pada masa pandemi covid 19 di BSI KCP Ngawi.

Pendekatan penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Alasan mengapa peneliti menggunakan penelitian deskriptif kualitatif yaitu peneliti ingin menganalisis implementasi *service excellence* yang dilakukan oleh *customer service* BSI KCP Ngawi pada masa pandemi covid 19, yang mana nantinya akan menghasilkan data

---

28. <sup>1</sup> Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010),

<sup>2</sup> Ibid, 57

deskriptif berupa kata-kata tertulis maupu lisan dari narasumber atau perilaku yang diamati setiap waktu.

## **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian yang dilakukan pada BSI KCP Ngawi yang terletak di Jalan PB. Sudirman Nomer 64, Desa Jururejo, Kecamatan Ngawi, Kabupaten Ngawi, Provinsi Jawa Timur.

Alasan peneliti memilih lokasi di BSI Kantor Cabang Ngawi karena kantor ini terletak di pusat Kota Ngawi dan merupakan kantor BSI pusat yang ada di Ngawi, dengan letak yang strategis berada di pinggir jalan raya sehingga akan mudah dijangkau oleh masyarakat sekitar untuk melakukan transaksi di BSI Kantor Cabang Pembantu Ngawi. Dan juga peneliti memukan masalah pada *service excellence* yang dilakukan oleh *customer service* pada saat masa pandemi covid 19 karena peneliti melakukan praktek kerja lapangan di Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi.

## **C. Data dan Sumber Data**

### **1. Data**

Dalam penelitian ini, peneliti terfokus pada data mengenai pelaksanaan *service excellence* (pelayanan prima) yang dilakukan oleh *customer service* pada masa pendemi covid 19 di BSI Kantor Cabang Pembantu Ngawi.

### **2. Sumber Data Primer**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan sumber data primer. Data primer adalah data yang didapat secara langsung dari sumber pertama baik individu maupun perorangan melalui wawancara dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap masalah yang dihadapi.<sup>3</sup> Adapun sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai narasumber yakni :

- a. Nasabah
- b. Ria Pratiwi (*Branch Operational Supervisor*)
- c. Ariska Yuli Ansari (*Customer Service*)
- d. Diyan Rara Puspita Sari (*Teller*)

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

##### **1. Wawancara**

Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam satu topik tertentu.<sup>4</sup> Yang mana nantinya pewawancara memperoleh presepsi, sikap dan pola pikir dari pihak yang diwawancarai terhadap masalah yang diteliti. Peneliti menggunakan wawancara tidak terstruktur, wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman

---

<sup>3</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinas*, (Bandung : Alfabeta, 2016), 308

<sup>4</sup> Ibid , 376

wawancara yang tersusun sistematis dan lengkap pengumpulan datanya hanya menggunakan garis – garis besar permasalahan yang ditanyakan.<sup>5</sup>

Wawancara yang dilakukan peneliti yaitu kepada Nasabah, BOS (*Branch Operational Supervisor*), *Customer Service*, *Teller* BSI Kantor Cabang Pembantu Ngawi, sehingga dari proses wawancara tersebut dapat diperoleh data yang valid tentang pelaksanaan *service excellence* oleh *customer service*.

## 2. Observasi

Observasi sebagai suatu proses melihat, mengamatai dan mencermati serta merekan perilaku secara sistematis, yang berkaitan dengan ruang, tempat, pelaku, kegiatan, beda-benda, waktu, dan peristiwa.<sup>6</sup> Dalam observasi ini peneliti melihat, mengamati, dan mencermati perilaku *customer service* secara sistematis dalam pelayanan saat menghadapi nasabah pada BSI Kantor Cabang Pembantu Ngawi untuk mendapatkan sumber data yang valid.

## 3. Dokumentasi

Sumber informasi dokumentasi pada dasarnya adalah segala macam bentuk sumber tertulis atau dokumen-dokumen, baik buku, majalah, peraturan-peraturan, notulen rapat, dan

---

<sup>5</sup> Beni Ahmad Saebani dan Kadar Nurjaman, *Manajemen Penelitian*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), 86

<sup>6</sup> Djunaidy Ghony, *Metode Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Ar-Ruz Media, 2012), 165.

sebagainya. Dokumen diperlukan untuk mendukung kelengkapan data.<sup>7</sup>

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengumpulan data melalui dokumentasi dari buku – buku panduan karyawan dan buku-buku yang berkaitan dengan penerapan *service excellence* pada BSI Kantor Cabang Pembantu Ngawi.

#### **E. Teknik pengecekan Keabsahan Data**

Agar data dalam penelitian ini dapat dipertanggungjawabkan sebagai penelitian maka perlu dilakukan uji keabsahan data. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik triangulasi.

Teknik triangulasi dalam pengujian kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu<sup>8</sup>.

Dalam penelitian ini, keabsahan data dilakukan menggunakan teknik triangulasi sumber. Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.<sup>9</sup> Dalam teknik triangulasi sumber maka peneliti akan menjadikan Nasabah, *BOS (Branch Operational Supervisor)*, *Customer Service*, *Teller* BSI Kantor Cabang Pembantu

---

<sup>7</sup> Edi Kusnadi, *Metodologi Penelitian: Aplikasi Praktis*, (Jakarta Timur dan Metro: Ramayana Pers dan STAIN Metro, 2008), 102.

<sup>8</sup> Sugyiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2007), 274.

<sup>9</sup> Ibid, 270.

Ngawi sebagai sumber pengumpulan data dan sebagai tolak ukur keabsahan data yang akan diolah.

## F. Teknik Pengolahan Data

### a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan memilih pokok-pokok, merangkum dan memfokuskan pada hal-hal yang penting, data yang diperoleh dari lapangan secara teliti dan rinci. Proses dari reduksi data ini dengan cara memilih yang pokok disesuaikan dengan rumusan masalah, serta dicari tema dan polannya.<sup>10</sup> yakni penerapan *service excellence* oleh *cutomer service* pada masa pandemi covid 19 di BSI Kantor Cabang pembantu Ngawi. Dengan demikian data tersebut akan memberikan gambaran secara jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data.

### b. Penyajian Data

Data yang selesai direduksi kemudian dipaparkan atau disajikan, penyajian data dilakukan agar data hasil dari reduksi dapat terorganisasikan atau dikelompokkan yang tersusun sehingga dapat dipahami sesuai dengan pola atau urutan<sup>11</sup>.

Dalam melakukan penyajian data tidak dilakukan dengan mendeskripsikan secara naratif, tetapi dilengkapi dengan proses analisis yang terus menerus sampai data tersebut dapat ditarik

---

<sup>10</sup> Ibid, 247

<sup>11</sup> Gunawan, '*Metode Penelitian Kualitatif: Teori Dan Praktik*', ( Jakarta: Bumi Aksara, 2014.), 211.

kesimpulan.<sup>12</sup> Pada hal ini data yang akan disajikan berupa keterangan pihak narasumber terkait penerapan *service excellence* yang dilakukan oleh *customer service* pada masa pandemi covid 19 di BSI Kantor Cabang Pembantu Ngawi.

### G. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan sebuah cara yang dilakukan untuk menyusun, mengorganisasikan, dan menjabarkan data yang diperoleh secara sistematis agar mudah dipahami diri sendiri dan orang lain.<sup>13</sup> Peneliti menggunakan metode berfikir induktif dalam menganalisa data. Metode induktif adalah cara menerangkan data dari paparan data kemudian ke arah teori dan diakhiri dengan penarikan kesimpulan.<sup>14</sup>

Dalam hal ini, peneliti menganalisis data yang diperoleh dalam bentuk uraian kemudian data tersebut dianalisis dengan cara berfikir induktif yang berangkat dari informasi mengenai penerapan pelaksanaan *service excellence* yang dilakukan oleh *customer service* pada masa pandemi covid 19 di BSI Kantor Cabang Ngawi.

---

<sup>12</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 249.

<sup>13</sup> Ibid, 244

<sup>14</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2018), 79.

## BAB IV

### DATA DAN ANALISIS

#### A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

##### 1. Sejarah Bank Syariah Indonesia

Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI). Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global. Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil ‘Aalamiin).<sup>1</sup>

CSR PT Bank Syariah Indonesia Tbk, Corporate Social Responsibility atau Tanggung jawab Sosial Perusahaan adalah komitmen

---

<sup>1</sup> <https://www.bankbsi.co.id> (diakses pada tanggal 01 April 2021, pukul 19.20)

perusahaan kepada lingkungan dengan tujuan memberikan nilai tambah kepada semua pemangku kepentingan termasuk internal perusahaan guna mendukung pertumbuhan perusahaan. Dasar Pelaksanaannya yaitu, UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan UU No 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Tujuan implementasi kegiatan CSR adalah mewujudkan hubungan yang harmonis antara perusahaan dan masyarakat, mendukung implementasi praktik bisnis yang transparan dan bertanggung jawab, membangun citra positif dan menggalang dukungan masyarakat, menggali dan memberdayakan potensi UMKM melalui penyaluran dana kemitraan, berpartisipasi pada program pelestarian lingkungan hidup, peningkatan kualitas pendidikan, kesehatan, kesejahteraan, kehidupan beragama, dan perbaikan sarana umum lainnya.<sup>2</sup>

Bank Syariah Indonesia memiliki 1.200 cabang yang tersebar di nusantara, PT Bank Syariah Indonesia Tbk menghadirkan layanan dan solusi keuangan syariah yang lengkap, moderen dan inovatif untuk berbagai kebutuhan nasabah disegala sekmen. Di segmen UMKM dan Mikro PT Bank Syariah Indonesia Tbk akan terus memberikan dukungan kepada para pelaku UMKM dengan melalui produk dan layanan yang diberikan, pada segmen *cunsumer* dan *retail* dengan didukung oleh kualitas digital banking dan layanan prima PT Bank Syariah Indonesia Tbk memiliki ragam solusi keuangan dalam sistem

---

<sup>2</sup> ibid

islami seperti layanan ibadah haji dan umroh, ZISWAF, pendidikan, serta layanan dan solusi keuangan lainnya seperti pembiayaan griya, mitra guna, gadai emas, dan kartu pembiayaan yang berlandaskan syariah. PT Bank Syariah Indonesia Tbk memiliki slogan yaitu, kami bersatu dalam hasanah, kami bersatu membawa faedah, kami bersatu membawa berkah, dan kami bersatu untuk umat.<sup>3</sup>

Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ngawi merupakan salah satu cabang Bank Syariah Indonesia yang terletak di Jalan PB. Sudirman Nomer 64, Desa Jururejo, Kecamatan Ngawi, Kabupaten Ngawi, Provinsi Jawa Timur. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ngawi ini dulunya merupakan Bank BRI Syariah KCP Ngawi dan kemudian berganti menjadi BSI KCP Ngawi. Walaupun telah berganti BSI KCP Ngawi masih mampu bersaing dengan bank-bank lain karena kantor BSI KCP Ngawi terletak di pusat Kota Ngawi dan merupakan kantor BSI pusat yang ada di Ngawi, dengan letak yang strategis berada di pinggir jalan raya sehingga akan mudah dijangkau oleh masyarakat sekitar untuk melakukan transaksi di BSI Kantor Cabang Pembantu Ngawi. Produk unggulan BSI KCP Ngawi adalah produk pembiayaan mikro iB dan Tabungan Faedah yang banyak diminati oleh masyarakat.

---

<sup>3</sup> ibid

## 2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi

### 1. Visi Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi

Top 10 Global Islamic Bank, menciptakan Bank Syariah yang masuk ke dalam 10 besar menurut kapitalisasi pasar secara global dalam waktu 5 tahun ke depan.

### 2. Misi Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi

- 1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia
- 2) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik para pemegang saham.
- 3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik indonesia .<sup>4</sup>

## 3. Produk – produk BSI KCP Ngawi

### 1. Penghimpunan Dana (*Funding*)

#### 1) Tabungan Faedah

Tabungan Faedah merupakan tabungan yang paling diminati oleh nasabah dari tabungan lainnya. Persyaratan yang mudah dan banyaknya fasilitas yang diberikan menjadikan tabungan faedah menjadi produk unggulan di BRI Syariah KCP Ngawi. Tabungan Faedah ini memberikan beberapa kemudahan, diantaranya setoran awal sebesar Rp 100.000.00 dengan gratis biaya administrasi dan gratis biaya kartu ATM bulanan.

