

Peran *Customer Service* Terhadap Peningkatkan Pelayanan Nasabah

Marcela Ika Putri, Moh. Faizal, Meriyati

Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri

Email: marcela@stebisigm_student.ac.id, izar@stebisigm.ac.id, meri@stebisigm.ac.id

Abstrak

Penelitian ini membahas tentang Peranan Customer Service Terhadap Pelayanan Nasabah Pada PT. Bank Sumsel Babel Syariah Palembang. Dengan tujuan untuk mengetahui lebih komprehensif tentang Peranan Customer Service Terhadap Pelayanan Nasabah Pada PT. Bank Sumsel Syariah Palembang. Metode yang dipakai adalah kualitatif berbasis data lapangan yang datanya diperoleh lewat observasi, interview dan dokumentasi, dengan analisis deskriptif. Hasil artikel ini memperlihatkan bahwa Customer Service hakikat nya mempelajari berbagai teknik yang berkaitan dengan tata cara penanganan nasabah yang baik Dalam hubungan interaksi bisnis ini, perlakuan terhadap nasabah menjadi hal yang sangat penting dalam membangun dan memelihara kelangsungan bisnis yang berkelanjutan. Termasuk menjamin kepercayaan dan kepuasan nasabah. Terlebih dalam koperasi kredit, dimana nasabah kita adalah emilik dari usaha itu sendiri, sehingga perlakuan dan pelayanan terhadap mereka sangat penting untuk diperhatikan.

Kata Kunci: *Customer Service, Pelayanan, Bank Sumsel Babel Syariah*

Abstract

The study discusses the role of customer service on customer service at PT. Bank Sumsel Babel Syariah Palembang. With the aim of knowing more comprehensively about the role of customer service on customer service at PT. Bank Sumsel Babel Syariah Palembang. The method used is qualitative based on field data, the data obtained through observation, interviews and documentation, with descriptive analysis. The results of this article show that customer service essentially learns various techniques related to good customer handling procedures. In this business interaction relationship, the treatment of customer is very important in building and maintaining a sustainable business continuity. This includes ensuring customer trust and satisfaction. Especially in credit cooperatives, where our customer are the owners of the business itself, so their treatment and service is very important to pay attention to.

Keywords: *Customer Service, Service, Customer, Bank Sumsel Babel Syariah*

Pendahuluan

Peranan *customer service* dalam meningkatkan pelayanan terhadap nasabah di Bank Sumsel Babel Syariah merupakan kunci sukses dan dasar untuk

membanggun keberhasilan bank tersebut. Oleh karena itu segala kegiatan yang dilakukan harus berjalan dengan baik dan bermutu demi terciptanya kepuasan pelanggan yang merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan akan datang kembali untuk mencoba produk lain yang ditawarkan oleh bank dan berbagi kebaikan tersebut kepada rekan lain pada dasarnya *customer service* memegang peranan yang sangat penting di Bank Sumsel Babel Syariah dalam dunia perbankan, tugas utama seorang *customer service* adalah memberikan pelayanan dan membina hubungan baik dengan nasabah (Tarsani, 2017).

Seorang *customer service* dalam melaksanakan tugasnya haruslah terlebih dahulu memahami pekerjaan yang akan dilakukannya terutama yang berkenaan dengan pelayanan terhadap nasabah (Aravik & Hamzani, 2021). Dasar-dasar yang pelayanan yang perlu dikuasai oleh seorang *customer service* sebelum melakukan tugasnya, mengingat karakter masing-masing nasabah sangat beragam hal yang mudah. Peran *customer service* terhadap pelayanan kepada nasabah praktisnya memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan atau nasabah bukanlah suatu hal yang mudah mengingat banyak kendala yang dihadapi (Ruslan, 2004).

Faktor utama peran *customer service* terhadap pelayanan kepada nasabah yang mendukung adalah sumber daya manusia, maksudnya peranan manusia (*customer service*) yang melayani nasabah berkomunikasi secara langsung dan terbuka. *customer service* bisa mengangkat nama baik suatu bank. *customer service* adalah bagian dari unit organisasi yang berada di *front office* yang berfungsi sebagai sumber informasi dan perantara bagi bank dan nasabah yang ingin mendapatkan jasa-jasa pelayanan maupun produk-produk bank (Effendy, 2009).

Jadi peran *customer service* terhadap peningkatan kepada nasabah yaitu untuk memajukan karirnya pada bank tersebut dan meningkatkan kualitas bank pada pelayanan nasabah yang bermutu. Pelayanan yang dilakukan adalah kepuasan nasabah dan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah atau calon nasabah yang ingin berkonsultasi kepada *customer service*.

Berdasarkan uraian di atas penulis dalam menyampaikan judul yang akan diangkat yaitu: "Peran *Customer Service* Terhadap Peningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah Bank Sumsel Babel Syariah Kantor Cabang Pim Palembang."

Landasan Teori

1. Pengertian Peranan Pelayanan

Pelayanan (*customer service*) secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi (Zamzam & Aravik, 2016). Dalam kamus bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan adalah sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani yaitu membantu menyiapkan (membantu apa yang diperlukanseseorang). pada hakekatnya pelayanan adalah serangkaian kegiatan yang merupakan proses. Sebagai proses pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat, proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain (Usmara, 2003).

