

**PELAKSANAAN PELAYANAN PRIMA BANK SYARIAH INDONESIA
KC MADIUN KARTOHARJO DALAM MENINGKATKAN
LOYALITAS NASABAH**

SKRIPSI



Oleh :

Zulfa Burhan Taufiqy

NIM 402180237

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

2022

**PELAKSANAAN PELAYANAN PRIMA BANK SYARIAH INDONESIA
KC MADIUN KARTOHARJO DALAM MENINGKATKAN
LOYALITAS NASABAH**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Program Strata Satu (S-1)



Oleh:

Zulfa Burhan Taufiqy

NIM 402180237

Pembimbing

Dr. Aji Damanuri, M.E.I

NIP 197506022002121003

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

2022

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Zulfa Burhan Taufiqy

NIM : 402180237

Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

PELAKSANAAN PELAYANAN PRIMA PRIMA BANK SYARIAH

INDONESIA KC MADIUN KARTOHARJO DALAM

MENINGKATKAN LOYALITAS NASABAH

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

Ponorogo, 09 November 2022

Pembuat Pernyataan,



Zulfa Burhan Taufiqy

NIM. 402180237



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

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	JUDUL
1	Zulfa Burhan Taufiqy	402180237	Perbankan Syariah	Pelaksanaan Pelayanan Prima Bank Syariah Indonesia KC Madiun Kartoharjo dalam meningkatkan Loyalitas Nasabah

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

Ponorogo, 09 November 2022

Mengetahui,
Kajur/Kaprodi


Muhtadin Amri, M.S.Ak.
NIP. 198907102018011001

Menyetujui,
Pembimbing


Dr. Aji Damanuri, M.E.I
NIP. 197506022002121003


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 : Pelaksanaan Pelayanan Prima Bank syariah Indonesia KC Madiun
Kartoharjo Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah




Nama : Zulfa Burhan Taufiqy

NIM : 402180237

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 : 
Iza Hanifudin, Ph.D.
NIP.196906241998031002 (.....)
Penguji I : 
Luhur Prasetyo, S.Ag.,M.E.I.
NIP. 197801122006041002 (.....)
Penguji II : 
Dr. Aji Damanuri, M.E.I.
NIP. 197506022002121003 (.....)

Ponorogo, Jum'at 18 November 2022
Mengesahkan,
Dekan FEBI IAIN Ponorogo




Dr. H. Zuthfi Hadi Aminuddin, M.Ag.
NIP. 197207142000031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang Bertanda tangan di bawah ini:

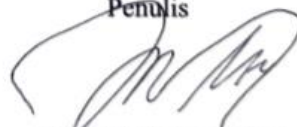
Nama : Zulfa Burhan Taufiqy
NIM : 402180237
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Pelaksanaan Pelayanan Prima Bank Syariah Indonesia KC Madiun
Judul Skripsi/Tesis : Kartoharjo Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah

Menyatakan bahwa naskah skripsi / tesis telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di etheses.iainponorogo.ac.id. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 24 November 2022

Penulis



Zulfa Burhan Taufiqy

Abstrak

Taufiqy, Zulfa Burhan. Pelaksanaan Pelayanan Prima Bank Syariah Indonesia KC Madiun Kartoharjo dalam meningkatkan loyalitas nasabah. Skripsi. 2022. Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Pembimbing: Dr. Aji Damanuri, MEI.

Kata kunci: Pelayanan prima, *customer service* dan loyalitas.

Kehadiran Bank Syariah Indonesia selain meningkatkan persaingan diantara bank-bank yang berkembang di Indonesia, sehingga setiap bank akan berkompetisi untuk meningkatkan kinerja meningkatkan pelayanan yang diberikan kepada nasabah. Demikian juga hal yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KC Madiun Kartoharjo dengan mengutamakan pelayanan yang baik kepada nasabah .

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pelaksanaan pelayanan prima yang dilaksanakan customer service khususnya pada hal perhatian dan tindakan untuk meningkatkan loyalitas nasabah. Adapun penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan secara deskriptif kualitatif. Sedangkan teknik pengumpulan data dengan menggunakan observasi dan wawancara.

Hasil penelitian ini adalah *customer service* Bank Syariah Indonesia KC Madiun Kartoharjo telah melaksanakan pelayanan prima khususnya pada tindakan dan perhatian. Perhatian pelayanan prima *customer service* pada nasabah sudah sesuai dengan indikator pengamatan terhadap perilaku pelanggan, mendengarkan dan memahami kebutuhan pelanggan dan mencurahkan perhatian penuh kepada pelanggan, namun dalam hal mencurahkan perhatian pada perlu ditingkatkan kembali. Pelaksanaan tindakan yang dilakukan customer service pada nasabah telah sesuai, namun pada BSI KC Madiun Kartoharjo memiliki 1 (satu) *customer service* menjadikan kendala yang menyebabkan terjadinya banyak antrian dan memerlukan bantuan satpam. Dampak pelayanan prima customer service terhadap loyalitas nasabah telah merasakan pengalaman yang baik menjadi nasabah BSI KC Madiun Kartoharjo dengan berbagai keunggulan dan fitur yang telah tersedia.

P O N O R O G O

MOTTO

“Jadilah yang terbaik dimata Allah, jadilah yang terburuk dimata sendiri
dan jadilah sederhana dimata manusia”

(Ali bin Abi Thalib)



PERSEMBAHAN

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan baik.

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua, Kakak, Adik, dan seluruh keluarga besar yang telah memberikan dukungan moral dan spiritual dan semangat atas kesuksesan untuk penulis.
2. Untuk Bapak dan Ibu Dosen, Pembimbing, Penguji yang selama ini telah tulus menuntun dan mengarahkan penulis.
3. Untuk teman seperjuangan terimakasih atas dukungan dan motivasi mengingatkan penulis untuk segera menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Serta semua pihak yang turut membantu penulis selama proses penelitian dari awal hingga akhir.

Penulis ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas dukungan baik moral dan spiritual kepada kalian semua, dan semoga skripsi ini dapat menjadi sesuatu yang bermanfaat bagi bidang keilmuan dan bidang yang lainnya



KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Alhamdulillah segala puji dan syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penyusunan skripsi yang berjudul “Pelaksanaan Pelayanan Prima Bank Syariah Indonesia KC Madiun Kartoharjo dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah” ini dapat terselesaikan guna memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

Perjalanan panjang telah peneliti lalui dalam rangka menyelesaikan penulisan skripsi ini. Banyak hambatan yang dihadapi dalam penyusunannya, namun berkat kehendak-Nyalah sehingga peneliti berhasil menyelesaikan penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati, pada kesempatan ini kiranya penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Hj. Evi Muafiah M.Ag. Selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, yang telah memberikan motivasi dan semangat kepada peneliti agar secepatnya menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. H. Lutfi Hadi Aminuddin M.Ag. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, yang telah membantu proses kelancaran peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Muhtadin Amri, M.S.Ak, Selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, yang telah membantu proses kelancaran peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

4. Dr. Aji Damanuri, M.E.I. Selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada peneliti dengan penuh kesabaran, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang terbaik kepada beliau atas segala bantuan dan jasanya yang diberikan kepada peneliti berharap dapat menwujudkan apa yang menjadi maksud dan tujuan dari penyajian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh sebab itu, peneliti mengharap kritik dan saran yang membangun demi tercapainya hal terbaik dari penelitian ini. Besar harapan peneliti, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat sekaligus dapat menambah pengetahuan bagi berbagai pihak.

Ponorogo, 09 November 2022



Zulfa Burhan Taufiqy

NIM 402180237



IAIN
PONOROGO

DAFTAR ISI

COVER	
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	1
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Studi Penelitian Terdahulu	8
F. Metode Penelitian	18
1. Pendekatan dan Jenis Pendekatan	18
2. Kehadiran Peneliti	18
3. Lokasi Penelitian	19
4. Data dan Sumber Data	19
a. Data	19
b. Sumber Data Primer	20
5. Teknik Pengumpulan Data	20
a. Wawancara	20
b. Observasi	21
6. Teknik Pengolahan Data	21
a. Reduksi Data	21
b. Penyajian Data	22
c. Kesimpulan	22
7. Teknis Analisa Data	23
G. Teknik Pengecekan Keabsahan Data	23

H. Sistematika Pembahasan	24
BAB II. KAJIAN TEORI	26
A. <i>Service Excellence</i>	26
1. Pengertian <i>Service Excellence</i>	26
2. Ciri-ciri <i>Service Excellence</i>	29
3. Langkah-langkah <i>Service Excellence</i>	31
4. Konsep <i>Service Excellence</i>	35
B. Loyalitas Nasabah	43
1. Pengertian Loyalitas Nasabah	43
2. Proses Pembentukan Loyalitas Nasabah	45
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi Loyalitas Nasabah	46
BAB III. PAPARAN DATA	49
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	49
1. Sejarah Berdirinya Bank Syariah Indonesia (BSI)	49
2. Letak Geografis	50
3. Visi dan Misi	50
4. Struktur Organisasi BSI KC Madiun Kartohajo	51
B. Data.....	52
1. Perhatian <i>Customer Service</i> Kepada Nasabah	52
2. Tindakan <i>Customer Service</i> Kepada Nasabah	59
3. Dampak Pelaksanaan <i>Service Excellence</i> terhadap Loyalitas Nasabah.....	64
BAB IV. PEMBAHASAN/ANALISIS.....	70
A. Analisis Pelayanan Prima Terhadap Perhatian <i>Customer Service</i> Kepada Nasabah	70
B. Analisis Pelayanan Prima Terhadap Tindakan <i>Customer Service</i> Kepada Nasabah	74
C. Dampak Pelayanan Prima <i>Customer Service</i> Terhadap Loyalitas Nasabah.....	76
BAB V. PENUTUP	84
A. Kesimpulan	84
B. Saran/Rekomendasi	85
DAFTAR PUSTAKA.....	87
LAMPIRAN.....	89

DOKUMENTASI.....100

RIWAYAT HIDUP.....103



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pelayanan prima merupakan kemampuan seseorang dalam melayani orang lain secara maksimal. Dalam hal ini pelayanan yang dibetrakan selalu sesuai dengan kebutuhan maupun keinginan para *customer*.¹ *Service excellence* (pelayan prima) adalah sebuah bentuk pemberian pelayanan jasa sebaik mungkin yang sesuai dengan standarisasi prosedur pelayanan konsumen atau nasabah.² Pelayanan adalah bagian dari marketing. Falsafah yang mendasari kegiatan usaha bank adalah kepercayaan masyarakat.³ Kepuasan pelanggan dalam industry jasa dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan pelanggan saat menerima dan merasakan pelayanan.⁴ Kepuasan nasabah ditentukan oleh kualitas produk pelayanan yang dikehendaki nasabah, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi bank. Kepuasan nasabah menyangkut apa yang diungkapkan oleh nasabah tentang persepsi dan harapannya terhadap layanan perbankan yang diperoleh dari bank. Sedangkan loyalitas berkaitan

¹Yurike Ari Susanti dan Renny Oktafia, "Implementasi Pelayanan Prima Dalam Upaya Peningkatan Kepuasan Costomer Pada Hotel Walan Syariah Sidiarjo", *Jurnal Masharif Al-Syariah*, Vol. V, No.II (2020), 104-116.

²Dia Erawati dan Bambang Budiantoro, "Analisis Implementasi Service Excellence Customer Service Pada Bank Muamalat, Cepen Kota Batu", *Widiyagama National Converce On Economics and Businis (WNCEB 2021)*", 49-57.

³Alif Arvian Syah, "Implementasi Service Excellence oleh Customer Service Pada BMT Bismillah sukorejo", *Balanca Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Vol. II, No. I (2020), 15-23.

⁴Annisa Aqsha Wardhana, Syarifah Hidayah dan Sri Wahyuni, "Analisis Kinerja Layanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan", *Jurnal Manajemen*, Vol. 9, No. 1 (2018), 1-7.

dengan apa yang dilakukan nasabah setelah berintraksi dalam suatu proses layanan perbankan.⁵

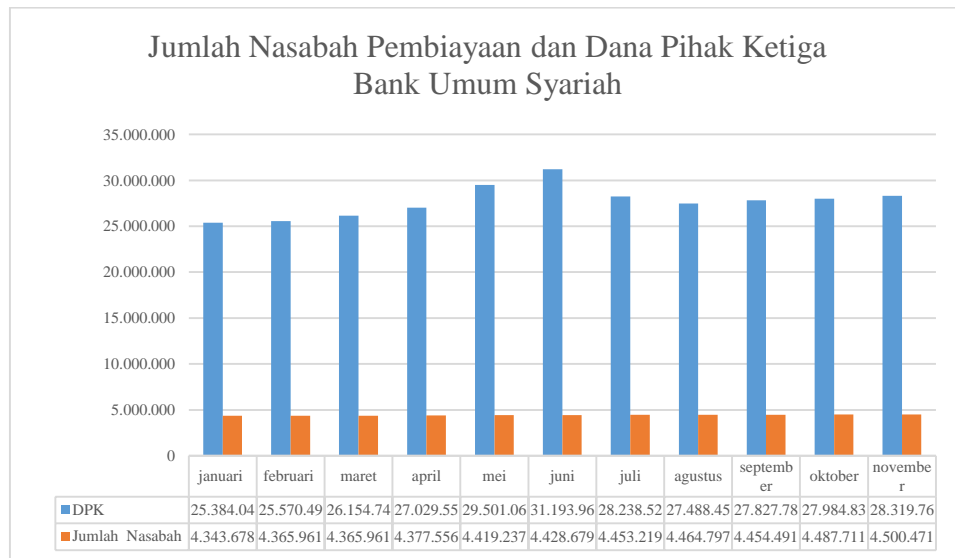
Dengan jumlah penduduk Indonesia yang mayoritas muslim merupakan peluang besar bagi perlembangan perbankan syariah. Namun *market Pleace* perbankan syariah di Indonesia baru 5% dan sumbangan assetnya bagi perbankan nasional baru 4%.⁶ Dalam upaya menarik minat masyarakat untuk menabung di perbankan dapat dilakukan dengan berbagai upaya salah satunya yaitu memberikan pelayanan yang berkualitas.⁷ Hal tersebut sangat penting karena mengingat peranan nasabah yang sangat besar dalam kontribusi pendapatan secara langsung maupun secara tidak langsung untuk mendukung eksistensi perubahan.⁸ Berdasarkan grafik 1.1 diatas yang bersumber dari website resmi OJK menunjukkan bahwa perkembangan nasabah yang bertaransaksi di perbankan syariah mengalami peningkatan yang kurang signifikan, terutama pada masyarakat yang melakukan pendanaan atau tabungan.

⁵ Rachmad Hidayat, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri", *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, Vol. 11 No.1 (2009), 59–72.

⁶ Engkur, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Di DKI Jakarta", *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, Vol. 14 No.01 (2018), 23–35.

⁷ Nurdin Nurdin dan Khaeruddin Yusuf, "Knowledge Management Lifecycle in Islamic Bank: The Case of Syariah Banks in Indonesia", *International Journal of Knowledge Management Studies*, Vol. 11, NO.1 (2020), 59–80.

⁸ Nina Indah Febriana, "Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung", *An-Nisbah*, Vol. 03 No.01 (2016), 145–68.



*Gambar 1.1 Perkembangan Jumlah Nasabah BUS dan UUS Bulan
Januari – November 2021 (Data Statistik Perbankan Syariah Bulan
November 2021)⁹*

Undang-undang perbankan No. 21 Tahun 2008 menyatakan bahwa perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut bank syariah dan Unit Usaha, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melakukan kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melakukan kegiatan usaha.¹⁰ Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan entitas gabungan dari Bank Mandiri Syariah, BNI Syariah dan BRI Syariah.¹¹ Bank BSI KC Madiun Kartoharjo terletak di Jl. Auri No. 01, Madiun.¹² Bank BSI KC Madiun memiliki tempat yang strategis yang bertempat di tengah-

⁹ Ojk.go.id

¹⁰ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Prenamedia, 2016), 26.

¹¹ Bankbsi.co.id

¹² Bankbsi.co.id

tengah kota Madiun. Namun dalam melakukan pelayanan dirasa masih kurang tepat terutama pada aspek perhatian atau tindakan yang dilakukan oleh customer service.¹³ dalam wawancara yang dilakukan terdapat nasabah berpendapat bahwa, kurang tanggapnya *customer service* dalam melakukan pelayanan kepada nasabah menyebabkan nasabah mengantri dan menunggu cukup lama.¹⁴ kemudian dalam wawancara selanjutnya, mengeluh bahwa banyaknya antrian dapat membuat nasabah bosan dan kurang puas.¹⁵

Persaingan yang semakin ketat dalam industri perbankan dengan segala perubahannya, telah memaksa mereka untuk memfokuskan layanan yang maksimal guna menciptakan dan mempertahankan loyalitas.¹⁶ Dalam hal ini dampak dari pelayanan yang diberikan oleh bank adalah nasabah. loyalitas nasabah dapat dibentuk dengan bersikap jujur, melayani dengan ramah dan membangun komunikasi yang efektif serta ketepatan waktu saat melayani.¹⁷ Nasabah juga merasakan pelayanan yang diberikan cukup ramah dan membantu nasabah saat mengalami kesulitan dan nasabah cukup sering melakukan transaksi di BSI KC Madiun Kartoharjo.¹⁸

Penelitian ini menggunakan dua teori yaitu teori *service excellence* dan loyalitas nasabah. Pertama, teori *Service Excellence* yang ditemukan

¹³ Zulfa Burhan taufiqy, Observasi, 12 Januari 2022

¹⁴ Bu Shinta, Wawancara, 15 Januari 2022

¹⁵ Mbak Tya, Wawancara, 27 Februari 2022

¹⁶ Khamdan Rifa'i, *Membangun Loyalitas Pelanggan* (Jember: Hikam Pustaka, 2021), 73.

¹⁷ Yunias Agil askari, Wawancara, tanggal 17 Oktober 2022

¹⁸ Trimey, Wawancara, Tanggal 01 November 2022

oleh Atep Adya Brata¹⁹. Yang dilatar belakangi oleh kebutuhan manusia (*human needs*) adalah rasa yang timbul secara alami dari dalam diri manusia untuk memenuhi segala sesuatu yang diperlukan dalam kehidupannya.²⁰ Kedua adalah teori loyalitas nasabah temukan Jill Griffin,²¹ teori ini ditemukan untuk menjawab banyaknya anggapan bahwa loyalitas pelanggan telah hilang untuk selamanya dan bahwa harga termurah adalah satu-satunya cara yang dapat membuat pelanggan kembali.²² Kedua teori tersebut sangat relevan dengan permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini yang berfokus kepada pelayanan prima dan loyalitas nasabah.

Atep Adya Brata dalam teori *service excellence* menjelaskan bahwa Upaya memberikan pelayanan terbaik dapat diwujudkan apabila kita dapat menonjolkan kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan dan tanggung jawab yang terbaik dan terkoordinasi.²³ Dalam proses layanan terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan yaitu penyediaan layanan, penerima layanan dan jenis dan bentuk pelayanan.²⁴ Kemudian Jill Griffin mengemukakan dalam teori loyalitas pelanggan bahwa, loyalitas

¹⁹ Atep Adya Brata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima* (Jakarta: Gramedia, 2003).

²⁰ Atep Adya Brata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, 4

²¹ Jill Griffin, *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, (Jakarta: Erlangga, 2003)

²² Jill Griffin, *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, 1

²³ Atep Adya Brata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, 26.