#### 2) Tabungan Haji

---

<sup>4</sup> ibid

Tabungan Haji BRI Syariah ini didedikasikan untuk masyarakat Indonesia, khususnya masyarakat yang ingin melakukan perjalanan ibadah haji. Tabungan hari ini menggunakan prinsip bagi hasil dalam bentuk investasi. Adapun manfaat dari tabungan haji BRI Syariah yakni ketenangan, kenyamanan gratis biaya administrasi bulanan, gratis asuransi jiwa dan kecelakaan, online dengan SISKOHAT (Sistem Komputerisasi Haji Terpadu), bebas setiap saat menambah saldo, dapat bertransaksi di seluruh jaringan kantor BRI Syariah, pemotongan zakat secara otomatis, dapat dibukakan untuk anak-anak, tersedia pilihan haji reguler dan haji khusus. Para calon nasabah yang ingin menabung di BSI harus memenuhi syarat dan ketentuan yaitu, fotocopy KTP yang masih berlaku, setoran awal minimal Rp. 50.000, setoran selanjutnya minimal Rp. 10.000.

### 3) Simpanan Pelajar iB

Simpanan pelajar iB merupakan tabungan untuk siswa guna mendorong budaya menabung sejak dini yang diterbitkan dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik. Persyaratannya hanya perjanjian kerjasama antara BSI dengan sekolah, kemudian mengisi kelengkapan aplikasi pembukaan rekening, dan melengkapi dokumen pembukaan rekening (siswa: KK/NISN/NIS dan orang tua/wali:KTP).

### 4) Tabungan Impian

Tabungan Impian BSI iB adalah tabungan berjangka dari BSI dengan prinsip bagi hasil yang dirancang untuk mewujudkan impian nasabah dengan terencana. Tabungan Impian BRI Syariah iB memberikan ketenangan serta kenyamanan yang penuh nilai kebaikan serta lebih berhak karena pengelolaan dana sesuai syariah serta fasilitas yang diberikan yaitu setoran awal minimum Rp. 50.000, mendapatkan buku tabungan, gratis asuransi hingga Rp. 750.000 juta.

5) TabunganKu

Tabunganku merupakan tabungan yang ditujukan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh BI guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Akad yang digunakan dalam TabunganKu yaitu akad *Wadiah yad Dhamanah*. Setoran awal pembukaan TabunganKu sangat ringan yaitu Rp. 20.000.

6) Deposito iB

Deposito adalah merupakan produk simpanan berjangka 1, 3, 6, dan 12 bulan dan dapat diperpanjang secara otomatis menggunakan akad *mudharabah muthlaqah* dan menggunakan prinsip bagi hasil sesuai prinsip syariah bagi nasabah perorangan maupun perusahaan yang memberikan keuntungan optimal. Adapun fasilitas yang diberikan yaitu bagi hasil yang kompetitif,

pemotongan zakat secara otomatis dari bagi hasil yang didapat ke rekening tabungan atau giro di BRI Syariah, dapat diperpanjang secara otomatis dengan nisbah bagi hasil sesuai yang berlaku pada saat diperpanjang, dapat dijadikan sebagai jaminan pembiayaan.

## 2. Penyaluran Dana (*Financing*)

### 1) KPR BSI iB

KPR BSI iB merupakan pembiayaan kepemilikan rumah kepada perorangan untuk memenuhi sebagian kebutuhan rumah impian dengan menggunakan prinsip jual beli (*murabahah*) atau sewa menyewa (*ijarah*) dimana pembayarannya secara angsuran dengan jumlah angsuran yang telah ditetapkan di muka dan dibayar setiap bulan. Di dalam pembiayaan KPR terdapat berbagai jenis KPR yang ditawarkan, yaitu: KPR Sejahtera, KPR ini terdiri dari KPR Sejahtera Syariah Tapak dan KPR Sejahtera Susun. BSI memberikan plafon pembiayaan minimal 25.000.000 dengan jangka waktu 15 tahun untuk pembelian rumah baik baru maupun *second*, pembelian bahan bangunan untuk pembangunan rumah.

### 2) Pembiayaan KKB (Kredit Kendaraan Bermotor)

KKB BRI Syariah adalah pembiayaan kepemilikan mobil dari BRI Syariah kepada nasabah perorangan untuk memenuhi kebutuhan akan kendaraan dengan menggunakan prinsip jual beli

murabahah dengan akad murabahah bil wakalah dimana pembayarannya secara angsuran dengan jumlah angsuran yang telah ditetapkan disemua dan dibayar setiap bulannya.

### 3) Mikro BRI Syariah iB

Pembiayaan mikro merupakan pembiayaan yang diperuntukan orang yang membutuhkan modal kerja dan mempunyai usaha tanpa minimal 2 tahun dan 6 bulan untuk pembiayaan KUR dengan menggunakan akad *murabahah*. Pembiayaan mikro memiliki 3 produk yaitu mikro 25 iB dengan plafon Rp. 5-25 juta tanpa jaminan, mikro 75 iB dengan plafon Rp. 25-75 juta dengan jaminan tidak diikat sempurna, mikro 200 iB dengan plafon Rp. >75-200 juta dengan jaminan diikat sempurna.

### 4) Gadai BRI Syariah iB

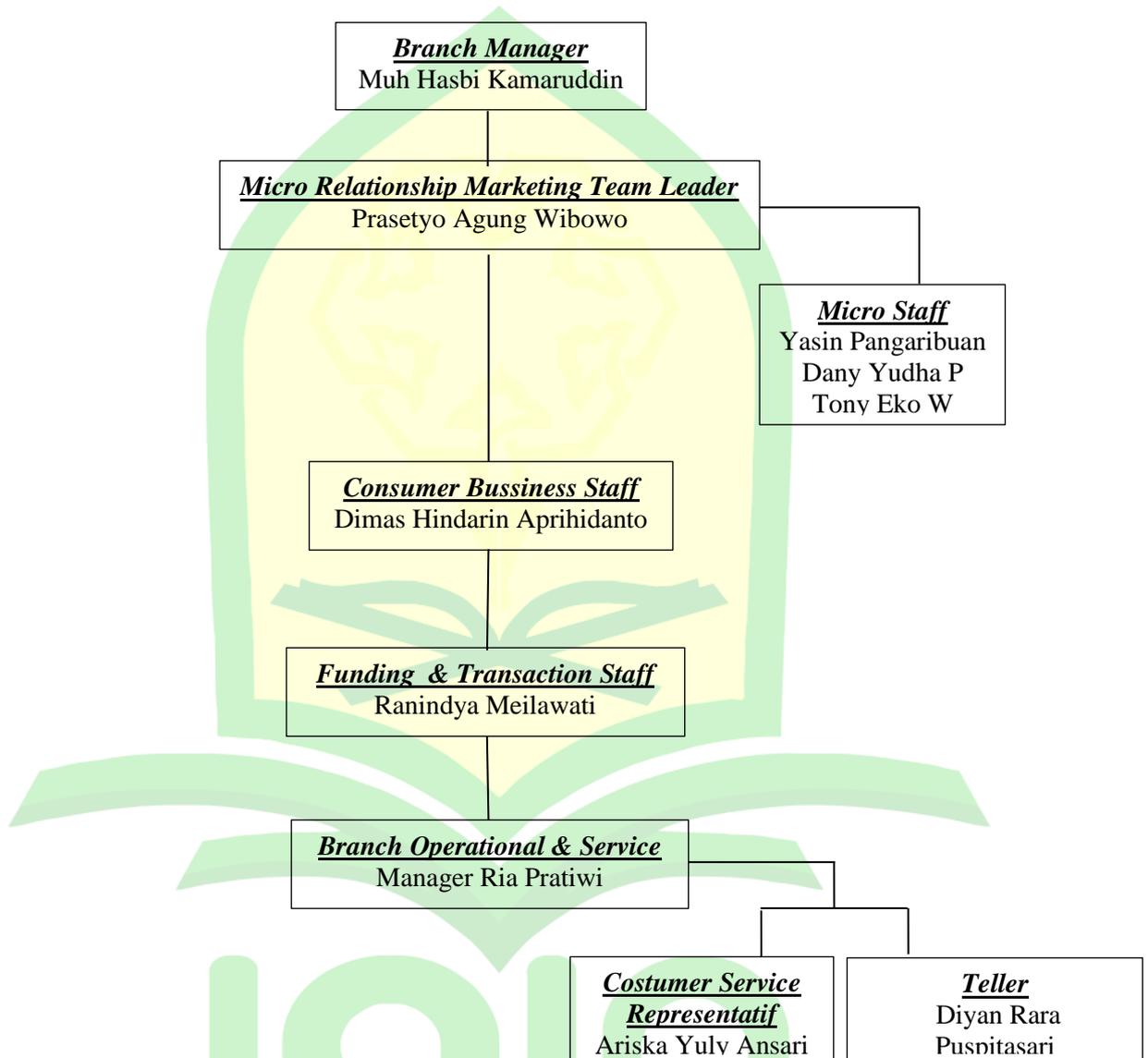
Gadai BRI Syariah dikeluarkan untuk menutupi kebutuhan mendesak baik dari nasabah individu yang membutuhkan dana super cepat dan telah menunjukkan kinerja yang menjanjikan di tahun-tahun pertama setelah diluncurkan. Dengan kata lain, pembiayaan kepada perorangan untuk tujuan kepemilikan emas dengan menggunakan akad Murabahah dimana pengembalian pembiayaan dilakukan dengan mengangsur setiap bulan sampai dengan jangka waktu selesai sesuai kesepakatan. Jangka waktu

untuk pembiayaan kurang dari 15 juta maksimal 3 tahun,  
sedangkan untuk pembiayaan 15 juta ke atas maksimal 5 tahun.



#### 4. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi

Berikut merupakan struktur organisasi pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ngawi :



**Gambar 4.1**  
P O N O R O G O

**Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia  
Kantor Cabang Pembantu Ngawi**

## B. Data Implementasi *Service Excellence* Oleh *Customer Service* Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi Pada Saat Pandemi Covid 19

### 1. Kemampuan (Ability)

Penerapan kemampuan oleh *customer service* dalam melayani nasabah merupakan bagaimana cara *customer service* melakukan pelayanan prima dengan kemampuan yang dimiliki oleh *customer service*, sehingga nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Seperti yang dipaparkan Ariska Yuly selaku *customer service* di BSI KCP Ngawi dalam wawancara yang dilakukan oleh peneliti :

“Iya sebisa mungkin CS membangun komunikasi secara efektif soalnya saya di CS itu melayaninya kan juga ada batas maksimal pelemayanan 1 nasabah itu 30 menit dan juga tergantung keperluan nasabah jadi berkomunikasi ya se efektif mungkin dan menyamakan informasi ke pada nasabah drngan benar dan juga dapa dipahami oleh nasabah, pas berkomunikasi sama nasabah harus jelas, gak bertele – tele, biasanya saya ngejelasinnya yang simpel yang nasabah kira – kira paham maksud saya jadi agar mudah diterima juga, biasanya itu menggunakan bahasa jawa atau krama inggil, karena nasabah banyak gak terlalu bisa pakai bahasa indonesia, gerak – gerik tubuh juga pas salam itu tangan didepan dada, gak boleh bersalaman. Nah kalo pas covid ini sama sih tapi kayak lebih penyesuaian aja karena kan pakek masker jadi gampang engap kalo pas bagian panjang sama berulang – ulang jelasin nya ke nasabah. Tanya ke nasabahnya kalo ada penjelasan saya yang kurang jelas gitu, nah kalo hal yang penting pas komunikasi itu kenyamanan nasabah ya, sama pemahaman nasabah atas apa yang saya jelaskan, kalo nasabah ngomong itu saya dengarkan dulu gak langsung dipotong ditengah. Nah kalo untuk membangun motivasi itu saya lihat dulu profil nasabah itu seperti apa, semumpama ada nasabah yang mau bukak rekening itu kan ada banyak data yang harus diisi jadi saya tau latar belakang nasabah itu seperti apa, nah itu tujuannya supaya kita tahu nasabah kita itu seperti apa jadi nanti pas kita menawarkan produk gak salah, terus saya menjelaskan produk bank

apa aja, manfaat e ini – ini, kelebihan nya ini – ini, terus saya biasanya itu merekomendasikan ke nasabah apa yang cocok, ya mbujuk juga biar beli, tapi ya dikembalikan ke nasabahnya sih. Kalo cara menjaga hubungan baik sama nasabah itu ya melayani nasabah dengan baik dan seramah mungkin jadi kita mendapat kesan yang baik, memenuhi keinginan nasabah, kalo nasabah yang sudah lama ya saya biasanya lebih enak untuk crita – critanya, pokonya bikin nasabah nyaman sama kita pas dilayani, jadi nasabah e gak sungkan, gak malu juga. Dan kadang kalo ada nasabah yang membutuhkan hal yang lebih cuma belum belum puas saat itu saya ngasih nomer hp saya jadi kalo sewaktu – waktu nasabah butuh itu tinggal menggubungi saya”<sup>5</sup>

Hal serupa juga dijelaskan oleh Ria Pratiwi selaku *Branch Operational & Service Manager* BSI KCP Ngawi :

“kalo CS itu komunikasinya sama nasabah sudah baik, CS berkomunikasi sama nasabah itu santai gak terlihat bingung, tau apa yang harus dikerjakan apa yang harus dibicarakan dengan nasabah, memperkenalkan diri, menanyakan nama nasabah, kabar dan keadaan nasabah, juga bisa mengikuti kemauan nasabah, contohnya pas ketika nasabah gak bisa bahasa indonesia CS ya mengikuti pakak bahasa daerah jawa atau krama inggil, gestur tubuh juga terlihat tidak canggung.