2. Pengertian Pelayanan

Menurut buku penelitian Arista Atmadjati 2018 Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan. Dalam kamus Besar Bahasa Indonesia dijelaskan pelayanan sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain. Sedangkan melayani adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan seseorang. Menurut Kotler (2017) pelayanan merupakan tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (Arista Atmadjati, 2018).

3. Customer Service

Customer Service merupakan fungsi sangat penting untuk menciptakan menciptakan kepuasan nasabah. *customer service* harus mampu memberikan informasi yang dibutuhkan oleh *customer* merasa puas. Untuk mencapai hal ini dibutuhkan suatu sistem informasi yang berisi bank data yang handal *user friendly* (gampang dipakai) sehingga *customer service* mampu memberikan informasi cepat dan valid. Contoh-contoh informasi yang sering ditanyakan oleh *customer* adalah

bagaimana status pesanan customer, apakah ada barang yang tersedia, jumlah tagihannya, kapan barangnya dikirim, informasi produk, jumlah piutang customer, jumlah sales order dan lain-lain. Ungkapan bahwa konsumen adalah raja menginspirasi banyak pihak untuk menempatkan peran *customer service* (CS) sebagai peran terdepan dalam kewirPelayanan memiliki banyak arti, mulai dari pelayanan personal (*Personal Service*) sampai pelayanan produk (Hardiansyah, 2011).

4. Fungsi Dan Tugas *Customer Service*

customer service sangat penting untuk kepuasan nasabah Astuti et al, (2015). menciptakan Fungsi dan tugas itu harus dilaksanakan sebaik mungkin. Fungsi *customer service* adalah sebagai berikut:

1) Sebagai *Resepsionis*

Customer service berfungsi sebagai penerima tamu yang datang ke perusahaan. Tamu disini bisa siapa saja, entah pelanggan, calon pelanggan, supplier atau pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan.

2) Sebagai Deskman

Sebagai deskman, seorang *customer service* berfungsi sebagai orang yang melayani berbagai macam aplikasi (permohonan) yang diajukan pelanggan. Permohonan mulai dari pengisian formulir sampai dengan kelengkapan data yang dibutuhkan atau yang dipersyaratkan.

3) Sebagai Salesman

Sebagai salesman *customer service* merupakan seorang yang menjual produk kepada pelanggan atau calon pelanggan. Dalam hal ini, *customer service* dapat menjelaskan segala sesuatu yang berkaitan dengan produk.

4) Sebagai *Customer Relation Officer*

Fungsi *customer service* sebagai *customer relation officer* adalah membina hubungan baik dengan seluruh pelanggan, termasuk merayu atau memujuk supaya pelanggan tetap bertahan.

5) Sebagai Komunikator

customer service merupakan penghubung antara perusahaan dengan pelanggan atau pihak lain yang berkepentingan terhadap perusahaan. Dalam hal ini fungsi

customer service adalah menghubungi pelanggan dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungannya antara perusahaan dan pelanggan (Darmawan & Ridlwan, 2018).

5. Sikap dan Perilaku Seorang *Customer Service*

Sikap dan perilaku merupakan bagian terpenting dalam perbankan. Adanya sikap dan perilaku yang harus dijalankan oleh setiap pegawai bank adalah jujur dalam bertindak dan bersikap rajin, tepat waktu, dan tidak pemalas, selalu murah senyum, lemah lembut, ramah tamah, sopan santun tutur sapa dan hormat, bertanggung jawab dan suka menolong nasabah Sutisna, (2002). aktivitas pembukuan Rekening dilakukan oleh *Customer Service* adalah sebagai berikut:

1. Pembukuan rekening dan penutupan rekening
 - a. Rekening Giro.
 - b. Rekening Tabungan.
 - c. Deposito Berjangka.
2. Informasi saldo rekening giro dan tabungan.
3. Pemesanan dan mencetak buku cek atau bilyet giro dan tabungan.
4. Penyerahan atau pengiriman buku cek atau bilyet giro.
5. Aktivitas lainnya non-tunai.
 - a. Memelihara dokumen.
 - b. Melakukan reminder.
 - c. Pemeliharaan data nasabah.

6. Dasar-Dasar Hukum Pelayanan

Berikut ini dasar –dasar pelayanan yang harus di pahami dan di mengerti seorang *Customer Service* adalah:

- 1) Berpakaian dan berpenampilan rapih dan bersih

Berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih artinya karyawan harus menggunakan baju dan celana yang sepadan dengan kombinasi yang menarik. Karyawan juga harus berpakaian rapi, bersih dan tidak kumal, misalnya baju lengan panjang tidak boleh digulung.

- 2) Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum

Dalam melayani nasabah, karyawan tidak boleh ragu-ragu akan tetapi harus memiliki keyakinan dan percaya diri yang tinggi. Karyawan juga harus dapat bersikap akrab dengan nasabah, seolah-olah kenal lama. Dalam melayani nasabah karyawan juga harus murah senyum dengan raut muka yang menarik hati.

- 3) Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika sudah kenal pada saat nasabah datang karyawan sudah harus menyapa terlebih dahulu dan kalau sudah pernah ketemu sebelumnya, usahakan menyapa dengan menyebutkan namanya, Namun jika belum kenal dapat menyapa dengan sebutan apa yang bisa saya bantu.