²⁴ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta), 214

dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah kepercayaan, kepuasan, kemudahan, ikatan emosi, dan pengalaman dengan perusahaan.²⁵

Pada pelaksanaan pelayanan prima terdapat kesenjangan antara teori dan praktik yang terjadi dilapangan khususnya pada hal tindakan dan perhatian dari *customer service* saat melakukan pelayanan terhadap nasabah. Hal ini menjadi masalah yang timbul dan dapat membuat nasabah menjadi kurang loyal, karena nasabah merasa kurang puas. Maka dari itu, Untuk mengetahui lebih dalam terkait penerapan pelayanan prima berdasarkan latar belakang masalah di atas pada pelaksanaan pelayanan prima, maka penulis merumuskan judul dalam penelitian skripsi: **“Pelaksanaan Pelayanan Prima Bank Syariah Indonesia KC Madiun Kartoharjo Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana analisis pelayanan prima terhadap perhatian *Customer Service* kepada nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Madiun Kartoharjo?

²⁵ Jill Griffin, *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, 18

2. Bagaimana analisis pelayanan prima terhadap tindakan *Customer Service* kepada nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Madiun Kartoharjo?
3. Bagaimana dampak pelayanan prima *Customer Service* terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Madiun Kartoharjo?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rum`usan masalah diatas, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis pelaksanaan pelayanan prima terhadap perhatian *Customer Service* kepada nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Madiun Kartoharjo.
2. Menganalisis pelaksanaan pelayanan prima terhadap tindakan *Customer Service* kepada nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Madiun Kartoharjo.
3. Menganalisis dampak pelayanan prima *Customer Service* terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Madiun Kartoharjo.

D. Manfaat Penelitian

Dari penelitian pelayanan prima pada *customer service* ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang baik. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Untuk kepentingan teoritis, diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangsih dan pengembangan ilmu Perbankan Syariah khususnya tentang pelayanan prima dan *Customer Service*.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Madiun Kartoharjo. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumber informasi bagi pihak BSI Kantor Cabang Madiun Kartoharjo dalam meningkatkan kualitas pelayanan prima (*Service Excellence*) agar nasabah menjadi nyaman dan memberikan rasa puas bagi nasabah, sehingga nasabah menjadi loyal terhadap perusahaan.
- b. Bagi Akademisi Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih penelitian sebagai referensi mahasiswa IAIN Ponorogo untuk penelitian di masa yang akan datang dan menambah khasanah pustaka mengenai konsep kualitas pelayanan prima (*Service Excellence*) untuk meningkatkan loyalitas nasabah.

E. 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 mendapatkan gambaran tentang permasalahan yang akan diteliti dengan penelitian sebelumnya. Penulis menemukan beberapa penelitian terdahulu yang hampir sama mengenai pembahasan penelitian diantaranya :

Penelitian yang dilakukan Ihwan Tohari²⁶, pada skripsi yang berjudul “*Service Excellence* Dalam Menciptakan Loyalitas Nasabah (Studi atas Sistem Layanan Jemput Bola di *Baitul Maal Wa Tamwil* Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Kantor Cabang Pembantu Kanigoro Blitar)” penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Berdasarkan paparan data, temuan penelitian dan pembahasan penelitian yang telah dibahas maka diperoleh kesimpulan, berikut : 1). Sistem pelayanan jemput bola di BMT UGT Sidogiri secara garis besar telah memenuhi indikasi kriteria kualitas pelayanan yang meliputi *responsivness* (daya tanggap/kesiagapan), *assurance* (jaminan), *tangibles* (wujud), *emphaty* (perhatian), dan *reliability* (keandalan). 2). *Service excellence* melalui sistem pelayanan jemput bola di BMT UGT Sidogiri kantor cabang pembantu Kanigoro sangat efektif dijalankan terutama dalam upaya mempertahankan dan menciptakan loyalitas anggota BMT UGT Sidogiri.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan Zein Bastiar²⁷, pada jurnal yang berjudul “*Service Excellence* Dalam Rangka Membentuk Loyalitas Pelanggan”. Penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif. Dari penelitian yang dilakukan oleh penulis menyimpulkan Loyalitas pelanggan bersifat emosional dan bukan fungsional yakni seberapa dalam pelanggan

²⁶ Ihwan Tohari, *Service Excellence Dalam Menciptakan (Studi atas Sistem Layanan Jemput Bola di Baitul Maal Wa Tamwil Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Kantor Cabang Pembantu Kanigoro Blitar)*, Skripsi, (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2017)

²⁷ Zein Bastiar, *Service Excellence Dalam Rangka Membentuk Loyalitas Pelanggan*, *Jurnal Manajerial*, Vol. 8, No.16 (2010), 54 – 65.

merasakan koneksi dengan produk dan hanya akan tercipta jika karyawan mempunyai antusiasme tinggi dalam hal melayani pelanggan, dalam hal ini loyalitas tak bertumpu hanya pada kepuasan melainkan juga pada hubungan antara produsen dan konsumen hubungan ini sangat penting karena perusahaan yang memiliki loyalitas pelanggan dapat meraih keuntungan yang tinggi, maka dari itu perusahaan harus membuat suatu *loyalty program* untuk mempertahankan pelanggannya. Ketika pelanggan puas, maka ia tidak akan segan melakukan marketing untuk mengajak orang lain turut serta menjadi pemakai produk tersebut.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan Imas Hasdarina Fitriani²⁸, pada skripsi yang berjudul “Implementasi *Service Excellence* Oleh *Customer Service* Bank Syariah Indonesia Kcp Ngawi Pada Saat Pandemi Covid 19” latar belakang penelitian ini adalah pentingnya *service excellence* untuk BSI KCP Ngawi dengan dengan penerapan *service excellence* akan akan memberikan rasa puas terhadap nasabah, kemudian saat melakukan pelayanan kepada nasabah dengan dengan tulus akan membentuk ikatan baik dengan nasabah dan nasabah akan merasa nyaman sehingga menjadi loyal dan setia terhadap bank. Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*Field Research*) dan menggunakan pendekatan kualitatif. Kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan adalah customer service Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi sudah menerapkan *service excellence*

²⁸ Imas Hasdarina Fitriani, *Implementasi Service Excellence Oleh Customer Service Bank Syariah Indonesia Kcp Ngawi Pada Saat Pandemi Covid 19*, Skripsi, (Ponorogo: IAIN Ponorogo 2021).

dengan menggunakan strategi A6, yaitu *Ability* (Kemampuan), *Attitude* (sikap), *Appearance* (penampilan), *Attention* (perhatian), *Action* (tindakan), *Accountability* (tanggung jawab). Serta penerapan *service excellence* oleh *customer service* di masa pandemi ini covid-19 tidak berbeda jauh dengan keadaan normal. Dan penerapan strategi A6 *service excellence* sudah diterapkan dengan baik oleh *customer service* untuk memberikan pelayanan kepada nasabah, namun pada penampilan *customer service* kurang sesuai dengan protokol kesehatan covid-19.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan Abesa Putrianingsih²⁹, pada skripsi yang berjudul “Implementasi *service excellence* pada BMT Madani Sepanjang” peneliti menggunakan jenis penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis maka dapat disimpulkan Konsep Implementasi *Service Excellence* di BMT Madani Sepanjang Sidoarjo, telah menerapkan dan sesuai dengan konsep A6 diantaranya adalah yang terdiri dari (Kemampuan (*Ability*), Sikap (*Attitude*), Penampilan (*Appearance*), Perhatian (*Attention*), Tindakan (*Action*), dan Tanggung jawab (*Accountability*)).

selanjutnya penelitian yang dilakukan Linda Eka Prestanti³⁰, pada Skripsi yang berjudul “Implementasi *Service Excellence* sebagai Upaya Peningkatan Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Di Bank Muamalatn Indonesia

²⁹ Abesa Putrianingsih, *Implementasi service excellence pada BMT Madani Sepanjang*, Skripsi, (Surabaya: UIN Sunan Ampel 2018)

³⁰ Linda Eka Prestanti, *Implementasi Service Excellence sebagai Upaya Peningkatan Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Di Bank Muamalatn Indonesia Kantor Cabang Utama Kediri)*, Skripsi, (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2020).

Kantor Cabang Utama Kediri)” Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. 1). Implementasi *service excellence* yang diterapkan di Bank Muamalat KCU Kediri berlandaskan pada prinsip Islamic, Professional, dan Modern. 2). Setiap kriteria *service excellence* telah terpenuhi dan dilaksanakan dengan baik oleh Bank Muamalat KCU Kediri sehingga nasabah mengalami kepuasan atas pelayanan tersebut. 3). Penerapan *service excellence* dengan konsep Islamic, Professional, dan Modern serta kesadaran penuh pegawai akan posisi dan tanggungjawab dari pekerjaan yang diampu di Bank Muamalat KCU Kediri mampu memberikan kepuasan bagi nasabahnya.

Selanjutnya Penelitian yang dilakukan Rinda Feni Yolanda,³¹ pada skripsi yang berjudul “Strategi pelayanan Prima *Customer service* Prespektif Bisnis Islam Di BPRS Kotabumi Kantor kas Bukit Kemuning”. Dalam penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*feld research*), dan bersifat deskriptif kualitatif. Dari penelitian yang telah dilakukan dapata ditarik kesimpulan bahwa pelayanan yang diterapkan di BPRS Kas Bukit Kemuning, termasuk sudah baik. Namun masih perlu adanya penekanan 3S (senyum, Sapa, dan bukti nyata) .

Selanjutnya penelitian yang dilakukan Yuli Elawati,³² pada skripsi yang berjudul “Peranan *Customer Service* Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada PT BPRS Safir Bengkulu” penelitian ini termasuk dalam

³¹ Rinda Feni Yolanda, “Strategi Pelayanan Prima *Customer Service* Prespektif Bisnis Islam di BPRS Kota Abumi Kantor Kas Bukit Kemuning”, Skripsi (Metro: IAIN Metro, 2020) .

³² Yulia Elawati, “Peranan *Customer Service* dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah pada PT BPRS Safir Bengkulu”, Skripsi (Bengkulu: IAIN Bengkulu, 2017)

pendekatan kualitatif. Dari penelitian yang telah dilakukan, ditemukan bahwa tugas customer service pada PT BPRS Safir Bengkulu adalah memberikan pelayanan kepada nasabah dan memberikan data/informasi dengan menerapkan (standar Oprasional Prosedur) SOP. Selain itu Customer service PT BPRS Safir juga bertugas untuk mendapatkan nasabah baru, dan menjaga nasabah lama dengan menjaga komunikasi tetap baik dan juga menjalin silaturahmi terhadap nasabah.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan Nahdila,³³ pada skripsi yang berjudul “Kualitas Layanan Prima A3 *Customer Service* di Bank Muamalat Kantor Cabang KC Manado” pendekatan yang digunakan dalam penelitan ini adalah menggunakan pendekatan kualitatif. Dari penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyimpulkan bahwa penerapan pelayanan prima oleh customer service telah sesuai dengan standar pelayanan yang telah ditetapkan Bank Muamalat Kantor Cabang Manado. Dan telah sesuai dengan konsep A3 yaitu *Atitude, Attention* dan *Action*.

Selanjutnya Penelitian yang dilakukan Elvi Hidayati,³⁴ pada skripsi yang berjudul “Penerapan Sistem Layanan Prima Oleh *Customer Service* Di PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Pekanbaru Ditinjau Dari prespektif Ekonomi” dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Berdasarkan pada penelitiang yang telah dilakukan peneliti

³³ Nahdila, “Kualitas Layanan Prima A3 *Customer Service* di Bank Muamalat Kantor Cabang (KC) Manado”, Skripsi (Manad: IAIN Manado, 2021)

³⁴ Elvi Hidayati, “Penerapan Sistem Layanan Prima Oleh *Customer Service* di PT Bank Mandiri Syariah Cabang Pekanbaru Ditinjau dari Aspek Ekonomi Islam” Skripsi (Riau: UIN Suska Riau, 2013).

menyimpulkan bahwa implementasi sistem *service excellence* sudah dilaksanakan di Bank Syariah Mandiri Pekan baru. Selain itu Bank Syariah Mandiri pekan baru juga menarapkan budaya kerja ETHIC (*excellent, teamwork, humanity, integrity* dan *customer focus*) dan telah sesuai dengan SOP yang telah berlaku.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan Nur Alfi Khotmin dan Rahmad,³⁵ pada jurnal dengan judul “Implementasi *Service Excellence* Oleh *Customer service* pada BPR Syariah Way Kanan” metode yang digukan dalam penulis untuk memperoleh data adalah dengan metode kualitatif. Dari penelitian yang telah dilakukan penulis menyimpulkan bahwa *Customer service* BPR Syariah Way Kanan telah menerapkan *service Excelen* dalam melakukan tugasnya.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Dia Erawati dan Bambang Budiantu,³⁶ pada jurnal yang berjudul “Analisis Implementasi *Service Excellence Customer Service* pada Bank Muamalat, Capem Kota Batu” dalam penelitian ini penulis melakukan pengumpulan data denagn pendekatan kualitatif dimana peneliti mengamati secara langsung untuk mencari informasi dan data yang dibutuhkan, adapun teknik pengumpulan data yang digunakan diantaranya adalah wawancara, observasi, dokumentasi dan studi kepustakaan. Dalam penelitian ini penulis

³⁵ Nur Alfi Khotimah dan Rahmad Dahlan “*Service Excellence* Oleh *Customer Service* pada BPR Way Kana”, *Khozana*, Volume 1, Nomer 1, (2018).

³⁶ Dia Erawati dan Bambang Budiantono, “Analisis Implementasi *Service Excellence Customer Service* pada Bank Muamalat, Capem Kota Batu” WNCEB; Widyagama Concrence on Economic and Business, Volume 2, (2021).

menyimpulkan bahwa *service excellence* sangat penting karena dengan kepuasan nasabah, bank muamalat sudah menerapkan *service excellence* dalam melayani nasabah secara langsung maupun online. *Customer service* bank muamalat sudah mampu menjalankan tugasnya dengan memperhatikan pelayanan dalam kegiatan operasional.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Umar Farouk,³⁷ dalam jurnal yang berjudul "*Excellent Customer Service* Dalam Bidang Perbankan" penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Peneliti menyimpulkan bahwa *excellent customer service (ECS)* akan berjalan dengan baik untuk meningkatkan kepuasan nasabah jika dilakukan dengan menggunakan pendekatan sistemik. *Customer service officer (CSO)* harus dibekali dengan kualitas kepribadian dan kualitas komunikasi yang interpersonal, selain itu *CSO* juga harus tahu persis fungsi dan tugas mereka terkait dengan *ECS* agar dapat melaksanakan tugas mereka secara profesional.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Danang Kurniawan,³⁸ dalam jurnal yang berjudul "*Service Excellence* Berdasarkan Perspektif Islam di Bank Syariah". Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan mengkaji literatur, buku, jurnal dan referensi-referensi lain yang terkait dengan pembahasan penelitian. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan

³⁷ Umar Farouk, "*Excellence Customer Service* dalam Bidang Perbankan", Jurnal Administrasi dan Bisnis, Volume 18, Nomor 2.

³⁸ Danang Kurniawan, "*Service Excellent* Berdasarkan Perspektif Islam di Bank Syariah", *Tawazun: Journal of Sharia Economic Law*, Volume 3, Nomor 1, (2020).

penulis menyimpulkan bahwa konsep *service excellence* perbankan syariah terdiri dari tiga aspek yaitu aqidah, ahlak dan muamalah. Al-qur'an telah menjadi panduan dalam melakan pelayanan perbankan syariah. Bank juga dapat menerapkan metode dakwah ala Rasulullah SAW dalam dalam menarik minat dan membina nasabah yaitu *Al-hikmah, Al-Mau'idzah bil Hasanah dan Al-Mujadalah Bil Hasanah*.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Nurlia,³⁹ dalam Jurnal yang berjudul “Strategi Pelayanan Dengan Konsep *Service Excellence*”. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Peneliti menarik kesimpulan diantaranya adalah 1). Kepuasan dan pengorbanan yang sebanding merupakan hal yang diharapkan oleh pelanggan, 2). Bagi pelanggan internal, kesenangan dan kenyamanan dalam suasana bekerja yang didapat ditempat atau lingkungan kerjanya, 3). Bagi pelanggan eksternal, kepuasan akan diperoleh bila adanya kesesuaian antara harapan dan kenyataan yang diperoleh. 4). Pelanggan mengharapkan beberapa hal dari penerapan pelayanan prima diantaranya adalah meningkatnya kualitas barang atau jasa, semakin cepatnya pelayanan yang diterima, adanya pembaruan dari produk dan jasa, harga yang terjangkau dan fasilitas yang semakin mudah.

³⁹ Nurlia, “Strategi Pelayanan Prima Dengan Konsep *Service Excellence*”, Meraja Jurnal, Volume 1, Nomor 2, (2018).

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Lilis Putri Anggraeni, Djaenal Suhara dan Tengku Siti Rochmah.⁴⁰ Dalam jurnal yang berjudul “*Implementation of Service Excellence on service Quality by Customer Service at BRI Branch Bandung Martadinata Office*” metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data deskriptif kualitatif dan pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan observasi di BRI Kantor Cabang Martadinata Bandung. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan peneliti menyimpulkan bahwa Customer Service BRI Kantor Cabang Bandung Martadinata dalam memberikan Service Excellence belum optimal. Masih ada poin yang harus diperbaiki dalam penyelesaian yang terkadang belum tepat waktu dikarenakan faktor sarana yang tanpa digunakan butuh perbaikan. Masalah itu harusnya dapat diatasi dengan melakukan pengecekan dan pemeliharaan secara rutin. Hal ini dilakukan guna untuk menunjang Customer Service selalu memberikan kualitas pelayanan yang memuaskan.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Indira Diah Pitaloka, Chandra Hendriyani dan Budiana Rusla.⁴¹ Dalam Jurnal yang berjudul “*Excellence Service by Frontliner Best Corporate Banking*”. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian fenomenologi dengan pendekatan kualitatif. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa *Smart Service* dari

⁴⁰ Lilis Putri Anggraeni, dkk, “Implementation Of Service Excellence On Service Quality by Customer Service at BRI Branch Bandung Martadinata Office”, Jurnal Sekretaris dan Administrasi Bisnis, Volume 6, Nomor 2, (2022).

⁴¹ Indira Diah Pitaloka, dkk, “Excellent Service by Frontliner Best Corporate Banking”, JIP; Jurnal Industri dan Perkotaan, Volume 17, Nomor 2, (2021).

Bank BRI sudah memenuhi indikator dari layanan prima. Namun perlu diteliti lebih jauh karena oprssional bank tidak hanya dari frontliner akan tetapi ada backoffice yang juga mendukung proses layanan prima dari sebuah Bank.

Berikutnya penelitian yang dilakukan Shintesa sastrawan Sakti, pada tugas akhir dengan judul “Implementasi *Service Excellence* Pada PT. Bank BRI Syariah KCP Batu Di Tinjau Dari Kepuasan Pelanggan” pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kualitatif. Dari peneliti yang telah dilakukan peneliti menyimpulkan bahwa, sesungguhnya *Customer Service* sudah menerapkan *Service Excellence* secara keseluruhan.

Dari uraian penelitian terdahulu di atas terdapat perbedaan dengan penelitian yang dilakukan yaitu Pelaksanaan Pelayanan Prima Bank Syariah Indonesia KC Madiun Kartoharjo dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah. Pada penelitian ini berfokus pada pelayanan prima customer service khususnya pada hal tindakan dan perhatian dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia KC Madiun Kartoharjo.

F. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Pendekatan

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan merupakan penelitian yang dilakukan dalam kehidupan yang sebenarnya. Penelitian lapangan (*field research*) pada hakikatnya adalah suatu metode untuk menemukan

secara tepat dan realistis apa yang sedang terjadi di masyarakat. Peneliti terjun langsung ke lapangan untuk melihat dan mengamati permasalahan yang ada di BSI KC Madiun Kartoharjo khususnya mengenai pelaksanaan pelayanan prima *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah.

Sedangkan dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan secara deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Penelitian ini masuk dalam kategori penelitian lapangan dengan jenis deskripsif, yaitu penelitian yang menggambarkan dan menguraikan situasi atau sebuah peristiwa secara sistematis, serta faktual mengenai pelaksanaan pelayanan prima *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah.

2. Kehadiran Peneliti

Pada penelitian ini peneliti bertindak sebagai pengumpul data, sedangkan instrumen selain manusia hanya instrumen pendukung. Peneliti bertindak sebagai pengamat di lapangan dan dilakukan dengan cara terang-terangan.

3. Lokasi Penelitian

Lokasi yang dijadikan objek penelitian ini berada di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Madiun Kartoharjo yang beralamat di Jl. Auri, No. 01, Madiun. Alasan peneliti memilih lokasi di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Madiun Kartoharjo. Alasan peneliti melih

lokasi di BSI KC Madiun Kartoharjo adalah pada tindakan dan perhatian *customer service* saat melakukan pelayanan terhadap nasabah. Hal ini menjadi masalah yang timbul dan dapat membuat nasabah menjadi kurang loyal, karena nasabah merasa kurang puas. Maka dari itu, Untuk mengetahui lebih dalam terkait penerapan pelayanan prima pada lokasi ini.

4. Data dan Sumber data

Adapun data yang dibutuhkan oleh penulis dalam memecahkan pokok masalah yang menjadi pokok pembahasan dalam penyusunan skripsi ini adalah:

a. Data

Data merupakan sesuatu yang belum mempunyai arti bagi penerimannya dan masih memerlukan adanya suatu pengolahan.⁴²

Dalam penelitian ini, peneliti berfokus pada data yang berkaitan dengan analisis pelaksanaan pelayanan prima BSI KC Madiun Kartoharjo dalam meningkatkan loyalitas nasabah terkhusus dalam hal perhatian dan tindakan.

b. Sumber Data Primer

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan sumber data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh peneliti dari sumber asli atau sumber pertama baik individu atau perorangan

⁴² Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi media Publishing, 2015), 67.

melalui metode wawancara dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap masalah yang dihadapi.⁴³Data primer akan diperoleh melalui wawancara kepada pihak-pihak terkait, yaitu:

- 1) Customer service BSI KC Madiun Kartoharjo
- 2) Teller BSI KC Madiun Kartoharjo
- 3) Nasabah BSI KC Madiun Kartoharjo

5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data-data yang digunakan dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara adalah salah satu bentuk komunikasi langsung antara peneliti dengan narasumber. Komunikasi langsung berupa tanya jawab dalam hubungan tatap muka, sehingga gerak dan ekspresi penutur merupakan model kendaraan yang melengkapi tuturan. Jenis wawancara dalam penelitian ini menggunakan wawancara tidak terstruktur, yaitu wawancara bentuk bebas dimana peneliti tidak menggunakan petunjuk wawancara terstruktur dan lengkap untuk mengumpulkan data.⁴⁴

Wawancara yang dilakukan peneliti yaitu kepada karyawan dan nasabah BSI KC Madiun Kartoharjo.

⁴³ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2013), 129.

⁴⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 231.

b. Observasi

Observasi adalah cara atau metode menghimpun keterangan atau data yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena yang sedang dijadikan sasaran pengamatan.⁴⁵ Dalam observasi ini peneliti melihat, mengamati, dan mencermati mengenai pelayanan prima khususnya pada hal perhatian dan tindakan *customer servis* terhadap nasabah BSI KC Madiun Kartoharjo.

6. Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data yang digunakan peneliti setelah data yang dibutuhkan terkumpul adalah sebagai berikut:

a. Reduksi data

Reduksi data adalah suatu kegiatan meringkas, fokus pada hal-hal penting, memilih hal-hal utama, mencari tema dan pola. Dengan demikian, data setelah dipadatkan akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan memudahkan peneliti dalam melakukan pengumpulan dan pencarian data jika diperlukan.⁴⁶

Peneliti mereduksi data yang disampaikan oleh nasabah terkait dengan tindakan dan perhatian yang dilakukan oleh *customer service* BSI KC Madiun Kartoharjo.

b. Penyajian data

⁴⁵Siti Mania, "Observasi sebagai Alat Evaluasi Dalam Dunia Pendidikan dan Pengajaran," *Lentera Pendidikan*, Vol. 11, No. 2, (Desember,2008), 220-223.

⁴⁶ *Ibid.*,247.

Penyajian data adalah semua informasi yang dikumpulkan sehingga semua informasi yang dapat ditarik menjadi suatu kesimpulan diperhitungkan. Dalam menyajikan data, yang biasa digunakan adalah teks naratif.⁴⁷ Dalam hal ini data yang disajikan berupa keterangan dari nasabah BSI KC Madiun Kartoharjo terkait dengan tindakan dan perhatian customer service dalam meningkatkan loyalitas nasabah.

c. Kesimpulan

Kesimpulan adalah temuan yang tidak pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya tidak jelas setelah dipelajari, dapat juga berupa hubungan sebab akibat, hipotesis atau teori.⁴⁸ Menarik kesimpulan dari awal hingga akhir pengumpulan data, peneliti mencari beberapa kesimpulan awal sehingga dapat disusun secara runtut dan sistematis.

7. Teknik Analisi Data

Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, menemukan pola, memilah menjadi satuan yang dapat dikelola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan orang lain.⁴⁹ Peneliti

⁴⁷ Ibid.,249.

⁴⁸ Ibid.,253.

⁴⁹ Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2003), 18.

menggunakan metode berfikir induktif dalam menganalisa data. Metode induktif adalah sebuah cara menerangkan data dari paparan data kemudian kearah teori.⁵⁰ Dalam hal ini peneliti menganalisis data yang diperoleh dalam bentuk uraian kemudian dari data tersebut dianalisis menggunakan metode berfikir induktif yang berasal dari informasi mengenai pelayanan prima khususnya perhatian dan tinkan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah.

G. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengecekan keabsahan data menggunakan metode triangulasi. Triangulasi adalah teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data.⁵¹ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi sumber, yaitu mendapatkan data dari sumber yang berbeda-beda dengan teknik yang sama.

H. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan bertujuan untuk memudahkan pembaca untuk memahami dan menelaah penelitian ini, sistematika pembahasan pada penelitian terdiri dari 5 (lima) bab, dimana bab satu dengan yang

⁵⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung:Alfabeta, 2016), 482.

⁵¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta,2019), 315.

lannya memiliki keterkaitan yang erat, adapun sistematika pembahasan yang dimaksud alah sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan, Bab ini berisi penyampaian mengenai latar belakang masalah yang menjelaskan tentang alasan memilih Pelaksanan pelayanan prima Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Madiun Kartoharjo dalam meningkatkan loyalitas nasabah sebagai judul penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

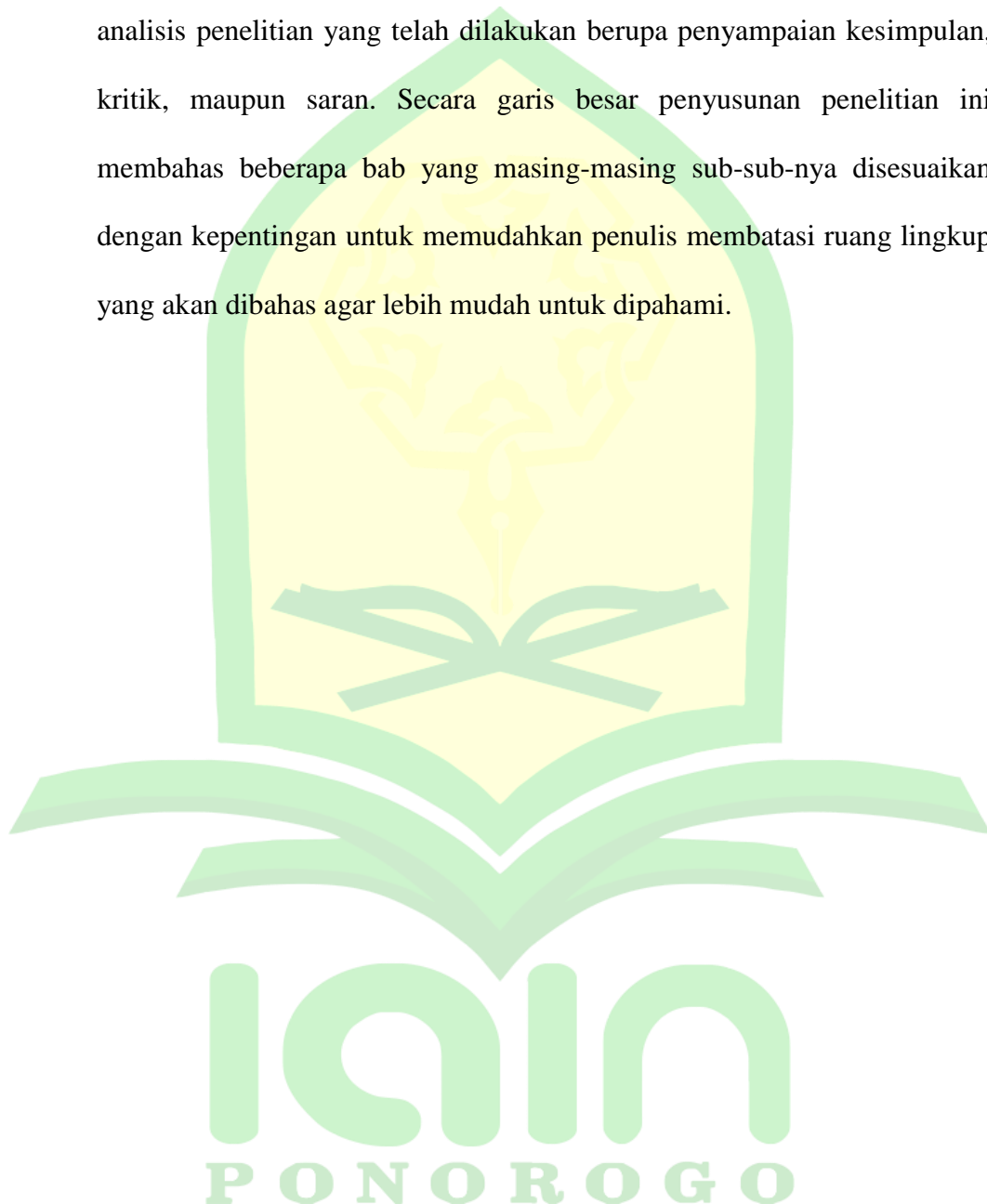
BAB II : Landasan Teori, Pada bab ini berisi teori-teori yang relevan yang digunakan sebagai landasan yang diperlukan untuk pembahasan bab berikutnya. Teori yang digunakan antara lain, teori *Service Excellence* dan Loyalitas Nasabah.

BAB III : Paparan Data, Bab ini menjelaskan tentang paparan data, yang terdiri dari data inti dan data pendukung yang berkaitan dengan pelaksanaan pelayanan prima untuk Meningkatkan loyalitas nasabah di BSI Kantor Cabang Madiun. Data inti adalah data yang ditanyakan pada rumusan masalah, yang memuat terkait pengelolaan pelaksanaan pelayanan prima khususnya dalam hal tindakan dan perhatian *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah. Sedangkan data pendukung adalah data yang diperoleh dari buku, jurnal ilmiah serta hasil publikasi lainnya guna mendukung proses analisis penelitian.

BAB VI : Hasil Penelitian, Penyampaian dari hasil penelitian yang berupa hasil analisis pelayanan prima terhadap perhatian dan tindakan

Customer Service kepada nasabah dalam meningkatkan loyalitas nasabah serta penyampaian penjelasan dari penelitian yang telah dilakukan.

BAB V : Penutup, pada bab ini berisi Penarikan kesimpulan atas analisis penelitian yang telah dilakukan berupa penyampaian kesimpulan, kritik, maupun saran. Secara garis besar penyusunan penelitian ini membahas beberapa bab yang masing-masing sub-sub-nya disesuaikan dengan kepentingan untuk memudahkan penulis membatasi ruang lingkup yang akan dibahas agar lebih mudah untuk dipahami.



BAB II

KAJIAN TEORI

A. *Service Excellence*

1. Pengertian *Service Excellence*

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.¹

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.²

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

¹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid Satu Dan Dua* (Jakarta: Prenhallindo, 2005), 10.

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

suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan dan kepuasan pelanggan atau masyarakat.³

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.⁴ Pada hakikatnya layanan prima atau pelayanan prima bertitik tolak pada upaya pelaku bisnis atau perusahaan untuk memberikan layanan terbaiknya sebagai wujud kepedulian perusahaan kepada konsumn atau pelanggan. Berikut beberapa definisi mengenai pelayanan prima yang seringkali diungkapkan oleh para pelaku bisnis atau perusahaan:

- a. Layanan prima adalah membuat pelanggan merasa penting.
- b. Layanan prima adalah melayani pelanggan dengan ramah, tepat, dan cepat.
- c. Layanan prima adalah menempatkan pelanggan sebagai mitra.
- d. Layanan prima adalah pelayanan dengan mengutamakan kepuasan pelanggan.

³ Khoirul Maddy, *Hakikat Dan Pengertian Pelayanan Prima* (Jakarta: Chama Digit, 2009), 8.

⁴ Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, 25.

- e. Layanan prima adalah kepedulian kepada pelanggan untuk memberikan rasa puas.
- f. 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 tergantung pada penyelarasan kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan tanggung jawab 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.⁵

Dari pemaparan definisi di atas dapat diketahui bahwa yang paling penting dalam memberikan pelayanan terbaik bagi perusahaan harus berorientasi kepada kepentingan para pelanggan, sehingga memungkinkan perusahaan memberikan kepuasan yang optimal. Dan dalam semua definisi pelayanan prima paling tidak, kesamaanya terletak pada tujuan layanan, yaitu memuaskan pelanggan.

⁵ *Ibid.*,26-27

2. Ciri-ciri *Service Excellence*

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

a. 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.

b. 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.

c. 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.

d. 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.

e. 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.

f. Memberikan jaminan kerahasiaan

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

g. 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.

h. Berusaha memahami kebutuhan nasabah

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

- i. 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.⁶

3. 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:

- a. Berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih
- b. Percaya diri, bersikap akrab, penuh dengan senyum
- c. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika kenal
- d. Tenang, sopan, hormat serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan.
- e. Berbicara dngan bahasa yang baik dan benar.

⁶ Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 257-259.

- f. Bergairah dalam melayani nasabah dan tunjukkan kemampuannya.
- g. Tidak menyela atau memotong pembicaraan.
- h. Mampu meyakini nasabah serta memberikan kepuasan
- i. Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, maka harus meminta bantuan kepada petugas yang mampu.
- j. Bila belum dapat melayani, beritahu kapan akan dilayani.⁷

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

- a. 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.

- b. Mau dipenuhi keinginan dan kebutuhannya

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.

⁷ *Ibid.*, 252-254.

c. 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.

d. 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.

e. 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.

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

a. 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. Tujuh 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.

b. 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.

c. 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.⁸

4. 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 *Ability* (Kemampuan), *Appearance* (Penampilan), *Attitude* (Sikap), *Attention* (Perhatian), *Action* (Tindakan), dan *Accountability* (Tanggung jawab).

a. *Ability* (Kemampuan)

Ability (Kemampuan) 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.⁹

Segenap karyawan yang bertugas dalam memberikan pelayanan harus memiliki keterampilan tentang aspek teknis perbankan,

⁸ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Andi Offset, 2010), 216-218.

⁹ Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*,

menguasai produk beserta manfaatnya sehingga membuat nasabah mengerti dan tertarik membelinya.¹⁰

b. *Attitude* (Sikap)

Dalam pelayanan prima sikap atau (*attitude*) merupakan poin yang tidak kalah penting. Sikap (*attitude*) adalah perilaku yang harus ditonjolkan ketika menghadapi pelanggan, yang meliputi penampilan yang sopan dan serasi, berpikir positif, sehat dan logis, dan bersikap menghargai.¹¹ Keberhasilan pelayanan akan sangat tergantung kepada karyawan yang terlibat didalamnya, maka setiap karyawan perlu menerapkan sikap yang baik, ramah, penuh 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.¹²

Untuk menciptakan kesan *attitude* yang baik bagi pelanggan, maka para pegawai yang berinteraksi langsung dengan konsumen wajib menggunakan bahasa sopan, cekatan dalam menangani

¹⁰ Anna Yulia Wulandari, 'Analisis Kompetensi Komunikasi Customer Service Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelayanan Publik', Jurnal Komunikasi Bisnis Dan Manajemen, 24 (2015)

¹¹ Buchory and Djaslim Saladin, *Dasar – Dasar Pemasaran Bank* (Bandung: Linda Karya, 2006), 31.

¹² Novianty Djafri, *Manajemen Pelayanan (Berbasis Revolusi Mental)* (Gorontalo: Ideas Publishing, 2018), 10.

keluhan serta menjadikan pelanggan sebagai seorang raja.¹³ Dalam pelaksanaan pelayanan prima, sikap yang harus ditonjolkan oleh pegawai selaku pihak yang melayani harus mencerminkan gerakgerik 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.¹⁴

c. *Appearance (Penampilan)*

Appearance (Penampilan) adalah penampilan seseorang baik yang bersifat fisik atau non fisik, yang mampu merefleksikan kepercayaan diri dan kredibilitas dari pihak lain.¹⁵ 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 digarapkan mampu menonjolkan penampilan seorang pegawai pada tingkat yang paling prima.¹⁶ Untuk mencapai penampilan yang menarik dan mantap, seorang pegawai harus

¹³ Daryanto dan Ismanto, *Konsumen Dan Pelayanan Prima* (Yogyakarta: Gava Media, 2014), 117.

¹⁴ Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, 211.

¹⁵ *Ibid.*, 31.

¹⁶ *Ibid.*, 220.

mampu menganalisis diri, bagaimanakah keadaan dirinya dalam bersikap didepan pelanggan, bukan hanya penampilan fisik tetapi juga dalam gerak – gerak atau tindak tanduk. 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 yang bekepribadian baik dan pemakaian busana yang mewakili profesinya.

d. *Attention* (Perhatian)

Attention (Perhatian) 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.¹⁷ Hal – hal lain yang perlu diperhatikan menyangkut bentuk pelayanan berdasarkan konsep perhatian yaitu

¹⁷ *Ibid*, 32.

megucapkan 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.¹⁸

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 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.¹⁹

1) 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

¹⁸ Novianty Djafri, *Manajemen Pelayanan (Berbasis Revolusi Mental)*, 10.

¹⁹ Adya Atep Brata, *Dasar – dasar Pelayanan Prima.*, 231.

laku tau perangi 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 pelanggan harus dipelajari dengan baik dan teliti serta harus dengan cepat menyesuaikan diri dengan watak para pelanggan.²⁰

2) Mendengarkan dan memahami kebutuhan pelanggan.

Kemampuan 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, kemampuan mendengarkan dan memahami kebutuhan pelanggan ini berguna sebagai bahan pertimbangan untuk mengatur strategi perusahaan dalam mengantisipasi kebutuhan dan keinginan pelanggan.²¹

²⁰ *Ibid.*,235.

