

MENCAPAI KEPUASAN NASABAH MELALUI PELAYANAN PRIMA OLEH *CUSTOMER SERVICE* PT BPR MAS PAMULANG-TANGSEL

Nani Nuraini Sarah¹, Saroja²

Dosen Prodi D-III Sekretari Universitas Pamulang¹

Mahasiswa Prodi D-III Sekretari Universitas Pamulang²

Email: nani20.sarah@gmail.com

ABSTRAK

Banyaknya persaingan dalam industri jasa perbankan memaksa setiap bank memberikan pelayanan terbaiknya guna menarik calon nasabah serta memelihara nasabahnya. Mempertahankan nasabah yang ada pada umumnya akan lebih menguntungkan dibandingkan dengan penggantian nasabah; karena biaya untuk menarik nasabah baru mencapai lima kali lipat dari biaya mempertahankan nasabah lama. Kualitas menjadi prioritas utama bagi jasa perbankan dikarenakan nasabah memiliki ukuran kualitas pelayanan yang tinggi. Bagi mereka, kualitas pelayanan merupakan ukuran seberapa bagus pelayanan yang diberikan kepada pengunjung/nasabah melalui sikap pegawai, pelayanan yang cepat, kenyamanan bertransaksi, rasa aman/*trust* terhadap lembaga perbankan tersebut, keuntungan-keuntungan yang didapat serta segala sesuatu yang berkaitan dengan rasa puas dalam memenuhi kebutuhannya. Fungsi bank sebagai industri jasa perbankan, selain menghimpun dan menyalurkan dana adalah sebagai *Agent Of Development*, *Agent Of Trust* dan *Agent of Service*. Sekiranya ada staf yang belum memahami pentingnya melayani nasabah dengan sepenuh hati ia akan menghambat *Agent Of Development*. Staf yang kurang pengetahuan akan menghambat *Agent Of Trust* dan staf yang kurang cekatan tidak dapat menjadi *Agent of Service*. Dengan melakukan pengambilan sampel melalui kuesioner yang disebar di antara nasabah, sedikit banyak telah memberi gambaran akan pelayanan yang diberikan industri jasa perbankan tersebut. Lembaga keuangan harus konsisten menerapkan langkah-langkah yang tepat dalam membangun budaya organisasinya serta melatih stafnya menjadi SDM yang berkualitas dan berkompeten. Hasil penelitian ini tentunya sangat bermanfaat khususnya bagi industri jasa perbankan tersebut. Namun tidak tertutup kemungkinannya ini akan menjadi model penelitian dalam industri jasa perbankan lainnya.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Pelayanan Prima, Kepuasan Nasabah

ACHIEVING CUSTOMER SATISFACTION THROUGH EXCELLENT SERVICE BY CUSTOMER SERVICE PT BPR MAS PAMULANG-TANGSEL

ABSTRACT

There is a lot of competition in the banking service industry, each bank provides the best service to prospective customers and their customers. Retaining existing customers will generally be more profitable than replacing customers; because the cost of attracting new customers is up to five times that of retaining existing customers. Quality is a top priority for banks because customers have a high service quality standard. For them, service quality is a standard of

service provided to visitors / customers through employee attitude, fast service, transaction convenience, a sense of security / trust in the banking institution, benefits obtained and many more related to satisfaction in fulfilling his needs. The function of the bank as a banking service industry, apart from collecting and distributing funds, is as Agent of Development, Agent of Trust, and Agent of Service. If there are staff who do not understand the importance of serving customers wholeheartedly, they will hinder the Agent of Development. Lack of knowledge will prevent Agent of Trust and less skilled staff from becoming Agent of Service. By taking samples through questionnaires distributed among customers, more or less provides an overview of the services provided by the banking service industry. Financial institutions must apply the right steps in building an organizational culture and train their staff to become qualified and competent human resources. The results of this research are certainly very useful, especially for the banking service industry. However, it is unlikely that it will become a research model in other banking service industries.

Keywords: *Service Quality, Excellent Eervice, Customer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi ini, kebutuhan akan lembaga keuangan macam Bank, sudah merupakan kebutuhan yang tidak mungkin dapat dipungkiri. Sejalan dengan berkembangnya industri jasa perbankan ini, kita diperkenalkan dengan Bank Perkreditan Rakyat serta Bank Syariah. Dalam sekejap bermunculan cabang-cabang baru dari tiap jenis bank pertanda meluasnya industri jasa perbankan ini. Secara garis besar, bank terdiri dari 2 jenis, yaitu: 1) Bank Umum, merupakan bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa lalu lintas pembayaran. Sifat jasa yang diberikan adalah umum, dalam arti

dapat memberikan seluruh jasa perbankan yang ada. Begitu juga dengan wilayah operasinya dapat dilakukan diseluruh wilayah. Bank umum disebut juga bank komersil (commercial bank).
2)

Bank Perkreditan Rakyat (BPR) adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Artinya disini kegiatan BPR jauh lebih sempit jika dibandingkan dengan kegiatan bank umum. Namun bank perkreditan rakyat memiliki keunggulan yaitu biaya administrasi yang lebih sedikit dan bunga yang besar untuk kreditur yang ingin melakukan penempatan deposito ataupun sekedar menabung.