Kalo untuk memotivasi nasabah itu ya membujuk nasabah, kudu pinter – pinter merayu nasabah, CS menjelaskan produk dan mengarahkan nasabah kalo nasabahnya bingung, contohnya pas nasabah pengen pembiayaan kan tetep datengnya ke CS dulu, nah itu nanti dijelaskan kalo udah milih baru di oper ke bagian yang menangani pembiayaan gitu. ya CS tetep menjaga hubungan sama nasabah agar nasabahnya gak pindah, yang dilakukan CS itu ya memberikan perhatian pada nasabah agar nasabahnya nyaman dan merasa dipentingkan.”<sup>6</sup>

Peneliti juga melakukan wawancara kepada siti asifah yang merupakan salah satu nasabah di BSI KCP Ngawi :

---

<sup>5</sup> Ariska Yuly, Wawancara, 16 April 2021

<sup>6</sup> Ria Pratiwi, Wawancara, 16 April 2021

“iya mbak, petugasnya menggunakan bahasa jawa karena saya awal ditanya itu menggunakan bahasa jawa, petugas e juga ramah, sopan. Pas saya mau buka tabungan itu juga dijelaskan tabungannya itu macamnya banyak dan dijelaskan satu – satu juga mbak, diterangkan biayanya, manfaatnya juga, oh iya juga ditawarkan kartu ATM juga mbak.”<sup>7</sup>

Peneliti juga melakukan wawancara kepada astutik yang merupakan salah satu nasabah di BSI KCP Ngawi :

“pas saya dilayani itu mbak petugasnya kalo menjelaskan enak mbk sudah jelas juga, saya juga dapat memehami dengan jelas yang dimaksud sama petugas e, cara komunikasinya memang sudah bagus sih mbak, terus juga tadi saya diberi pemahaman terkait informasi – informasi terbaru bank, kan dulu ini BRIS terus sekarang ganti BSI gitu mbak, tadi saya kan mau buat M – Banking nya ya itu di tunjun juga untuk download aplikasi, terus buat password juga mbak.”<sup>8</sup>

Dari hasil wawancara diatas, menurut CS kemampuan komunikasi yang efektif telah dilaksanakan dengan baik dan ketika melakukan komunikasi dengan nasabah informasi yang disampaikan dapat dipahami oleh nasabah, CS dalam berkomunikasi menggunakan bahasa verbal dan non verbal, dengan menggunakan bahasa indonesia, bahasa jawa, dan gestur tubuh, dan menurut nasabah CS juga telah mampu berkomunikasi yang efektif dan baik, ketika CS menjelaskan produk bank dan melayani nasabah menggunakan bahasa jawa yang disesuaikan dengan nasabah sehingga nasabah dapat mudah memahami dengan jelas. Dari hasil observasi peneliti CS memang sudah melakukan komunikasi yang efektif ketika melayani nasabah dengan

---

<sup>7</sup> Siti asifah, Wawancara, 21 September, 2020

<sup>8</sup> Astutik, Wawancara, 16 April 2021

selalu bisa mengikuti keinginan nasabah dan sabar ketika menjelaskan produk – produk bank.

Dan menurut CS kemampuan membangun motivasi agar nasabah bersedia membeli produk juga sudah dibangun dan dilaksanakan oleh CS ketika pelayanan berlangsung dengan melihat latar belakang nasabah sehingga CS dapat dengan mudah menawarkan produk yang sesuai dengan nasabah serta menjelaskan secara detail mengenai produk, dan membujuk nasabah agar bersedia membeli produk, dan menurut nasabah, CS memang sudah bisa membangun motivasi nasabah untuk membeli produk karena ketika pelayanan CS merekomendasikan produk yang cocok, menawarkan ATM, M – Banking, serta kemudahan – kemudahan lainnya. Dan dari hasil observasi memang CS telah berusaha membangun motivasi dengan nasabah sebaik mungkin dan perkataan CS telah sesuai dengan observasi peneliti.

Kemudian dalam hal kemampuan membangun hubungan baik dengan nasabah menurut CS, CS juga telah melaksanakan hal tersebut dengan melayani nasabah seramah mungkin, memenuhi keinginan nasabah, dan terkadang CS juga memberikan nomorya untuk keperluan nasabah. Dan menurut *Branch Operational & Service manager* CS memang telah membangun dan menjaga hubungan baik dengan nasabah sebaik mungkin, CS selalu memberikan perhatian pada nasabah agar nasabah nyaman. Dan dari hasil observasi peneliti CS

memang telah membangun serta menjaga hubungan baik dengan nasabah baru atau pun nasabah baru.

## 2. Sikap (*Attitude*)

Dalam pelayanan prima sikap (*attitude*) *customer service* merupakan poin yang tidak kalah penting karena sikap inilah yang nantinya akan ditonjolkan ketika melayani nasabah. Untuk mengetahui sikap *customer service* saat melayani nasabah peneliti melakukan wawancara dengan Ariska Yuly selaku *customer service* Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ngawi :

“sikap nya ya hormat kepada nasabah mbak, selalu ramah, selalu senyum walau saat ini pakek masker, sopan santun, dan menghormati nasabah, juga menunjukkan rasa empati sama sabar gak boleh gampang emosi. Nah pas covid ini sikap CS sendiri juga harus wasdapa terhadap nasabah bagaimana pun juga saat ini semua dituntut untuk mematuhi protokol kesehatan, tapi CS ya gak boleh menunjukan sikap yang grasak-grusuk itu, harus tetap santai, saat melayani nasabah. Biasanya kalo enggak pakek masker itu CS harus murah senyum gak boleh mrenget, nah pas pakek masker ini lebih ke menggunakan kalimat – kalimat yang menunjukan ramah dan sopan sih mbak, seperti “iya, bapak/ibu”, “enggeh buk/pak” dengan nada suara yang lembut dan halus. Sikap menghargai yang ditunjukkan CS itu contoh kecilnya mendengarkan nasabah dan fokus kepada nasabah pada saat nasabah menyampaikan keinginan sama keluhannya meskipun di *bakhall* itu banyak orang sama antrian, menghormati nasabah walau kadang nasabahnya umurnya dibawah saya, menawarkan solusi sama bantuan pas nasabah kesulitan, cepat respon pas nasabah datang jadi nasabah tidak harus menunggu. Juga harus selalu peka dengan keadaan nasabah jadi ya harus memiliki rasa simpati.”<sup>9</sup>

Peneliti juga melakukan wawancara kepada Diyan Rara selaku *teller* Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ngawi :

---

<sup>9</sup> Ariska Yuly, Wawancara, 10 September 2020

“oh iya sikap itu penting bagi pelayanan, entah itu pelayanan yang dari teller, atau CS, karena jika sikap kita baik nasabah akan merasa senang, dan pelayanan yang baik itu merupakan bentuk citra perusahaan baik pula. Sikapnya CS saat melayani nasabah sudah terlihat sabar, sabar pas melayani, selalu ramah, sopan sama nasabah dan tersenyum, tapi kalo pakai masker enggak kelihatan, pas pakai masker ini lebih menunjukkan kerahaman dalam pelayanan itu ke nada intonasi suaranya, oh iya sama lebih sabar pas nasabah minta mengulangi kalimat yang kita ucapkan, apa lagi kalo risiko di CS itu pas menjelaskan bagian yang panjang kan harus mengulangi karena enggak pakai masker, jadi harus lebih rekoso dan ekstra sabar.”<sup>10</sup>

Pendapat lain juga disampaikan oleh salah satu nasabah yaitu siti asifah yang mengatakan bahwa *customer servis* sedikit kurang sopan pada saat pelayanan berlangsung, seperti yang dikatakan pada wawancara :

“sikapnya petugas CS itu sebenarnya sudah ramah mbak, sopan baik, tutur kata nya juga sopan tapi menurut saya itu ada satu hal yang membuat saya kurang berkenan dan terkesan tidak sopan, petugas CS itu pas pelayanan sempat ke belakang (*backoffice*) itu tidak pamit dan tidak menyuruh menunggu sebentar, ternyata petugasnya pas kembali itu membawa kertas print – print an, jadi kayaknya pas belakang tadi itu ngambil print-print an itu mbk, kalo untuk keseluruhan sikapnya pas melayani saya sih baik mbk, tapi ya itu tadi alangkah baiknya pas mau pergi ke belakang itu menyuruh nasabah menunggu, jadi tidak langsung pergi saja.”<sup>11</sup>

Dari hasil wawancara dengan CS, sikap yang ditunjukkan untuk melayani nasabah sudah sebaik mungkin, selalu ramah dengan menggunakan tutur kata yang sopan, penuh simpatik serta bersikap menghargai nasabah. Sikap yang ditunjukkan CS itu selalu murah

---

<sup>10</sup> Diyan Rara, Wawancara, 15 September 2020

<sup>11</sup> Siti Asifah, Wawancara, 21 September 2020

senyum walaupun menggunakan masker, tidak gampang emosi ketika melayani nasabah, dan menggunakan kalimat – kalimat yang menunjukkan keramahannya dengan nada suara yang lembut dan halus. Serta sikap menghargai yang CS tunjukkan itu dengan selalu fokus kepada nasabah, mendengarkan keluhan nasabah, selalu merespon nasabah dan jangan sampai nasabah menunggu. Dan CS juga sudah berpenampilan rapi serta selalu berfikir positif dengan tidak memperlihatkan kekhawatirannya ketika melayani nasabah pada saat pandemi covid 19 ini, CS selalu santai sehingga tidak grasuk grusuk ketika melayani. Dan menurut nasabah sebenarnya sikap yang ditunjukkan CS untuk melayani nasabah itu sudah baik, ramah, serta tutur kata CS itu juga sudah baik dan sopan, namun CS kurang menunjukkan sikap menghargai terhadap nasabah, karena CS beberapa kali meninggalkan nasabah ke *backoffice* tanpa pamit atau tanpa kalimat menunggu kepada nasabah. Dan berdasarkan hasil observasi peneliti, sikap yang ditonjolkan oleh CS dalam melayani nasabah itu telah sesuai dengan apa yang dikatakan oleh CS dan Nasabah, bahwa CS telah menunjukkan sikap yang baik, ramah terhadap nasabah, serta sopan dengan menggunakan tutur kata yang baik, selalu murah senyum kepada nasabah, namun CS memang sering pergi ke *backoffice* dan meninggalkan nasabah tanpa kalimat untuk menunggu, hal ini karena dimeja CS tidak ada mesin printer jadi mengharuskan CS sering kali ke bagian *backoffice* untuk mencetak dan mengambil dokumen yang

dicetak. Dan CS juga selalu berpenampilan rapi sesuai standar kantor, dalam keadaan covid 19 ini CS lebih waspada terhadap interaksinya dengan nasabah namun CS tidak menunjukkan kekhawatirannya tetapi CS tetap bisa menunjukkan sikap santai dalam melayani nasabah.