²¹ *Ibid.*,262.

3) Mencerahkan 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.²²

e. *Action* (Tindakan)

Action (Tindakan) adalah kegiatan nyata yang dilakukan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan adanya tindakan yang konkret yaitu 3S, Salam, Senyum, Sapa, untuk melayani pelanggan. Dalam pelayanan prima tindakan dapat diartikan sebagai upayaupaya 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.²³ Ada empat dasar tahapan untuk mencapai tindakan yang efektif.²⁴

²² Novianty Djafri, *Manajemen pelayanan.*,11

²³ Ibid.,8

²⁴ Eko subadri dan Hendrawan Prasetyo, *Pelayanan Prima Bagi Pelanggan & Kolega* (Klatem: Saka Mitra Kompetensi, 2019), 6.

- 1) Memahami hal yang dibutuhkan nasabah. Petugas pelayanan perlu mengecek kelengkapan fakta-fakta yang ada dan tanyakan jika ada yang tidak jelas dipahami.
- 2) Menentukan sikap mengenai hal yang dapat dilakukan. Tinjau ulang keperluan dan amati apa yang dapat secara realistis dilaksanakan.
- 3) Ambil tindakan sesuai rencana. Jika melibatkan orang lain pastikan hal-hal yang diharapkan. Cek kembali untuk mengetahui bahwa tindakan (*action*) nyata sudah dilakukan.
- 4) Berilah informasi secara rutin kepada nasabah. Jika terjadi masalah yang tidak bisa dihindari, biarlah nasabah mengetahui dan menyetujui suatu rencana baru.

f. *Accountability* (Tanggung Jawab)

Accountability (Tanggung Jawab) adalah suatu sikap berperihakan kepada pelanggan sebagai suatu wujud keperdulian untuk menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan. 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.²⁵

²⁵ Yunita Irene J, 'Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Kualitas Pelayanan Melalui Kinerja Karyawan Fave Hotel Mex Surabaya', Jurnal Hospitality Da Manajemen Jasa, 2.2 (2004), 4.

B. Loyalitas Nasabah

1. Pengertian Loyalitas Nasabah

Menurut Soegeng Wahyudi dan Saparso, loyalitas pelanggan merupakan kaitan antara pengalaman pembelian masa lalu kemudian dipertahankan atau bahkan ditingkatkan dalam jangka panjang di masa depan dengan tetap melakukan pembelian pada merk yang sama. Dengan kata lain loyalitas adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merk, toko, atau pemasok, berdasarkan sikap yang positif yang tercermin dalam pembelian berulang secara konsisten.²⁶

loyalitas nasabah adalah sikap komitmen yang dimiliki oleh nasabah dalam hal menggunakan secara terus-menerus atas sebuah produk atau jasa yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan dalam hal ini adalah bank. Jadi loyalitas nasabah ialah bentuk komitmen untuk terus menggunakan produk atau jasa dari suatu bank tertentu di masa kini dan masa yang akan datang dengan tidak memperdulikan situasi dan kondisi di sekitarnya ataupun hal-hal yang membuat dirinya terpengaruh untuk berubah ke lain bank.²⁷ Persaingan yang semakin ketat dalam industri perbankan dengan segala perubahannya, telah memaksa mereka untuk

²⁶ Soegeng Wahyoedi dan Saparso, *Loyalitas Nasabah Bank Syariah: Studi Atas Religilitas, Kualitas Layanan, Trust, dan Loyalitas*, (Yogyakarta: Budi Utama, 2019), 26.

²⁷ Didiek Ahmad Supadie, *Sistem Lembaga Keuangan Ekonomi Syariah Dalam Pemberdayaan Ekonomi Rakyat* (Semarang: Pustaka Rizki Putra, 2013), 74.

memfokuskan layanan yang maksimal guna menciptakan dan mempertahankan loyalitas.²⁸

Pelanggan yang loyal memiliki karakteristik tersendiri, diantaranya sebagai berikut:²⁹

- a. Tingkat pembelian yang dilakukan memiliki rentang yang begitu dekat dan berulang-ulang. Artinya disini si pelanggan menggunakan kembali produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dalam hal ini bank untuk memenuhi kebutuhan transaksi keuangan.
- b. Pelanggan melakukan pembelian antar lini produk. Artinya pelanggan tidak hanya terpusat pada satu penggunaan produk atau jasa tertentu melainkan beberapa produk yang ada di bank tersebut.
- c. Menceritakan kepada pihak lain mengenai produk atau jasa yang sudah dirasakan manfaat di dirinya. Artinya pelanggan yang sebelumnya sudah merasakan manfaat dari produk yang digunakan menceritakan ulang ke pihak lain seperti layaknya promosi antar mulut terkait dengan produk yang dipakai.
- d. Memiliki pendirian yang kukuh untuk bertahan pada perusahaan dengan produk dan jasa yang sudah dipilih meskipun banyak

²⁸ Khamdan Rifa'i, *Membangun Loyalitas Pelanggan* (Jember: Hikam Pustaka, 2021), 73.

²⁹ Sopiah and Etta Mamang Sangadji, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), 105.

perusahaan lainnya menawarkan produk sejenis dengan penawaran yang menarik.

2. Proses Pembentukan Loyalitas Nasabah

Untuk membangun dan membentuk loyalitas nasabah, maka perusahaan setidaknya melakukan persiapan sebagai berikut:³⁰

- a. Menghasilkan produk, jasa, dan pengalaman yang sangat dibutuhkan oleh pasar sasaran dengan menggunakan merk sebagai ciri khas perusahaan tersebut.
- b. Adanya kerjasama antar lintas departemen dalam perusahaan guna mempermudah koordinasi kelancaran pemberian pelayanan, peningkatan kepuasan pelayanan, dan proses retensi pelanggan.
- c. Menggunakan “Suara Pelanggan” untuk menggali informasi dan menangkap segala sesuatu yang berkaitan dengan apa yang dibutuhkan oleh pelanggan yang kemudian oleh perusahaan akan direkap dan diambil keputusan.
- d. Melakukan pengorganisasian dan menggunakan database yang berkaitan dengan kebutuhan, preferensi, hubungan, tingkat pembelian, dan kepuasan pelanggan perseorangan.
- e. Memudahkan pelanggan untuk bisa dekat dengan perusahaan dengan cara memberikan kemudahan komunikasi dengan media

³⁰ Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2009), 153.

sosial yang tepat dan mengungkapkan kebutuhan, pandangan, dan keluhan pelanggan.

- f. Menilai program lanjutan loyalitas baik program frekuensi maupun keanggotaan klub.
- g. Menjalankan program pengakuan terhadap karyawan yang berkinerja baik.

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah diantaranya adalah sebagai berikut:³¹

a. Kepercayaan (*Trust*)

Salah satu faktor yang membutuhkan proses yang begitu lama untuk mendapatkannya dari pelanggan. Hal ini berkaitan dengan perasaan dan sikap yang dimiliki oleh pelanggan untuk menerima dan mempercayakan kepada perusahaan tertentu untuk melakukan kegiatan produksi dan memenuhi apa yang ia butuhkan. Jika kepercayaan yang dimiliki pelanggan tinggi, maka hubungan atau interaksi antara perusahaan dan pelanggan terjalin kuat, begitupun sebaliknya. Cara yang dapat ditempuh perusahaan untuk mendapatkan kepercayaan dari pelanggan bisa melalui pemenuhan tanggungjawab yang telah dibebankan kepadanya dengan memenuhi kebutuhan sesuai dengan apa

³¹ Jill Griffin, *Customer Loyalty, Menumbuhkan Dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan* (Jakarta: Erlangga, 2003),

yang telah dijanjikan atau dengan bahasa lain tidak boleh ingkar janji.

b. Kepuasan (*Satisfaction*)

Hal ini berkaitan dengan manfaat yang dirasakan dari produk atau jasa yang telah dibeli oleh pelanggan. Apa yang telah diekspetasikan oleh pelanggan haruslah yang sesuai dengan apa yang diberikan secara realitanya oleh perusahaan sehingga dapat memenuhi kepuasan pelanggan. Hal yang perlu diperhatikan perusahaan adalah segala hal yang ada di perusahaan, baik itu sumber daya manusia, modal, peralatan yang berkaitan dengan pelayanan, dan sebagainya.

c. Kemudahan (*Choice Reduction and Habit*)

Jika produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan mudah untuk didapat, ditemukan, dicari maka pelanggan akan merasakan kemudahan untuk menggunakannya. Sehingga pelanggan tidak memerlukan waktu dan biaya yang tinggi untuk mendapatkan barang atau jasa tersebut. Sehingga apa yang dibutuhkan akan cepat tercapai dan pelanggan tidak akan perlu mencari pilihan alternatif produk sejenis lainnya dari perusahaan lain.

d. Ikatan Emosi (*Emotional Banding*)

Ini terjadi dari daya tarik konsumen melihat merk atau branding yang dipakai dari produk atau jasa tersebut. Bisa juga terjadi karena terpengaruhnya dari pihak lain atas penggunaan produk dan jasa yang sama. Biasanya branding atau merk ini mampu memberikan kesan dan nilai tambah dan positif bagi penggunaannya sehingga pengguna merasa lebih dihargai.

e. Pengalaman dengan Perusahaan (*History With Company*)

Mempunyai kedekatan dengan perusahaan yang mengeluarkan produk dan jasa tersebut dan merasa telah diberikan pelayanan yang baik dan dihargai dengan baik sebagai seorang pelanggan, maka pelanggan akan berulang untuk melakukan pembelian terhadap produk dan jasa yang dikeluarkannya.



BAB III

PAPARAN DATA

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Bank Syariah Indonesia (BSI)

Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar didunia, memiliki potensi untuk menjadi yang terdepan dalam industri keuangan syariah. Meningkatnya keesadaran masyarakat terhadap halal matter serta dukungan *stakeholder* yang kuat, merupakan faktor paling penting dalam mengemban ekosistem industri halal indonesia. Termasuk didalamnya adalah bank syariah. Bank syariah memainkan peranan penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas. Ekonomi dalam seluruh ekosistem ekonomi halal. Keberadaan industri perbankan syariah di indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan dalam tiga dekade ini. Inovasi produk, peningkatan layanan serta pengembangan jaringan menunjukkan trend yang positif dari tahun ketahun. Bahkan, semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya bank syariah yang melakukan korporasi. Tidak terkecuali dengan bank syariah yang dimiliki BUMN, Yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah.¹

Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1422 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu menjadi Bank

¹ <https://bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>, (diakses pada 24 April 2022, 21.30).

Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari tiga bank syariah sehingga menghasilkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk melalui kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia dengan didorong untuk dapat bersaing di tingkat global.²

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'Alamin*).

2. Letak Geografis

Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Madiun Kartoharjo terletak di Jalan. Auri No.01 Madiun, Jawa Timur 63119.³ Secara geografis, lokasi Bank Syariah Indonesia KC Madiun Kartoharjo cukup strategis dan terletak ditengah kota Madiun sehingga masyarakat dapat menjangkau serta memanfaatkan produk dan layanan yang dimiliki oleh BSI KC Madiun Kartoharja dengan mudah.

3. Visi dan Misi

² *Ibid.*

³ <https://bankbsi.co.id/jaringan/846>, (diakses pada 24 April 2022, 21.30).

Berikut adalah visi dan misi Bank Syariah Indonesia⁴

a. Visi

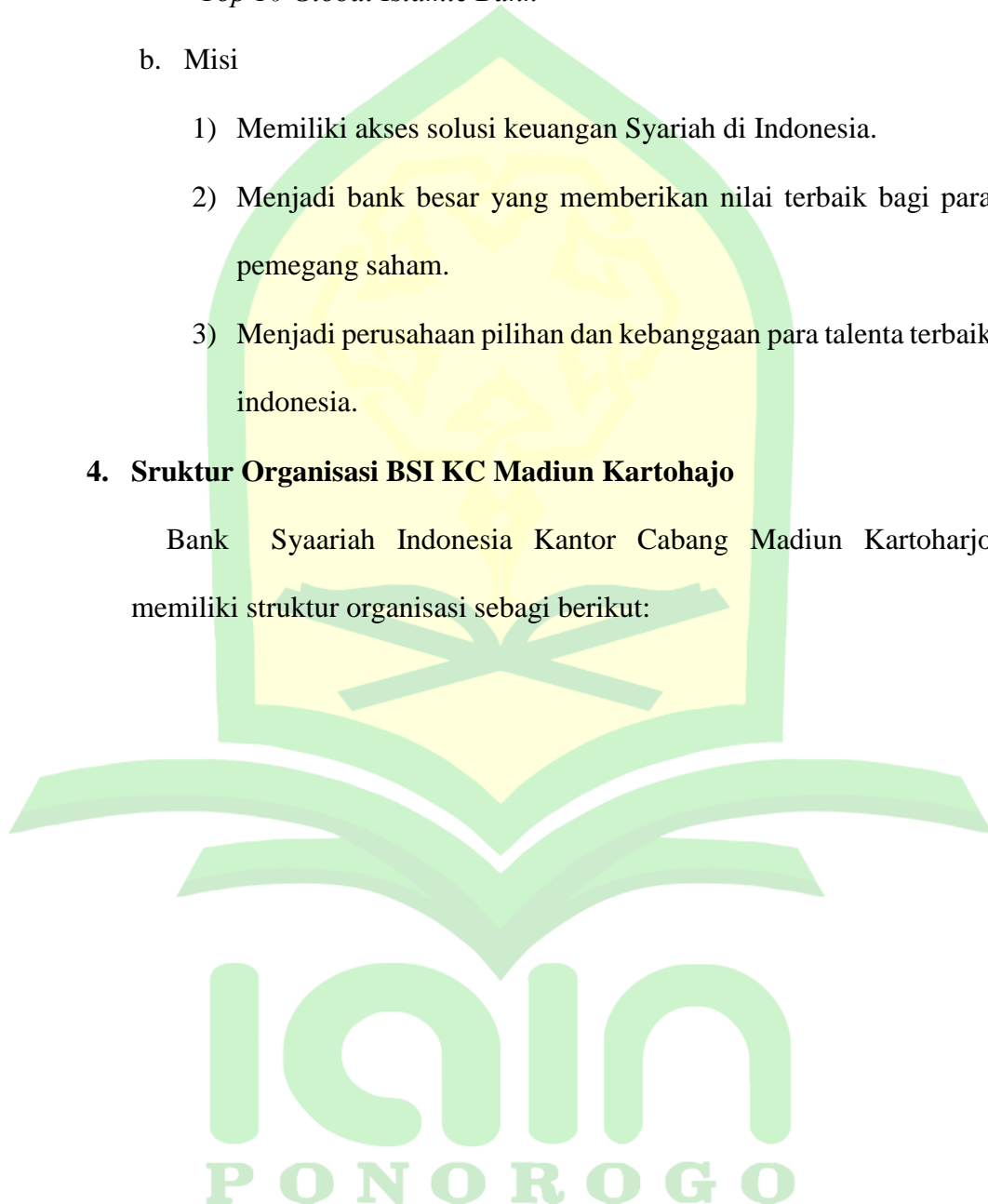
“Top 10 Global Islamic Bank”

b. Misi

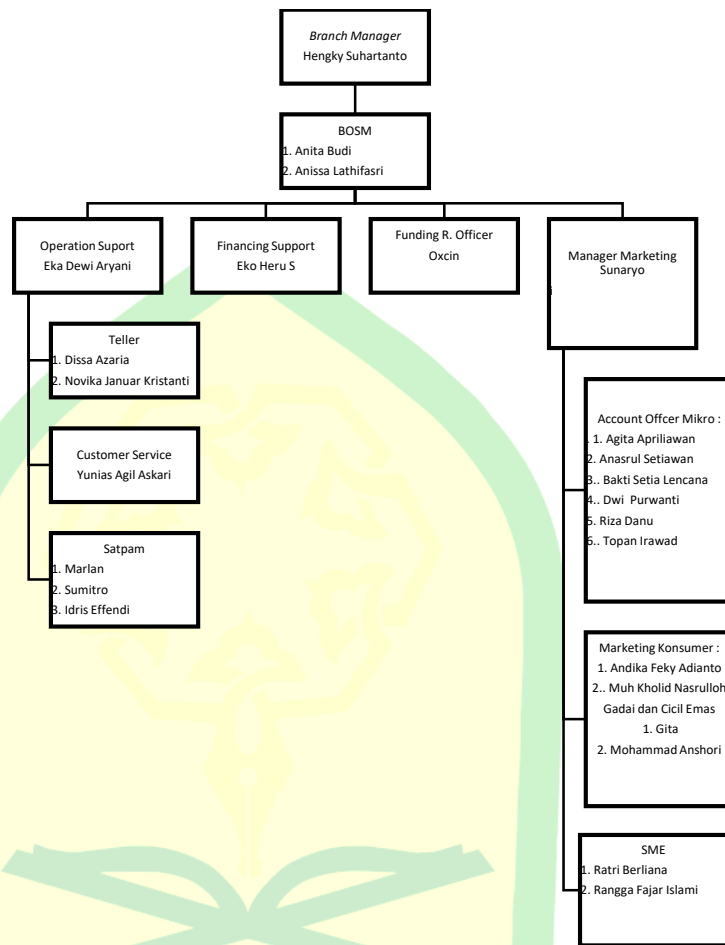
- 1) Memiliki akses solusi keuangan Syariah di Indonesia.
- 2) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham.
- 3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik indonesia.

4. Struktur Organisasi BSI KC Madiun Kartoharjo

Bank Syaariah Indonesia Kantor Cabang Madiun Kartoharjo memiliki struktur organisasi sebagai berikut:



⁴ <https://bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>, (diakses pada 24 April 2022, 21.30).



Gambar 3.1 Struktur Organisasi BSI KC Madiun Kartoharjo

B. Data

1. Perhatian *Customer Service* Kepada Nasabah

Perhatian merupakan kepedulian penuh kepada pelanggan, baik yang berkaitan dengan perhatian kebutuhan dan keinginan pelanggan. Perhatian merupakan salah satu konsep penunjang pola layanan yang digunakan untuk menunjukkan betapa besarnya perhatian dari pegawai kepada pelanggan.

a. Pengamatan Terhadap Prilaku Nasabah

Berikut adalah wawancara dengan Yunias Agil Askari selaku *Customer Service* BSI Kantor Cabang Kartoharjo Madiun mengenai pengamatan terhadap perilaku nasabah.

“dalam memberikan perhatian kepada nasabah kita harus selalu fokus dan selalu kontak mata dengan nasabah, selain itu untuk mengetahui keperluan nasabah kita bisa mengajukan beberapa pertanyaan untuk mengetahui latar belakang nasabah, kondisi nasabah dan pekerjaan nasabah. Dengan mewawancarai nasabah kita kita dapat menyimpulkan produk apa saja yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.”