Banyak orang yang belum mengetahui Bank Perkreditan Rakyat, padahal nyatanya Bank Perkreditan Rakyat tidak jauh berbeda dengan Bank Umum yang memberikan pelayanan

berupa produk dan jasa kepada masyarakat.

Semakin banyaknya persaingan dalam industri jasa khususnya dibidang perbankan memaksa setiap bank untuk memberikan pelayanan yang terbaik guna menarik calon nasabahnya, sehingga akhirnya bank mampu memberikan kepuasan kepada nasabahnya. Mempertahankan semua pelanggan yang ada pada umumnya akan lebih menguntungkan dibandingkan dengan penggantian pelanggan, karena biaya untuk menarik pelanggan baru bisa mencapai lima kali lipat dari biaya mempertahankan seorang pelanggan yang sudah ada.

Kualitas pelayanan dalam perusahaan jasa merupakan hal yang penting mengingat konsumen tidak hanya melihat dari jasa tersebut namun dari segi kualitas pelayanannya. Kualitas menjadi prioritas utama bagi perusahaan sebagai ukuran keunggulan daya bersaing perusahaan tersebut. Kualitas pelayanan dapat dijelaskan sebagai persepsi pelanggan terhadap perbedaan antara pelayanan yang diharapkan dengan kinerja aktual yang dapat mempengaruhi tingkat

kepuasan. Selain itu juga kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus pelayanan yang diberikan kepada pengunjung melalui pemenuhan kebutuhan pengunjung sehingga pengunjung dapat memperoleh pelayanan yang diberikan. Pelayanan merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual.

Menurut Kasmir (2017:53) Customer Service adalah setiap kegiatan yang ditujukan untuk memberikan kepuasan melalui pelayanan yang diberikan seseorang kepada kliennya dalam menyelesaikan masalah dengan hasil yang memuaskan. Pelayanan nasabah atau Customer Service pada sebuah bank merupakan jasa yang diberikan oleh bank kepada nasabah pada khususnya dan masyarakat pada umumnya yang berkaitan dengan kegiatan usaha dan operasional bank sehari-hari. Selanjutnya Kasmir menambahkan, peranan customer service adalah mempertahankan pelanggan lama agar tetap setia menjadi nasabah kita melalui pembinaan hubungan yang lebih akrab dengan pelanggan, dan juga berusaha untuk mendapatkan pelanggan baru melalui berbagai pendekatan serta meyakinkan pelanggan terhadap kualitas produk yang dimiliki. Terjadinya persaingan antar bank yang semakin ketat seperti sekarang ini, semua nasabah berkeinginan mendapatkan pelayanan yang terbaik dari bank melalui kemudahan berhubungan dengan bank, pelayanan yang cepat, dan keramahan petugas bank baik dari segi produk atau jasa yang ditawarkan maupun masalah pelayanan yang diberikan kepada nasabahnya. Pengertian

Customer Service secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. Customer Service memegang peranan sangat penting memberikan pelayanan dan dituntut untuk selalu berhubungan dengan nasabah dan menjaga hubungan itu tetap baik. Hal ini tentu saja harus dilakukan karena menjaga hubungan yang baik dengan nasabah juga berarti menjaga image bank agar citra bank dapat terus meningkat di mata nasabah.

Menurut Sujatno (2014:13), customer service merupakan petugas multifungsi. Customer Service bank dalam melayani para nasabah harus memiliki kemampuan melayani nasabah secara tepat dan cepat serta memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik dengan diikuti tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan, ketepatan, dan keakuratan pekerjaannya karena Customer Service merupakan pintu gerbang utama sebuah bank. Oleh karena itu lembaga keuangan harus memprioritaskan kualitas produk dengan memberikan layanan dan fasilitas unggulan yang tentunya tidak

dimiliki oleh pesaing-pesaingnya demi mendapatkan loyalitas dari para nasabah dan memberikan kepuasan bagi nasabahnya.

Menurut Amstrong yang dikutip oleh Freddy Rangkuti (2017:12) pelayanan atas Service adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pada pemilikan sesuatu. Sedangkan menurut Sampara dalam Sinambela (2011:5) pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antar seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan.

Menurut Daryanto dan Ismanto (2014) pelayanan prima adalah pelayanan terbaik yang diberikan perusahaan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan, baik pelanggan di dalam perusahaan maupun di luar perusahaan. Dengan kata lain pelayanan prima merupakan suatu pelayanan yang memenuhi standar kualitas. pelayanan yang memenuhi standar kualitas adalah suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan dan kepuasan pelanggan.

Sedangkan menurut M. Nur Rianto (2010) 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.