- 4) Tenang, sopan, hormat serta tekun dalam mendengarkan pembicaraan.

Usahakan pada saat melayani nasabah, karyawan dalam keadaan tenang, tidak terburu-buru, sopan santun dalam bersikap.

- 5) Berbicara dengan baik dan benar

Artinya dalam berkomunikasi dengan nasabah menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar dan jika menggunakan bahasa lain seperti bahasa daerah atau bahasa asing gunakan secara benar pula.

- 6) Bergairah dalam melayani nasabah dan tunjukkan kemampuannya Artinya dalam melayani nasabah jangan terlihat loyo, lesu atau kurang bersemangat. Tunjukkan pelayanan yang prima seolah-olah memang Anda sangat tertarik dengan keinginan dan kemauan nasabah. Kemampuan karyawan tentang pengetahuan akan produk dalam memberikan informasi kepada nasabah benar-benar menyakinkan.

- 7) Jangan menyela atau memotong pembicaraan

Artinya pada saat nasabah sedang berbicara usahakan jangan memotong atau menyela pembicaraan. Kemudian hindarin kalimat yang bersifat teguran atau sindiran yang dapat menyinggung perasaan nasabah. Kalau terjadi sesuatu dengan nasabah usahakan jangan berdebat.

7. Kepuasan Pelayanan

Menurut buku penelitian Kurniati Karim (2020). Kepuasan adalah perasaan

senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. (Kotler, 2000:42) Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atau kinerja dan harapan (Utomo et al., 2022). Jika kinerja berbeda dibawah harapan, nasabah tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan nasabah puas. Jika kinerja melebihi harapan, nasabah sangat puas, senang dan gembira (Karim Kurniati, 2020).

a. Jenis Pelayanan

Jenis pelayanan yang dapat diberikan oleh penyedia layanan kepada pihak yang membutuhkan pelayanan terdiri dari berbagai macam. Antara lain berupa (Barata, 2015):

- 1) Pemberian jasa-jasa saja,
- 2) Layanan yang berkaitan dengan penyediaan dan distribusi barang-barang saja, atau

b. Layanan ganda yang berkaitan kedua-duanya Cara Memberikan Pelayanan Yang Baik

Perlu adanya pelayanan yang baik antara lain:

- a. Semua transaksi dilayani atau dilaksanakan dengan cepat, cermat, tepat dan akurat. Cepat artinya waktu pelayanan tidak perlu lama, jangan biarkan nasabah terlalu lama mengantri untuk dilayani. Sedangkan cermat artinya jangan ada yang menyimpang dari prosedur yang berlaku dan tepat sesuai dengan keinginan nasabah.
- b. Petugas bank harus mampu menguasai sistem dan prosedur pelayanan dengan sebaik-baiknya, sehingga mampu melayani dengan cepat.
- c. Tanggap dan mampu memberikan jawaban dan penjelasan atas keluhan atau keberatan nasabah, sehingga mampu memberikan respon yang positif pada nasabah. Menciptakan yang baik antara pimpinan dan pegawai bank dengan nasabah terutama petugas *customer service*. Petugas bank harus mampu memberikan kenyamanan dan menjalin hubungan kekeluarga dengan nasabah.
- d. Berlaku ramah, sopan dan selalu membantu nasabah.

- e. Penampilan petugas bank yang menarik hati (simpatik) dan menyenangkan, jangan membuat nasabah menjadi kecewa.
- f. Tersedianya perlengkapan yang mengikuti perkembangan teknologi.

c. Konsep Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh Lovelock (1994:111) digambarkan sebagai diagram bunga yang memiliki delapan suplemen pelayanan penting yang diartikan sebagai berikut (Sholeha, 2018):

1. *Information* (Informasi)
2. *Consultation* (Konsultasi)
3. *Order taking* (Mengambil pesanan)
4. *Hospitality* (Keramahan)
5. *Care taking* (Memelihara pengguna layanan)
6. *Exceptions* (Pengecualian)
7. *Billing* (Penagihan)
8. *Payment* (Pembayaran)

d. Pentingnya Pelayanan

Alasan pentingnya suatu pelayanan terhadap perusahaan antara lain:

- 1) Akan diingat oleh konsumen
Akan selalu diingatkan oleh pelanggan jika pelayanannya yang diberikan sangat baik atau sangat buruk.
- 2) Menunjukkan kepedulian kepada pelanggan
Disaat *customer service* mampu memberikan pelayanan yang maksimal bagi nasabah, disitulah pihak bank menunjukkan kepedulian terhadap nasabah.
- 3) Berdampak seluruh bisnis
Jika *customer service* memberikan pelayanan yang baik, orang akan secara natural berasumsi produk yang dijual memiliki kualitas yang baik.
- 4) Strategi marketing yang baik
Salah satu strategi marketing dalam meningkatkan penjualan ialah meningkatkan pelayanannya.