Berdasarkan keterangan dari Yunias Agil Askari pengamatan terhadap perilaku pelanggan harus fokus dan dan selalu kontak mata dengan nasabah selain itu kita juga dapat mengajukan beberapa pertanyaan untuk mengetahui kondisi nasabah dan mengetahui keperluan nasabah.⁵

Hal serupa juga disampaikan oleh Novika Januar Kristianti selaku *Teller* BSI KC Kartoharjo Madiun:

“dalam melakukan pelayanan kepada nasabah kita harus selalu memperhatikan nasabah, selalu kontak mata dengan nasabah, fokus mendengarkan nasabah dan memahami keinginan nasabah”

Berdasarkan keterangan yang di sampaikan oleh Novika Januar Kristianti dalam melakukan pelayanan kepada nasabah kita harus

⁵ Yunias Agil Askari, *Wawancara*, Tanggal 17 Oktober 2022.

selalu memperhatikan nasabah, selalu kontak mata fokus mendengarkan dan memahami keinginan nasabah.⁶

Berikut adalah hasil wawancara dengan Trimey selaku nasabah di BSI KC Madiun Kartoharjo:

“Cs melakukan pelayanan dengan sangat baik selalu mengucapkan salam sebelum melakukan transaksi dan fokus melayani dan tidak melakukan tindakan lain selain melayani kepentingan nasabah. Selain itu cs juga menanyakan mengenai keperluan nasabah seperti membuka rekening dan menanyakan rekening ini mau difungsikan sebagai tabungan atau yang lainnya. Kemudian mempersilahkan nasabah duduk, mengucapkan salam serta menanyakan ada yang bisa dibantu”

Berdasarkan keterangan yang telah disampaikan oleh trimey *Customer service* dalam memberikan pelayanan dengan baik, mengucapkan salam sebelum melakukan transaksi, menyuruh nasabah untuk duduk, dan fokus dalam melayani. *Customer service* menanyakan mengenai keperluan nasabah.⁷

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan beberapa informan pengamatan terhadap perilaku pelanggan harus fokus dan selalu kontak mata dengan nasabah, mengajukan beberapa pertanyaan untuk mengetahui kondisi nasabah dan latar belakang nasabah, dan memahami keinginan nasabah.

b. Mendengarkan dan Memahami Kebutuhan Nasabah

⁶ Novika Januar Kristianti, *Wawancara*, Tanggal 17 Oktober 2022.

⁷ Trimey, *Wawancara*, Tanggal 01 November 2022.

Berikut adalah wawancara dengan Yunias Agil Askari selaku *customer service* BSI Kantor Cabang Kartoharjo Madiun mengenai Tindakan mendengarkan dan memahami kebutuhan nasabah.

“dalam mendengarkan kita harus fokus dengan apa yang diucapkan nasabah, pandangan fokus kepada nasabah, berempati kepada nasabah dan mampu memberikan solusi kepada nasabah.”

Berdasarkan keterangan yang telah disampaikan oleh Yunias Agil Askari dalam mendengarkan dan memahami kebutuhan nasabah kita harus fokus dengan apa yang diucapkan oleh nasabah, pandangan fokus kepada nasabah, berempati dan mampu memberikan solusi kepada nasabah.⁸

Hal serupa juga disampaikan oleh Novika Januar Kristianti selaku *Teller* BSI KC Kartoharjo Madiun:

“..... mendengarkan dan memahami apa yang diutarakan oleh nasabah lalu menyimpulkan tujuan dan maksud dari nasabah, agar kita mudah dan lebih cepat mengerti kemauan dari nasabah serta cepat dalam melakukan pelayanan.”

Berdasarkan keterangan yang di sampaikan oleh Novika Januar Kristianti dalam mendengarkan dan memahami kebutuhan nasabah harus fokus dan menyimpulkan tujuan dan maksud nasabah, agar kita mengerti keinginan nasabah serta lebih cepat dalam melakukan pelayanan.⁹

⁸ Yunias Agil Askari, *Wawancara*, Tanggal 17 Oktober 2022.

⁹ Novika Januar Kristianti, *Wawancara*, Tanggal 17 Oktober 2022.

Selanjutnya adalah hasil wawancara dengan Dwi Lestari selaku nasabah di BSI KC Madiun Kartoharjo:

“Awalnya pasti dengan bertanya apa yang bisa dibantu terkadang juga bertanya mengenai pendidikan atau juga kesibukan. Mendengarkan dan kontak mata dengan nasabah. Lalu memberikan solusi dari masalah yang dikeluhkan.”

Berdasarkan keterangan yang disampaikan oleh Dwi Lestari *Customer service* sebelumnya menanyakan mengenai pendidikan dan juga kesibukan. Dan saat komunikasi didengarkan dengan baik dan kontak mata dengan nasabah kemudian memberikan solusi atas keluhan nasabah.¹⁰

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan beberapa informan mengenai mendengarkan dan memahami harus fokus mendengarkan nasabah, menyimpulkan tujuan tujuan dan maksud nasabah, berempati dan mampu meberikan solusi kepada nasabah.

c. **Mencurahkan Perhatian Penuh Kepada Nasabah**

Berikut adalah wawacara dengan Yunias Agil Askari selaku *Customer Service* BSI Kantor Cabang Kartoharjo Madiun mengenai Tindakan mencurahkan perhatian penuh kepada nasabah.

“memperhatikan penampilan, sopan dan ramah saat meyani, selain itu juga harus mengetahui produk apa saja dengan kebutuhan nasabah dan jasa yang ditawarkan serta efisiensi waktu yang tepat. Kemudian dalam membangun kedekatan dengan nasabah dapat dimulai dengan membangun kedekatan

¹⁰ Dwi Lestari, Wawancara, Tanggal 1 November 2022.

dengan nasabah dan membangun komunikasi yang baik dengan nasabah.”

Berdasarkan penjelasan yang disampaikan oleh Yunias Agil Askari dalam mencurahkan perhatian penuh kepada nasabah perlunya memperhatikan penampilan, sopan dan ramah saat melayani serta mengetahui produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah dan efisiensi waktu yang tepat. Dalam membentuk kedekatan dengan nasabah bisa dilakukan dengan komunikasi yang baik.¹¹

Hal serupa juga disampaikan oleh Novika Januar Kristianti selaku Teller BSI KC Kartoharjo Madiun:

“ dalam melakukan pelayanan kita tidak boleh membeda-bedakan nasabah harus selalu sopan, ramah saat melayani nasabah cekatan serta memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah.”

Berdasarkan keterangan yang di sampaikan oleh Novika Januar Kristianti dalam mencurahkan perhatian penuh kepada nasabah tidak boleh membeda-bedakan nasabah, bersikap sopan , ramah saat melayani nasabah dan cekatan.¹²

Berikut adalah hasil wawancara dengan Sholifatul nasabah BSI KC Madiun Kartoharjo:

“Saat nasabah nyampaikan keluhan Customer service memperhatikan dengan baik setelah itu diberikan solusi yang pas dengan menjelaskan secara detail. Ketika dikasih kritik dan saran CS mendengarkan dan menerima dengan baik dan

¹¹ Yunias Agil Askari, *Wawancara*, Tanggal 17 Oktober 2022.

¹² Novika Januar Kristianti, *Wawancara*, Tanggal 17 Oktober 2022.

mengucapkan trimakasih dengan adanya saran dapat menjadi bahan evaluasi kemajuan perusahaan, namun ada keluhan yang telah disampaikan kepada Customer Service dan telah diberikan solusi oleh cs namun permasalahan yang telah diberikan solusi kembali terjadi saya harus kembali kepada customer service menyelesaikan masalah yang sama, sehingga saya merasa kurang puas. Masalah yang saya alami tersebut adalah kebobolan rekening atau berkurangnya saldo pada rekening.”

Berdasarkan keterangan yang telah disampaikan oleh Sholifatul saat CS menerima kritik atau saran dari nasabah didengarkan dan diterima dengan baik kemudian diberikan solusi yang tepat dengan permasalahan nasabah. kemudian setelah menerima saran dari nasabah CS mengucapkan trimakasih karena telah diberikan masukan. Namun pada solusi yang ditawarkan terjadi kembali sehingga nasabah perlu kembali ke Customer service untuk menyelesaikan masalah yang sama.¹³

Berdasarkan hasil wawancara dari beberapa narasumber mengenai mencurahkan perhatian penuh kepada nasabah dalam melakukan pelayanan perlu memperhatikan penampilan, sopan ramah, mengetahui kebutuhan nasabah ketepatan waktu dan membentuk komunikasi yang baik dengan nasabah. namun dari salah satu nasabah menjelaskan bahwa nasabah pernah melakukan komplain kepada Customer Service namun pada solusi yang diberikan oleh customer Service dikemudian hari masih terulang kembali masalah yang dialami oleh nasabah sehingga nasabah perlu

¹³ Sholifatul, *Wawancara*, Tanggal 01 November 2022.

kembali ke Customer service untuk menyelesaikan masalah yang sama. Hal tersebut membuat nasabah kurang puas.

2. Tindakan Customer Service Kepada Nasabah

Tindakan merupakan kegiatan nyata yang dilakukan dalam pelayanan kepada pelanggan dengan adanya tindakan yang konkrit.

Berikut adalah wawancara dengan Yunias Agil Askari selaku Customer Service BSI Kantor Cabang Kartoharjo Madiun mengenai Tindakan Customer Service kepada nasabah.

“tindakan Customer Service saat melakukan pelayanan harus bersikap ramah, mampu memberikan solusi terhadap permasalahan nasabah, bersikap empati dan mau mendengarkan keluhan nasabah dan sabar dalam menghadapi nasabah. Kemudian dalam melayani nasabah kita harus semangat dan antusias kepada setiap nasabah selain itu juga harus menerapkan 3S (salam, senyum dan sapa). Sebelum kita melakukan pelayanan kita harus mengetahui kebutuhan nasabah sehingga kita perlu melakukan wawancara atau memberikan beberapa pertanyaan kepada nasabah terkait dengan latar belakang nasabah, keluarga nasabah, pekerjaan nasabah dll. Ada beberapa hal perlu disiapkan sebelum melakukan pelayanan agar kita lebih mudah dalam melayani nasabah yaitu menyiapkan brosur formulir, standing baner tentang program yang sedang berjalan. Untuk memastikan kembali keperluan dan kebutuhan nasabah perlu adanya penegasan kembali, hal ini dilakukan untuk memastikan tidak salah dan sudah sesuai dengan keperluan atau kebutuhan nasabah. Kemudian seorang Customer Service juga harus menguasai informasi mengenai produk yang ada di BSI seperti persyaratan, ketentuan- ketentuan yang berlaku, fitur yang melekat pada produk dan benefit dari produk yang dipilih oleh nasabah. Sebelum menawarkan produk kepada nasabah kita harus menggali kebutuhan atau keperluan nasabah setelah mengetahui kebutuhan nasabah kemudian kita menjelaskan benefit atau keuntungan dari produk yang kita tawarkan kemudian simpan nomer handphone nasabah apabila dikemudian hari nasabah menginginkan produk yang kita tawarkan. Kemudian setelah selesai melakukan pelayanan kepada nasabah kita juga perlu melakukan

cross selling dengan produk lain mendoakan nasabah, dan tak lupa mengucapkan salam.”

Berdasarkan penjelasan Yunias agil Askari sikap *Customer service* saat melayani nasabah harus bersikap ramah, mampu memberikan solusi terhadap permasalahan nasabah, bersikap empati dan mau mendengarkan keluhan nasabah dan sabar dalam menghadapi nasabah. Kemudian dalam melayani nasabah kita harus semangat dan antusias kepada setiap nasabah selain itu juga harus menerapkan 3S (salam, senyum dan sapa). Dalam melakukan pelayanan ada beberapa hal yang harus disiapkan seperti mengetahui kondisi nasabah dan kebutuhan nasabah sehingga *Customer service* perlu mengajukan pertanyaan untuk mengetahui kondisi nasabah, latar belakang nasabah, hingga pekerjaan nasabah. Selain itu *Customer service* juga menyiapkan brosur formulir, standing baner tentang program yang sedang berjalan. *Customer service* juga melakukan penegasan kembali kepada nasabah untuk memastikan kesesuaian pemahaman *Customer service* dengan nasabah.¹⁴

Customer service harus menguasai informasi mengenai produk yang ada di BSI seperti persyaratan, ketentuan- ketentuan yang berlaku, fitur yang melekat pada produk dan benefit dari produk yang dipilih oleh nasabah. Setelah selesai melakukan pelayanan kepada nasabah *Customer service* melakukan *cross selling* dengan produk lain mendoakan nasabah, dan tak lupa mengucapkan salam.

¹⁴ Yunias Agil Askari, *Wawancara*, Tanggal 17 Oktober 2022.

Hal serupa juga disampaikan oleh Novika Januar Kristianti selaku Teller BSI KC Kartoharjo Madiun:

“.....memiliki motivasi tinggi yang memiliki rasa tanggung jawab pada nasabah, selain itu kita harus melayani dengan cepat, dan akurat. Serta mampu membantu setiap nasabah yang mengalami kesulitan ... sebelum mulai melayani nasabah kita bisa memulainya dengan mengucapkan salam kemudian menanyakan keperluan nasabah. Apabila nasabah merasa kebingungan atau kesulitan dalam melakukan transaksi kita dapat membantu. Kemudian saat melakukan pelayanan kita juga perlu melakukan penegasan kembali kepada nasabah terkait dengan permintaan nasabah, untuk memastikan apakah sudah sesuai dengan kebutuhan nasabah. Saat sudah selesai melakukan pelayanan kepada nasabah kita dapat menanyakan kembali kepada nasabah apakah ada yang bisa dibantu atau tidak dan melakukan cross selling untuk mengajak nasabah menabung dan menggunakan produk dan jasa lainnya.”

Dari penjelasan yang telah disampaikan oleh novika januar seorang teller harus memiliki motivasi yang tinggi dan memiliki rasa tanggung jawab kepada nasabah, selain itu dalam melakukan pelayanan kepada nasabah harus cepat dan akurat serta mampu membantu setiap nasabah yang mengalami kesulitan. Saat melayani dimulai dengan mengucapkan salam dan menanyakan keperluan nasabah. untuk memastikan keperluan nasabah perlu adanya penegasan kembali kepada nasabah dan ketika pelayanan sudah selesai teller juga melakukan *cross seling*.¹⁵

Berikut adalah hasil wawancara dengan Trimey selaku nasabah di BSI KC Madiun Kartoharjo:

“saat nasabah datang cs menyambut dengan mengucapkan salam, senyum dan sapa. Kemudian Cs juga menanyakan kondisi nasabah

¹⁵ Novika Januar Kristianti, Wawancara, Tanggal 17 Oktober 2022.

saat bertransaksi. ... cs juga menawarkan dan menjelaskan produk-produk yang ada di BSI, kemudian di meja cs juga di sediakan brosur yang digunakan untuk mempermudah dalam mengenalkan produk yang ada di BSI. Penjelasan yang disampaikan kepada nasabah mengenai produk yang ditawarkan sangat membantu untuk mengatasi kebingungan nasabah. Saat melayani nasabah biasanya Cs juga melakukan crosscheck atau menanyakan ulang apa yang dikeluhkan nasabah. Customer Service juga menanyakan nomer handphone dan dan juga email untuk disimpan. Kemudian dilain hari saya mendapatkan pemberitahuan dari BSI mengenai produk dan informasi melalui email. Saat selesai melakukan pelayanan juga menanyakan ada yang bisa saya bantu lagi, ketika tidak ada Cs akan mengucapkan terimakasih telah bertransaksi dibank BSI dan mengucapkan salam. Kemudian ketika terjadi banyak antrian biasanya Cs dibantu oleh satpam, satpam membantu mengarahkan nasabah untuk melakukan hal-hal ringan seperti memberi tahu kepada nasabah apa saja yang perlu disiapkan misalnya mengarahkan nasabah untuk menginstal aplikasi dan mengisi berkas sebelum ke CS. Menurut saya hal tersebut sudah tepat untuk diterapkan dikarekan memepersingkat waktu dan mempermudah nasabah dalam bertransaksi dan menyelesaikan usrusannya.”

Dari penjelasan yang telah disampaikan oleh Trimey saat nasabah datang langsung disambut oleh *Customer Service* kemudian mengucapkan salam, senyum dan sapa, kemudian *Customer service* juga menanyakan kondisi nasabah saat berintraksi. *Customer service* menawarkan dan menjelaskan produk-produk yang ada di BSI, kemudian di meja *Customer service* juga di sediakan brosur yang digunakan untuk mempermudah dalam mengenalkan produk yang ada di BSI. Setelah mendengarkan keperluan dan maksud dari nasabah *Customer service* melakukan *Cross cheek* dengan keperluan nasabah. *customer sevice* juga menyimpan nomer *handphone* dan email nasabah yang digunakan untuk

memberikan informasi sewaktu-waktu kepada nasabah. Saat sudah selesai melakukan pelayanan. Setelah selesai melakukan pelayanan *Customer service* menanyakan ada yang bisa saya bantu lagi kepada nasabah, ketika tidak ada *Customer service* akan mengucapkan terimakasih telah bertransaksi dibank BSI dan mengucapkan salam. Saat banyak antrian pada *customer service* dibantu oleh satpam untuk mengarahkan nasabah yang perlu disiapkan oleh nasabah sebelum ke *Customer service* . Menurut nasabah hal tersebut sudah tepat dilakukan karena sangat membantu dan mempersingkat waktu dalam melakukan pelayanan.¹⁶

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa informan BSI KC Madiun Kartoharjo telah menerapkan tindakan pelayanan prima kepada nasabah mulai dari menerapkan 3S (salam, senyum dan sapa) melayani dengan ramah, bersikap empati, mendengarkan keluhan nasabah, mampu memberikan solusi terhadap permasalahan nasabah. sebelum melakukan pelayanan ada beberapa hal yang perlu disiapkan oleh *Customer Service* diantaranya yaitu brosur, formulir, standing baner tentang program yang sedang berjalan. Untuk mengetahui kondisi ataukebutuhan nasabah seorang *Customer Service* atau *Teller* bisa mengajukan beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan kondisi nasabah dan keperluan nasabah. Saat melakukan pelayanan penegasan kembali perlu dilakan untuk memastikan kesesuaian dengan permintaan nasabah. seorang

¹⁶ Trimey, *Wawancara*, Tanggal 01 November 2022.

Customer Service harus menguasai informasi mengenai produk yang ada di BSI seperti persyaratan, ketentuan- ketentuan yang berlaku, fitur yang melekat pada produk dan benefit dari produk. Kemudian customer service atau pihak BSI menyimpan nomer handphone dan *email* nasabah yang digunakan untuk memberikan informasi kepada nasabah mengenai informasi yang mengenai produk ataupun program yang sedang berlangsung. Setelah selesai melakan pelayanan *cross selling* perlu dilakan untuk menawarkan bantuan atau produk lain kepada nasabah. ketika pada *Customer Service* terjadi banyak antrian *Customer Service* dibantu oleh satpam untuk memberikan arahan kepada nasabah sebelum ke *Customer Service*. Menurut nasabah hal tersebut tepat untuk diterapkan karena sangat membantu dan mempersingkat waktu dalam melakukan pelayanan.

3. Dampak Pelaksanaan *Service Excellence* terhadap Loyalitas Nasabah

Berikut adalah wawancara dengan Yunias Agil Askari selaku Customer Service BSI Kantor Cabang Kartoharjo Madiun mengenai dampak pelaksanaan *Service Excellence* terhadap loyalitas nasabah.

“dapak dari pelayanan prima kepada nasabah dan nasabah akan datang lagi untuk menggunakna produk dan jasa kita dan bahkan nasabah bisa menceritakan pengalamanya dan mengajak saudara atau teman dekat mereka untuk menjadi nasabah di BSI atau menggunakan produk kita. ...berskap jujur, melayani dengan ramah, membangun komunikasi yang efektif memberikan reward kepada nasabah dan ketepatan waktu dalam melayani nasabah serta tidak bertele-tele saat memberikan pelayanan.”