Beberapa definisi yang dikumpulkan dari para ahli adalah sebagai berikut: 1) Heria Windasuki (2017:33) menyatakan pelayanan prima

merupakan “Pelayanan yang berbeda dan unik, pelayanan khas brand kita, yang tepat bagi pelanggan dan bidang usaha kita.” 2) Dalam buku yang ditulis Susatyo Herlambang (2016:13) yang disebut oleh Vincent Gesperz, dikatakan bahwa kualitas pelayanan meliputi dimensi - dimensi sebagai berikut : a) Ketetapan waktu pelayanan berkaitan dengan waktu tunggu dan protes. b) Kualitas pelayanan berkaitan dengan akurasi dan ketetapan pelayanan. c) Kualitas pelayanan berkaitan dengan kesopanan dan keramahan pelaku bisnis. d) Kualitas pelayanan berkaitan dengan tanggung jawab dalam penanganan keluhan nasabah. e) Kualitas pelayanan berkaitan dengan sedikit banyaknya petugas yang melayani serta fasilitas pendukung lainnya. f) Kualitas pelayanan berkaitan dengan lokasi, ruang tempat pelayanan, tempat parkir, ketersediaan informasi, dan petunjuk atau panduan lainnya. g) Kualitas pelayanan berhubungan dengan kondisi lingkungan, kebersihan, ruang tunggu, fasilitas music, AC, dan alat komunikasi.

Jenis – Jenis Pelayanan Prima, menurut Gonroos dalam Sutopo dan Suryanto, (2013:3) adalah sbb: 1) Core

Service: Jenis pelayanan prima yang pertama ialah core service. Core Service ialah penawaran produk utama kepada pelanggan yang berbentuk pelayanan. Contohnya memberikan gambaran mengenai produk yang ada pada perusahaan secara terperinci dan jelas. 2) *Facilitating Service*: Jenis pelayanan prima selanjutnya ialah *facilitating service*. Pengertian pelayanan prima berbentuk *facilitating service* ialah pelayanan kepada pelanggan yang berbentuk fasilitas plus. Contohnya membantu pelanggan/nasabah membuka rekening dan memberikan bunga pinjaman atau tabungan yang menarik. 3) *Supporting Service*: Jenis pelayanan prima selanjutnya ialah *supporting service*. *Supporting service* ialah pelayanan pendukung atau tambahan agar dapat menjadi pembeda dengan pelayanan pesaing dan untuk membuat nilai pelayanan sendiri dapat meningkat, misalnya pelayanan hotel dan restoran pada suatu tempat.

Menurut Daryanto dan Ismanto (2014), beberapa manfaat yang didapatkan atas ditetapkannya pelayanan prima adalah sebagai berikut: a) Citra atau nama baik perusahaan dapat diledakkan dengan sebuah usaha pelayanan prima. Perusahaan yang memberikan layanan bermutu serta mengedepankan atau memprioritaskan nasabah adalah mereka yang memiliki strategi bertahan dan berkembang. Semakin cepat dan tepat dilakukan pelayanan prima (Service Excellence) maka semakin hebat pula perusahaan itu bangkit. b) Loyalitas Nasabah, merupakan keadaan yang bisa dibentuk. Loyalitas merupakan

kesetiaan yang bisa dibentuk dari pelanggan kepada perusahaan. Hal ini bisa terjadi karena perusahaan memberikan pelayanan yang dapat memuaskan pelanggan.

Menurut Nina Rahmayanti (2010), Pelayanan Prima bertujuan terhadap kelangsungan hidup bagi perusahaan. Jika sebuah pelayanan yang diberikan sangat memuaskan maka hasilnya tidak akan mengecewakan. Berikut beberapa tujuan dari pelayanan prima, yaitu : a) Memberikan rasa puas dan kepercayaan pada nasabahnya. kualitas memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. b) Kemudian dengan adanya pelayanan prima, dapat tetap menjaga dan merawat pelanggan yang merasa diperhatikan dan dipentingkan segala kebutuhannya atau keinginannya. c) Serta upaya mempertahankan pelanggan agar tetap loyal untuk menggunakan produk barang atau jasa yang ditawarkan tersebut.

Menurut Moenir (2010:197) persyaratan pokok teknis pelaksanaan dilapangan agar layanan dapat memuaskan nasabah, adalah sebagai berikut: 1) Tingkah laku yang sopan.

2) Cara menyampaikan sesuatu yang berkaitan dengan apa yang harusnya diterima oleh orang yang bersangkutan. 3) Waktu menyampaikan yang tepat.

Dalam hal peranan customer service. Kasmir (2017:51) menyatakan bahwa customer service memiliki peranan penting bagi perusahaan terutama dari segi citra dan pelayanan perusahaan terhadap konsumen, perusahaan rekanan maupun tamu perusahaan. Customer Service diwajibkan memiliki keramahan dalam pelayanan. karena dengan pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan kepada pelanggan. Puas artinya seluruh keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi melalui pelayanan yang diperolehnya. sedangkan yang dimaksud pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau sesama karyawan.

