

**STRATEGI MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN CUSTOMER
SERVICE
PADA BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG PANYABUNGAN
KABUPATEN MANDAILING NATAL**

SKRIPSI MINOR

Diajukan Untuk Memenuhi dan Melengkapi Syarat Guna Memperoleh Gelar Ahli
Madya (A. Md) Pada Program Studi D-III Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara

oleh

Ahmad Riadi Rangkuti

NIM: 0504163182



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA
MEDAN
2019 M/1441 H**

IKHTISAR

Ahmad Riadi Rangkuti. Nim 0504163182. “Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan Customer Service Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal”.

Customer service mempunyai tugas utama yaitu memberikan pelayanan dan membina hubungan yang baik dengan nasabah, oleh karena itu Bank Syariah Mandiri (BSM) KC. Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal membuat strategi khusus agar nasabah merasa puas sehingga berpengaruh dengan jumlah nasabah karena pelayanan yang diberikan oleh *customer service*. Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pelayanan *customer service* serta kendala dan solusi dalam menangani nasabah pada Bank Syariah Mandiri (BSM) KC. Panyabungan Kabupaten Mandailing. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pelayanan *customer service* serta kendala dan solusi dalam menangani nasabah pada Bank Syariah Mandiri (BSM) KC. Panyabungan Kabupaten Mandailing. Dalam penelitian ini penulis menggunakan data kualitatif, dimana penulis menggunakan wawancara dengan *supervisor* dan *customer service*. Secara keseluruhan dapat disimpulkan dari penelitian ini adalah strategi pelayanan *customer service* terhadap nasabah dilakukan oleh karyawan perbankan dengan menerapkan beberapa cara, yaitu dengan bersikap ramah, komunikatif dan *name tag* yang selalu diperlihatkan. Beberapa kendala yang biasa dihadapi Bank Syariah yaitu dengan masalah jaringan atau koneksi internet yang belum maksimal sehingga memperlambat proses transaksi di Bank tersebut. Dengan demikian berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan kepada *customer service* Bank Syariah Mandiri (BSM) KC. Panyabungan Kabupaten Mandailing dapat meningkatkan pelayanan yang baik terhadap nasabah.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Swt., yang selalu memberi karunia kepada semua makhluk-Nya, terutama kepada manusia yang diberi kemampuan berpikir, sehingga mengungguli makhluk-makhluk lainnya. Shalawat dan salam penulis haturkan kepada Nabi Muhammad Saw., yang memberi teladan bagi umatnya dengan moralitas tertinggi, sebagai panduan manusia mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat.

Mengingat perlunya membuat suatu karya ilmiah sebagai tugas akhir untuk memperoleh gelar Ahli Madia (Amd) DIII Pebankan Syariah maka penulis membuat Skripsi Minor yang berjudul “**Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan Customer Service Pada Bank BSM Kc. Panyabungan Mandailing Natal**”. Untuk mengembangkan wawasan pengetahuan, pola pikir kritis dan melatih kemampuan menganalisis dan mengolah data sebagai kemampuan khusus bagi calon Sarjana muda.

Menyadari keterbatasan kemampuan yang penulis miliki maka dalam merampungkan seluruh proses penulisan ini, berbagai pihak telah turut memberi kontribusi yang sangat berarti. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebanyak-banyaknya, terutama kepada Ayahanda dan Ibunda, yang telah mengasuh dengan penuh kasih sayang dan tanpa lelah berdoa bagi keberhasilan anaknya; juga kepada Abanganda dan kakanda tercinta yang sangat baik dan setia. Merekalah sesungguhnya yang menjadi kekuatan bagi penulis untuk menyelesaikan tesis ini dengan baik, serta dengan setia, memberi semangat dan dorongan juga selalu menjadi pendamping dalam suka dan duka, penulis memanjatkan doa semoga selalu dalam lindungan Yang Maha Kuasa.

Penulis juga menyampaikan banyak terimakasih kepada pembimbing penulis, yang di sela-sela kesibukannya menjalankan tugas masih menyempatkan diri untuk memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis selama proses penulisan ini

Penulis juga menyampaikan banyak terimakasih kepada Ketua Jurusan beserta jajarannya, yang telah memberi informasi kepada penulis dalam menyelesaikan tesis ini. Terimakasih yang tak terhingga juga penulis sampaikan kepada Bapak Rektor dan Dekan beserta seluruh dosen dan Studi Islam UIN Smuatera Utara Medan, yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis. Terimakasih juga penulis sampaikan kepada teman-teman se-almamater. yang selalu memberikan dorongan dan semangat hingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik. Semua pihak yang telah menyumbangkan bantuan kepada penulis selama proses pendidikan dan penulisan tesis ini sehingga seluruh rangkaian tugas-tugas yang dibebankan dapat diselesaikan dengan baik.