Berdasarkan keterangan yang telah disampaikan oleh Yunias Agil Askari dampak dari pelayanan prima yang dilakukan kepada nasabah akan memberikan kesan tersendiri kepada nasabah, dan nasabah akan datang lagi untuk menggunakan produk dan jasa BSI. Bahkan nasabah bisa menceritakan kepada saudara dan orang-orang terdekatnya. Loyalitas nasabah dapat dibentuk dengan bersikap jujur kepada nasabah, melayani dengan ramah, membangun komunikasi yang efektif memberikan *reward* kepada nasabah dan ketepatan waktu dalam melayani.¹⁷

Berikut adalah hasil wawancara dengan Trimey nasabah BSI KC Madiun Kartoharjo:

“..... sudah hampir 2 tahun menjadi nasabah di BSI, produk yang saya gunakan di BSI adalah tabungan Wadi,ah dan tabungan haji Saya pernah mengajak teman terdekat saya untuk menjadi nasabah BSI karena menabung di BSI itu mudah dan tidak mengandung riba dalam semua transaksi. Seperti dalam tabungan wadiyah tidak dipungut biaya tambahan atau pajak walau tidak melakukan transaksi apapun. Yang saya rasaka selama menjadi nasabah BSI transfer mudah dilakukan dengan adanya aplikasi Mobile Banking, adanya fitur zakat didalam aplikasi mobile banking, pelayanan dibank juga ramah sehingga membantu nasabah ketika mengalami kesulitan. Dan Saya ke BSI lumayan sering minimal 2 kali dalam jangka waktu.”

Berdasarkan penjelasan yang telah disampaikan diatas, nasabah menjadi nasabah kurang lebih sekitar 2 tahun dan nasabah juga lumayan sering melakukan transaksi di BSI dalam waktu satu bulan minimal melakukan transaksi 2 kali. Nasabah juga mengajak temennya untuk menjadi nasabah di BSI. Nasabah juga merasakan kemudahan saat

¹⁷ Yunias Agil Askari, *Wawancara*, Tanggal 17 Oktober 2022.

melakukan transaksi dengan adanya berbagai fitur yang telah disediakan oleh pihak BSI. Nasabah juga merasa pelayanan yang diberikan cukup ramah sehingga nasabah membantu nasabah saat mengalami kesulitan.¹⁸

Berikut adalah hasil wawancara dengan Pinta kusumadwi Ningsih nasabah BSI KC Madiun Kartoharjo:

“.....menjadi nasabah di BSI kurang lebih sekitar 1 tahun, yang saya lakukan di BSI adalah membuka rekening dan menabung. Selama menjadi nasab di BSI belum pernah mengambil produk BSI hanya menabung saja dan saya tidak terlalu sering ke bank untuk menabung. pernah mengajak teman untuk menjadi nasabah di Bsi karena ingin mengenalkan produk BSI dengan keunggulannya. Saya merasakan bahwa bank BSI tidak mengandung riba. Sedangkan bank lain masih ada riba. Selain rekening BSi saya juga memiliki rekening bank lain karena bank lain memiliki akses lebih mudah.”

Berdasarkan penjelasan yang telah disampaikan oleh Pinta Kusumaningsih Dewi, telah menjadi nasabah di Bsi sekitar 1 tahun dan belum pernah mengambil produk apapun di BSI KC Madiun Kartoharjo dan nasabah juga jarang melakukan transaksi di BSI karena menurut nasabah memiliki akses yang mudah, nasabah juga mengaja teman untuk menjadi nasabah di BSI.¹⁹

Berikut adalah hasil wawancara dengan Sholifatul nasabah BSI KC Madiun Kartoharjo:

“Saya menjadi nasabah BSI kurang lebih sekitar 3 tahun dan paling sering 1 bulan satu kali datang ke BSI namun untuk penggunaan atm atau bsi mobile lumayan sering.. Yang saya lakukan di BSI, menabung, mengganti ATM, Komplain karena adanya pembobolan ATM yang mana saya tidak mengambil uang tetapi saldonya dalam

¹⁸ Trimey, *Wawancara*, Tanggal 01 November 2022.

¹⁹ Pinta Kusumaningsih dewi, *Wawancara*, Tanggal 01 November 2022.

komplain tersebut ditanggapi dengan dengan baik dan langsung diberikan solusi dan saran tapi ada comlain saya yang sudah diberi solusi tapi tetap terjadi kesalahan tersebut. produk yang saya gunakan di adalah Tabungan Esay MudharabahSaya pernah mengajak temen saya untuk menjadi nasabah di BSI itu bukan salah satu bank yang merugikan nasabah dengan banyak sekali banyak keuntungan, seperti menabung tidak ada potongan dan transaksi tarik tunai pada atm Bsi Tidak ada biaya adminnya. Keunggulannya yang saya rasakan selama menabung tidak ada biaya potongan dan jika melakukan menabung tidak ada potongan dan jika melakukan tarik tunai juga tidak dikenakan biaya admin serta jika melakukan penutupan buku semua saldo mengendap dapat diambil. Selain itu transaksi cepat , bisa melakukan complain lewat Bsi mobile dan biaya admin juga termasuk murah.”

Nasabah telah bergabung dengan BSI selama 3 tahun dan nasabah datang ke BSI paling sering 1 bulan satu kali namun untuk traksaksi menggunakan ATM atau BSI Mobile lumayan sering. nasabah pernah melakukan *comlain* kepada *Customer Service* karena nasabah merasakan bahwa adanya pembobolan ATM yang mana pemilik tidak mengambil uang tapi saldonya berkurang, respon *Customer Service* atas complain tersebut ditanggapi dengan tanggap memberikan solusi dan memberikan saran kepada nasabah namun ada comlain yang telah diberikan dan masih terulang kembali. namun dibalik itu transaksi di BSI tergolong cepat dan mudah serta biaya admin di BSI tergolong murah.²⁰

Berikut adalah hasil wawancara dengan Dwi Lestari nasabah BSI KC Madiun Kartoharjo:

²⁰ Sholifatul , *Wawancara*, Tanggal 01 November 2022.

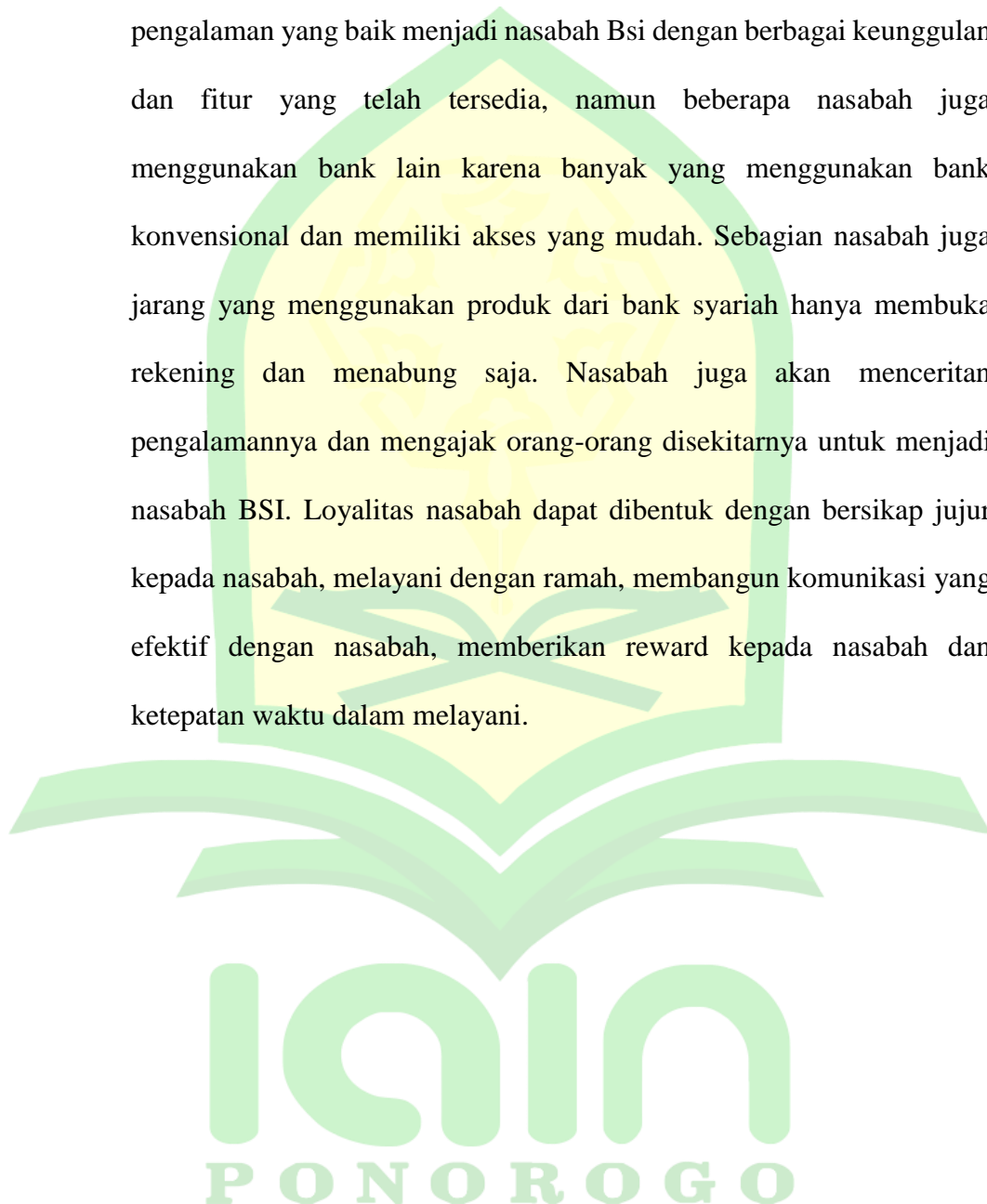
“Saya sekitar 3 tahun menjadi nasabah BSI. Saya Membuat rekening BSI awalnya tuntutan dari kampus dalam salah satu mata kuliah yng mengharuskan mahasiswanya memiliki rekening bank syariah. Jadi, hanya sekedar transaksi keuangan biasa, setor dan tarik tunai dan produk yang saya gunakan di BSI adalah tabungan Easy Mudharabah. Saya tidak terlalu sering melakukan transaksi di BSI hanya beberapa kali melakukan tarik tunai dan setor tunai. Saya pernah mengajak orang-orang di ekitar saya untuk menjadi nasabah di BSI Karena, saat menjadi nasabah BSI merasakan keuntungan menggunakan BSI. Mulai dari mobile banking yang fiturnya cukup lengkap dan penarikan uang bisa DI ATM bersama. BSI merupakan rekening pertama atas nama saya sendiri. Karena saya tidak memiliki rekening bank lain jadi keunggulan BSI berbeda dengan bank konvensional yang tidak menggunakan prinsip syariah. Lebih tenang bertransaksi di Bank Syariah. Adanya layanan mobile banking memberikan kemudahan karena transaksi keuangan yang mendadak atau dibutuhkan cepat tidak harus datang ke kantor. Cuma dengan handphone dan jaringan internet bisa digunakan dimana saja.”

Dwi lestari menjadi nasabah di BSI sekitar 3 tahun, alasan membuat rekening di BSI adalah karena tuntutan kuliah dan rekening BSI ini merupakan rekening pertamanya. Nasabah tidak terlalu sering melakukan transaksi di BSI hanya beberapa kali melakukan transaksi dan produk yang digunakan hanya tabungan *Esay Mudharabah*. Nasabah juga pernah mengajak temnya untuk menjadi nasabah di BSI karena sudah merasakan kemudahan menabung di BSI. Adanya *mobile banking* juga memberikan kemudahan kepada nasabah karena tidak mengharuskan nasabah untuk datang ke bank.²¹

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakakun kepada beberapa narasumber terkait dengan loyalitas pelanggan, dari pelayanan prima

²¹ Dwi Lestari, *Wawancara*, Tanggal 01 November 2022.

yang dilakukan *Customer Service* kepada nasabah akan memberikan kesan tersendiri kepada nasabah dan nasabah akan datang kembali untuk menggunakan produk dan jasa BSI. Beberapa nasabah telah merasakan pengalaman yang baik menjadi nasabah Bsi dengan berbagai keunggulan dan fitur yang telah tersedia, namun beberapa nasabah juga menggunakan bank lain karena banyak yang menggunakan bank konvensional dan memiliki akses yang mudah. Sebagian nasabah juga jarang yang menggunakan produk dari bank syariah hanya membuka rekening dan menabung saja. Nasabah juga akan menceritakan pengalamannya dan mengajak orang-orang disekitarnya untuk menjadi nasabah BSI. Loyalitas nasabah dapat dibentuk dengan bersikap jujur kepada nasabah, melayani dengan ramah, membangun komunikasi yang efektif dengan nasabah, memberikan reward kepada nasabah dan ketepatan waktu dalam melayani.



BAB IV

PEMBAHASAN

A. Analisa Pelayanan Prima Terhadap Perhatian Customer Service Kepada Nasabah

Secara teori pelayanan prima yang di kemukakan oleh Nina dalam buku Manajemen 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.¹ Konsep dalam mengindikasikan keberhasilan pelayanan prima meliputi *Ability* (Kemampuan), *Appearance* (Penampilan), *Attitude* (Sikap), *Attention* (Perhatian), *Action* (Tindakan), dan *Accountability* (Tanggung jawab).

Namun dalam hal ini konsep pelayanan prima yang dibahas hanya mencakup dua indikator dominan dimana digunakan peneliti untuk menganalisis pelaksanaan Pelayanan Prima *Customer Service* pada nasabah di BSI KC Madiun Kartoharjo yaitu Perhatian (*Attention*) dan Tindakan (*Action*).

Attention (Perhatian) adalah kepedulian penuh kepada pelanggan, baik yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan

¹ Nina Rahmawati, *Manajemen Pelayanan Prima* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010)., hal. 18

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.² Hal – hal lain yang perlu diperhatikan menyangkut bentuk pelayanan berdasarkan konsep perhatian yaitu mengucapkan salam pembuka pembicaraan kepada pelanggan, menanyakan apa keinginan pelanggan, mendengarkan dan memahami keinginan pelanggan, melayani pelanggan dengan cepat, tepat dan ramah, menempatkan kepentingan nasabah pada urutan yang mendengarkan dan memahami keinginan pelanggan, melayani pelanggan dengan pertama.³

BSI KC Madiun Kartoharjo melayani nasabah secara berurutan sesuai dengan nomor antrian yang diambil. Hal ini menunjukkan bahwa tindakan dalam pelayanan prima nasabah diprioritaskan berdasarkan urutan kedatangan. Pelayanan prima terhadap nasabah yang datang lebih dulu kemudian dapat memunculkan kesan puas atas tindakan pegawai pelayanan atau *customer service*.

BSI KC Madiun Kartoharjo dalam melayani nasabah juga memberikan perhatian khusus dimana menerapkan senyum sapa dan salam serta pertanyaan dengan gestur wajah tersenyum dan posisi berdiri. Hal ini mengindikasikan bahwa *Customer Service* berusaha mendengarkan dan

² *Ibid*, 32

³ Novianty Djafri, *Manajemen Pelayanan (Berbasis Revolusi Mental)*,10

memahami nasabah, bersikap ramah, dan memprioritaskan keperluan nasabah.

a. Pengamatan terhadap perilaku pelanggan

Pengamatan terhadap perilaku pelanggan diterapkan 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 perangai pelanggan melakukan pembelian, sehingga pegawai yang melayani dapat menetapkan strategi untuk memperoleh atau meningkatkan jumlah pelanggan.⁴

Dalam hal ini pengamatan perilaku pelanggan yang dilakukan oleh Customer Service dilakukan dengan fokus dan selalu kontak mata dengan nasabah, mengajukan beberapa pertanyaan untuk mengetahui kondisi nasabah dan latar belakang nasabah, dan memahami keinginan nasabah. Hal tersebut jika mengacu pada teori pengamatan terhadap perilaku pelanggan telah melaksanakan pengamatan perilaku pelanggan dengan baik dan telah sesuai dengan teori.

b. Mendengarkan dan memahami kebutuhan pelanggan.

Kemampuan mendengarkan dan memahami kebutuhan pelanggan merupakan hal yang patut dilakukan, karena dari sisi

⁴ Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima* (Jakarta: Gramedia 2005), 235

pelanggan, hal ini akan dianggap sebagai respon positif, sehingga pelanggan akan merasa bahwa harapannya telah mendapatkan perhatian dari pegawai. Sedangkan bagi perusahaan, kemampuan mendengarkan dan memahami kebutuhan pelanggan ini berguna sebagai bahan pertimbangan untuk mengatur strategi perusahaan dalam mengantisipasi kebutuhan dan keinginan pelanggan.⁵

Dalam hal ini mendengarkan dan memahami kebutuhan pelanggan oleh *Customer Service* dilakukan dengan fokus mendengarkan nasabah, menyimpulkan tujuan tujuan dan maksud nasabah, berempati dan mampu memberikan solusi kepada nasabah. hal tersebut jika mengacu pada teori pengamatan terhadap perilaku pelanggan sudah sesuai.

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.⁶

Pada hal mencurahkan perhatian penuh kepada pelanggan yang dilakukan oleh *Customer Service* dalam melakukan pelayanan perlu memperhatikan penampilan, sopan ramah, mengetahui

⁵ *Ibid.*,262

⁶ Novianty Djafri, *Manajemen pelayanan.*,11

kebutuhan nasabah ketepatan waktu dan membentuk komunikasi yang baik dengan nasabah. namun dari salah satu nasabah menjelaskan bahwa nasabah pernah melakukan komplain kepada *Customer Service* namun pada solusi yang diberikan oleh *customer Service* dikemudian hari masih terulang kembali masalah yang dialami oleh nasabah sehingga nasabah perlu kembali ke *Customer service* untuk menyelesaikan masalah yang sama. Hal tersebut membuat nasabah kurang puas.

Berdasarkan analisis yang dilakukan oleh peneliti terhadap mencurahkn perhatian penuh pada nasabah BSI KC Madiun Kartoharjo Pelayanan yang dilakukan oleh *Customer service* perlu memperhatikan penampilan, sopan ramah, mengetahui kebutuhan nasabah ketepatan waktu dan membentuk komunikasi yang baik dengan nasabah. namun peneliti menemukan pada salah satu narasumber dimana complain yang dilakukan kepada *Customer service* kurang tepat dan membuat nasabah harus kembali kepada *Customer Service* untuk menyelesaikan yang sama, sehingga nasabah merasa kurang puas terhadap hal tersebut.

B. Analisi Pelayanan Prima Terhadap Tindakan Customer Service Kepada Nasabah

Action (Tindakan) adalah kegiatan nyata yang dilakukan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan adanya tindakan yang

konkret yaitu 3S, Salam, Senyum, Sapa, untuk melayani pelanggan. Dalam pelayanan prima tindakan dapat diartikan sebagai 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.⁷ Ada empat dasar tahapan untuk mencapai tindakan yang efektif.⁸

- a. Memahami hal yang dibutuhkan nasabah.

Customer service BSI KC Madiun Kartoharjo dalam memahami hal yang dibutuhkan oleh nasabah *customer service* mengajukan beberapa pertanyaan untuk mengetahui kondisi dan kebutuhan nasabah. pada hal memahami hal yang dibutuhkan oleh nasabah *customer service* telah melaksanakan dengan baik.

- b. Menentukan sikap mengenai hal yang dapat dilakukan.

Tinjau ulang keperluan dan amati apa yang dapat secara realistis dilaksanakan.⁹ Dalam menentukan sikap mengenai hal yang dapat dilakukan, *customer service* BSI KC Madiun Kartoharjo melakukan penegasan kembali kepada nasabah untuk memastikan kesesuaian permintaan ataupun kebutuhan nasabah. Dalam hal ini

⁷ *Ibid.*,8

⁸ Eko subadri dan Hendrawan Prasetyo, *Pelayanan Prima Bagi Pelanggan & Kolega* (Klatem: Saka Mitra Kompetensi, 2019), 6.