Dasar - dasar pelayanan menurut Daryanto dan Ismanto Setyobudi (2014:124) yang harus dimengerti dan dipahami oleh customer service, antara lain sebagai berikut: 1) Berpakaian dan berpenampilan yang rapi dan bersih. Customer service harus mengenakan seragam yang sepadan dengan kombinasi yang menarik. Pakaian yang dikenakan harus memberikan kesan yang benar - benar memikat konsumen. 2) Percaya diri, bersikap akrab, dan penuh senyum. Dalam melayani pelanggan customer service tidak boleh ragu - ragu, akan tetapi harus memiliki keyakinan dan percaya diri yang tinggi. Customer service juga harus bersikap akrab dan penuh senyum dengan

raut muka yang menarik setulus hati serta tidak dibuat - buat. 3) Tenang, sopan, dan hormat tekun mendengarkan setiap pembicaraan. Pada saat melayani pelanggan atau pengunjung yang datang, customer service harus dalam keadaan tenang, tidak terburu - buru, dan sopan dalam bersikap. Kemudian tunjukan sikap menghormati sekaligus berusaha memahami pelanggan atau pengunjung. 4) Berbicara yang jelas dengan bahasa yang baik dan benar. Berbicara yang jelas dengan bahasa yang baik dan benar adalah dengan menggunakan bahasa Indonesia. Suara yang digunakan juga harus jelas dalam arti mudah dipahami dan jangan menggunakan istilah - istilah sulit yang tidak dipahami oleh pengunjung.

Dikutip tanggal 10 September 2020 dari <https://perpuskampus.com/pengertian-dan-jenis-nasabah/>, Menurut Kamus Perbankan, nasabah adalah orang atau badan yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman pada bank. Pada tahun 1998 melalui Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 diintroduksi lah rumusan masalah nasabah dalam pasal 1 angka 16, yaitu pihak yang menggunakan jasa bank.

Rumusan ini kemudian diperinci pada angka berikutnya, sebagai berikut: Nasabah penyimpan dana adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan. (Pasal 1 angka 17 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998).

Nasabah debitur adalah nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan (Pasal 1 angka 18 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998).

Adapun pihak-pihak yang termasuk sebagai nasabah adalah: 1) Orang: Nasabah bank terdiri dari orang yang telah dewasa dan orang yang belum dewasa. Nasabah orang dewasa hanya diperbolehkan untuk nasabah kredit dan atau nasabah giro. Sedangkan nasabah simpanan dan atau jasa-jasa bank lainnya dimungkinkan orang yang belum dewasa, misalnya nasabah tabungan dan atau nasabah lepas (working customer) untuk transfer dan sebagainya. Terhadap perjanjian yang dibuat antara bank dengan nasabah yang belum dewasa tersebut telah disadari konsekuensi hukum yang diakibatkannya. Konsekuensi hukum tersebut adalah tidak dipenuhinya salah satu unsur sahnya perjanjian seperti yang termuat dalam pasal 1320 KUH Perdata, maka perjanjian tersebut dapat dibatalkan, artinya perjanjian tersebut dapat dibatalkan oleh pihak yang dapat mewakili anak yang belum dewasa itu, yaitu orang tua atau walinya melalui acara gugatan pembatalan.

Dengan kata lain, selama orang tua atau wali dari orang yang belum dewasa tersebut tidak melakukan gugatan, maka perjanjian tersebut tetap berlaku dan mengikat terhadap para pihak. Nasabah kredit dan rekening giro biasanya diwajibkan bagi nasabah yang telah dewasa. Hal ini disebabkan karena resiko bank yang sangat besar jika dalam pemberian kredit dan atau pembukaan rekening giro diperbolehkan bagi nasabah yang belum dewasa. 2) Badan Hukum: untuk nasabah berupa badan, perlu diperhatikan aspek legalitas dari badan tersebut serta kewenangan bertindak dari pihak yang berhubungan dengan bank. Hal ini berkaitan dengan aspek hukum perseorangan. Berkaitan dengan kewenangan bertindak bagi nasabah yang bersangkutan, khususnya bagi “badan”, termasuk apakah untuk perbuatan hukum tersebut perlu mendapat persetujuan dari komisaris atau Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) agar diperhatikan anggaran dasar dari badan yang bersangkutan. Subjek hukum yang berbentuk badan, tidak otomatis dapat berhubungan dengan bank. Untuk dapat berhubungan dengan bank, harus juga dilihat peraturan perundang-

undangan yang berlaku dan bagaimana ketentuan internal yang berlaku pada bank yang bersangkutan.

Diunggah pada tanggal 19 Desember 2016 hari Senin jam 10.00 WIB oleh <http://perpuskampus.com>. didalam UU No.10 Tahun 1998 tentang perbankan ada dua jenis nasabah yaitu: a) Kreditur (Nasabah penyimpanan): Yaitu nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan. b) Debitur (nasabah peminjam), yaitu nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah atau dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.