5) Menarik pelanggan baru

Dengan pelayanan yang baik diberikan maka nasabah akan menceritakan kepadatemannya yang lain sehingga bank berpeluang untuk mendapatkan nasabah baru.

e. Pengawasan Penyelenggara Pelayanan

Pengawasan penyelenggara pelayanan dilakukan melalui:

1. Pengawasan melekat, yaitu pengawasan yang dilakukan oleh atasan langsung, sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
2. Pengawasan fungsional, yaitu pengawasan yang dilakukan oleh aparat pengawasan fungsional sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
3. Pengawasan oleh nasabah, yaitu pengawasan yang dilakukan oleh nasabah.

f. Kriteria Pelayanan

Kriteria pelayanan yang harus dipertimbangkan dalam menyusun standar pelayanan antara lain sebagai berikut:

1. Kesederhanaan, tata cara pelayanan harus diselenggarakan secara terbuka, dapat diakses oleh semua pihak yang membutuhkan dan disediakan secara memadai dan mudah dimengerti, lancar, cepat, tidak berbelit-belit, mudah dipahami dan dilaksanakan.
2. Reliabilitas, meliputi konsistensi dan kinerja yang terus dipertahankan dan menjaga saling ketergantungan antara pelanggan dengan pihak penyedia pelayanan, melalui keakuratan perhitungan keuangan, ketelitian dalam pencatatan data dan ketepatan waktu.
3. Tanggung jawab petugas pelayanan, meliputi pelayanan sesuai dengan urutan waktu, menghubungi pelanggan secepatnya apabila terjadi sesuatu yang perlu segera diberitahukan.
4. Kecakapan atau kompetensi para petugas, yaitu para petugas pelayanan menguasai keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan dari pelayanan tersebut.

5. Kedekatan kepada pelanggan dan kemudahan kontak pelanggan dengan petugas. Petugas pelayanan harus mudah dihubungi pelanggan, melalui berbagai media komunikasi telepon, sms, email, dan sebagainya. Oleh karena itu, lokasi, fasilitas, dan petugas pelayanan yang melayani pelanggan harus menjadi perhatian.
6. Keterbukaan, pelanggan bisa mengetahui seluruh informasi yang mereka butuhkan secara mudah dan cepat, meliputi informasi. Untuk meningkatkan kinerja layanan, sebaiknya semua pihak memahami posisi dirinya. Yaitu mengenai pihak penyedia layanan, pihak yang menerima layanan (Robert, 2014).

8. Kepuasan pelanggan

Dalam menyelenggarakan layanan, baik kepada pelanggan internal maupun eksternal, pihak penyedia dan pemberi layanan harus selalu berupaya untuk mengacu kepada tujuan utama pelayanan, yaitu kepuasan konsumen atau kepuasan pelanggan. Kita sebagai pihak yang melayani tidak tau apakah pelanggan yang kita layani puas atau tidak karena yang dapat merasa kepuasan dari suatu layanan hanyalah pelanggan yang bersangkutan. Tingkat kepuasan yang diperoleh oleh pelanggan itu biasanya sangat berkaitan erat dengan standar kualitas barang dan jasa yang mereka nikmati serta layanan lain yang berupa Ukuran standar kualitas yang ditentukan oleh produsen barang atau jasa belum tentu sama dengan ukuran standar kualitas yang ditentukan oleh pelanggan. Misalnya, apabila kita memberikan pelayanan yang sama kepada pelanggan yang berbeda, maka tingkat kepuasan yang dirasakan oleh masing-masing pelanggan akan berbeda. Dalam hal ini tentu saja pernyataan pelanggan akan sangat beragam, tergantung citarasa yang bersangkutan. Pelanggan "A" mengatakan puas, "B" mengatakan kurang puas, atau mungkin "C" mengatakan sangat puas (Swiska, 2016).

Ada beberapa cara mengukur kepuasan nasabah yaitu dengan:

- a. Sistem keluhan dan saran

Bank meminta keluhan dan saran dari pelanggan atau nasabah dengan membuka kotak saran baik melalui surat, telepon bebas pulsa, kartu komentar, kotak saran maupun mauon berbagai saran dan keluhan lainnya. Adanya sistem

ini maka memudahkan bank dalam mengevaluasi kinerja karyawannya untuk lebih baik dalam memberikan pelayanan kepada nasabah yang melakukan transaksi atau nasabah yang ingin berkonsultasi (Winowatan, 2020).

b. Survey kepuasan pelanggan

Bank perlu melakukan survey untuk mendeteksi komentar pelanggan, diharapkan diharapkan dari survey ini didapatkan umpan balik yang positif dari konsumen. Adanya survey ini pihak bank atau karyawan ke konsumen memberikan gambaran untuk bank agar bisa memberikan pelayanan yang lebih baik, dan apabila ada pelayanan yang kurang baik maka pihak bank bisa mengevaluasi. Hal ini juga baik untuk mempromosikan produk - produk yang ada di bank tersebut (Wibowo, 2016).

c. Pembeli bayangan

Perusahaan menempatkan orang tertentu baik orang lain maupun dari level manajemen sendiri sebagai pembeli ke perusahaan lain atau perusahaan sendiri. Pembeli bayangan ini akan memberikan laporan keunggulan dan kelemahan petugas pelayan yang melayaninya.

d. Analisa pelanggan atau nasabah yang lari

Nasabah yang hilang akan dihubungi, kemudian di minta alasan untuk mengungkapkan mengapa mereka berhenti, atau pindah ke bank lain, adalah suatu masalah yang terjadi dan tidak bisa diatasi atau terlambat diatasi. Keunggulan Mengelola Pelanggan

9. Standard Operating Procedure (SOP)

SOP adalah pedoman yang berisi prosedur - prosedur operasional standar yang ada dalam suatu organisasi yang digunakan untuk memastikan bahwa semua keputusan dan tindakan, serta penggunaan fasilitas, proses yang dilakukan oleh orang-orang dalam organisasi berjalan secara efisien dan efektif, konsisten, sesuai standar, dan sistematis.