### 3. Penampilan (*Appearance*)

Dalam perusahaan penampilan merupakan suatu hal penting dalam menunjang pelayanan prima, karena penampilan adalah hal yang dilihat pertama kali oleh nasabah, penampilan yang menarik akan menjadikan kesan yang baik bagi nasabah, seperti yang dijelaskan oleh Ria Pratiwi selaku ranch Operational & Service Manager BSI KCP Ngawi mengenai penampilan :

“penampilan fisik CS sudah memenuhi syarat seroang CS ya tinggi nya, berat badan ideal, dari segi wajah juga. Kalo untuk penampilan non fisik CS juga udah berpenampilan rapi, wangi, menggunakan seragam hari senin sampai jumat sesuai aturan, sudah mencerminkan kredibilitas seorang CS juga. Nah pas covid ini aturannya wajib pakai masker dan sarung tangan, juga ada batas akrilik dimejanya CS, masker juga sudah disediakan oleh kantor, tapi memang risiko gak pakai sarung tangan, karena kan memang menghambat kinerja ya tapi harusnya kalo ngikut aturan ya pakek”<sup>12</sup>

Peneliti juga melakukan wawancara dengan Ariska Yuli selaku *customer service* BSI KCP Ngawi :

“ untuk penampilan fisik CS itu termasuk ke dalam syarat untuk jadi CS sih mbak, ya tinggi, berat badannya ideal, dari wajahnya harus mendukung, kalo saya tingginya 165, berat badan sekitar 60 an, kalo wajah ya gini tapi juga harus pakek *makeup* yang ti pis gak boleh menor, harus pakai *hils* minimal 3 – 5 cm juga biar lebih tinggi, sehat juga harus itu. Kalo penampilan non sifiknya ya rapi dan bersih,

---

<sup>12</sup> Ria Pratiwi, wawancara, 21 September 2020

tentunya juga mengikuti jadwal seragam dari kantor, nah kalo seragamnya untuk hari senin itu memakai seragam kantor blazer itu, selasa – rabu itu menggunakan batik, batiknya terserah tapi ya harus senada warnanya dengan rara di teller karena kan didepan tapi biasanya rata – rata pakai warna coklat, kalo Kamis – jumat itu menggunakan setelan casual bebas rapi ya tapi ini juga harus sama warnannya semua karyawan biasanya atasan putih bawahan jeans dan juga ketika ada peringatan hari besar apa pasti juga menyesuaikan, contoh pas 17 agustus karyawan memakai baju yang bertema merah putih, pas hari pahlawan atau kartini biasanya juga menggunakan baju kebaya dan lainnya, kalo untuk aturan tata rias dan yang lainnya ada dibuku. Nah kalo pas covid ini kan harus mematuhi protokol kesehatan jadi CS wajib menggunakan masker, memakai sarung tangan, juga ada pembatas akrilik antara nasabah sama CS, tapi saya enggak pakai sarung tangan karena susah kan harus nulis, harus fotocopy dan lainnya, tapi dimeja saya ada *hand sanitizer* kok sering pakai itu saya pas setelah melayani selesai.”<sup>13</sup>

Dari hasil wawancara dengan CS, menurutnya penampilan fisik dan non fisik CS telah sesuai dengan standar kantor dan mampu menggambarkan kredibilitasnya sebagai CS, dan penampilan yang ditunjukkan pada saat covid 19 ini juga telah dapat mencegah penularan covid 19 dengan menggunakan masker, ada pembatas akrilik di meja Cs, namun CS tidak menggunakan sarung tangan dalam pelayanan karena menurutnya akan memperngaruhi kecepatan dalam melakukan pelayanan seperti menulis, membuka dokumen, memfocopy dokumen, dll. Tapi sebagai gantinya CS menyediakan *handsanitizer* dimeja kerjanya. Dan Menurut *Branch Operational & Service Manager* memang penampilan fisik dari CS telah sesuai dengan aturan kantor,

---

<sup>13</sup> Ariska Yuly, Wawancara, 10 September 2020

tinggi badan, berat badan, dan segi wajah sudah ideal dengan kriteria seorang CS, begitupun dengan penampilan non fisik CS juga sudah sesuai dengan aturan kantor, dalam berusana, tata rias, dan penggunaan aksesoris juga telah mengikuti aturan kantor, sedangkan untuk peraturan penampilan saat covid 19 ini Cs sudah menggunakan masker, dan Cs memang tidak menggunakan sarung tangan. Dan dari hasil observasi peneliti apa yang dikatakan oleh CS dan Menurut *Branch Operational & Service Manager* terkait penampilan dari CS telah sesuai dan benar dengan keadaan sesungguhnya.

#### 4. Perhatian (*Attention*)

Penerapan perhatian oleh *customer sevice* pada saat melayani nasabah harus benar – benar diperhatikan karena perhatian yang diberikan kepada nasabah akan menjadikan sesuatu hal yang berkesan bagi nasabah, nasabah akan merasa diperhatikan segala kebutuhannya dan nasabah akan merasa nyaman. Peneliti melakukan wawancara kepada Ariska yuli selaku *customer sevice* BSI KCP Ngawi tentang penerapan perhatian kepada nasabah :

“ya memberikan perhatian-perhatian kecil kepada nasabah, contohnya pas nasabah datang itu kita menanyakan nama nasabah ya, kemudian ditanya apa kabar pak/buk (menyebutkan nama nasabah) ? bagaimana hari ini ? habis dari mana pak/buk ? kalo cuaca diluar panas atau hujan ya oh diluar hujan ya buk ? seperti itu mbak pokoknya menyampaikan kalimat – kalimat mengakrabkan, jadi pas ketika nasabah datang ini kita harus seger menyesuaikan diri dengan nasabah, harus memperhatikan kira – kira nasabah yang seperti apa yang sedang kita layani ini, contohnya ketika nasabah itu pegawai kantor kita tanya seputar kehidupan kantor misalnya lagi isitirahat pak/buk ? atau lagi ijin kantor nggeh pak/buk ? gitu mbak ya harus segera menyesuaikan nasabah. Nah

untuk memenuhi kebutuhan nasabah, saya menanyakan keperluan nasabah, kebutuhan apa atau keinginan nasabah itu apa, setelah itu kita menjelaskan dan memberikan solusi terhadap kebutuhan nasabah dengan menyesuaikan produk yang kita miliki jadi nanti nak nasabah merasa cocok dengan produk kita gitu. Kalo perhatian pas nasabah bingung itu ya ditanya, kan biasanya pas nasabah bingung itu terlihat dari cara dia bertindak atau cara ngomongnya, jadi saya ya langsung tanya apa ada yang bingung, jika memang ada yang bingung ya saya menjelaskan pelan – pelan sama dengan menunjukkan dan menunjukkan marketing kit yang ada dikomputer, jadi sambil dijelaskan dengan menunjukkan itu jadi insyallah lebih jelas. Mengamati iya, menghargai juga iya ya seperti yang saya jelaskan tadi sama ngasih tau nasabah kalo maskernya dicopot saya suruh pakai lagi dengan nada yang sopan dan juga mengingatkan untuk selalu menjaga kesehatan. .”<sup>14</sup>

Peneliti juga melakukan wawancara kepada nasabah mengenai perhatian *customer service* yang diberikan pada nasabah, menurut astutik :

“ya iya mbak petugasnya sangat perhatian dan baik, pas baru datang di mejanya itu langsung disambut dengan salam, dan menanyakan nama saya, kabar juga, enak gitu mbak cara melayaninya jadi saya juga gak takut atau malu – malu. Dan langsung bertanya saya butuh apa gitu, didengarkan pas saya ngomong.”<sup>15</sup>

Menurut siti asifah :

“ perhatiannya itu ya menanyakan kabar, bagaimana cuaca hari ini, ya semacam itu mbak, dan juga selalu menanyakan bagian mana yang belum paham ketika pas dijelaskan, pas saya bingung mau buka tabungan yang mana itu mbak petugasnya ya ngerti yang cocok sama keadaan saya yang mana gitu mbak, jadi diarahkan juga, sudah sangat perhatian mbak petugasnya, baik juga.”<sup>16</sup>

---

<sup>14</sup> Ariska Yuly, Wawancara, 16 April 2021

<sup>15</sup> Astutik, Wawancara, 16 April 2021

<sup>16</sup> Siti Asifah, Wawancara, 21 September 2020

Dari wawancara diatas, menurut CS perhatian yang dinerikan kepada nasabah sudah seaksimal mungkin untuk membuat nasabah merasa nyaman, CS telah memberikan perhatian untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan menyanyakan apa kebutuhan nasabah ketika pelayanan, menjelaskan dan memberikan solusi kepada nasabah, dan CS juga selalu mendengarkan dan memahami kebutuhan nasabah dengan cara mendengarkan nasabah ketika berbicara dengan sabar, mengamati perilaku nasabah serta menghargainya dengan cara peka ketika nasabah merasa bingung dan, dan CS juga selalu mencurahkan perhatiannya kepada nasabah dengan selalu menanyakan kabar, keadaan nasabah hari ini, mengingatkan untuk selalu memakai masker dan untuk selalu menjaga kesehatan. Menurut nasabah, perhatian yang diberikan CS memang sudah sesuai dengan apa yang katakan CS, CS sudah berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan selalu menanyakan kebutuhan, menanyakan bagaimana yang bingung, menjelaskan kepada nasabah, ketika nasabah berbicara itu juga didengarkan, dan CS juga mencurahkan perhatiannya dengan menanyakan kabar, cuaca hari ini, dan lainnya. Sedangkan dari hasil observasi peneliti, semua perhatian yang diberikan Cs kepada nasabah dalam pelayanan telah sesuai apa yang dikatakan oleh nasabah dan CS. CS memberikan perhatian penuh kepada nasabah agar nasabah merasa nyaman dan puas terhadap pelayanan dari CS.

## 5. Tindakan (*Action*)

Tindakan seorang *customer service* sangat penting dijaga, karena jika *customer service* salah dalam melakukan tindakan kepada nasabah maka nasabah akan merasa tersinggung dan enggan untuk kembali ke bank. Maka *customer servis* diharapkan selalu konsentrasi dan fokus terhadap kerjanya. Seperti yang dijelaskan oleh Ariska yuli selaku *customer sevice* BSI KCP Ngawi dalam wawancara dengan peneliti :

“*customer service* pas melayani nasabah ya cekatan dalam bertindak, maunya nasabah gimana, terus menanggapi apa yang nasabah keluhkan. Ya hampir sama dengan memberikan perlakuan yang baiklah, tindakan saya pas nasabah datang itu memberi greating awal jadi pas nasabah datang itu saya berdiri mengucapkan salam dengan tangan di depan dada karena kan kita syariah jadi gak boleh salaman walaupun dengan perempuan sekalipun, memperkenalkan diri, setelah itu kita bertanya nama nasabah dan selama proses pelayanan transaksi kita gak harus menyebutkan nama nasabah dengan awalan buk/pak gitu, terus ya ketika proses melayani selesai kita juga melakukan ucapan greating akhir dengan ucapan terimakasih dan semoga berkah ya hal-hal seperti itulah, dan tindakan CS itu sebenarnya mempengaruhi keberlanjutan nasabah akan menjadi nasabah tetap atau tidak, jadi saya itu harus bertindak sebaik mungkin, saya juga mencatat apa yang diinginkan nasabah atau biasanya saya mencatat terkait data dokumen dari nasabah, ketika nasabah perlu apa kita ya semaksimal mungkin harus penuhi, bagaimana ketika nasabah komplain juga kita harus bertindak sebaik mungkin. Nah pas ketika nasabah bingung saya ya harus cepet – cepet ngespon tanya bagian mana yang kurang jelas dan saya ya menjelaskan lagi mbak. Kalo ada nasabah yang komplain itu pertama kita tetep harus welcome, gak boleh panik, ya didengarkan sampai nasabah selesai, jika sudah selesai, meminta maaf telah terjadi ketidaknyamanan, terus saya identifikasi komplain nasabah itu ini jadi hal yang akan saya lakukan itu ini. baru saya kasih solusi kalo memang komplain itu bisa diselesaikan saat itu ya diselesaikan saat itu juga, kalo memang harus ada bantuan dari supervisor atau bidang lain atau bahkan

pimpinan pun ya saya sampaikan konfirmasi, jadi gak saya selesaikan sendiri, dan kalo emang perlu bantuan bidang lain ya saya sampaikan ke nasabah untuk menunggu, contohnya komplain kegagalan transaksi itu kan emang penyelesaian komplain nya nanti di input dulu kompalannya nasabah maksimal 21 hari kerja disampikan apa adanya supaya ada kepastian untuk nasabah. Tentunya tindakan saya untuk melayani nasabah cepat tanggap, dan tepat, gak boleh ditunda – tunda.”<sup>17</sup>

Hal serupa juga dikatakan oleh Diyan Rara selaku *teller* Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ngawi mengenai tindakan (*action*) :

“tindakan pas ketika di *teller* atau di *customer service* itu kurang lebih sama ya mbak, ya tindakan yang kita berikan itu agar menyenangkan nasabah contohnya tindakan senyum, sapa, salam kepada nasabah itu jangan lupa, karena senyum kan menandakan kita petugas ramah, sapa itu untuk kita mengetahui tentang nasabah misal menanyakan kabar, menanyakan nama, kemudian salam itu pemberian *greeting* awal dan *greeting* akhir itu sesuai SOP. Dan tindakan petugas yang memberi pelayanan langsung pada nasabah itu harus cekatan, tanggap, misal kalo di *teller* itu setiap transaksi ada waktunya sendiri, misal setor tunai minimal 2 – 3 menit maksimal 5-6 menit, di CS pun tentunya juga gitu ya ketika ada nasabah mau membuka rekening itu tentunya dalam proses pelayanan juga gak boleh lama dan harus benar, tapi kadang juga tergantung keluhan nasabah kalo di CS itu mbak intinya dalam pelayanan itu harus cepat dan benar, juga jangan lupa kerjasama dengan petugas lainnya, misal kalo ada nasabah datang ke *teller* tapi ternyata harusnya dia transaksinya lebih ke CS ya kita arahkan ke CS begitupun sebaliknya. Nah kalo tindakan yang dilakukan oleh CS itu menurut saya juga sudah sebagaimana mestinya melayani nasabah.”<sup>18</sup>