Semoga Allah SWT., akan membalas berlipat ganda semua kebaikan, bantuan dan ketulusan hati Bapak, Ibu, Tuan dan Puan, Amin. Meskipun ramai yang terlibat dalam proses penulisan tesis ini, namun sesungguhnya, tanggungjawab ilmiahnya ada pada saya. Oleh karenanya, kritik dan saran dari pembaca sangat diharapkan agar kajian ini menjadi lebih baik lagi dan skripsi ini berguna bagi kita yang membacanya.

Medan, 20 November April
2016
Penulis

Ahmad Riadi Rangkuti
Nim. 0504163182

DAFTAR ISI

| | |
|---------------------------------------|-----|
| LEMBAR PERSETUJUAN | i |
| LEMBAR PENGESAHAN | ii |
| IKHTISAR | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| DAFTAR ISI | vii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 6 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 6 |
| D. Manfaat Penelitian..... | 7 |
| E. Penegasan Istilah | 7 |
| F. Metode penelitian..... | 9 |
| G. Sistematika Pembahasan..... | 11 |
| BAB II LANDASAN TEORITIS | 13 |
| A. Strategi..... | 13 |
| 1. Defenisi Strategi..... | 13 |
| 2. Proses Strategi | 14 |
| 3. Jenis-jenis Strategi..... | 16 |
| B. Pelayanan..... | 17 |
| 1. Defenisi Pelayanan..... | 17 |
| 2. Ciri Pelayanan Yang Baik..... | 17 |
| 3. Strategi Pelayanan | 20 |
| 4. Kualitas Pelayanan | 21 |
| C. Customer Servis | 24 |
| 1. Defenisi Customer Service | 24 |
| 2. Pran Customer Service..... | 24 |
| 3. Fungsi Customer Service | 25 |
| D. Bank Syariah..... | 27 |

| | |
|--|-----------|
| BAB III TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN | 33 |
| A. Sejarah Singkat Perusahaan | 36 |
| B. Visi Misi dan Tujuan perusahaan | 37 |
| C. Produk-produk Perusahaan..... | 37 |
| D. Struktur Organisasi..... | 41 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | |
| A. Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan Customer Servis Pada BSM KC. Panyabungan Mandailing Natal..... | 42 |
| B. Kendala dan Solusi yang di Hadapi CS dalam meningkatkan Kualitas layanan di BSM KC. Panyabungan Madina | 49 |
| BAB V PENUTUP | 52 |
| A. Kesimpulan..... | 52 |
| B. Saran | 23 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 24 |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP | |
| LAMPIRAN | |

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Salah satu bisnis yang bergerak dalam bidang jasa keuangan adalah bank. Bank adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat serta memberikan jasanya dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang. Sektor perbankan merupakan salah satu hal yang menunjang keberhasilan pembangunan ekonomi khususnya di Indonesia.

Sistem perbankan di Indonesia menganut *dual banking system*, sehingga nasabah masih dapat melakukan pilihan antara bank konvensional atau bank syariah.¹ Kedua sistem perbankan secara sinergis dan bersama-sama memenuhi kebutuhan masyarakat akan produk dan jasa perbankan. Sistem bank konvensional dan bank syariah memiliki perbedaan. Bank konvensional dalam operasionalnya sangat tergantung pada suku bunga yang berlaku, karena keuntungan utama bank konvensional berasal dari selisih antara bunga pinjam dengan bunga simpan, sedangkan bank syariah dalam operasionalnya berlandaskan pada Alquran dan Hadis. Dengan kata lain, bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dengan lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasionalannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariat islam.

¹Irwan Micbach, *Bank Syariah; kualitas pelayanan, Kepuasan dan Kepercayaan*, (Makassar: Alauddin University Press, 2013), hlm. 1.

Perbankan syariah di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat dan signifikan. Ditandai dengan banyaknya berdiri Bank Perkreditan Rakyat syariah (BPRS) dan banyaknya bank konvensional yang membuka kantor KCP syariah. Selain itu, berbagai undang-undang yang mengatur mekanisme perbankan syariah pun telah dikeluarkan oleh pemerintah.