Menurut Nina Rahmayanti (2010,126) yang seharusnya diperhatikan dalam melayani nasabah antara lain sebagai berikut: a) Berikan kesempatan nasabah berbicara. Artinya petugas customer service memberikan kesempatan kepada nasabah untuk mengemukakan keinginannya, dalam hal ini petugas customer service harus dapat menyimak dan berusaha memahami keinginan dan kebutuhan nasabah. b) Dengarkan baik -baik: Selama nasabah mengemukakan pendapatnya, customer service dengar dan menyimak baik - baik tanpa membuat gerakan yang dapat menyinggung nasabah, terutama gerakan tubuh yang dianggap kurang sopan. c) Jangan menyela pembicaraan. Sebelum nasabah selesai petugas customer service dilarang memotong atau menyela pembicaraan, usahakan nasabah sudah selesai bicara, baru petugas

customer service menanggapi. d) Ajukan pertanyaan setelah nasabah berbicara, pengajuan pertanyaan kepada nasabah baru dilakukan apabila nasabah selesai bicara. Pengajuan pertanyaan hendaknya dengan bahasa yang baik, singkat dan jelas. e) Jangan marah dan mudah tersinggung. Cara bicara, sikap atau nasa bicara jangan sekali-kali menyinggung perasaan nasabah. Kemudian customer service jangan mudah marah terhadap nasabah yang bertemperamen tinggi, usahakan tetap sabar dalam melayani nasabah. f) Jangan berdebat dengan nasabah. Jika ada hal - hal yang kurang disetujui usahakan beri penjelasan dengan sopan dan jangan sekali - sekali berdebat atau memberikan argumen yang tidak diterima oleh nasabah. g) Jaga sikap sopan, ramah dan selalu tenang. Dalam melayani nasabah sikap sopan santun, ramah tamah harus selalu dijaga. Begitu pula dengan emosi harus tetap terkendali dan selalu berlaku tenang dalam menghadapi nasabah yang kurang menyenangkan. h) Jangan menangani hal - hal yang bukan pekerjaannya. Sebaiknya petugas customer service jangan menangani tugas yang bukan menjadi

wewenangnya, serahkan kepada petugas yang berhak sehingga tidak terjadi kesalahan dalam memberikan informasi. i) Tunjukkan sikap perhatian dan sikap ingin membantu. Nasabah yang datang ke Bank pada prinsipnya ingin dibantu, oleh karena itu berikan perhatian sepenuhnya dan tunjukkan bahwa memang kita ingin membantu nasabah.

Tujuan dari pelayanan yang baik adalah untuk mencegah penyimpangan dan membangun kesetiaan pelanggan atau Customer loyalty. Penyimpangan yang dilakukan pelanggan dan berpalingnya pelanggan disebabkan oleh kelalaian dan kesalahan pemberian pelayanan maupun sistem yang digunakan pada bank tersebut, karena konsumen tidak hanya menilai dari hasil jasa, tetapi juga menilai bagaimana cara penyampaian jasa itu.

Nasabah yang puas akan menjadi iklan gratis yang akan membawa kenalan dan saudaranya menjadi nasabah baru. Dari segi pelayanan yang lamban dan informasi yang akurat bagi nasabah penting adanya peranan SDM dalam upaya mengoptimalkan kualitas pelayanan. Lembaga keuangan harus menerapkan langkah-langkah yang tepat seperti pelatihan dan penerapan budaya organisasi yang konsisten. SDM yang berkualitas dan berkompeten akan sangat membantu kualitas pelayanan, karena fungsi bank selain menghimpun dan menyalurkan dana adalah sebagai Agent Of Development, Agent Of Trust dan Agent of Service. Masih adanya staf yang belum memahami pentingnya melayani nasabah dengan sepenuh hati

akan menghambat Agent Of Development. Staf yang kurang pengetahuan akan menghambat Agent Of Trust dan staf yang kurang cekatan tidak dapat menjadi Agent of Service. Untuk itu apabila lembaga keuangan ingin meningkatkan kualitas SDM perlu adanya pelatihan-pelatihan agar staf menjadi profesional. Permasalahannya adalah tidak semua lembaga keuangan rutin melakukan pelatihan bagi karyawannya. Sudah menjadi sifat manusia selalu merasa cepat lupa dan bosan. Maka dari itu, pelatihan perlu dilaksanakan dari waktu ke waktu. Pelayanan yang berbelit-belit memberikan gambaran tidak adanya standar pelayanan dari lembaga keuangan tersebut. Informasi yang kurang dan pelayanan yang dirasakan lambat menunjukkan masih belum maksimalnya pelatihan yang diberikan kepada para pegawai sekaligus memperlihatkan kualitas dan kompetensi pegawai yang belum merata. Semua hal di atas mengakibatkan keluhan atau pengaduan dari nasabah yang mana apabila tidak segera diambil tindakan, akan membuat bank tersebut kehilangan nasabahnya. Hal inilah yang menjadi alasan utama penelitian

ini dilakukan. Penulis ingin mendalami hal-hal yang berkaitan dengan kepuasan nasabah atas pelayanan customer service serta melihat upaya customer service PT. BPR MAS- Pamulang dalam memberi pelayanan prima bagi nasabahnya. Kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat berharga bagi perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan dan jasa karena dapat memberikan keuntungan demi kelangsungan berjalannya bisnis dalam perusahaan atau Bank tersebut.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana kepuasan nasabah terhadap pelayanan customer service serta mengetahui upaya yang diberikan customer service PT. BPR MAS- Pamulang kepada nasabahnya agar mencapai pelayanan prima.