Penjelasan lain juga dipaparkan oleh Ria Pratiwi selaku *Branch Operational & Service Manager* BSI KCP Ngawi mengenai tindakan yang dilakukan CS ketika melayani nasabah :

<sup>17</sup> Ariska Yuly, Wawancara, 16 April 2021

<sup>18</sup> Diyan rara, Wawancara, 15 September 2020

“untuk tindakan sebenarnya juga sudah diatur oleh SOP kantor, ya CS tinggal menjalankan sesuai SOP nya, tetapi ya kewajiban CS harus bertindak sesuai keadaan seperti apa ketika nasabah ada suatu masalah yang tidak diduga. Cs sudah bersikap tenang dalam menjelaskan mengenai produk bank dan bertindak apa pun agar tidak terjadi kesalahan, Cs juga bertindak untuk melayani nasabah dengan mencatat dan menyediakan kebutuhan nasabah, memberikan greting awal dan akhir, serta ucapan terimakasih”<sup>19</sup>

Kemudian peneliti juga melakukan wawancara dengan siti asifah selaku nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ngawi :

“oh iya mbak, pas pertama saya dipanggil nomer urutan saya itu mbak petugasnya langsung *assalamualaikum* menyebutkan nama mbak nya namanya mbak riska, terus tanya nama saya, ya seperti tadi mbak tanya keadaan saya, baru menanyakan keperluan saya gitu, setelah saya ngomong, petugasnya langsung mencatat nomer KTP saya sambil njelaskan tentang tabungan gitu mbak. Tapi pas menjelaskan itu suaranya sedikit enggak kedengaran mbk karena kan petugasnya memakai masker jadi saya minta diulangi lagi dan petugasnya mau mengulai tapi agak pelan dan suaranya juga lebih keras.”<sup>20</sup>

Dan peneliti juga melakukan wawancara dengan astutik selaku nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ngawi :

“tindakannya CS pas saya dateng itu langsung berdiri, salam, dan memperkenalkan diri, setelah itu tanya nasabah, lalu apa yang bisa dibantu, terus pas saya ngomong itu didedengarkan, kebetulan saya pas mau buka rekening, nah setelah itu dijelaskan macam- macam tabungan beserta manfaat, biaya, pokoknya semua yang berkaitan dengan tabungan, terus disuruh milih, kebetulan saya mau buka tabungan impian, terus mbaknya meinta KTP, sama KK untuk persyaratannya, kemudian diproses, terus juga ditawarkan ATM sama M – Bangking juga

---

<sup>19</sup> Ria Pratiwi, Wawancara, 15 September 2020

<sup>20</sup> Siti Asifah, Wawancara, Wawancara, 21 September 2020

mbak, pokoknya tindakannya pas melayani itu baik mbak, jadi saya yang seneng.”<sup>21</sup>

Dari wawancara diatas, menurut CS tindakan yang dilakukannya telah sesuai dengan aturan dan tindakanya berupa menerapkan 3S, senyum, sapa, salam. Dalam melayani harus selalu tersenyum, menyapa nasabah dengan menanyakan nama nasabah dan memanggil nasabah dengan namanya dan diawali bapak / ibu, CS selalu memberikan greting awal dan greting akhir dalam setiap melayani nasabah, mencatat kebutuhan nasabah seperti data diri nasabah dan mencatat hal apa yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan nasabah, menyediakan kebutuhan nasabah seperti ketika nasabah komplain itu selalu direspon dengan cepat dan ditangani dengan sebaik mungkin serta diproses sesuai aturan kantor, mengkonfirmasi pesanan nasabah apakah sudah sesuai atau belum, dan CS juga memberikan penjelasan spesifik terkait produk yang akan dibeli nasabah. Menurut *Branch Operational & Service Manager*, tindakan CS sudah diatur SOP kantor dan tindakan CS sudah sesuai, CS sudah bertindak sesuai keadaan nasabah sehingga tidak menimbulkan masalah bagi nasabah, bersikap tenang, menjelaskan mengenai produk, mencatat dan menyediakan kebutuhan nasabah, serta memberikan greting awal, greting akhir dan ucapan terimakasih.

Menurut nasabah, tindakan yang dilakukan CS dalam pelayanan itu secara garis besar sudah baik, sudah memberikan greting awal dan

---

<sup>21</sup> Astutik, Wawancara , 16 April 2021

greeting akhir, mencatat hal yang berkaitan dengan pemenuhan layanan, membantu nasabah ketika mengalami kesulitan, dan juga CS cepat bertindak ketika nasabah meminta mengulangi menjelaskan spesifikasi produk karena suara nasabah tidak terdengar karena ada pembatas akrilik dan CS menggunakan masker.

Berdasarkan hasil observasi peneliti tindakan (*action*) CS dalam memberikan pelayanan kepada nasabah sesuai SOP bank, dan sesuai apay yang telah CS, *Branch Operational & Service Manager* , dan nasabah katakan dengan tetap memperhatikan kenyamanan nasabah dan CS bertindak sesuai apa yang diinginkan nasabah, serta selalu cepat tanggap dalam merspon apa yang dibutuhkan nasabah.

#### 6. Tanggung Jawab (*Accountability*)

Untuk mengetahui penerapan tanggung jawab *customer service* dalam pelayanan prima peneliti melakukan wawancara dengan Ria Pratiwi selaku *Branch Operational & Service Manager* BSI KCP Ngawi :

“setiap petugas *fronliner* itu harus memiliki tanggung jawab atas apa yang dikerjakan ya mbak, karena itu merupakan kewajiban juga, nah kalo CS itu bertanggungjawab dari awal nasabah datang sampai nasabah pulang, CS bertanggungjawab atas proses pelayanan yang diperlukan nasabah pas deteng ke CS, entah itu mau buka tabungan, tanya tentang pembiayaan, semua awalnya di CS mbak, walaupun nantinya nasabah itu nanti bukan menjadi nasabah CS tapi lebih ke pembiayaan. Dan CS juga sudah bertanggungjawab atas itu, juga kadang kerjasama sama rara juga kalo ada masalah.”<sup>22</sup>

---

<sup>22</sup> Ria Pratiwi, Wawancara, 15 September 2020

Dan juga dijelaskan oleh Ariska Yuli selaku *customer service* BSI KCP

Ngawi :

“ bentuk tanggungjawabnya ya melayani nasabah dari pas dateng sampe selesai, memastikan kalo kebutuhan nasabah itu sudah saya tangani sampe selesai dan enggak ada kendala, tidak maerugikan nasabah juga, dan kalo bisa diselesaikan saat itu juga jadi *one set servie* . contohnya pas ada komplain saya bertanggungjawab menyelesaikan hal tersebut, oh iya juga pas kemarin itu kan server lagi ada masalah jadi mempengaruhi pelayanan dan tidak bisa melakukan transaksi jadi ya saya memberitahukan hal tersebut sama nasabah, minta maaf dulu karena tidak bisa melakukan transaksi. Kalo kerjasama itu iya, contohnya pas pembukaan rekening, pas penerbitan ATM it harus otorisasi oleh supervisor, lalu setoran awal itu itu setornya di CS tapi pas akhir hari itu saya setornya ke teller jadi semua pekerjaan di CS itu berkesinambungan dengan pegawai lain terutama dengan atasan. kalo cara yang saya lakukan untuk membuat nasabah percaya itu yang dengan diyakinkan, sama kata – kata yang dipakek itu harus meyakinkan bahwa saya dan bank memang dapat dipercaya untuk kerahasiaan dokumen nasabah, ya gak mungkin juga kalo saya mau membocorkan dokumen nasabah contohnya pas nasabah membuat PIN atm kan saya enggak lihat, hanya nasabah yang tahu. sama data – data nasabah itu setelah di input dan dicetak kemudian disimpan di laci CS kemudian pas akhir haru baru *fileling* <sup>23</sup>

Dan peneliti juga melakukan wawancara kepada siti asifah nasabah BSI KCP Ngawi :

“tadi kan dijelaskan tabungan yang cocok dengan keadaan saya mbak, saya diarahkan mau memilih tabungan yang mana, jadi saya lebih merasa aman mau menabung di sini mbak, lebih percaya saja karena dari awal petugasnya sangat antusias gitu, semoga cocoklah menabung di sini mbak.”<sup>24</sup>

<sup>23</sup> Ariska Yuly, wawancara 16 April 2021

<sup>24</sup> Siti Asifah, Wawancara 21 September 2020

Dan peneliti juga melakukan wawancara kepada astutik nasabah

BSI KCP Ngawi :

“menurut saya mbak petugasnya sudah bertanggungjawab semaksimal mungkin untuk melayani saya tadi mbak, mulai saya bilang mau buat M – banking itu ya di tuntun gitu cara daftar e, cara ngisinya gimana juga, trus tadi ya pas buat PIN mbak nya bilang yang mudah diingat aja buk gitu mbak. Kalo menurut saya ya insyallah mbaknya dapat dipercaya, amanah juga mbak, baik kok, ramah juga.”

Dari hasil wawancara diatas, menurut CS tanggungjawabnya dalam melayani nasabah telah dilakukan semaksimal mungkin dengan cara CS menerima nasabah dan melayani nasabah dari awal hingga akhir atau *one set service* dan diselesaikan dengan baik dan benar tanpa merugikan nasabah dan bank. CS juga selalu bekerjasama dengan pegawai lain untuk melayani nasabah atau mengatasi komplain dari nasabah, CS juga mampu menumbuhkan kepercayaan nasabah terhadap CS dan bank, CS juga dapat menjamin dapat menjaga kerahasiaan dokumen nasabah dengan aman karena setiap dokumen yang masuk akan di input dan filing. Menurut *Branch Operational & Service Manager* tanggungjawab CS itu merupakan kewajiban saat melayani nasabah, CS bertanggungjawab melayani nasabah dari datang sampai pulang, CS bertanggungjawab melayani semua nasabah walupun nantinya nasabah itu nanti akan menjadi nasabah marketing atau melakukan pembiayaan, dan juga harus bekerjasama dengan pegawai lainnya. Menurut nasabah, CS telah bertanggungjawab dari nasabah datang mengutarakan keperluannya hingga keperluan nasabah terpenuhi dengan benar, dan nasabah juga

merasa percaya terhadap sikap dan tindakan CS ketika melayani nasabah dengan baik dan hal ini yang menjadikan nasabah merasa aman terhadap kerahasiaan datanya. Dari hasil observasi peneliti, dalam melayani nasabah CS telah melaksanakan tanggungjawabnya sesuai apa yang dikatakan CS dan nasabah.

### **C. Analisis Data Implementasi *Service Excellence* Oleh *Customer Service* Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi Pada Saat Pandemi Covid 19**

#### **1. Kemampuan (*Ability*)**

Penerapan kemampuan (*Ability*) yang dilakukan *customer service* pada saat pandemi covid 19 yaitu *customer service* menghadapi dan melayani nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ngawi dengan melakukan komunikasi yang efektif, memperhatikan waktu setiap transaksi dan menyampaikan informasi dengan benar dan dapat dipahami oleh nasabah, *customer service* dalam melakukan komunikasi menggunakan bahasa verbal dan non verbal. Bahasa verbal *customer service* memakai bahasa Indonesia dan terkadang *customer service* juga menggunakan bahasa daerah yaitu bahasa Jawa alus atau krama inggil hal ini dilakukan karena banyaknya nasabah yang lebih nyaman menggunakan bahasa Jawa sehingga *customer service* juga mengikuti kemauan nasabah, *customer service* juga menggunakan bahasa non verbal dengan gerak-gerik tubuh, mimik muka yang mana untuk mencerminkan rasa hormat dengan tunduk dan menempatkan tangan di depan dada ketika mengucapkan salam dan

mengucapkan terimakasih. *Customer service* juga mampu menjelaskan semua tentang informasi mengenai produk – produk bank diantaranya mampu menjelaskan macam – macam produk yang dimiliki oleh BSI KCP Ngawi dan juga selalu melihat latar belakang nasabah untuk memudahkan *customer service* menawarkan produk dan merekomendasikan produk yang cocok dengan nasabah serta menjelaskan keunggulan – keunggulan dari berbagai macam produk. *Customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi juga selalu memperhatikan dan menjaga hubungannya dengan nasabah, *customer service* melayani dengan baik, memenuhi keinginan nasabah serta memberikan nomor HP nya untuk keperluan komunikasi terkait keperluan nasabah jika sewaktu – waktu ada hal yang ingin ditanyakan.