Perbankan syariah boleh saja disebut memiliki daya tahan menghadapi krisis atau menjadi harapan bagi industry keuangan di Indonesia yang mayoritas penduduknya muslim. Namun, kinerja perbankan syariah dalam dua tahun terakhir tidak terlalu menggembirakan. Hampir semua indikator keuangan mengalami perlambatan, seperti keterlambatan pertumbuhan asset, keterlambatan dana pihak ketiga (DPK), dan keterlambatan pertumbuhan pembiayaan.

Kinerja perbankan syariah yang terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS), mulai mengalami perlambatan pertumbuhan, pembiayaan pada tahun 2013 yang hanya mencapai 24,82%. Tahun sebelumnya masih tumbuh sebesar 30% pada tahun 2014, perbankan syariah semakin melambat dan hanya mencapai pertumbuhan pembiayaan sebesar 8,37%. Demikian dengan pertumbuhan DPK dan pertumbuhan laba.

Salah satu bank syariah yang menerapkan prinsip syariah dalam menjalankan operasionalnya adalah Bank Syariah Mandiri. Saat ini karyawan Bank Syariah Mandiri telah berjumlah 1433 karyawan, dengan jaringan KC yang mencapai 977 kantor, serta berbagai fitur-fitur produk yang dibalut dengan teknologi informasi untuk melayani kebutuhan dan kepentingan transaksional

nasabah. Bank Syariah Mandiri terus berupaya untuk meningkatkan kegiatan usahanya dengan meluncurkan berbagai produknya.

Salah satu tolak ukur keberhasilan bank syariah dapat dicapai apabila bank memiliki jumlah nasabah yang banyak karena yang menggunakan dananya adalah nasabah. Saat ini, para bankir berusaha keras untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan menawarkan berbagai jenis produknya. Dampaknya, nasabah memiliki banyak pilihan, kekuatan tawar-menawar nasabah semakin besar, semua ini menjadi bagian penting dalam mendorong setiap bank menempatkan orientasinya pada kepuasan nasabah sebagai tujuan utamanya. Para bankir pun semakin yakin bahwa kunci sukses untuk memenangkan persaingan terletak pada kemampuannya memberikan *total customer value* yang dapat memuaskan nasabah melalui pelayanan yang diberikan pihak bank.

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

Hampir setiap perusahaan mempekerjakan petugas pelayanan pelanggan (*customer service*) dalam memberikan pelayanan terhadap nasabah yang datang secara baik dan memuaskan, karena peran *customer service* maka sangat penting dan merupakan tulang punggung kegiatan operasional dalam dunia perbankan.

Tanpa adanya peran *customer service* maka sangat berpengaruh besar terhadap perkembangan perusahaan. Dalam dunia perbankan tugas utama *customer service* yaitu memberikan pelayanan dan membina sekaligus menjaga hubungan baik dengan masyarakat sebagai nasabah.²

Bank harus dapat menjaga kepercayaan dari nasabahnya, kepercayaan sangat penting, karena tanpa kepercayaan mustahil bank dapat hidup dan berkembang.³ Untuk menjaga dan meningkatkan kepercayaan nasabahnya tersebut maka bank perlu menjaga citra positif di mata masyarakatnya. Citra ini dapat dibangun melalui kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kualitas keamanan. Tanpa citra yang positif maka kepercayaan yang sedang dan akan dibangun tidak akan efektif. Sebuah bank syariah selayaknya memiliki lingkungan kerja yang sejalan dengan prinsip-prinsip syariah.

Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan adalah hasil penilaian pelanggan terhadap apa yang diharapkannya. Harapan tersebut dibandingkan dengan persepsi pelanggan terhadap kenyataan dan harapan yang mereka terima atau peroleh dari perusahaan. Jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu. Apabila kenyataan sama dengan harapan maka layanan itu memuaskan.

Secara umum pengertian *customer service* adalah suatu kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah, melalui pelayanan yang bermutu yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. Layanan (dukungan) nasabah ini menambah nilai produk yang dirasakan dan akan

²Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT Rajagrafindo persada, 2007), hlm, 275-276.

³Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: kencana, 2005), hlm, 201.

mendorong para nasabah untuk kembali pada perusahaan disaat mereka perlu untuk menggantinya ataupun disaat mereka memerlukan produk lain dalam perusahaan.⁴

Agar pelayanan (*service*) yang diberikan berjalan dengan baik, maka interaksi antara nasabah dan *customer service* haruslah berjalan dengan baik. Interaksi ini terjadi komunikasi antara *customer service* dengan nasabah, meliputi: apa yang mereka katakan, bagaimana mereka membuat nasabah merasa senang dan dihargai, sehingga nasabah akan kembali lagi dan melanjutkan hubungan bisnis dengan perusahaan tersebut. Kemudian akan menceritakan kepuasan dan kebaikan pelayanan yang diperoleh kepada rekan yang lain. Hal ini dapat mempengaruhi pertumbuhan perusahaan dan menambah peluang atau kesempatan bagi *customer service*. Oleh sebab itu, untuk meningkatkan kepercayaan dan pemahaman para nasabah dalam pelayanan *customer service* maka menjadi penting untuk mengadakan penelitian tentang strategi meningkatkan kualitas pelayanan *customer service* pada perusahaan perbankan.

Berdasarkan uraian di atas, penulis ingin menelitinya secara ilmiah, dan sekaligus menuangkannya dalam bentuk skripsi minor dengan judul: **“STRATEGI MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN CUSTOMER SERVICE PADA BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG PANYABUNGAN KABUPATEN MANDAILING NATAL”**.

⁴Hellen Fisher, *Layanan Nasabah Dalam Seminggu*, (Jakarta: Kencana, 2004), hlm, 4.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah di atas, jelaslah bahwa permasalahan yang ditemukan dalam judul skripsi mini ini adalah Bagaimana Strategi meningkatkan Kualitas Pelayanan Customer Service Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal. Maka penulis membuat beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi meningkatkan kualitas pelayanan *customer service* pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal?
2. Bagaimana kendala dan solusi yang dihadapi *customer service* dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini sesuai dengan rumusan masalah diatas ialah:

1. Untuk mengetahui strategi peningkatan kualitas pelayanan *customer service* pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal.
2. Untuk mengetahui kendala dan solusi yang dihadapi *customer service* dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian yang akan dilakukan, kiranya penelitian ini dapat berguna untuk:

1. Kegunaan Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan rujukan terhadap permasalahan yang diteliti dan untuk menambah wawasan khususnya bagi penyusun dan umumnya bagi perkembangan ilmu yang berkaitan dengan strategi peningkatan kualitas pelayanan *customer service*. Bagi akademik, dapat digunakan sebagai sarana untuk menambah wawasan keilmuan dan dapat digunakan sebagai masukan dan referensi bagi pihak-pihak yang melakukan penelitian.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang sangat berharga bagi pihak yang terkait dengan strategi peningkatan kualitas pelayanan *customer service* yaitu Bank Syariah Mandiri KC. Panyabungan Mandailing Natal. Bagi penulis, untuk mendapatkan gelar A. Md (D-III Perbankan) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

E. Penegasan Istilah

Agar tidak terjadi kesalahfahaman dalam memahami redaksi judul dari penelitian ini, penulis merasa perlu memberikan penegasan istilah kata, yaitu:

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Dalam pendapat lain strategi diartikan sebagai pola atau rencana yang

mengintegrasikan tujuan, kebijakan dan aksi utama dalam hubungan kohesif. Suatu strategi yang baik akan membantu perusahaan dalam mengalokasikan sumber daya yang dimiliki dalam bentuk yang berbasis kompetensi internal serta kemampuan mengantisipasi lingkungan. Dalam penelitian ini strategi dimaksudkan sebagai cara yang dilakukan oleh PT BSM Panyabungan Kab. Mandailing Natal untuk meningkatkan kualitas layanan para *Customer Service*.

Meningkatkan adalah proses, cara, perbuatan, usaha, dan kegiatan yang dilakukan untuk membuat suatu keadaan menjadi lebih baik. Dalam penelitian ini proses, cara, atau usaha yang dilakukan untuk menjadikan pelayanan dari *customer service* menjadi lebih baik sehingga nasabah merasa aman dan nyaman.

Kualitas adalah tingkat baik buruknya derajat sesuatu. Istilah ini banyak digunakan dalam bisnis, rakayasa, dan manufaktur dalam kaitannya dengan Teknik dan konsep untuk memperbaiki kualitas produk atau jasa. Dalam penelitian ini kualitas terkait dengan tingkat baik buruknya pelayanan *customer service*.

Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Sedangkan dalam KBBI pelayanan adalah menolong menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain. Dalam penelitian ini pelayanan adalah jasa yang diberikan oleh *customer service* kepada nasabah untuk menolong dan membantu keperluannya terkait segala bentuk transaksi perbankan.

Dengan demikian maksud dari judul skripsi minor ini adalah “Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan Customer Service pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal”.

F. Metode Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Studi ini menggunakan jenis penelitian *Field Research* (penelitian lapangan). Maksud dari penelitian lapangan adalah salah satu jenis penelitian yang tidak memerlukan pengetahuan mendalam akan literatur yang digunakan dan kemampuan tertentu dari pihak peneliti. Selain itu, penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisa.⁵ Melalui metode deskriptif data dikumpulkan, disusun, dikelompokkan, dianalisis, kemudian diintegrasikan sehingga menjadi gambaran yang jelas dan terarah mengenai masalah yang diteliti. Penelitian lapangan ini yaitu metode penelitian yang dilakukan dengan cara langsung terjun ke objek penelitian yang diteliti pada Bank Syariah Mandiri KC. Panyabungan Mandailing Natal.

2. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif, peneliti sekaligus berperan sebagai instrumen penelitian. Berlangsungnya proses pengumpulan data, peneliti benar-benar diharapkan mampu berinteraksi dengan objek yang dijadikan sasaran penelitian. Keberhasilan penelitian amat tergantung dari data lapangan, maka ketetapan, ketelitian, rincian, kelengkapan dan keluesan pencatatan informasi yang diamati dilapangan amat penting artinya. Menurut Lincoln & Guba (1985) bahwa teknik pengumpulan data kualitatif menggunakan observasi, wawancara dan dokumen (catatan atau arsip).

⁵Salim & Syahrudin, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Citapustaka Media, 2016), hlm. 41.

Wawancara, observasi berpartisipatif dan kajian dokumen saling mendukung dan melengkapi dalam memenuhi data yang diperlukan sebagaimana fokus penelitian.⁶ Untuk memperoleh data dari sumbernya di lapangan, penulis menggunakan teknik pengumpulan data yaitu:

- a. Observasi yaitu penulis mengadakan pengamatan langsung lapangan mengenai strategi peningkatan kualitas pelayanan *customer service* di PT. Bank Syariah Mandiri KC. Panyabungan Kab. Mandailing Natal.
- b. Wawancara dengan informan sebagai sumber data dan informasi dilakukan dengan tujuan penggalan informasi tentang fokus penelitian. Menurut Bogdan dan Biken (1982) wawancara adalah percakapan yang bertujuan, biasanya antara dua orang (tetapi kadang-kadang lebih) yang diarahkan oleh salah seorang dengan maksud memperoleh keterangan.⁷ Jadi dalam penelitian ini, wawancara difokuskan pada PT. Bank Syariah Mandiri KC. Panyabungan Kab. Mandailing Natal.
- c. Dokumentasi yang terdiri dari buku-buku terkait penelitian dan kegiatan penelitian di lapangan.

3. Analisis Data

Setelah data yang diperlukan terkumpul dengan menggunakan teknik pengumpulan data, maka kegiatan selanjutnya adalah melakukan analisis data. Dalam menganalisis data yang diperoleh, penulis menggunakan teknik analisis data model Miles dan Huberman yang terdiri dari reduksi data,

⁶Salim&Syahrums, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Citapustaka Media, 2016), hlm. 114.

⁷Salim dan Syahrums, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, hlm. 119.

penyajian data, dan menarik kesimpulan/verifikasi data serta prosesnya berlangsung selama penelitian ini berlangsung.

Miles dan Huberman menjelaskan bahwa reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan di lapangan. Reduksi data berlangsung terus-menerus selama penelitian berlangsung.

Penyajian data merupakan sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Semuanya dirancang guna menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang padu dan mudah diraih sehingga peneliti dapat mengetahui apa yang terjadi untuk menarik kesimpulan. Penyajian data merupakan bagian dari proses analisis.