Manfaat dari hasil penelitian ini berupa manfaat langsung maupun tidak langsung bagi semua pihak yang bersangkutan, khususnya bagi PT. BPR MAS -Pamulang yang mendapatkan sumbang saran, pemikiran serta ide dan kunci penyelesaian masalah yang dihadapi lembaga keuangan itu. Manfaat tak langsung, adalah bagi industri jasa perbankan pada umumnya.

Objek Penelitian ini adalah sebuah Bank Perkreditan Rakyat, bernama PT. BPR Makmur Artha Sedaya, yang berlokasi di Komplek Pertokoan Pamulang Permai Blok SH 10 No.04, Pamulang Barat, Tangsel. PerkembanganBPR ini nampak sangat baik perkembangannya, dilihat dari pembukaan

kantor cabangnya di Ruko Sutera Niaga 1 No.11, Pakulonan, Sepong Utara, dengan jumlah pegawai 8 orang. Pada tanggal 27 september 2019 dilakukan peresmian dan penempatan kantor baru dengan kepemilikan sendiri di Ruko Southcity Square Lot 2 No.A1/03 Jl. Raya Southcity Barat, Pondok Cabe Udik, Pamulang, Tangerang Selatan. Debut yang luar biasa ini pula yang memancing rasa ingin tahu penulis untuk menggalinya lebih dalam. Pengamatan dilakukan dalam kurun waktu 3 bulan, merupakan waktu yang sangat singkat. Namun demikian diharapkan cukup untuk mengambil sample/questioner.

METODE PENELITIAN

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Penelitian lapangan atau dikenal juga sebagai metode Terjun Langsung pada objek penelitian. Metode ini dikelompokkan kedalam metode penelitian kualitatif yang mana tidak memerlukan pengetahuan mendalam akan literatur yang digunakan serta tidak

mebutuhkan kemampuan tertentu dari pihak peneliti. Keuntungan metode ini adalah dapat memutuskan kearah mana kecenderungan penelitiannya berdasarkan konteks. Dengan mengamati secara langsung pelaksanaan kegiatan/ aktifitas sehari-hari pada PT BPR Dana Mandiri Bogor, maka peneliti dapat mengumpulkan data dengan mencatat apa-apa yang dilihatnya. Kuesioner yang disebar di antara nasabah adalah langkah untuk mendapatkan sumber utama berupa keluhan/sanjungan yang dapat menjadi masukan yang berarti bagi perbaikan/peningkatan pelayanan. Akan lebih baik lagi bila peneliti dapat menjalin hubungan sosial dengan staf PT. BPR Mas, sehingga mempunyai gambaran yang lebih baik dari staf itu sendiri. Dengan metode ini kita dapat memperoleh sudut pandang orang yang diteliti sekaligus mempertahankan perspektif analitis orang

luar(https://id.wikipedia.org/wiki/Penelitian_lapangan) Untuk mencapai keberhasilan dalam penelitian lapangan, peneliti telah melakukan persiapan dengan mengkaji bahan pustaka untuk memperluas wawasan. Penulis juga memfokuskan diri pada aspek-aspek khusus dari *setting* yang diamati, memperhatikan situasi lapangan serta gejala dalam konteks sosial dalam organisasi tersebut, melakukan pengambilan sampel dengan menyebarkan kuesioner kepada nasabah untuk melihat sejauh mana kepuasan nasabah sekaligus mendapatkan

masukkan baru, menganalisis data-data yang dikumpulkan, mengembangkannya serta mengevaluasi hipotesis kerja, maka diperoleh suatu kesimpulan yang kemudian ditulis sebagai laporan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelanggan atau *customer* diibaratkan sebagai seorang raja yang harus dilayani sebaik mungkin, dengan begitu perusahaan akan mendapatkan keuntungan atas pelayanan yang diberikan. Peningkatan pelayanan bertujuan agar para konsumen merasa puas dan pada akhirnya konsumen lain akan mengikuti untuk bertransaksi diperusahaan yang kita miliki, sehingga akan menguntungkan kedua belah pihak. Kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat berharga bagi perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan dan jasa karena dapat memberikan keuntungan demi kelangsungan berjalannya bisnis dalam perusahaan atau Bank tersebut.

Tujuan dari kepuasan konsumen adalah untuk memberikan kekuatan bagi perusahaan serta membuat perusahaan terlihat lebih unggul. Untuk memberikan kepuasan

konsumen peningkatan pelayanan menjadi kunci keberhasilan suatu perusahaan. Pelayanan dibagi menjadi dua, yaitu pelayanan langsung dan tidak langsung. Pelayanan langsung adalah pelayanan dimana antara nasabah dan customer service bertemu secara langsung dan melakukan tatap muka, sedangkan yang dimaksud pelayanan tidak langsung adalah dimana seorang nasabah dan *customer service* tidak melakukan tatap muka tetapi tetap bisa berinteraksi melalui alat komunikasi seperti telepon atau *handphone*.