Kemampuan (*Ability*) adalah pengetahuan dan keterampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang program pelayanan prima, yang meliputi kemampuan dalam bidang kerja yang ditekuni, melaksanakan komunikasi yang efektif, membangun motivasi, dan mengembangkan *public relation* sebagai instrument dalam membina hubungan baik dengan para pelanggan internal atau eksternal organisasi atau perusahaan.<sup>25</sup> Selain memiliki kemampuan *customer service* juga memiliki tugas sebagai *resepsionis, deksman, salesmen, customer relation officer*, dan komunikator.<sup>26</sup>

---

<sup>25</sup> Adya Atep Brata, *Dasar – dasar Pelayanan Prima*,(Jakarta : PT. Alex Media Komputindo, 2003), 31

<sup>26</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan.*, 251-252.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat dianalisis bahwa kemampuan *customer service* dalam menjalankan pelayanan prima di masa pandemi covid 19 ini tidak jauh berbeda dengan keadaan ketika tidak ada pandemi covid 19 maka dapat dikatakan bahwa kemampuan *customer service* telah sesuai dengan teori kemampuan dalam *service excellence* selain itu *customer service* juga telah menjalankan tugas sebagai *resepsionis, deksman, salesmen, customer relation officer*, dan komunikator dengan baik.

*Customer service* BSI KCP Ngawi telah melakukan komunikasi yang efektif dan baik dengan menggunakan bahasa verbal dan non verbal sehingga mampu mengikuti keinginan dan kenyamanan nasabah dan informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik dan mudah dipahami oleh nasabah, kemampuan yang dimiliki *customer service* saat terjadi pandemi covid 19 ini yaitu *customer service* mampu menyesuaikan komunikasi dengan nasabah, *customer service* dan nasabah harus menggunakan masker ketika proses pelayanan sehingga hal ini menghambat komunikasi diantara keduanya namun *customer service* mampu mengatasi hal ini serta *customer service* juga bersikap baik dan ramah, cara berbicara juga sopan sehingga dapat dengan mudah dipahami oleh nasabah hal ini merupakan *customer service* telah menerapkan kemampuan cara berkomunikasi yang efektif dan baik.

Kemampuan dalam memotivasi nasabah juga terlihat ketika *customer service* mampu mengidentifikasi latar belakang nasabah

sehingga *customer service* mampu menjelaskan mengenai informasi produk dari manfaat, keunggulan sampai kelemahan masing – masing produk, merekomendasikan produk sesuai dengan latar belakang nasabah , *customer service* melakukan pendekatan terhadap nasabah dengan memberi saran produk apa yang sebaiknya diambil, dan saling berdiskusi dengan nasabah mengenai produk bank sehingga nasabah bersedia membeli produk dan melakukan transaksi hal ini merupakan implementasi dari kemampuan *customer service* memiliki pengetahuan dan kemampuan menjelaskan semua produk bank, serta membangun motivasi. Dengan kemampuan pengetahuan dan cara melayani dengan baik yang dimiliki *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi mampu menjaga hubungan baik dengan nasabah baru ataupun nasabah lama sehingga citra perusahaan akan baik dimata nasabah.

Selain kemampuan yang dimiliki oleh *customer service* dalam pelayanan prima, *customer service* juga telah menjalankan tugasnya sebagai *receptionis, deksman, salesmen, customer relation officer*, dan komunikator. Sebagai *receptionis customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi telah mengimplementasikan tugas dengan baik dari menerima nasabah dan melayani nasabah dengan ramah, sopan, dan memberikan perhatian serta mampu mengikuti dan menyesuaikan diri dengan nasabah. Sebagai *deksman customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi telah memberikan informasi mengenai produk bank, menjelaskan manfaat, keunggulan, dan kelemahan produk bank

kepada nasabah, dan melayani nasabah dengan bersungguh – sungguh. Sebagai *salesman customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi telah menjual produk kepada nasabah, mendekati nasabah dan membujuk nasabah agar bersedia membeli produk bank, serta *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi juga mampu mengatasi masalah yang terjadi. Sebagai *customer relation officer customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi selalu menjaga hubungan dengan nasabah baru maupun nasabah lama, dan menjadikan nasabah sebagai yang utama agar merasa dipentingkan hal ini dilakukan *customer service* untuk menjaga *image* atau citra baik perusahaan dan kenyamanan serta kepuasan nasabah. Dan kemudian sebagai komunikator *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi telah melakukan komunikasi yang efektif dan baik, memberikan semua informasi yang dibutuhkan nasabah, *customer service* mampu berkomunikasi sesuai yang diinginkan nasabah dan di masa pandemi covid 19 ini *customer service* juga mampu menyesuaikan komunikasi dengan nasabah karena harus menaati aturan protokol kesehatan yaitu dengan menggunakan masker yang menjadikan komunikasi antara *customer service* dan nasabah sedikit terganggu.

Dengan kemampuan yang miliki dan dijalankan oleh *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi dalam pelayanan prima pada saat pandemi covid 19 telah mampu memberikan kepuasan kepada

nasabah, nasabah merasa nyaman dan puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh *customer service*.

## 2. Sikap (*Attitude*)

Sikap yang ditampilkan *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi pada masa pandemi covid 19 ini yaitu tetap mencerminkan sikap yang baik, ramah, sopan santun, penuh simpatik, serta menghormati nasabah, dan juga selalu berpenampilan rapi serta selalu mencerminkan berfisik positif, namun dalam wawancaranya *customer service* lebih mewaspadaai setiap nasabah yang datang karena adanya pandemi covid 19 ini dengan cara *customer service* lebih sering mencuci tangan atau memakai *handsanitizer* ketika telah selesai melakukan pelayanan dan juga di meja *customer service* juga telah tersedia *handsanitizer* bila mana nasabah ingin menggunakan juga, tetapi sikap yang ditunjukkan *customer service* kepada nasabah tetap tidak grasak grusuk saat melayani nasabah. Pada saat pelayanan *customer service* kurang mencerminkan sikap menghargai nasabah yang sedang dilayani dengan seringkalinya *customer service* meninggalkan nasabah ke bagian *backoffice* tanpa pamit atau tanpa kalimat yang mengharuskan nasabah untuk menunggu, dan hal ini mengakibatkan nasabah merasa kurang dihargai keberadaanya, dari hasil pengamatan peneliti memang di meja kerja *customer service* tidak adanya mesin printer untuk menunjang pelayanan prima kepada nasabah dan sehingga menjadikan *customer service* sedikit lalai akan

sikap menghargai nasabah yang seringkali meninggalkan nasabah ke bagian *backoffice* untuk mengambil dokumen yang telah diprint atau dicetak tersebut.

Namun sebenarnya *customer service* Bank Syariah KCP Ngawi telah mengupayakan untuk mencerminkan sikap yang ramah, baik, sopan santun dengan menggunakan tutur kata yang baik dan sopan, dan sikap menghargai nasabah, dan tetap mencerminkan sikap serta perangai yang santai dalam melayani nasabah walaupun adanya keterbatasan yaitu protokol pencegahan covid 19 misalnya *customer service* tetap mencerminkan sikap murah senyumnya dengan menggunakan gestur tubuh dan lebih menekankan pada intonasi suara yang lebih kalem agar tekesan murah senyum dan tetap menghormati nasabah dengan gerakan tangan didada, kalimat – kalimat yang menunjukkan ramah dan sopan serta tetap menghormati nasabah , seperti “iya, bapak/ibu”, “enggeh buk/pak” dengan nada suara yang lembut dan halus.

Sikap (*Attitude*) sendiri dapat diartikan sebagai perilaku yang ditunjukkan *customer service* ketika menghadapi nasabah, yang menerapkan sikap baik, ramah dengan tutur kata yang santun, penuh simpatik, dan bersikap menghargai, juga dapat dilihat dari penampilan yang sopan dan serasi, selalu berfikir positif dan tidak boleh bersikap apriori yaitu dengan mencerminkan sikap gerak - gerak untuk menarik

kesenangan nasabah serta santai.<sup>27</sup> Dalam kualitas *service excellence* pada kriteria tampilan (*tangibles*) terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan untuk menunjang pelayanan prima yang baik diantaranya, pegawai *customer service* yang sopan santun, tutur kata yang baik dan ramah, pegawai *customer service* yang murah senyum, pegawai *customer service* yang periang, selalu ceria, dan pandai berinteraksi dengan nasabah, tersediannya prasarana yang baik dan lengkap.<sup>28</sup>

Berdasarkan penjabaran penjelasan diatas maka dapat dianalisis bahwa penerapan pelayanan prima pada sikap (*Attitude*) *customer service* Bank Syariah Indonesia saat melayani nasabah di masa pandemi ini terlihat tidak jauh berbeda dengan keadaan normal, namun penerapannya tidak sesuai dengan teori sikap (*attitude*) menghargai nasabah serta tampilan (*tangibles*) kualitas pelayanan prima dalam kriteria tersedianya sarana dan prasarana untuk menunjang kinerja *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi.

Sikap yang ditunjukkan oleh *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi sebagian besar telah sesuai dengan teori sikap, *customer service* telah bersikap ramah, sopan dalam bertutur kata, sikap baik, murah senyum, berpenampilan yang rapi, dan juga tidak mencerminkan perangai yang bingung terhadap nasabah. Namun dalam implementasi sikap menghargai nasabah sedikit kurang diterapkan oleh *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi karena *customer*

---

<sup>27</sup> Novianty Djafri, *Manajemen pelayanan (berbasis Revolusi mental)*, (Gorontalo : Ideas Publishing, 2018), 10

<sup>28</sup> Kasmir, *Etika Customer...*, 34

*service* sering meninggalkan nasabah dengan tidak pamit, hal ini terjadi karena *customer service* sering ke bagian *backoffice* untuk mengambil dokumen yang diprint.

Hal ini terjadi karena tidak lengkapnya sarana prasarana yang dibutuhkan oleh *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi, pasalnya pada meja *customer service* tidak tersedia mesin printer untuk mencetak dokumen – dokumen yang diperlukan *customer service* dalam menunjang kinerja pelayanan kepada nasabah sehingga hal ini yang mencerminkan sikap kurang menghargai keberadaan nasabah yang sedang dilayani oleh *customer service*, dan tidak memenuhi serta tidak sesuai kualitas *service excellence* dalam kriteria tampilan (*tangibles*) yang mengharuskan dalam pelayanan prima itu terdapat hal yang perlu diperhatikan salah satunya sarana dan prasarana yang lengkap untuk mencapai pelayanan prima yang baik dan memuaskan nasabah.

Dari sikap yang ditunjukkan oleh *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi dalam pelayanan prima pada masa pandemi covid 19 secara keseluruhan telah membuat nasabah merasa puas terhadap sikap *customer service* ketika melayani karena memang sikap yang ditunjukkan oleh *customer service* telah baik, walaupun ada nasabah yang merasa *customer service* kurang memperhatikan sikap menghargai maka dari itu sebaiknya *customer service* tetap harus mengevaluasi dari sikapnya ketika melayani nasabah.

### 3. Penampilan (*Appearance*)

Penampilan yang ditunjukkan oleh *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi dalam menunjang pelayanan prima pada masa pandemi covid 19 adalah menggunakan protokol pencegahan covid 19, yaitu menggunakan masker, sarung tangan, serta adanya pembatas akrilik dimeja *customer service* . Namun pada pelaksanaanya *customer service* tidak menggunakan sarung tangan dalam pelayanan, karena *customer service* mengalami kesulitan dalam proses kinerja misalnya, mencatat kebutuhan, memfotocopy, membuka lembar dokumen, dan hal lainnya, dan hal ini melanggar kewajiban dalam standar menggunakan protokol kesehatan pencegahan covid 19.

Selain itu untuk menunjang pelayanan prima penampilan *customer service* ini merupakan hal yang sangat perlu diperhatikan, penerapan penampilan *customer service* di Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi berdasarkan SOP yang telah ditentukan oleh kantor yaitu, penampilan fisik *customer service* sudah sesuai atauran dengan tinggi badan , berat badan, dan wajah yang ideal dan mendukung mendukung sedangkan penampilan non – fisik *customer service* rapi, wangi dan aturan busana pada hari senin petugas *customer service* menggunakan seragam blazer kantor, hari selasa – rabu petugas *customer service* menggunakan baju batik dengan motif yang tidak terlalu ramai dan penggunaan jilbab disesuaikan dengan warna baju (diserasikan), untuk hari kamis – jumat petugas *customer service* menggunakan baju casual dengan tetap

menampilkan tampilan rapi, sopan, serta warna baju sedana dengan jilbab, begitu pula untuk pegawai wanita yang ada di BSI KCP Ngawi, untuk peringatan Hari Besar Nasional Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi biasanya mengintruksikan kepada semua pegawai untuk berpenampilan sesuai dengan tema hari nasional tersebut, misalnya hari kemerdekaan maka pegawai *customer service* dan pegawai lainnya menggunakan baju yang bertema merah putih, di hari pahlawan *customer service* menggunakan baju kebaya tetapi tetap dengan warna – warna seng tidak begitu mencolok dan begitupun dengan aturan penggunaan sepatu, aksesoris, dan tatarias telah diatur dalam SOP kantor.