Setelah data disajikan yang juga dalam rangkaian analisis data, maka proses selanjutnya adalah penarikan kesimpulan. Tegasnya reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan merupakan suatu jalin-menjalin pada saat sebelum, selama dan sesudah pengumpulan data dalam bentuk yang umum disebut analisis.⁸

G. Sistematika Pembahasan

Agar penulisan skripsi minor ini terarah dan sesuai dengan keinginan, maka disusunlah sistematika pembahasan yang terbagi dalam 5 (Lima) bab yang terdiri atas beberapa sub bab sebagai berikut:

⁸Salim&Syahrum, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Citapustaka Media, 2016), hlm. 147.

Bab pertama merupakan pendahuluan yang terdiri dari; Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Metode Penelitian, dan Sistematika Pembahasan.

Bab kedua merupakan Landasan Teoritis yaitu berupa uraian-uraian terkait dengan Strategi, Pelayanan, dan *customer service*.

Bab ketiga merupakan tinjauan umum perusahaan yang terdiri; Sejarah Singkat Perusahaan, Visi dan Misi Perusahaan, Struktur Organisasi Perusahaan, dan Produk-produk Perusahaan.

Bab keempat merupakan hasil penelitian dan pembahasan yang terdiri dari; strategi peningkatan kualitas pelayanan *customer service* pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal, dan kendala serta solusi yang dihadapi *customer service* dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal.

Bab kelima merupakan penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Strategi

1. Dfenisi Strategi

Secara etimologi strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu “*strategos*” yang berarti jenderal. Pada awalnya kata “strategi digunakan untuk kepentingan militer saja tetapi kemudian berkembang ke berbagai bidang yang berbeda seperti strategi ekonomi, pemasaran, manajemen strategi dan lain sebagainya.⁹ Sejalan dengan uraian di atas, dari sudut pandang etimologis berarti penggunaan kata “strategi” dalam manajemen sebuah organisasi, dapat diartikan sebagai kiat, cara dan taktik utama yang dirancang secara sistematis dalam melaksanakan fungsi-fungsi manajemen, yang terarah pada tujuan strategi organisasi.¹⁰

Dalam kamus manajemen istilah strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran yang khusus dan saling berhubungan dalam waktu dan ukuran. Dalam sebuah perusahaan, strategi merupakan salah satu faktor terpenting agar perusahaan dapat berjalan dengan baik.¹¹

Pengertian strategi ada beberapa macam sebagaimana dikemukakan oleh para ahli dalam buku karya mereka masing-masing. Untuk mengetahui lebih jelas mengenai pengertian strategi yang dikemukakan oleh beberapa pakar diantaranya; Menurut Prof. Dr. A.M Kadarman, strategi merupakan penentu tujuan yang berjangka panjang dan sasaran dari suatu perusahaan atau organisasi, serta

⁹Thomas Sumarsan, *System Pengendalian Manajemen*, (Jakarta: Indeks, 2013), hlm. 61.

¹⁰Hadari Nawawi, *Manajemen Strategi Organisasi NonProfit Bidang Pemerintahan Dengan Ilustrasi di Bidang Pendidikan*, (Yogyakarta: Gajah Mada Universitas Press, 2012), hlm. 148.

¹¹B.N Mubun, *Kamus Manajemen*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harian, 2003), hlm, 340.

pemilikan cara-cara bertindak dan mengalokasikan sumber daya yang diperlukan untuk mewujudkan tujuan tersebut.¹²

Menurut Chander, strategi adalah penentuan dasar goal jangka panjang dan tujuan perusahaan serta pemakaian cara-cara dan alokasi sumber-sumber yang diperlukan untuk mencapai tujuan. Selanjutnya Menurut George Steiner dan Jhon Minner, strategi merupakan penempatan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi, dengan mengingat kekuatan external dan internal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu untuk mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat, sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai.¹³

Dari pengertian di atas yang dikemukakan oleh beberapa pakar ilmu strategi di atas, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa strategi pada hakikatnya merupakan suatu perencanaan jangka panjang untuk mencapai suatu tujuan dari perusahaan atau organisasi.

2. Proses Strategi

Seperti yang dikatakan oleh Joel Ross dan Michael bahwa sebuah organisasi tanpa adanya strategi seperti kapal tanpa kemudi, bergerak, berputar, tanpa lingkaran. Organisasi yang demikian seperti pengembara tanpa tujuan tertentu.¹⁴

Proses strategi terdiri dari tiga tahapan:

¹²A.M. Kadarman, *Pengantar Ilmu Manajemen*, (Jakarta: Prenhallindo, 2001), hlm, 58.

¹³George Steiner, Jhon Minner, *Manajemen Strategi*, Penerjemah Agus Dharman, (Jakarta: Erlangga, 1999), hlm, 20.