Penulis telah menyebar kuesioner kepada nasabah sejumlah 10 orang. Dari data kuesioner yang masuk, untuk nilai kepuasan nasabah atas pelayanan *customer service* PT. BPR MAS terkumpul sebagai berikut :

Tabel 1 Kepuasan Nasabah

Responden	Puas	Tidak Puas
10	4	6

Terdapat 4 responden yang merasa puas akan pelayanan yang diberikan, tetapi ada 6 responden yang merasa tidak puas atas pelayanan yang diberikan oleh PT. BPR MAS. Hal ini menunjukkan 3/5 bagian, atau 60% nasabah PT. BPR MAS merasa tidak puas akan pelayanan yang diberikan oleh PT. BPR MAS Berikut adalah penjelasan dari ke-10 responden mengenai tanggapan dan usulan – usulannya:

Tabel 2 Usulan & Tanggapan Responden

Respoden	Usulan & Tanggapan
1	Saat ini sudah cukup baik
2	Sejauh ini pelayanannya oke semua
3	Sudah cukup baik
4	Tidak ada usulan, menurut saya sudah sangat baik
5	Dengan adanya WhatsApp Customer care kami berharap dari pihak Bank komunikatif terhadap nasabah, seperti pemberitahuan hari libur/hari raya
6	Customer Service lebih dari 1 (satu) agar tidak menunggu lama
7	Customer Service lebih dari 1 (satu) agar tidak menunggu lama
8	Kalau bisa suku bunga diperkecil
9	Pemotongan angsuran tidak diberitahu lebih dulu
10	Tidak ada/kurang informasi mengenai perubahan produk baru atau kurang komunikatif

Dari tanggapan kuesioner diatas, penulis mengelompokkannya menjadi 6 kelompok, yaitu: a) Bahwa 4 dari 10 nasabah PT. BPR MAS merasa jika pelayanan yang diberikan oleh customer service PT. BPR MAS telah memuaskan sehingga tidak memberikan kritik atau pun masukan kepada PT. BPR MAS agar pelayanannya ditingkatkan. Namun 6 dari 10 nasabah menganggap perlu adanya perubahan yang seharusnya dilakukan oleh PT. BPR MAS atas pelayanan maupun fasilitas yang

dinilikinya. b) Nasabah no 5 menyatakan bahwa pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh PT. BPR MAS masih kurang memadai, yaitu mengenai aplikasi WhatsApp customer care. Nasabah menghendaki adanya fasilitas WhatsApp agar mereka lebih mudah untuk mengakses informasi, misalnya tentang informasi hari libur atau yang lainnya. c) Nasabah ke 6 & 7 menyampaikan bahwa waktu menunggu dilayani customer service di BPR Mas terasa lama dan ini sangat mengganggu kenyamanan nasabah. Nasabah kelompok ini menghendaki adanya tambahan customer service, agar nasabah yang datang tidak menunggu terlalu lama untuk dilayani. Harus diperhitungkan bahwa nasabah yang datang untuk melakukan akad kredit atau hanya sekedar membuka tabungan/deposito tidak memiliki cukup waktu untuk berlama – lama menunggu antrian, sehingga jika PT. BPR MAS menambah customer service tentu akan mempercepat berjalannya antrian agar tidak menunggu terlalu lama. Tentu usulan ini bisa dilaksanakan oleh PT. BPR MAS, tetapi itu berarti tambahan biasa yang harus dikeluarkan oleh PT. BPR MAS. Dalam hal ini perlu ditinjau pula kinerja Customer Service. Apakah petugas cukup terampil dalam melayani Customer? Tidak dipungkiri bahwa Petugas yang trampil & Gesit merupakan aset yang berharga bagi perusahaan. Manager customer Service harus melakukan audit kerja pada bagiannya. Dengan memaksimalkan kinerja stafnya, maka persoalan ini dapat dipecahkan. d) Kelompok 4 adalah seperti yang

dikemukakan oleh Nasabah no 8. Beliau menyarankan agar suku bunga pinjaman diperkecil, sehingga dapat meringankan beban bunga pinjaman nasabah tersebut. Masukan ini tentu dapat disampaikan kepada direksi, karena merupakan ranah mereka. e) Kelompok kelima, seperti yang diwakili oleh Nasabah no 9, mengeluhkan mengenai adanya pemotongan tabungan yang digunakan untuk pembayaran angsuran. Nasabah merasa terkejut ketika mengetahui bahwa tabungannya dikurangi untuk pembayaran angsuran. Kelompok ini mengajukan protes pada customer service. Persoalan ini muncul karena tidak terdapat informasi yang cukup/komunikasi yang baik antara PT. BPR MAS dengan nasabah. Kebanyakan masalah ini dikeluhkan oleh nasabah yang memiliki pinjaman dengan jaminan sertifikasi pendidik/guru. Kenyataannya memang uang sertifikasi tersebut turun setiap tiga hingga empat (3-4) bulan sekali sedangkan sistem secara otomatis mengambil setiap bulan angsuran yang seharusnya dibayar oleh nasabah. Hal ini membuat munculnya kesalahpahaman terhadap pemotongan tabungan mereka.