Kemudian penampilan (*Appearance*) dapat diartikan sebagai penampilan seseorang baik yang bersifat fisik atau non fisik, yang mampu merefleksikan kepercayaan diri dan kredibilitas dari pihak lain.<sup>29</sup> Tampilan fisik sosok tubuh secara menyeluruh merupakan pembawaan lahiriah yang dimiliki seseorang, dengan kelebihan dan kekurangannya, disatukan dengan ekspresi kepribadian yang baik merupakan kekuatan dari dalam diri yang mampu memancarkan daya tarik, sedangkan pemakaian busana serasi merupakan kelengkapan diri yang diharapkan mampu menonjolkan penampilan seorang pegawai pada tingkat yang paling prima.<sup>30</sup>

---

<sup>29</sup> Adya Atep Brata, *Dasar – dasar Pelayanan Prima*,(Jakarta : PT. Alex Media Komputindo, 2003), 31

<sup>30</sup> Ibid.,220

Dari penjelasan diatas dapat dianalisis bahwa implementasi penampilan (*Appearance*) *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi pada masa pandemi tidak sesuai dengan aturan penggunaan protokol kesehatan pencegahan covid 19 di area publik, karena *customer service* tidak menggunakan sarung tangan sebagai salah satu protokol kesehatan pencegahan covid 19, hal ini dikarenakan akan mengganggu kecepatan *customer service* dalam kerjanya, namun sebagai ganti pencegahan penularan covid 19 *customer service* menyediakan *handsanitizer* dimeja kerjanya dan dapat digunakan setelah proses pelayanan selesai.

Namun jika dilihat dari teori penampilan (*Appearance*) *customer service* dalam pelayanan prima, *customer service* telah mengimplementasikan penampilan fisik dan non fisik sesuai aturan dengan selalu berpenampilan rapi, bersih, wangi, dan mencerminkan pribadi yang memiliki daya tarik bagi nasabah karena penampilan merupakan salah satu daya tarik bagi nasabah, ketika penampilan *customer service* mencerminkan *goodlooking* dan kredibilitas maka nasabah akan tertarik hal ini dikarenakan penampilan seorang *customer service* yang terlihat pertama kali oleh nasabah. *Customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi telah mengikuti aturan perusahaan dalam berpenampilan.

Walaupun penampilan dari *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi ketika melayani nasabah pada masa pandemi

covid 19 tidak sesuai dengan aturan protokol kesehatan pencegahan covid 19 namun secara keseluruhan *customer service* tetap berpenampilan dengan profesional dan hal tersebut membuat nasabah dapat menilai bahwa kredibilitas *customer service* memang baik dan mumpuni dalam bidang kerjanya serta nasabah pun merasa puas dengan pelayanan yang diberikan karena menurut nasabah walaupun *customer service* tidak melengkapi aturan untuk memakai sarung tangan ketika melayani hal tersebut tidak begitu berpengaruh terhadap proses pelayanan yang diberikan oleh *customer service* karena pelayanan yang diberikan tetap baik.

#### 4. Perhatian (*Attention*)

Perhatian yang diterapkan oleh *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi saat melayani nasabah pada masa pandemi covid 19 yaitu mengucapkan salam pembuka pembicaraan terhadap nasabah, menanyakan nama nasabah, menanyakan keinginan dan kebutuhan nasabah, dan tentunya mendengarkan serta memahami keinginan nasabah. *customer service* juga mencurahkan perhatian kepada nasabah seperti menanyakan bagaimana kabar hari ini, cuaca hari ini, hal ini dilakukan *customer service* untuk agar terlihat tidak ada kecanggungan antara nasabah dengan *customer service* serta memperhatikan nasabah ketika nasabah mengalami kebingungan.

Dan *customer service* juga mengamati dan menghargai nasabah yang akan di layaninya sehingga *customer service* dapat mengambil

langkah seperti apa yang cocok untuk nasabah tersebut, contohnya jika nasabah berpakaian baju pegawai kantor *customer service* bisa langsung mencurahkan perhatian dengan menanyakan bahwa apakah sedang pada jam istirahat, apakah ijin dari kantor atau bekerja dimana, dan menegur nasabah ketika dalam pelayanan nasabah agar selalu menaati aturan memakai masker.

Perhatian (*Attention*) merupakan kepedulian penuh kepada pelanggan, baik yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun pemahaman atas saran dan kritiknya, yang meliputi mendengarkan dan memahami secara sungguh-sungguh kebutuhan para pelanggan, mengamati dan menghargai perilaku para pelanggan, dan mencurahkan perhatian penuh kepada pelanggan.<sup>31</sup>

Dari penjelasan diatas dapat dianalisis bahwa implementasi perhatian (*Attention*) yang dilakukan oleh *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi dalam melayani nasabah pada masa pandemi ini tidak jauh berbeda dengan pada saat keadaan tidak terjadi pandemi covid 19, perhatian yang diberikan *customer service* pada nasabah sama seperti pelayanan ketika keadaan normal dan penerapannya telah sesuai dengan teori perhatian dalam *service excellence*. *Customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi telah mampu memenuhi kebutuhan nasabah, mendengarkan dan memahami keluhan nasabah seperti jika nasabah bingung *customer service*

---

<sup>31</sup> Ibid.,32

memberikan perhatian selalu menanyakan bagianmana ang bingung dan menjelaskan kembali sehingga *cutsomer service* bisa mengatasi dengan baik dan memberikan masukan ataupun solusi kepada nasabah agar nasabah selalu merasa dipentingkan dari segala hal, semua ini ditujukan untuk kepuasan nasabah.

*Cutsomer service* Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi juga mengamati dan menghargai setiap nasabah jadi *customer service* bisa dengan mudah memberikan perhatian penuh kepada nasabah dengan memberi salam pembuka, menanyakan nama, menanyakan kabar, menghargai apa yang dikatakan nasabah dengan selalu mendengarkannya dan saat pandemi covid 19 ini *customer service* lebih memberikan perhatian terhadap nasabah untuk selalu menggunakan masker ketika proses pelayanan berlangsung dan selalu mengingatkan untuk tetap menjaga kesehatan, hal ini telah mencerminkan *customer service* selalu mencurahkan perhatiannya kepada nasabah. *Customer Service* BSI KCP Ngawi memberikan perhatian kepada nasabah dengan sungguh – sungguh, sehingga nasabah merasa nyaman, dan nasabah merasa tidak malu jika akan bertanya tentang berbagai informasi yang dibutuhkan, karena *customer service* juga memberikan masukan kepada nasabah terhadap produk yang baik untuk nasabah.

Dari perhatian – perhatian yang diberikan *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi ketika melayani nasabah nasabah pada

masa pandemi covid 19 menjadikan nasabah merasa senang dan nyaman dengan perhatian yang diberikan *customer service* dan nasabah merasa benar – benar diperhatikan mulai dari kondisi nasabah, keadaan sekitar, dan kebutuhan dari nasabah sehingga nasabah pun merasa puas dengan perhatian yang diberikan ketika proses pelayanan berlangsung.

#### 5. Tindakan (*Action*)

Dalam pelayanan prima tindakan dapat diartikan sebagai upaya - upaya atau perbuatan nyata yang ditujukan untu memberikan pelayanan yang wajar atau pelayanan yang baik. Tindakan pelayanan bagi pelanggan dapat dilakukan melalui mencatat kebutuhan pelanggan, menyediakan kebutuhan pelanggan, melakukan konfirmasi untuk penegasan pesanan pelanggan, memberikan penjelasan mengenai spesifikasi produk, dan ucapan terimakasih.<sup>32</sup> Dalam kualitas pelayanan prima yang baik terdapat kriteria *responsiveness* (cepat tanggap) yang artinya kemauan seorang karyawan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan cepat serta mendengarkan dan mengatasi keluhan yang harus langsung diberikan umpan balik, untuk mencegah ketidakpuasan pelanggan.<sup>33</sup>

Penerapan tindakan yang dilakukan oleh *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi pada masa pandemi ini dituntut untuk menerapkan protokol kesehatan pencegahan covid 19 ini, salah satunya dengan adanya pembatas akrilik di meja *customer service* menjadikan

<sup>32</sup> Adya Atep Brata, *Dasar – dasar Pelayanan Prima....*, 272

<sup>33</sup> Phillip Kotler, *Marketing Managenent.....*,40

adanya batasan antara *customer service* dengan nasabah dan hal ini membuat *customer service* tidak begitu bisa leluasa melakukan tindakan – tindakan kecil untuk membuat nasabah merasa nyaman, dan dengan adanya keterbatasan ini tentu saja menjadikan nasabah kurang nyaman, hal yang dirasakan sangat berpengaruh bagi nasabah adalah ketika *customer service* menyampaikan mengenai informasi produk dan ketika menyampaikan kebutuhan nasabah, banyak nasabah yang tidak memahami dikarenakan suara *customer service* tidak terlalu terdengar, hal ini disebabkan oleh *customer service* yang harus mematuhi protokol kesehatan menggunakan masker dan ditambah lagi adanya pembatas akrilik, jadi tindakan yang diambil oleh *customer service* adalah mengulangi penjelasan dengan volume yang sedikit keras dan artikulasi yang jelas, *customer service* tetap mengupayakan bagaimana nasabah mampu mendengar suaranya dan tetap melayani nasabah dengan baik. Tindakan lainnya yang dilakukan oleh *customer service* ketika melayani nasabah adalah dengan melakukan penerapan 3S, yaitu salam, senyum, sapa. Salam dengan memberikan greeting awal sebelum melakukan transaksi dengan mengucapkan salam tangan didepan dada, menyebutkan nama *customer service*, dan selalu bersikap ramah dengan menandakan murah senyumnya karena memakai masker jadi tidak terlihat, kemudian menyapa nasabah dengan menyakan nama dan selama proses pelayanan berlangsung *customer service* harus menyebutkan nama nasabah dengan diawali sebutan bapak atau ibu begitu juga ketika di akhir

pelayanan *customer service* juga memberikan greeting akhir, hal ini dilakukan *customer service* dengan memperhatikan SOP yang telah ditetapkan oleh kantor. *Customer service* Bank Syariah KCP Ngawi juga melakukan pencatatan terhadap setiap kebutuhan nasabah atau informasi mengenai nasabah seperti menatat nomor KTP, NIK, dll yang memang diperlukan, dan juga selalu memberikan arahan kepada nasabah untuk kebutuhan nasabah dengan menjelaskan secara detail tentang produk yang diinginkan nasabah, dalam proses pelayanan kepada nasabah *Customer service* Bank Syariah KCP Ngawi cepat tanggap dalam melayani nasabah, ketika nasabah mengalami kesulitan memahami apa yang dibicarakan *customer service* maka *customer service* secara cepat mengambil langkah untuk menjelaskan kembali.

Dari penjabaran penjelasan diatas dapat dianalisis bahwa penerapan tindakan yang dilakukan *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi saat melayani nasabah telah sesuai dengan teori tindakan serta sesuai dengan kriteria kualitas pelayanan prima yang baik yaitu *responsiveness* (cepat tanggap).

*Customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi telah menerapkan tindakan sesuai SOP dan sesuai dengan protokol kesehatan pencegahan covid 19 untuk tetap bisa memberikan kepuasan terhadap nasabah, *customer service* menerapkan tindakan sesuai SOP bank dengan menerapkan 3S yaitu salam, senyum, dan sapa untuk melayani nasabah serta *customer service* juga telah menjalankan tindakan berupa

mencatat semua kebutuhan nasabah, menyediakan kebutuhan nasabah, melakukan konfirmasi terhadap kebutuhan nasabah akan produk yang akan dibeli serta *customer service* juga memberikan penjelasan terkait informasi spesifikasi produk kepada nasabah agar nasabah mampu menentukan pilihannya.

Namun dikarenakan adanya covid 19 terdapat kendala pada saat menyampaikan informasi mengenai kebutuhan nasabah, tetapi *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi telah mampu mengimplementasikan kriteria kualitas pelayanan prima yang baik yaitu *responsiveness* (cepat tanggap) untuk tetap dapat mengatasi hal tersebut dengan cepat tanggap dan tepat memulai menjelaskan dan menyampaikan dengan volume suara sedikit keras dan artikulasi lebih jelas hal ini memang membuat kewalahan bagi *customer service*, namun hal ini tetap menjadi tanggungjawab *customer service* dalam pelayanan prima sehingga nasabah dapat puas terhadap apa yang telah dilakukan oleh *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi.