¹⁴George A. Steiner, Jhon B. Miner, *Kebijakan dan Strategi Manajemen*, Edisi ke-2, (Jakarta: Erlangga, 1997), hlm, 18.

a. Perumusan Strategi

Dalam perumusan-perumusan strategi termasuk di dalamnya ialah mengembangkan visi dan misi perusahaan, menentukan kekuatan dan kelemahan internal perusahaan, menetapkan tujuan jangka panjang perusahaan, membuat sejumlah strategi alternatif untuk perusahaan, dan memilih strategi tertentu untuk perusahaan.

b. Pelaksanaan Strategi

Pelaksanaan strategi mengharuskan perusahaan untuk menetapkan sasaran tahunan, membuat kebijakan, memotivasi karyawan, dan mengalokasikan sumber daya sehingga perumusan strategi dapat dilaksanakan. Penciptaan struktur organisasi perusahaan yang efektif, pengarahannya kembali usaha-usaha pemasaran, penyiapan anggaran, pengembangan dan pemanfaatan sistem informasi, serta menghubungkan kompensasi untuk karyawan dengan kinerja organisasi untuk karyawan dengan kinerja organisasi perusahaan.

c. Evaluasi Strategi

Evaluasi strategi adalah tahap akhir manajemen strategi para manajer harus benar-benar mengetahui alasan strategi-strategi tertentu tidak dapat dilaksanakan dengan baik. Dalam hal ini, evaluasi strategi adalah cara pertama untuk memperoleh informasi. Semua strategi dapat diubah sewaktu-waktu karena faktor eksternal dan internal selalu berubah.

3. Jenis-jenis Strategi

Pembahasan tentang strategi ada beberapa jenis strategi adalah sebagai yaitu berikut:

a. Strategi Pemimpin Pasar (*market leader*)

Pemimpin pasar adalah perusahaan yang diakui oleh industry yang bersangkutan sebagai pemimpin. Perusahaan yang dominan selalu ingin tetap nomor satu. Sikap ini mendorongnya untuk mengambil tindakan ke-3 arah yaitu: mengembangkan pasar keseluruhan, melindungi pangsa pasar, dan memperluas pangsa pasar.

b. Strategi Pematang Pasar (*Market Challenger*)

Pematang pasar adalah perusahaan “*runner up*” yang secara konstan mencoba memperbesar pangsa pasar mereka. Yang dalam usaha tersebut mereka berhadap secara terbuka dan langsung dengan pemimpin pasar. Strategi yang dilakukannya adalah dengan menentukan lawan dan sasaran strategi serta memilih penyerangan.

c. Strategi Pengikut Pasar (*Market Follower*)

Pengikut pasar adalah perusahaan yang mengambil sikap tidak mengusik pemimpin pasar dan hanya pus dengan cara menyesuaikan diri terhadap kondisi-kondisi pasar.

d. Strategi Penggarap Pasar (*Market Nicher*)

Penggarap ceruk pasar adalah perusahaan yang mengkhususkan dii melayani sebagai pasar yang di abaikan perusahaan besar.Strategi yang

dilakukan adalah spesialisasi dalam hal pasar, konsumen, produk, dan sebagainya.¹⁵

B. Pelayanan

1. Defenisi Pelayanan

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia, pelayanan berasal dari kata “layan” yang artinya membantu menyiapkan (mengurus) apa-apa yang diperlukan seseorang. Jadi, kata “pelayanan” adalah:

- a. Perihal atau cara melayani.
- b. Usaha melayani kebutuhan orang lain dengan memperoleh imbalan.
- c. Kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang atau jasa.¹⁶

Dalam definisi lain, menyebutkan pelayanan adalah sebagai suatu tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani pelanggan.¹⁷ Layanan pelanggan adalah adalah sebagai sebuah fungsi tentang sebaik apa sebuah organisasi baik konsisten memenuhi dan melampaui kebutuhan pelanggan.

2. Ciri-ciri Pelayanan Yang Baik

Setiap bank yang selalu ingin dianggap yang terbaik dimata nasabahnya, nasabah pada intinya ingin diberikan pelayanan yang terbaik. Ciri-ciri pelayanan

¹⁵M. Ismail Yustanto, M. Karbet Widjatakusuma, *Menggagas Bisnis Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), hlm, 319.

¹⁶Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), hlm. 647.