Adanya sistem SOP diharapkan dapat meningkatkan efisien dan efektivitas kinerja layanan yang diberikan oleh Bank Sumsel Babel Syariah. Dengan adanya intruksi kerja yang terstandarisasi, maka semua kegiatan layanan akan dapat

Marcela Ika Putri, Moh. Faizal, Meriyati

Peran *Customer Service* Terhadap Peningkatkan Pelayanan Nasabah

dilakukan secara konsisten oleh siapa pun yang sedang bertugas melakukan layanan (Sugiyono, 2005).

Penetapan Standar Operating Procedur sekurang- kurangnya meliputi:

a. **Prosedur pelayanan**

Prosedur pelayanan yang dilakukan bagi pemberi dan penerima pelayanan termasuk penanganan keluhan pelanggan.

b. **Waktu penyelesaian**

Waktu penyelesaian yang ditetapkan sejak saat pengajuan permohonan sampai dengan penyelesaian pelayanan termasuk penanganan keluhan pelanggan.

c. **Produk pelayanan**

Hasil pelayanan yang akan diterima sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan, misalnya jumlah klaim dan pelayanan yang cepat dan ramah sesuai dengan pihak yang berhak menerimanya.

d. **Sarana dan prasarana**

Penyediaan sarana dan prasarana yang memadai oleh penyelenggaraan pelayanan.

e. **Kompetensi petugas pemberi pelayanan**

Kompetensi petugas pemberi pelayanan harus ditetapkan dengan tepat berdasarkan pengetahuan, keahlian, keterampilan, sikap, dan perilaku yang dibutuhkan (Kasma, 2012).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan penelitian bersifat deskriptif dan berbasis studi lapangan. Metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif yakni suatu strategi penelitian yang berusaha mendeskripsikan fenomena atau peristiwa secara sistematis sesuai dengan apa adanya.

Pembahasan

1. Apa Faktor Pendukung dan Penghambat Peran *Customer Service* Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Untuk Menabung di Bank Sumsel Babel Syariah

Dalam prakteknya peran *customer service* sangat penting untuk memberikan pelayanan terbaik untuk nasabah. Akan tetapi yang belum begitu mengerti fakta dilapangan masih banyak nasabah yang mengaku tidak begitu puas dan mempunyai beberapa keluhan. Salah satunya di beberapa bank ada *customer service* yang kurang sabar menghadapi nasabah yang belum mengerti bagaimana bertransaksi yang benar di bank. Artinya masih ada *customer service* yang kurang memiliki kesabaran nasabah yang kurang mengerti tersebut.

Faktor-faktor pendukung:

1. Mampu melayani nasabah dengan sepenuh hati
2. Bisa menyelesaikan problem yang didapatkan oleh nasabah
3. Mampu membuat nasabah dan tertarik menabung disebabkan karena Pelayanannya
4. Harus mempunyai pendidikan yang bagus serta pengalaman kerja yang baik guna dan tujuan agar mampu melayani para nasabah dengan baik dan benar
5. Mempunyai pribadi kerja yang baik serta usaha yang baik untuk memajukan bank
6. Berwibawa dan mempunyai kinerja yang baik. pendidikan nasabah juga berpengaruh untuk sebuah transaksi lancar atau tidak.

Pada intinya yang menjadi faktor penghambat peran *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah untuk menabung di bank sumsel babel syariah yaitu:

1. Belum maksimalnya strategis pelayanan terhadap produk bank sumsel babel syariah kepada masyarakat.
2. Kurangnya pengetahuan dan pemahaman pegawai bank sumsel babel Syariah terhadap produk-produk syariah dan terdapat prinsip-prinsip syariah.
3. Kurangnya pengetahuan dan pemahaman dari masyarakat terhadap bank sumsel babel syariah yang identik dengan bagi hasil, karena masyarakat sudah terbiasa dengan bank konvensional karena identik dengan bunga.
4. Faktor ancaman dari pesaing yang berlomba-lomba dalam mencari dan mempertahankan nasabahnya masing-masing.

2. Strategi yang digunakan oleh *Customer Service* Bank Sumsel Babel Syariah dalam meningkatkan kepuasan kepada Nasabah

Berdasarkan analisis wawancara maka peneliti menggunakan strategi seperti *Responiveness* (Cepat Tanggap), *Competence* (Kompetensi), *Credibility* (Dapat dipercaya), *Contribution* (Kontribusi), *Honesty* (Kejujuran), *Service Excellent* (Pelayanan prima), *Innovation* (Perubahan).

1. Responiveness (Cepat Tanggap)

Cepat tanggap yaitu kesediaan karyawan untuk membantu para pelanggan dan menyampaikan jasa secara tepat serta mendengar dan mengatasi keluhan dari konsumen. Karyawan *customer service* dituntut untuk cepat tanggap terhadap nasabah yang mengalami permasalahan, dan dituntut dapat menyelesaikannya dengan baik sesuai dengan waktu yang sudah ditentukan. Khususnya karyawan yang berhadapan langsung dengan nasabah seperti *customer service*, mereka harus mampu menyelesaikan masalah nasabahnya dengan baik, sehingga nanti nasabah yang menceritakan keluhannya pun merasa aman dengan pelayanan yang diberikan dan tidak merasa dikecewakan (Sriwidodo, 2010).