⁹ *Ibid.* 6

pelaksanaan menentukan sikap mengenai hal yang dapat dilakukan telah dengan baik.

c. Ambil tindakan sesuai rencana.

Mengambil tindakan sesuai rencana dan jika melibatkan orang lain pastikan hal-hal yang diharapkan. Cek kembali untuk mengetahui bahwa tindakan (*action*) nyata sudah dilakukan.¹⁰ Setelah melakukan pelayanan terhadap nasabah *customer service* melakukan *cross selling* kepada nasabah untuk menawarkan produk lain yang ada di BSI KC Madiun Kartoharjo. Hal tersebut dilakukan bertujuan untuk mempromosikan dan menganalkan kepada nasabah mengenai produk-produk BSI dan program yang sedang berjalan. Hal ini sudah sesuai dengan pengambilan tindakan dan rencana yang dilakukan untuk promosi dan meningkatkan penjualan produk BSI KC Madiun Kartoharjo.

d. Memberi informasi secara rutin kepada nasabah.

Memberikan informasi secara rutin dan jika terjadi masalah yang tidak bisa dihindari, biarlah nasabah mengetahui dan menyetujui suatu rencana baru.¹¹ Untuk memberikan informasi kepada nasabah BSI KC Madiun Kartoharjo menggunakan email untuk memberikan informasi secara rutin kepada nasabah. Informasi yang diberikan BSI kepada nasabah berisikan mengenai program yang

¹⁰ *Ibid.* 6

¹¹ *Ibid.* 6

sedang berjalan dan produk-produk BSI. Agar nasabah mengetahui produk dan program apa saja yang sedang berlangsung pada BSI KC Madiun Kartoharjo.

Tindakan *Customer Service* BSI KC Madiun Kartoharjo telah menerapkan tindakan pelayanan prima kepada nasabah mulai dari menerapkan 3S (salam, senyum dan sapa) melayani dengan ramah, bersikap empati, mendengarkan keluhan nasabah, mampu memberikan solusi terhadap permasalahan nasabah. Sebelum melakukan pelayanan ada beberapa hal yang perlu disiapkan oleh *Customer Service* diantaranya yaitu brosur, formulir, standing baner tentang program yang sedang berjalan. *Customer Service* harus menguasai informasi mengenai produk yang ada di BSI seperti persyaratan, ketentuan-ketentuan yang berlaku, fitur yang melekat pada produk dan benefit dari produk. ketika pada *Customer Service* terjadi banyak antrian *Customer Service* dibantu oleh satpam untuk memberikan arahan kepada nasabah sebelum ke *Customer Service*. Menurut nasabah hal tersebut cukup membantu pelayanan yang dilakukan oleh *customer service* dan mempersingkat pelayanan yang dilakukan oleh *customer service*.

C. Dampak Pelayanan Prima Customer Service Terhadap Loyalitas Nasabah

Menurut Soegeng Wahyudi dan Sarpaso, loyalitas pelanggan merupakan kaitan antara pengalaman pembelian masa lalu kemudian dipertahankan atau bahkan ditingkatkan dalam jangka panjang di masa

depan dengan tetap melakukan pembelian pada merk yang sama. Dengan kata lain loyalitas adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok, berdasarkan sikap yang positif yang tercermin dalam pembelian berulang secara konsisten.¹² Persaingan yang semakin ketat dalam industri perbankan dengan segala perubahannya, telah memaksa mereka untuk memfokuskan layanan yang maksimal guna menciptakan dan mempertahankan loyalitas.¹³

Pelanggan yang loyal memiliki karakteristik tersendiri, sebagai berikut:

- a. Tingkat pembelian yang dilakukan memiliki rentang yang begitu dekat dan berulang-ulang.

Disini pelanggan menggunakan kembali produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dalam hal ini bank untuk memenuhi kebutuhan transaksi keuangan. Hal ini telah diterapkan oleh BSI KC Madiun dengan *crossling* oleh *customer service* dan *teller*. Dalam hal ini nasabah BSI KC Madiun Kartoharjo cukup sering menggunakan jasa dan produk secara berulang-ulang.

- b. Pelanggan melakukan pembelian antar lini produk.

Pelanggan tidak hanya terpusat pada satu penggunaan produk atau jasa tertentu melainkan beberapa produk yang ada di

¹² Soegeng Wahyoedi dan Suparso, *Loyalitas Nasabah Bank Syariah: Studi Atas Religilitas, Kualitas Layanan, Trust, dan Loyalitas*, (Yogyakarta: Budi Utama, 2019), hal. 26.

¹³ Khamdan Rifa'i, *Membangun Loyalitas Pelanggan* (Jember: Hikam Pustaka, 2021), 73.

bank tersebut. Pada hal ini nasabah masih kurang dalam penguasaan antar lini produk kebanyakan dari nasabah hanya menggunakan beberapa produk saja secara berulang-ulang tanpa menggunakan produk lain.

c. Menceritakan kepada pihak lain

Nasabah akan menceritakan kepada pihak lain mengenai produk atau jasa yang sudah dirasakan manfaat di dirinya. Artinya pelanggan yang sebelumnya sudah merasakan manfaat dari produk yang digunakan menceritakan ulang ke pihak lain seperti layaknya promosi antar mulut terkait dengan produk yang dipakai. Pada hal ini nasabah menceritakan pengalamannya di BSI dan mengajak orang-orang disekitarnya untuk menjadi nasabah BSI KC Madiun Kartoharjo dan menabung di BSI karena nasabah telah merasakan manfaat dan fitur yang ada di BSI.

d. Memiliki pendirian yang kukuh.

Memiliki pendirian yang kukuh untuk bertahan pada perusahaan dengan produk dan jasa yang sudah dipilih meskipun banyak perusahaan lainnya menawarkan produk sejenis dengan penawaran yang menarik. Dalam hal ini nasabah memiliki pendirian yang baik untuk tetap menjadi nasabah pada BSI KC Madiun Kartoharjo, namun dalam tuntutan kerja nasabah menggunakan jasa bank konvensional. Disisi lain nasabah juga merasakan kemudahan akses bank lain dari pada bank BSI.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah diantaranya adalah sebagai berikut:¹⁴

a. Kepercayaan (*Trust*)

Salah satu faktor yang membutuhkan proses yang begitu lama untuk mendapatkannya dari pelanggan. Hal ini berkaitan dengan perasaan dan sikap yang dimiliki oleh pelanggan untuk menerima dan mempercayakan kepada perusahaan tertentu untuk melakukan kegiatan produksi dan memenuhi apa yang ia butuhkan. Dalam hal ini BSI KC Madiun kartoharjo telah melakukan upaya untuk meningkatkan kepercayaan nasabah dengan bersikap jujur kepada nasabah sehingga nasabah merasa percaya pada Bank BSI KC Madiun.

b. Kepuasan (*Satisfaction*)

Kepuasan berkaitan dengan manfaat yang dirasakan dari produk atau jasa yang telah dibeli oleh pelanggan. Apa yang telah diekspetasikan oleh pelanggan haruslah yang sesuai dengan apa yang diberikan secara realitanya oleh perusahaan sehingga dapat memenuhi kepuasan pelanggan. Hal yang perlu diperhatikan perusahaan adalah segala hal yang ada di perusahaan, baik itu sumber daya manusia, modal, peralatan yang berkaitan dengan pelayanan, dan sebagainya. Dalam hal ini BSI KC Madiun

¹⁴ Jill Griffin, *Customer Loyalty, Menumbuhkan Dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan* (Jakarta: Erlangga, 2003).

memberikan pelayanan yang baik dan ramah kepada nasabah sehingga nasabah merasa puas terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh *front office* (*Customer service, Teller* dan *Satpam*) BSI KC Madiun Kartoharjo.

c. Kemudahan (*Choice Reduction and Habit*)

Jika produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan mudah untuk didapat, ditemukan, dicari maka pelanggan akan merasakan kemudahan untuk menggunakannya. Sehingga pelanggan tidak memerlukan waktu dan biaya yang tinggi untuk mendapatkan barang atau jasa tersebut. Sehingga apa yang dibutuhkan akan cepat tercapai dan pelanggan tidak akan perlu mencari pilihan alternatif produk sejenis lainnya dari perusahaan lain. Nasabah BSI KC Madiun Kartoharjo telah merasakan kemudahan dalam melakukan transaksi dan berbagai fitur yang telah disediakan oleh perusahaan. Hal tersebut sangat memberikan kemudahan kepada nasabah, selain itu biaya admin yang ada di BSI cukup terjangkau.

d. Ikatan Emosi (*Emotional Banding*)

Ikatan emosi terjadi dari daya tarik konsumen melihat merk atau branding yang dipakai dari produk atau jasa tersebut. Bisa juga terjadi karena terpengaruhnya dari pihak lain atas penggunaan produk dan jasa yang sama. Biasanya branding atau merk ini mampu memberikan kesan dan nilai tambah yang positif bagi penggunaannya sehingga pengguna merasa lebih dihargai. Untuk menjalin ikatan

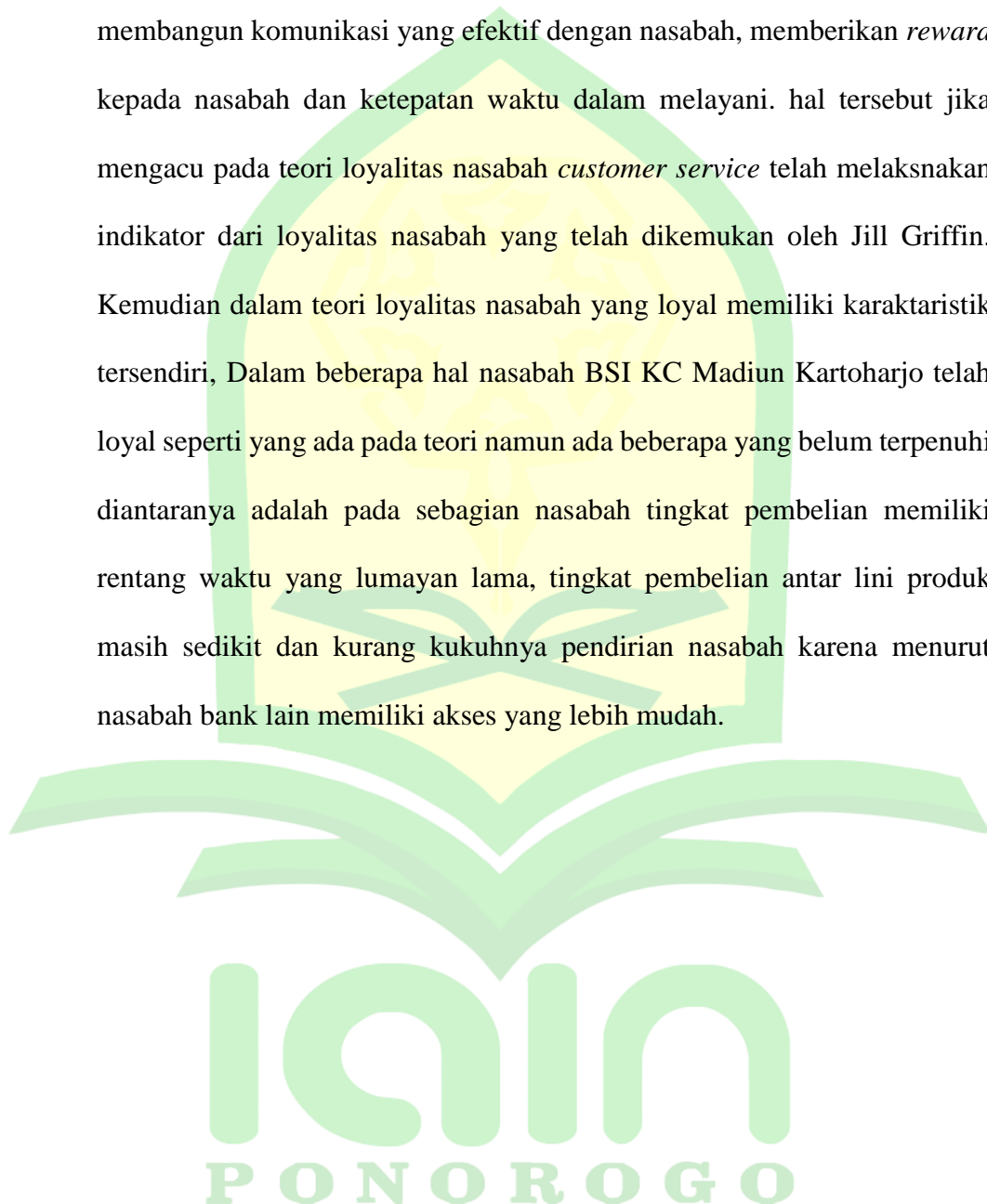
emosi antara perusahaan dengan nasabah BSI KC MadiunKartoharjo melalui *customer service* membangun komunikasi yang efektif sehingga memberikan kesan kepada nasabah tentang perusahaan.

e. Pengalaman dengan Perusahaan (*History With Company*)

Mempunyai kedekatan dengan perusahaan yang mengeluarkan produk dan jasa tersebut dan merasa telah diberikan pelayanan yang baik dan dihargai dengan baik sebagai seorang pelanggan, maka pelanggan akan berulang untuk melakukan pembelian terhadap produk dan jasa yang dikeluarkannya. Dalam hal ini BSI KC Madiun Kartoharjo berusaha memberikan pengalaman yang baik kepada nasabah dengan memberikan pelayanan yang efisien dan memperhatikan ketepatan waktu dalam melayani. Selain itu BSI KC Madiun Kartoharjo memberikan informasi dan program yang sedang berjalan melalui *email* yang telah disimpan oleh pihak perusahaan. Upaya tersebut dilakukan untuk memberikan pengalaman yang baik dengan nasabah.

Berdasarkan analisis yang dilakukan oleh peneliti ada dampak pelayanan prima *Customer Service* pada loyalitas nasabah BSI KC Madiun Kartoharjo pelaksanaan pelayanan prima akan memberikan kesan tersendiri kepada nasabah dan nasabah akan datang kembali untuk menggunakan produk dan jasa BSI. Sebagian nasabah juga jarang yang menggunakan produk dari bank syariah hanya membuka rekening dan menabung saja.

Nasabah menceritakan pengalamannya dan mengajak orang-orang disekitarnya untuk menjadi nasabah BSI. Loyalitas nasabah dapat dibentuk dengan bersikap jujur kepada nasabah, melayani dengan ramah, membangun komunikasi yang efektif dengan nasabah, memberikan *reward* kepada nasabah dan ketepatan waktu dalam melayani. hal tersebut jika mengacu pada teori loyalitas nasabah *customer service* telah melaksanakan indikator dari loyalitas nasabah yang telah dikemukakan oleh Jill Griffin. Kemudian dalam teori loyalitas nasabah yang loyal memiliki karakteristik tersendiri, Dalam beberapa hal nasabah BSI KC Madiun Kartoharjo telah loyal seperti yang ada pada teori namun ada beberapa yang belum terpenuhi diantaranya adalah pada sebagian nasabah tingkat pembelian memiliki rentang waktu yang lumayan lama, tingkat pembelian antar lini produk masih sedikit dan kurang kukuhnya pendirian nasabah karena menurut nasabah bank lain memiliki akses yang lebih mudah.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan paparan data, temuan penelitian dan pembahasan penelitian yang telah dibahas maka dapat disimpulkan, sebagai berikut:

1. Perhatian pelayanan prima *customer service* kepada nasabah

Pada poin perhatian BSI KC Madiun Kartoharjo sudah sesuai dengan teori. Terdapat 3 indikator perhatian diantaranya:

- a. Pengamatan terhadap perilaku pelanggan sudah dilakukan sesuai dengan pelaksanaan fokus dan selalu kontak mata dengan nasabah, mengajukan beberapa pertanyaan untuk mengetahui kondisi, latar belakang nasabah dan memahami keinginan nasabah.
- b. Mendengarkan dan memahami kebutuhan pelanggan sudah dilakukan dengan sesua dalam pelaksanaannya fokus mendengarkan nasabah, menyimpulkan tujuan dan maksud nasabah, berempati dan mampu memberikan solusi kepada nasabah. hal tersebut jika mengacu pada teori pengamatan terhadap perilaku pelanggan sudah sesuai.
- c. Mencerahkan perhatian penuh kepada pelanggan sudah sesuai dengan teori namun dalam mencerahkan perhatian pada

pelanggan belum dilaksanakan belum maksimal sehingga terdapat nasabah yang komplain.

2. Tindakan Pelayanan prima customer service kepada nasabah sudah sesuai dengan teori namun pada BSI KC Madiun Kartoharjo hanya memiliki 1 (satu) Customer service yang menjadikan kendala yang menyebabkan terjadinya banyak antrian dan memerlukan bantuan satpam.
3. Dampak pelayanan prima customer service terhadap loyalitas nasabah telah merasakan pengalaman yang baik menjadi nasabah BSI KC Madiun Kartoharjo dengan berbagai keunggulan dan fitur yang telah tersedia.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Bagi BSI KC Madiun Kartoharjo

Bank Syariah Indonesia KC Madiun Kartoharjo harus mempertahankan dalam pemberian layanan kepada nasabah walaupun secara garis besar kualitas layanan prima yang telah diberikan telah memenuhi indikator dan kriteria kualitas pelayanan khususnya pada tindakan dan perhatian customer service perlu dilakukannya sebuah evaluasi.

2. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu tambahan referensi mengenai analisis pelayanan prima dalam meningkatkan loyalitas nasabah. Peneliti selanjutnya diharapkan memperluas temuan penelitian

dan analisis sehingga memperoleh informasi yang lebih lengkap. Dengan catatan kekurangan yang ada pada penelitian ini digunakan untuk acuan untuk lebih baik lagi.



DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Arif, M. Nur Rianto Al, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Andi Offset, 2010)
- Barata, Atep Adya, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima* (Jakarta: Gramedia, 2003)
- Beni Ahmad Saebani, and Kadar Nurjaman, *Manajemen Penelitian* (Bandung: Pustaka Setia, 2013)
- Brata, Adya Atep, *Dasar – Dasar Pelayanan Prima* (Jakarta: PT. Alex Media Komputindo, 2003)
- Buchory, and Djaslim Saladin, *Dasar – Dasar Pemasaran Bank* (Bandung: Linda Karya, 2006)
- Bungin, Burhan, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2013), 129
- Djafri, Novianty, *Manajemen Pelayanan (Berbasis Revolusi Mental)* (Gorontalo: Ideas Publishing, 2018)
- Griffin, Jill, *Customer Loyalty, Menumbuhkan Dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan* (Jakarta: Erlangga, 2003)
- Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif: Teori Dan Praktik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014)
- Indah Febriana, Nina, 'Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu

Tulungagung', *An-Nisbah*, 03.01 (2016), 145–68

Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Prenamedia Group, 2016)

Ismanto, dan Daryanto, *Konsumen Dan Pelayanan Prima* (Yogyakarta: Gava Media, 2014)

Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014)

Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, 13th edn (Jakarta: Erlangga, 2009)

Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran Jilid Satu Dan Dua* (Jakarta: Prenhallindo, 2005)

Kuncoro, Mudrajad, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2003),

Maddy, Khoirul, *Hakikat Dan Pengertian Pelayanan Prima* (Jakarta: Chama Digit, 2009)

Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010)

Rifa'i, Khamdan, *Membangun Loyalitas Pelanggan* (Jember: Hikam Pustaka, 2021) Wahyoedi, Soegeng dan Suparso, *Loyalitas Nasabah Bank Syariah: Studi Atas Religilitas, Kualitas Layanan, Trust, dan Loyalitas*, (Yogyakarta: Budi Utama, 2019),

Siyoto, Sandu dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi media Publishing, 2015)

Sopiah dan Etta Mamang Sangadji, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Andi Offset, 2013)

Subadri, Eko dan Hendrawan Prasetyo, *Pelayanan Prima Bagi Pelanggan & Kolega* (Klatem: Saka Mitra Kompetensi, 2019)

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016)

Supadie, Didiek Ahmad, *Sistem Lembaga Keuangan Ekonomi Syariah Dalam Pemberdayaan Ekonomi Rakyat* (Semarang: Pustaka Rizki Putra, 2013)

Wahyoedi, Soegeng dan Suparso, *Loyalitas Nasabah Bank Syariah: Studi Atas Religilitas, Kualitas Layanan, Trust, dan Loyalitas*, (Yogyakarta: Budi Utama, 2019)

JURNAL DAN SKRIPSI

Anggraeni, Lilis Putri, dkk, "Implementation Of Service Excellence On Service Quality by Customer Service at BRI Branch Bandung Martadinata Office", *Jurnal Sekertaris dan Administrasi Bisnis*. 2022. Volume 6, Nomor 2

Elawati, Yulia, "Peranan *Customer Service* dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah pada PT BPRS Safir Bengkulu", *Skripsi*, Bengkulu: IAIN Bengkulu, 2017

Engkur, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank

Syariah Di DKI Jakarta', *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*. 2018. Volume 14. Nomor 01

Erawati, Dia dan Bambang Budiantono, "Analisis Implementasi *Service Excellence Customer Service* pada Bank Muamalat, Capem Kota Batu" WNCEB; Widyagama Concrence on Economic and Business. 2021. Volume 2, Nomor 1

Erawati, Dia, and Bambang Budiantono, 'Analisis Implementasi Service Excellence Customer Service Pada Bank Muamalat, Capem Kota Batu', *Widyagama National Conference on Economics and Business (WNCEB 2021)*.

Farouk,Umar "Excellece Customer Service dalam Bidang Perbankan", *Jurnal Administrasi dan Bisnis*, Volume 18, Nomor 2

Hidayat, Rachmad, 'Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri', *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, Volume 11. Nomor 1

Indah Febriana, Nina, 'Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung', *An-Nisbah*. 2016. Volume 03. Nomor 01

Hidayati, Elvi "Penerapan Sistem Layanan Prima Oleh *Customer Service* di PT Bank Mandiri Syariah Cabang Pekanbaru Ditinjau dari Aspek Ekonomi Islam", *Skripsi*, Riau: UIN Suska Riau, 2013.

J, Yunita Irene, 'Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Kualitas Pelayanan Melalui

- Kinerja Karyawan Fave Hotel Mex Surabaya', *Jurnal Hospitality Da Manajemen Jasa*. 2004. Volume 2. Nomor 2.
- Khotimah, Nur Alfi dan Rahmad Dahlan "Service Excellence Oleh Customer Service pada BPR Way Kana", *Khozana* 2018, Volume 1, Nomer 1, (2018)
- Kurniawan, Danang "Service Excellent Berdasarkan Perpektif Islam di Bank Syariah", *Tawazun: Journal of Sharia Economic Law*.2020 Volume 3, Nomor 1
- Mania, Siti, "Observasi sebagai Alat Evaluasi Dalam Dunia Pendidikan dan Pengajaran," *Lentera Pendidikan*, Volume. 11, Nomor. 2
- Nahdila, "Kualitas Layanan Prima A3 Customer Service di Bank Muamalat Kantor Cabang (KC) Manado", *Skripsi*, Manad: IAIN Manado, 2021
- Nurdin, Nurdin, and Khaeruddin Yusuf, 'Knowledge Management Lifecycle in Islamic Bank: The Case of Syariah Banks in Indonesia', *International Journal of Knowledge Management Studies*. 2020. Volume 11. Nomor 1
- Nurlia, "Strategi Pelayanan Prima Dengan Konsep Service Excellence", *Meraja Jorna*. 2018. Volume 1, Nomor 2
- Pitaloka, Indira Diah, dkk, "Excellent Service by Frontliner Best Corporate Banking", *JIP; Jurnal Industri dan Perkotaan*.2021. Volume 17, Nomor 2
- Susanti, Yurike Ari, and Renny Oktafia, 'Implementasi Pelayanan Prima Dalam Upaya Peningkatan Kepuasan Customer Pada Hotel Walan Syariah Sidoarjo', *Jurnal Masharif Al-Syariah*. 2020. Volume 5. Nomor 2

Susanti, Yurike Ari, and Renny Oktafia, 'Implementasi Pelayanan Prima Dalam Upaya Peningkatan Kepuasan Customer Pada Hotel Walan Syariah Sidoarjo', *Jurnal Masharif Al-Syariah*. 2020. Volume 5. Nomor 2

Syah, Alif Arfian, 'Implementasi Service Excellence Oleh Curtomer Service Pada BMT Bismillah Sukorejo', *Balanca Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2020. Volume 2. Nomor 1

Wardhana, Annisa Aqsha, Syarifah Hidayah, and Sri Wahyuni, 'Analisis Kinerja Layanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan', *Jurnal Manajemen*, 2018. Volume 9. Nomor 1

Wulandari, Anna Yulia, 'Analisis Kompetensi Komunikasi Customer Service Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelayanan Publik', *Jurnal Komunikasi Bisnis Dan Manajemen*, 2015. Volume 24. Nomor 1

Yolanda, Rinda Feni, "Strategi Pelayanan Prima *Customer Service* Perspektif Bisnis Islam di BPRS Kota Abumi Kantor Kas Bukit Kemuning", *Skripsi*, Metro: IAIN Metro, 2020

WEBSITE DAN WAWANCARA

Bankbsi.co.id

Bu Shinta , Wawancara, 15 Januari 2022

Dwi Lestari, *Wawancara*, Tanggal 1 November 2022

Mbak Tya, *Wawancara*, 27 Februari 2022

Novika Januar Kristianti, *Wawancara*, Tanggal 17 Oktober 2022.

Ojk.go.id

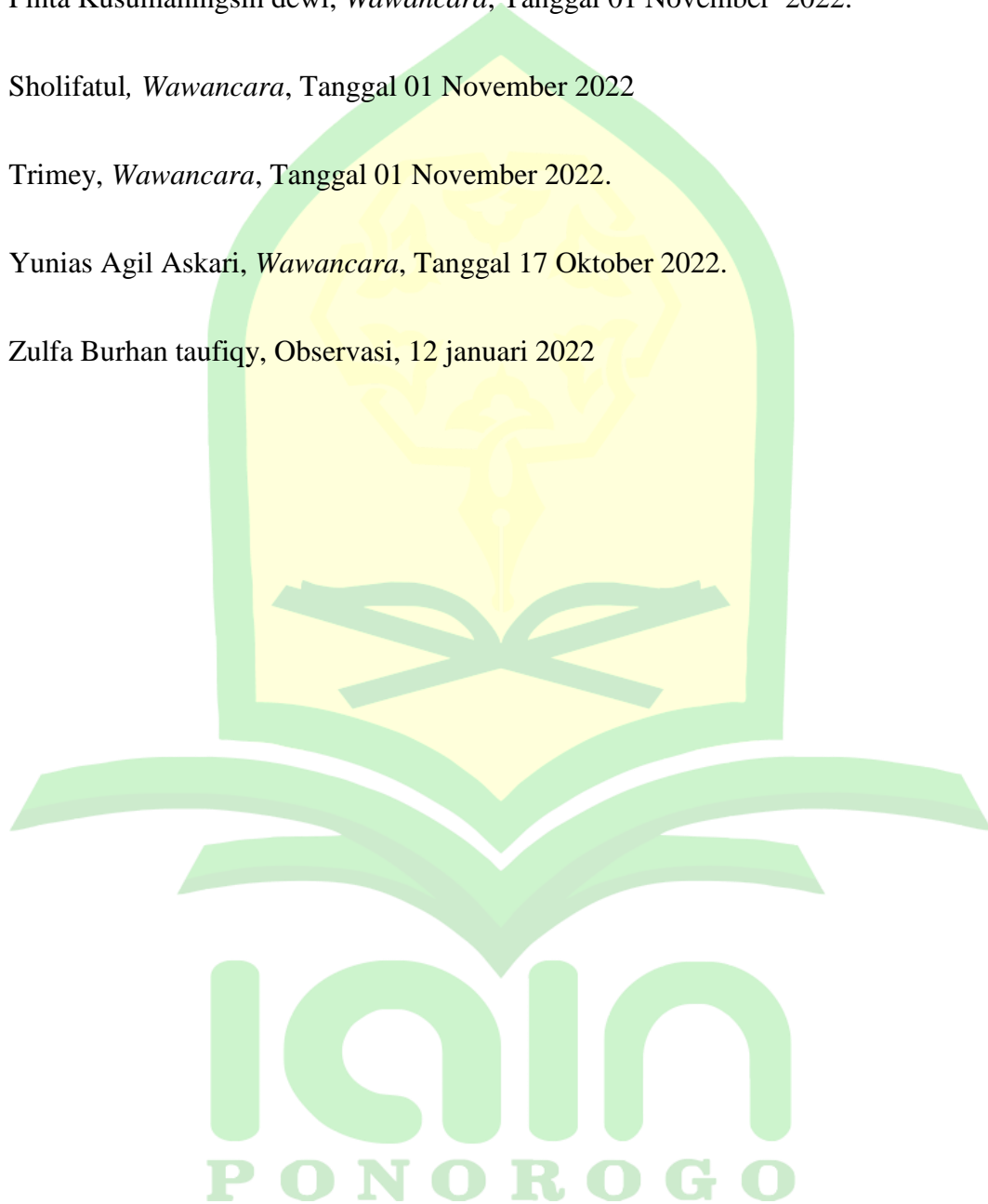
Pinta Kusumaningsih dewi, *Wawancara*, Tanggal 01 November 2022.

Sholifatul, *Wawancara*, Tanggal 01 November 2022

Trimey, *Wawancara*, Tanggal 01 November 2022.

Yunias Agil Askari, *Wawancara*, Tanggal 17 Oktober 2022.

Zulfa Burhan taufiqy, *Observasi*, 12 januari 2022



LAMPIRAN

PEDOMAN WAWANCARA

Rumusan masalah	Teori	Daftar Pertanyaan
<p>1. Bagaimana analisis pelayanan prima terhadap perhatian <i>Customer Service</i> kepada nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Madiun Kartoharjo ?</p> <p>2. Bagaimana analisis pelayanan prima terhadap tindakan <i>Customer Service</i> kepada nasabah di</p>	<p>1. Pelayanan Prima (<i>Service Excellence</i>)</p> <p>2. Loyalitas nasabah</p>	<p>Customer Service</p> <p>1. Bagaimana pelaksanaan pelayanan prima/ service excellence yang dilakukan customer service kepada nasabah?</p> <p>2. Bagaimana tindakan customer service saat melakukan pelayanan pada nasabah?</p> <p>3. Bagaimana penerapan 3S, Salam, Senyum, Sapa, untuk melayani nasabah? Bagaimana penerapan 3S yang baik?</p> <p>4. Bagaimana cara CS melihat kebutuhan nasabah?</p> <p>5. Apa saja yang perlu disediakan untuk memenuhi kebutuhan nasabah?</p> <p>6. Apakah ada konfirmasi dari CS untuk penegasan kembali terkait dengan pesanan/keinginan nasabah? Mengapa perlu adanya penegasan kembali?</p>

<p>Bank Syariah Indonesia KC Madiun Kartoharjo ?</p> <p>3. Bagaimana dampak pelayanan prima <i>Customer Service</i> terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Madiun Kartoharjo ?</p>		<p>7. Apakah ada penjelasan dan informasi yang diberikan kepada nasabah terkait dengan produk yang diinginkan nasabah? Apa saja yang perlu dijelaskan kepada nasabah?</p> <p>8. Bagaimana cara CS ketika nasabah tidak tertarik dengan produk yang ditawarkan? Bagaimana caranya?</p> <p>9. Setelah selesai melakukan pelayanan, apa yang dilakukan cs kepada nasabah? Dan bagaimana?</p> <p>10. Bagaimana perhatian customer service kepada nasabah?</p> <p>11. Bagaimana cara CS mengetahui kebutuhan nasabah?</p> <p>12. Bagaimana cara CS menggolongkan nasabah dalam kebutuhan produk?</p> <p>13. Bagaimana cara CS dalam mendengarkan memahami kebutuhan nasabah?</p> <p>14. Bagaimana cara CS membuat nasabah puas</p>
---	--	---

		<p>dengan pelayanan yang telah diberikan?</p> <p>15. Bagaimana cara CS melakukan pendampingan kepada nasabah yang sudah tertarik terhadap produk agar nasabah mau menggunakan dan merasa puas jika menggunakan produk tersebut?</p> <p>16. Bagaimana cara CS membentuk loyalitas nasabah dan mau kembali ke bank?</p> <p>17. Bagaimana dampak pelayanan prima/ service excellence terhadap loyalitas nasabah ?</p>
		<p>Nasabah</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Berapa lama anda menjadi nasabah di BSI ? 2. Apa yang anda lakukan di BSI? 3. Produk apa saja yang pernah anda gunakan di BSI? 4. Seberapa sering anda menggunakan produk/jasa di BSI? 5. Apakah anda pernah mengajak atau menceritakan

		<p>kepada orang lain mengenai pengalaman di BSI?</p> <p>6. Apakah anda menggunakan Bank lain selain BSI?</p> <p>7. Keunggulan apa yang anda rasakan antara Bank BSI dengan Bank Lain?</p> <p>8. Kemudahan apa saja yang anda rasakan selama menjadi nasabah di BSI?</p> <p>9. Bagaimana perhatian CS dalam melakukan pelayanan kepada nasabah ?</p> <p>10. Bagaimana respon CS ketika nasabah datang?</p> <p>11. Pertanyaan apa saja yang biasanya ditanyakan oleh CS? Apakah menanyakan mengenai kondisi nasabah, kesibukan atau yang lainnya?</p> <p>12. Bagaimana respon CS saat nasabah mengutarakan keluhan atau kebutuhannya?</p> <p>13. Bagaimana tanggapan CS saat menerima kritik atau saran dari nasabah? Bagaimana sikap CS dalam</p>
--	--	--

		<p>menyambut nasabah yang baru datang? Apakah CS melakukan 3s (salam, Senyum dan sapa)?</p> <p>14. Apakah Cs menanyakan/memperhatikan kondisi nasabah?</p> <p>15. Apakah ada penegasan kembali terkait dengan permintaan nasabah atau kebutuhan nasabah?</p> <p>16. Apakah ada alat bantu saat CS menjelaskan suatu produk atau jasa kepada nasabah? (baner atau browsur)</p> <p>17. Apakah ada penjelesan mengenai informasi produk atau jasa yang ditawarkan?</p> <p>18. Apakah ada solusi atau opsi yang ditawarkan ketika nasabah tidak tertarik dengan produk yang ditawarkan?</p> <p>19. Apakah ada penjelasan mengenai keunggulan dan benefetit yang di dapat dari produk yang ditawarkan?</p>
--	--	--

		20. Apa yang dilakukan CS saat selesai saat selesai melakukan pelayanan?
--	--	--



DOKUMENTASI



IAIN
PONOROGO



BSI BANK SYARIAH INDONESIA

BSI Mitraguna Berkah
Solusi Cepat
Beragam Kebutuhan

Pembiayaan kepada pegawai ASN, BUMN & Group, RS dan Pegawai Swasta

ANGSURAN TETAP
SELAMA JANGKA WAKTU PEMBIAYAAN

MARGIN SPESIAL

LIMIT DAN TENOR FLEKSIBEL

www.bankbsi.co.id
Bank Syariah Indonesia Call 14040

BSI BANK SYARIAH INDONESIA

Tabungan Easy Mudharabah

Wujudkan Kemudahan Bertransaksi

Tabungan dalam mata uang Rupiah yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam operasional kas di kantor bank atau melalui ATM.

- Kemudahan transaksi dengan BSI Mobile dan BSI Internet Banking.
- GRATIS biaya tarik tunai di seluruh ATM Bank Mandiri.
- Dapat dibuka melalui pembukaan rekening online.



Tabungan Easy Mudharabah

- GRATIS**
biaya tarik tunai di seluruh ATM BSM & ATM Bank Mandiri.
- BEBAS**
biaya transaksi di seluruh EDC Bank Mandiri, Semua EDC Bank di Indonesia dan EDC berjangkian PRIMA.
- Kemudahan transaksi**
dengan BSI Mobile dan BSI Internet Banking.
- Kartu ATM**
Kartu ATM yang dapat digunakan di seluruh ATM BSM, Bank Mandiri, ATM Bersama, ATM Prima, ATM Link, dan ATM berlogo VISA.
- Dapat dibuka** melalui pembukaan rekening online.
- Fasilitas Pembayaran Zakat** secara otomatis.

Tarif dan Biaya

1. Setoran awal: Rp100.000 (perorangan) & Rp1.000.000 (non-perorangan).
2. Setoran minimum berikutnya: Rp10.000 (Via Teller) dan Rp1 (Via Echannel).
3. Saldo minimum: Rp50.000.
4. Biaya penutupan rekening: Rp20.000.
5. Biaya administrasi: Rp10.000.
6. Biaya ganti kartu hilang/ rusak: Rp25.000.
7. Fasilitas kartu debit: GPN dan VISA.
8. Biaya Dormant Account: Rp5.000.

Syarat dan Ketentuan Umum

Syarat pembukaan rekening yaitu KTP dan NPWP.

www.bankbsi.co.id

Bank Syariah Indonesia Call 14040

Bank Syariah Indonesia Terdaftar dan Diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan, Lembaga Pemantau Perbankan, dan Lembaga Pengawas Syariah

Sudah Tau di BSI Mobile Bisa Investasi Emas? | (162) WhatsApp

mail.google.com/mail/u/0/?tab=rm&ogbl#search/bsi/FMfcg2GqPpHQhCRfCvMfCFCdHstNivG

Gmail bsi

Tulis

Kotak Masuk 653

Berbintang

Ditunda

Terakhir

Draf 10

Selengkapnya

Label +

Clea yang baru abis gaji, yuk mulai sisihkan uang untuk investasi. Investasi emas sedikit demi sedikit, lama-lama jadi sebakit.

Investasi aman, ibadah nyaman, semua dalam satu genggaman.

Top-up Emas Sekarang!

BSI Mobile, Kebaikan dalam Genggaman
#BSIMobile
#lifewithBSI

RIWAYAT HIDUP



A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Zulfa Burhan Taufiqy
2. Tempat & Tgl. Lahir : Ponorogo, 10 Juli 2000
3. Alamat Rumah : Dukuh Mlancar, RT 02 RW 03 Desa
Gegeran, Kecamatan Sukorejo,
Kabupaten Ponorogo
4. HP : 0822 2945 9219
5. Email : zulfaburhantaufiqy@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. TK Muslimat Mutiara Hati
2. SDN 1 Gegeran
3. MTs Ma'arif Al-Bajuri
4. MA Ma'arif Al-Mukarrom

Ponorogo, 09 November 2022

Zulfa Burhan Taufiqy
NIM. 402180237