Dari tindakan yang dilakukan *customer service* ketika melayani nasabah, membuat nasabah selalu merasa dipentingkan dan merasa diperhatikan serta pada masa pandemi covid 19 ini nasabah merasa *customer service* selalu mengerti keadaan nasabah ketika kesulitan atau dalam masalah dan dengan senang hati *customer service* langsung membantu dan mengatasinya. Sehingga hal tersebut membuat nasabah

merasa puas dengan tindakan yang diberikan oleh *customer service* ketika melayaninya.

#### 6. Tanggung jawab (*Accountability*)

Tanggung Jawab (*Accountability*) merupakan suatu sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai suatu wujud keperdulian untuk menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan.<sup>34</sup> Tanggung jawab juga diartikan sebagai kesanggupan pegawai untuk bekerja sama dengan pegawai lain, serta dapat menyelesaikan tugas dan pekerjaan yang telah dilakukan, sehingga mencapai daya guna dan hasil guna yang baik.<sup>35</sup> Begitu juga dengan kualitas pelayanan prima kriteria *assurance* (kepastian) yaitu kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada pelanggan, dan karyawan harus mampu menunjukkan bahwasanya perusahaan mampu mewujudkan setiap janji yang telah ditawarkan.<sup>36</sup>

Tanggung jawab yang dilakukan oleh *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi saat melayani nasabah pada masa pandemi ini yaitu menangani jalannya proses pelayanan dari awal nasabah datang ke meja *customer service* sampai nasabah selesai melakukan transaksi, jika terjadi sesuatu atau masalah ditengah – tengah proses pelayanan yang bertanggungjawab atas penyelesaian juga

<sup>34</sup> Ibid.,32

<sup>35</sup> Yunita Irene J, “ Pengaruh kepuasan Kerja Terhadap Kualitas Pelayanan Melalui Kinerja Karyawan Fave Hotel Mex Surabaya”, (Universitas Kristen Pertra, Surabaya), 4

<sup>36</sup> Kasmir, *Etika Customer...*, 34

*customer service*, dan tetap berkerjasama dengan pegawai lain untuk menangani masalah yang terjadi. Ketika server mengalami gangguan ditengah - tengah proses melayani nasabah, maka *customer service* menjelaskan keadaan yang sebenarnya kepada nasabah, dengan meminta permohonan maaf kepada nasabah, dan segera menenangkan nasabah dengan menginformasikan kembali kembali ketika server sudah pulih. *Customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi juga memberikan rasa kepercayaan dan aman terhadap nasabah yang bertransaksi, *customer service* selalu memberikan pengertian dan penjelasan semua tentang produk, dan memberikan solusi terhadap nasabah, sehingga nasabah menjadi merasa yakin untuk bertransaksi atau menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi ini. Dan *customer service* Bank Syariah KCP Ngawi selalu merasa antusias dengan nasabah, ketika nasabah datang pada jam mendekati istirahat *customer service* tetap menjalankan tanggung jawabnya, sehingga nasabah merasa diistimewakan oleh perlakuan *customer service*.

Dari penjelasan diatas dapat dianalisis bahwa implementasi tanggungjawab (*Accountability*) oleh *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi saat melayani nasabah pada masa pandemi covid 19 sama dengan keadaan normal dan penerapannya telah sesuai dengan teori tanggung jawab (*Accountability*) dan sesuai dengan kriteria *assurance* (kepastian) dalam kualitas pelayanan prima yang baik yang meliputi bertanggungjawab atas berjalanya transaksi, memberikan

jaminan kerahasiaan setiap transaksi, dan mampu memberi kepercayaan kepada nasabah.

*Customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi bertanggungjawab atas berjalannya transaksi hingga awal sampai akhir transaksi atau pelayanan, ketika terjadi kendala dalam proses pelayanan *customer service* mampu menyelesaikan hingga akhir dan juga bekerjasama dengan petugas lainnya dalam mengatasi kendala yang terjadi sehingga tidak akan menimbulkan kerugian bagi nasabah. Jika nasabah mengalami kerugian yang disebabkan pelayanan yang kurang baik hal ini akan menjadi boomerang bagi bank sendiri, namun *customer service* telah mampu mengambil tindakan profesional untuk bertanggungjawab atas kejadian diluar dugaan seperti misalnya server error sehingga tidak bisa melakukan transaksi, dokumen dari nasabah yang tidak lengkap sehingga proses pelayanan tidak bisa diproses, dan lain sebagainya.

*Customer service* Bank Syariah Indonesia dalam melaksanakan tanggungjawabnya juga telah mengimplementasikan kriteria *assurance* (kepastian) untuk kualitas pelayanan prima yang baik dengan tindakan *customer service* yang selalu bertanggungjawab terhadap berlangsungnya setiap transaksi, *customer service* telah mampu memberikan rasa anam dan percaya kepada nasabah sehingga nasabah merasa kerahasiaanya terjamin terjaga dengan baik. Karena dalam perbankan kerahasiaan nasabah perlu dijunjung tinggi karena mejaga

rahasia nasabah sama dengan menjaga rahasia bank, jika nasabah sudah percaya terhadap jaminan kerahasiannya maka hal ini akan menjadikan nasabah semakin loyal terhadap perusahaan dan perusahaan wajib bertanggungjawab untuk mempertahankan kepercayaan nasabah. Sehingga tanggung jawab yang diperlihatkan dan yang telah dilaksanakan oleh *customer service* tersebut mampu membuat nasabah merasa puas dengan perilaku pelayanan yang diberikan oleh *customer service*.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah penulis lakukan mengenai implementasi *service excellence* oleh *customer service* Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ngawi saat masa pandemi covid 19, dapat diambil kesimpulan bahwa kemampuan (*Ability*), sikap (*Attitude*), penampilan (*Appearance*), perhatian (*Attention*), tindakan (*Action*), dan tanggung jawab (*Accountability*) tidak jauh berbeda dengan keadaan normal ketika tidak terjadi pandemi covid 19 dan telah dijalankan dengan sebaiknya. Namun pada segi penampilan (*Appearance*) mengalami sedikit perbedaan karena di haruskan menggunakan prtokol kesehatan pencegahan covid 19, dan pada segi sikap (*Attitude*) belum sesuai dengan teori sikap menghargai nasabah hal tersebut dikarenakan tidak lengkapnya sarana prasaran untuk menunjang kinerja *customer service*.

Dan dari keseluruhan implementasi *service excellence* oleh *customer service* Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ngawi saat masa pandemi covid 19 telah memberikan kepuasan nasabah.

#### B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, penulis memeberikan saran bagi Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ngawi sebagai berikut :

1. *Customer service* lebih memperhatikan sikapnya dalam menghargai kepada nasabah ketika saat melayani nasabah, dengan menghargai

keberadaan nasabah dan pamit serta menyuh nasabah menunggu ketika memang akan ditinggal.

2. *Customer service* lebih tetap mematuhi protokol kesehatan pencegahan penularan covid 19 dengan selalu menggunakan *handsanitizer* setelah proses melayani nasabah selesai.
3. *Customer service* lebih memperhatikan intonasi suara ketika menyampaikan sesuatu kepada nasabah dan mempertahankan tindakan yang sekiranya dapat membuat nasabah merasa senang dan nyaman.
4. Pihak Bank lebih memperhatikan saranan prasarana yang digunakan untuk *customer service* , dengan menyediakan mesin priter di meja kerja *customer service* agar kinerja *customer service* lebih maksimal.
5. Pihak Bank Syariah Indonesia lainnya dan *customer service* -nya ketika masa pandemi covid 19 dalam melakukan pelayanan prima (*service excellen*) harus benar – benar memperhatikan pelayanan yang diberikan dan mematuhi protokol kesehatan pencegahan penularan covid 19.



## Daftar Pustaka

### BUKU :

- Adya, Atep Brata. *Dasar – dasar Pelayanan Prima*. Jakarta : PT. Alex Media Komputindo, 2003.
- Al Arif. M. Nur Rianto., *Dasar-dasar Pemasaran Bank*. Bandung: Alfabeta, 2012
- Daryanto, Ismanto. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta : Gava Media. 2014
- Djafri, Novianty. *Manajemen pelayanan (Berbasis Revolusi Mental)*. Gorontalo : Ideas Publishing. 2018
- Djaslim, Saladin, dan Buchory . *Dasar – dasar Pemasaran bank*. Bandung : Linda Karya. 2006
- Ghony, Djunaidy. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta : Ar – Ruz Media. 2012.
- Gunawan. *Metode Penelitian Kualitatif : Teori dan Praktik*. Jakarta : Bumi Aksara. 2014
- Hasan, Irmayanti, *Manajemen Operasional : Prespektif Integratif*, Malang : UIN Maliki Press. 2011
- Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*. Jakarta; PT Gramedia Pustaka Utama, 2014.
- Kasmir, *Etika Customer Service*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2005.
- , *Manajemen Perbankan*. Jakarta : Rajawali Pres. 2014
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran jilid Satu dan Dua*. Jakarta: Prenhallindo, 2005.
- , *Marketing management, The Millennium Edition*. New Jersey : Prentice hall. 2000
- Kusnandi, Edi. *Metodologi Penelitian ; Aplikasi Praktis*. Jakarta Timur dan Metro : Ramayanan Pres dan STAIN Metro. 2008
- Lupiyoadi. *Manajemen Pemasaran Teori dan Praktek*. Jakarta : Salemba Empat. 2001.
- Maddy, Khoirul, *Hakikat dan Pengertian Pelayanan Prima*. Jakarta : Chama Digit, 2009.
- Mardalis. *Metode Penelitian suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta : Bumi Aksara. 2010

Nurjaman, Kadar dan Beni Ahmad Saebani. *Manajemen Penelitian*. Bandung : Pustaka Setia. 2013.

Rahmayanti, Nina. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta : Graha Ilmu. 2013.

Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*. Banskung, Alfabeta. 2013.

-----, *Metode Penelitian Kombinas*. Bandung : Alfabeta. 2016.

-----, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung : Alfabeta, 2011.

Suharsimi. Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek*. Jakarta : PT. Renika Cipta, 2020.

Yaya Rizal. *Akuntansi Perbankan Syariah*. Jakart : Salemba Empat. 2014.

#### **JURNAL :**

Shiddiq Sunariya . M. Ja'far. "*Dampak Covid-19 terhadap Lembaga Keuangan Syariah*".  
Jurnal Perbankan Syariah, Bandar Lampung. 2020

Irene J. Yunita. "*Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Kualitas Pelayanan melalui Kinerja Karyawan Fave Hotel Mex Surabaya*". Jurnal Hospitality dan manajemen Jasa Vol 2 No 1. 2004

Wulandari. Anna Yulia. "*Analisis Kompetensi dasar Customer Service dalam Meningkatkan Kepuasan Pelayanan Publik*". Jurnal Komunikasi dan Bismis manajnenen Vol.24 juli 2015.

#### **SKRIPSI :**

Adawiyah, Aulia Jadydatul. "*Implementasi Service Excellence oleh Customer Service pada BMT Bismillah Sukorejo*". (Skripsi, UIN Walisongo Semarang,2015)

Akhadiani, Kanti Fitriana. "*Pelaksanaan Service Excellence oleh Customer Service guna Meningkatkan Mutu Pelayanan Anggota di KSPPS BINAMA TLOGOSARI*". (Skripsi, UIN Walisongo Semarang, 2018)

Febrianto, Muhammad. "*Aplikasi Prinsip Service Excellence oleh Customer Service pada BRI Syariah KCP Sragen*". (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Salatiga, 2016)

Margianti, Implementasi Service Excellence Oleh Customer Service Pada Bank Bni Syariah Kcp Bandar Jaya, (IAIN Metro, 2017)

Putrianiingsih, Abesa, “Implmentasi Service Excellence pada BMT Madani Sepanjang Sidoarjo”, ( Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2018)

Saputra, Deny Indrawan, “Pelayanan Prima (Service Excellence) Di PT. Nur Dhuha Wisata (Penyelenggara Tour dan Travel Umroh dan Haji Mabruur Mandiri Surabaya”. (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2018)

Tohari, Ihwan, “Service Excellence Dalam Menciptakan Loyalitas Nasabah”, (Skripsi, IAIN Tulungagung, 2017)

Wulandari, Laras Ayu, Strategi Pelayanan Prima Oleh Customer Service Guna Mencapai Kepuasan Nasabah Di Bank Bni Syari’ah Purwokerto, (Skripsi, IAIN Purwokerto, 2017)

**INTERNET :**

Rokom, *begini Protokol Kesehatan di Sektor Jasa dan Perdagangan*, dalam [www.sehatnegeriku.kemkes.go.id](http://www.sehatnegeriku.kemkes.go.id) (diakses pada tanggal 27 September 2020, jam 15.00 wib)

[www.Bankbsi.co.id](http://www.Bankbsi.co.id)