2. Competence (Kompetensi)

Kompetensi secara etimologi merupakan dimensi perilaku keahlian atau keunggulan seorang pemimpin atau staf mempunyai keterampilan, pengetahuan, dan perilaku yang baik. Bank Sumsel Babel Syariah menuntut setiap karyawan *customerservice* harus bisa meningkatkan keahlian sesuai dengan tugas yang sudah diberikan dan diatur, kemudian dijalankan dengan baik sesuai dengan tuntutan profesi yang ada. Karyawan *customer service* dituntut untuk bisa melayani nasabahnya dengan baik, dan bisa memenuhi keinginan nasabah atau menyelesaikan masalahnya yang dialami oleh nasabahnya. Kompetensi yang dimiliki oleh karyawan (*customer service*) yaitu, mereka dituntut untuk bisa memahami sifat dan karakter dari nasabahnya, maka hal ini nantinya akan memudahkan karyawan dalam menyelesaikan masalah yang dialami nasabahnya dan mampu memenuhi keinginan dari nasabahnya. Sehingga karyawan Bank Sumsel Babel Syariah tersebut diharapkan nantinya bisa menjalankan tugas sesuai dengan keahlian yang dimiliki dan diatur.

3. *Credibility* (Dapat Dipercaya)

Dalam hal ini mengembangkan perilaku yang dapat dipercaya oleh nasabah dan percaya kepada nasabah. Segala informasi yang diberikan kepada nasabah harus *upto date* sehingga nasabah juga bisa mempercayai untuk bisa bertransaksi. Bank Sumsel Babel Syariah menerapkan prinsip guna untuk membuat nasabahnya merasa nyaman dan puas dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan sehingga nantinya diharapkan akan membuat nasabah merasa percaya untuk menabung atau bertransaksi di Bank Sumsel Babel Syariah. *customer service* dalam hal ini sangat berperan penting untuk bisa membuat nasabah atau calon nasabahnya percaya untuk melakukan transaksi di Bank Sumsel Babel Syariah, karena pelayanan yang diberikan *customer service* merupakan menjadi ujung tombak untuk menarik nasabah di Bank Sumsel Babel Syariah.

4. *Contribution* (Kontribusi)

Bagi seorang karyawan *Customer Service*, memberikan kontribusi yang positif berupa pemikiran dan tindakan yang bertujuan untuk mencapai pelayanan yang optimal untuk nasabah Bank Sumsel Babel Syariah merupakan keharusan, sebab hal ini akan memberikan penilaian untuk kinerja karyawan *Customer Service* baik atau tidaknya pelayanan yang sudah diberikan untuk nasabahnya. Strategis ini digunakan agar karyawan *Customer Service* mampu memberikan pelayanan yang baik atau sesuai dengan standar aturan yang ada di Bank Sumsel Babel Syariah, sebab nasabah akan menilai kinerja karyawan tersebut baik atau tidaknya dari tindakan yang diberikan untuk nasabahnya. Namun karyawan *Customer Service* dalam memberikan pelayanan untuk nasabahnya terkadang masih melebihi batas waktu seperti yang sudah diatur, sehingga hal ini membuat nasabahnya terkadang masih menunggu terlalu lama dan merasa jenuh.

5. *Honesty* (Kejujuran)

Kejujuran dalam suatu perusahaan yang berhadapan langsung dengan masyarakat sangatlah penting, karena hal ini yang akan menentukan nasabah atau calon nasabah percaya atau tidaknya melakukan transaksi di Bank tersebut.

Sehingga Bank Sumsel Babel Syariah pun sangat mengutamakan prinsip ini kepada karyawannya (*Customer Service*), Kejujuran merupakan sesuatu yang harus ditanamkan oleh semua karyawan Bank Sumsel Babel Syariah dan kemudian diaplikasikan di dunia pekerjaan dan tanggung jawabnya. Pada Bank Sumsel Babel Syariah mengharamkan korupsi yang dilakukan oleh karyawannya *customer service* merupakan Bank Syariah. Sehingga kejujuran adalah kunci utama bagi Bank Sumsel Babel Syariah yang ditanamkan oleh karyawannya untuk melayani nasabah dengan jujur dan transparan.

6. *Service Excellent* (Pelayanan Prima)

Pelayanan prima merupakan pelayanan yang memenuhi standar kualitas suatu yang sesuai dengan harapan dan kepuasan pelanggan atau masyarakat. Karyawan *customer service* harus memberikan pelayanan terbaik untuk melampaui harapan dari nasabah serta memberikan kepuasan dan mendapatkan penilaian yang baik dari nasabah. Sebab hal ini akan menjadi ujung tombak nasabah mau melakukan transaksi atau tidak. Namun dengan pelayanan yang terkadang kurang baik, atau kurang memenuhi standar membuat nasabah atau calon nasabah tidak puas dengan pelayanan yang diberikan, terlebih ketika nasabah mengalami masalah dalam transaksinya, pelayanan yang diberikan untuk penyelesaiannya terkadang masih terlalu lama. Sehingga hal ini membuat nasabah terkadang mengeluh akan pelayanannya.