Seharusnya kesalahpahaman ini bisa dihindari, apabila petugas customer service menginformasikan terlebih dahulu kepada nasabah apabila sistem hendak melakukan pemotongan dana tabungan mereka, ketika dana sertifikasi belum turun. f) Kelompok terakhir diwakili oleh nasabah no. 10, yang mengeluhkan tidak adanya/kurangnya informasi mengenai perubahan produk baru. Hal ini jelas disebabkan oleh teledornya petugas customer service dalam memberi penjelasan/informasi yang lengkap kepada nasabah.

Upaya *customer service* PT. BPR MAS agar dapat memberikan pelayanan prima bagi nasabahnya antara lain : : a) Melayani nasabah yang akan membuka rekening simpanan baik tabungan maupun deposito, melaporkan buku tabungan nasabah yang hilang, meminta informasi saldo dan transaksi rekening serta mencetak buku tabungan. b) Melakukan identifikasi dan verifikasi identitas diri nasabah yang akan membuka rekening simpanan pada BPR MAS. c) Mempersiapkan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan pembukuan rekening tabungan, deposito dan lain sejenisnya. d) Menyimpan dan memelihara file dokumen-dokumen dan warkat-warkat yang berkaitan dengan pembukuan rekening simpanan dan transaksi keuangan nasabah. e) Membantu nasabah untuk memastikan kelengkapan pengisian aplikasi pembukaan tabungan sebelum diteruskan kepada teller.

Selain itu customer service PT. BPR MAS juga mempunyai tata cara pelayanan kepada

nasabahnya yang dapat dijabarkan sebagai berikut: a) Mengucapkan salam ketika konsumen datang, melayani konsumen dengan baik. b) Bekerja secara cepat, inisiatif dan rapih. c) Setiap karyawan wajib menggunakan seragam yang rapi.

SIMPULAN

Dari tanggapan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh customer service PT. BPR MAS, terlihat jumlah responden yang menyatakan ketidak-puasannya melebihi jumlah responden yang menyatakan puas. Artinya pelayanan yang diberikan customer service PT. BPR MAS belum mencapai pelayanan prima. Staf Customer Service PT. BPR MAS harus berusaha lebih meningkatkan pelayanannya agar mencapai pelayanan prima. SOP yang dimiliki oleh customer PT. BPR MAS, masih sebatas tulisan saja dan belum diterapkan secara benar oleh seluruh staf/petugas *customer service*.

Berdasarkan masukan dari responden ternyata masih ada hal – hal yang dapat dilakukan oleh customer service untuk mencapai pelayanan prima, seperti penambahan loket khusus dan petugas customer service

untuk transaksi kredit untuk menghindari antrian yang panjang. Pertimbangan untuk meningkatkan Sumber Daya Manusia, khususnya petugas customer service juga harus diperhitungkan, mengingat pegawai yang handal merupakan aset berharga perusahaan. Dengan meningkatkan kemampuan SDM Customer service, diharapkan akan menjadikan petugas customer service lebih aktif dalam menyampaikan informasi adanya fasilitas aplikasi kepada nasabah, menjadi lebih empati terhadap keadaan nasabah serta lebih sabar dalam menerangkan nasabah perihal pemotongan tabungan oleh sistem. Sementara itu pihak Bank pun harus mencari solusi agar nasabah diberi peringatan lebih awal apabila terjadi pemotongan.

DAFTAR PUSTAKA

- Al- Arif, M. Nur Rianto, 2010. *Dasar – Dasar Pemasaran Bank Syariah*, ALFABETA: Bandung.
- Daryanto dan Ismanto Setyobudi, 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*, Gava Media: Yogyakarta
- Herlambang, Susatyo, 2016. *Manajemen Pelayanan Kesehatan Rumah Sakit*. Gosen Publishing: Yogyakarta
- Kasmir, 2012. *Etika Customer Service*, PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta
- Kasmir, 2017. *Customer Service Excellent*, PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta
- Moenir, A.S, 2010. *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*. Bumi Aksara: Jakarta.
- Rahmayanti, Nina, 2010. *Manajemen Pelayanan Prima*, Graha Ilmu: Jogjakarta.
- Rangkuti, Freddy, 2017. *Measuring Customer*

Service Satisfaction.

PT Gramedia Pustaka Utama:
Jakarta

Sampara, Lukman, 2011. *Manajemen Kualitas Pelayanan*, STIA LAN Press: Jakarta

Sutopo dan Suryanto, 2013. *Pelayanan Prima*. Lembaga Administrasi Negara RI: Jakarta

Windasuri, Heria, 2017. *Excellence Service*. PT Gramedia Utama: Jakarta

Jurnal

Handayani Fiti, 2017. *Peran Customer Service dalam Pelayanan Produk Simpanan pada Bank BRI Syariah (KCP) Metro*.

Internet

www.gurupendidikan.co.id/pengertian-pelayanan-prima/
Diakses pada tanggal 10 September 2020

<https://perpuskampus.com/pengertian-dan-jenis-nasabah/>
Diakses pada tanggal 10 Oktober 2020