7. *Innovation* (Perubahan)

Perubahan yaitu usaha yang dikelola dari organisasi untuk mengembangkan produk atau jasa baru, atau keinginan baru dari produk atau jasa yang ada. Dalam hal ini karyawan *customer service* Bank Sumsel Babel Syariah harus mampu mengembangkan produknya kepada nasabahnya, kemudian memberikan pelayanan yang terbaik dan dapat memberikan produk yang diharapkan oleh nasabah. Bank ini menerapkan strategi ini guna untuk kemajuan karyawannya (*Customer Service*) yaitu dalam mengembangkan atau menyampaikan produknya dengan baik ke nasabah, sehingga nasabah nantinya tertarik dengan produk yang ditawarkan oleh *customer service* dan diharapkan mampu meningkatkan jumlah

nasabah pada Bank Sumsel Babel Syariah.

Pada dasarnya penerapan manajemen strategi pelayanan ini sudah di terapkan di Bank Sumsel Babel Syariah, akan tetapi masih ada pelayanan yang kurang memuaskan nasabah, yaitu pada *excellent service* dan *contribution* (kontribusi). Pelayanan yang terkadang tidak tepat waktu membuat nasabah terkadang mengeluh dengan pelayanan yang diberikan dan sering terjadinya sistem error membuat pelayanan yang diberikan menjadi kurang maksimal. Sehingga hal ini membuat beberapa nasabah kurang puas dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan *customer service*.

Strategis pelayanan yang mendasar yang dilakukan oleh *customer service* pada Bank Sumsel Babel Syariah adalah sebagai berikut:

1) Bersikap ramah

Sikap karyawan (*customer service*) harus melayani nasabahnya dengan sikap ramah agar nasabah tersebut merasakan kenyamanan ketika melakukan aktivitas yang berhubungan dengan perbankan seperti pembukaan rekening baru, konsultasi tentang produk, keluhan dan lainnya. Kemudian mengawali komunikasi dengan memberikan salam kepada nasabahnya. Bank Sumsel Babel Syariah selalu menerapkan prinsip ini, sebab prinsip ini yang nantinya akan dinilai oleh nasabah langsung, bagaimana pelayanan yang diberikan karyawan khususnya *customer service* ketika ada nasabah yang datang.

2) Komunikatif

Customer Service harus memiliki keahlian dalam bidang komunikasi, keahlian tersebut merupakan salah satu keahlian yang harus diperhatikan karenakaryawan pada bidang ini berhadapan langsung dengan nasabah yang memiliki karakteristik yang berbeda - beda. Selain itu juga diperhatikan gaya komunikasi yang jelas dan terarah dan tidak timbul kesalahpahaman. Pada srategi ini *customer service* pada bank dituntut untuk pandai berkomunikasi dengan baik kepada nasabahnya, dan harus bisa menilai bagaimana karakteristik nasabahnya, sebab setiap nasabah memiliki karakteristik yang berbeda- beda, sehingga *customer service* harus mampu memahami bagaimana karakter dan sifat nasabahnya.

3) Name Tag Yang Selalu Diperhatikan

Pada bagian ini merupakan hal yang kecil namun berdampak cukup besar bagi pelayanan yang diberikan. Berkaitan dengan strategi pelayanan tujuan *customer service* memperlihatkan kartu identitas berupa name tag agar nasabah mengenali karyawan tersebut. Jika suatu saat pelayanan yang diberikan kepada nasabah kurang baik, maka nasabah bisa melaporkan karyawannya (*Customer Service*) untuk mengevaluasi kinerjanya cukup dengan menyebutkan nama dari karyawan itu sendiri.

Bank Sumsel Babel Syariah merupakan prinsip manajemen strategi pelayanan ini guna untuk membuat nasabahnya merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan (*customer service*) sehingga nantinya diharapkan akan membuat nasabah merasa percaya untuk menabung atau bertransaksi di Bank Sumsel Babel Syariah, pada sebuah bank tentu ada aturan dalam memberikan pelayanan terhadap nasabahnya. Seperti wawancara yang dilakukan Ibu Yuli Silviani sebagai *customer service* dituntut untuk dapat memberikan layanan terbaiknya yang diberikanketika nasabah datang ingin melakukan konsultasi atau ingin membuka tabungan, pembiayaan, saat nasabah datang *customer service* mampu menjelaskan produk yang ada di Bank tersebut dan menjelaskan kelebihan produk itu sendiri, sebagai *customer service* harus berperilaku profesional, ramah, dan bisa membuat nasabah merasa nyaman. Dalam melayani nasabah ada aturan waktu yang ditentukan dalam aturannya seorang *customer service* diberikan maksimal waktu 20 menit untuk melayani nasabahnya.

Untuk meningkatkan kinerja Bank dan kepercayaan nasabah, maka harus dapat memberikan kepuasan terhadap pelayanan. Pelayanan adalah suatu jalan untuk mempertahankan Bank agar selalu diingat oleh nasabahnya, program pelayanan terhadap nasabahnya yang harus diberikan adalah pelayanan terbaik sehingga nasabah tersebut tidak berpindah ke Bank lain, banyak Bank ingin selalu diingat baik oleh nasabahnya karena nasabah akan menjadi pelanggan setia terhadap produk atau jasa yang ditawarkan, di samping itu Bank juga berharap dari pelayanan yang diberikan nasabah ikut mempromosikan bank kepada nasabah lain.

Hal ini merupakan keuntungan tersendiri bagi bank, sebab dalam memberikan pelayanan yang baik dan menjalin hubungan yang baik secara terus menerus

(berkesinambungan) dengan nasabah tidak hanya dalam jangka pendek saja tetapi hubungan dalam jangka panjang. nasabah bukan hanya puas tetapi loyal pada bank kita. Oleh karena itu bank harus terus menerus memelihara dan meningkatkan pelayanan sesuai dengan yang dibutuhkan dan diinginkan nasabah. Maka hal ini pastikan meningkatkan loyalitas nasabah kepada bank.

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada dasarnya faktor pendukung dan faktor penghambat memegang perananan *customer service* yang sangat penting di Bank Sumsel Babel Syariah. Salah satu tugas utama seseorang *customer service* yaitu memberikan pelayanan yang terbaik untuk mendapatkan kepuasan nasabah.
2. Strategi *customer service* aktivitas yang diperuntukan untuk memberikan kepuasan nasabah, melalui pelayanan yang diberikannya yang bisa nmemenuhi kebutuhan nasabah.
3. Dalam memberikan pelayanan yang baik, bank tlah menetapkan standar yang didukung sarana dan prasarana yang ada sehingga kepuasan nasabah dapat terpenuhi. Kepuasan tersebut tergantung dengan kenyamanan yang diberikan *customer service* kepada nasabahnya.

Daftar Pustaka

- Aravik, H., & Hamzani, A. I. (2021). *Etika Perbankan Syariah: Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Deepublish. <https://deepublishstore.com/shop/buku-etika-perbankan-syariah-teori-dan-implementasi/>
- Arista ATMADJATI. (2018). *Kompetensi Peran Customer Service Dalam Mendukung Pelayanan Kepada Nasabah*. N. CV BUDI UTAMA.
- Astuti, S. I., Arso, S. P., & Wigati, P. A. (2015). *Analisis Standar Pelayanan Minimal Pada Instalasi Rawat Jalan Di RSUD Kota Semarang*, 3, 103–111.
- Ayu Azhari. Meliana. (2017). *Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah terhadap pelayanan di bank safir kota bengkulu*. 1–98.
- Barata. (2015). *Dasar-dasar Pelayanan Prima*, Cetakan 2. PT. Elex Media Komputindo.

Marcela Ika Putri, Moh. Faizal, Meriyati

Peran Customer Service Terhadap Peningkatkan Pelayanan Nasabah

- Budio, S. (2019). *Strategi Manajemen Sekolah*. Jurnal Menata, 2(2), 56–72. <https://jurnal.stai-yaptip.ac.id/index.php/menata/article/view/163>
- Darmawan, Z. C., & Ridlwan, A. A. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah*. Al-Tijary, 3(2), 107. <https://doi.org/10.21093/at.v3i2.1096>
- Engkur. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah di DKI Jakarta*. Jurnal Akuntansi Dan Manajemen, 14(01), 23–35.
- Hasanah, A., & Kirana, A. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Bank Dki*. 21(3), 223–235.
- Hymy, B. I., & Tanoto, S. (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT Hastaco Tour and Travel*. Agora, 7(1), 1–8.
- Ismail. (2018). *Strategi Manajemen*. Prenada Media Grup.
- Karim Kurniati. (2020). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. VC.Jakad Media Publihsing.
- Kasmir. (2014). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Raja Grafindo Persada. Ketut, W. (2020). *Bank dan Lembaga Keuangan*. Pt Panca Terra Firma.
- Pontoh, M. (2014). *Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Cabang Manado*. 2(3), 285–297.
- Purba, T. (2020). *Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Mazda Di Kota Batam*. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 8(1), 1987–1996.
- Rahadi, D. R., & Majid, A. A. (2021). *Kompetensi Peran Customer Service Dalam Mendukung Pelayanan Kepada Konsumen*. Ekonomi & Bisnis, 19(2), 115–124. <https://doi.org/10.32722/eb.v19i2.3602>
- Sholeha, L. (2018). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di ahass sumberjaya maha sakti kecamatan rogojampi kabupaten banyuwangi*. 12, 15–25. <https://doi.org/10.19184/jpe.v12i1.6465>
- Sriwidodo, U. (2010). *Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah*. Ekonomi Dan Kewirausahaan, Vol 10 nom.
- Trasnportasi, M., Tinggi, S., & Kedirgantaraan, T. (n.d.). *Analisis Kualitas Pelayanan Customer Service*. 13(2), 98–105.
- Utomo, K. W., Aji, R. H. S., & Aravik, H. (2022). *Islamic Entrepreneurship : Konsep Berwirausaha Ilahiyah*. Jakarta: Media Edu Pustaka.
- Yupitri, E. (2012). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri di Medan Ekonomi dan Keuangan.*, volume 1.
- Windasuri Heria. (2017). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan*. PT Gramedia Pustaka.
- Zamzam, F., & Aravik, H. (2016). *Kamus Bisnis Syariah*. Yogyakarta: Deepublish. <https://deepublishstore.com/shop/kamus-bisnis-syariah/>