¹⁷Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), hlm,15.

yang baik ini harus segera dapat dipenuhi oleh bank sehingga keinginan nasabah dapat diberikan secara maksimal. Berikut ini beberapa ciri pelayanan yang baik yang harus diikuti oleh *customer service*, yaitu:

a. Tersedia sarana dan prasarana yang baik

Nasabah ingin dilayani secara prima, untuk melayani nasabah salah satu hal yang paling penting diperhatikan adalah kesejukan ruangan. Kelengkapan dan kenyamanan sarana dan prasarana yang dimiliki bank. Meja dan kursi harus nyaman untuk di duduki. Udara dalam ruangan juga harus tenang tidak berisik dan nasabah betah untuk berurusan dengan bank.

b. Tersedianya Karyawan Yang Baik

Kenyamanan nasabah juga sangat tergantung dari petugas *customer service* yang melayaninya. Petugas *customer service* harus ramah, sopan, dan menarik. Disamping itu, petugas *customer service* harus cepat tanggap, pandai bicara, menyenangkan serta pintar. Petugas *customer service* juga harus mampu memikat dan mengambil nasabah sehingga nasabah semakin tertarik. Demikian juga cara kerja harus cepat dan cekatan, untuk ini semua sebelum menjadi *customer service*, harus melalui pendidikan dan pelatihan khusus.

c. Bertanggung Jawab Kepada Setiap Nasabah Sejak Awal Sampai Selesai

Dalam menjalankan kegiatan pelayanan petugas *customer service* harus mampu melayani dari awal sampai tuntas atau selesai. Nasabah akan merasa puas jika nasabah bertanggung jawab terhadap pelayanan yang

diinginkanya, jika terjadi sesuatu maka segera petugas *customer service* yang dari semula mengerjakannya mengambil alih tanggung jawabnya.

d. Mampu Melayani Secara Cepat dan Tepat

Dalam melayani nasabah diharapkan petugas *customer service* harus melakukannya sesuai prosedur. Layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan kegiatannya nasabah.

e. Mampu Berkomunikasi

Petugas *customer service* harus mampu berbicara kepada setiap nasabah, petugas *customer service* pun mampu dengan cepat memahami keinginan nasabah. Artinya, petugas *customer service* harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti, jangan menggunakan istilah yang sulit dimengerti.

f. Memberikan Jaminan Kerahasiaan Setiap Transaksi

Menjaga rahasia bank sama artinya dengan menjaga rahasia nasabah. Oleh karena itu, petugas *customer service* harus mampu menjaga rahasia nasabah, terhadap siapapun. Rahasia bank merupakan ukuran kepercayaan nasabah kepada bank.

g. memiliki Pengetahuan dan Kemampuan yang Baik

Untuk menjadi *customer service* harus memiliki pengetahuan dan kemampuan tertentu. Karena tugas *customer service* selalu berhubungan dengan manusia, maka *customer service* perlu di didik khusus mengenai

kemampuan dan pengetahuannya untuk menghadapi nasabah atau kemampuan dalam bekerja.

h. Berusaha Memahami Kebutuhan Nasabah

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

i. Mampu Memberikan Kepercayaan Nasabah

Kepercayaan calon nasabah kepada bank mutlak diperlukan sehingga calon nasabah mau menjadi nasabah bank yang bersangkutan. Demikian pula untuk menjaga nasabah yang lama agar tidak lari perlu dijaga kepercayaannya. Semua ini melalui pelayanan petugas *customer service* khususnya dan seluruh karyawan bank umumnya.¹⁸

3. Strategi Pelayanan

Strategi disini dimaksudkan sebagai suatu kegiatan proses pengaturan dalam mengimplementasikan sebuah strategi perusahaan sehingga keluaran dari strategi tersebut bisa memenuhi standar kualitas yang diharapkan oleh perusahaan. Strategi jangka panjang merupakan sebuah strategi yang diterapkan untuk berorientasi pada kemitraan yang kuat dan langgeng secara individual (Garbarino&Johnson, 1999), sementara itu untuk memelihara efisiensi ekonomi, model internalisasi memfokuskan pada isu-isu struktural dalam hubungan kinerja, dengan sedikit pergantian pada strategi kompetisi yang lain.

¹⁸Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), hlm. 209-211.

Mereka yang mempelajari perusahaan multinasional dari dua sudut pandang ini kelihatannya terus-menerus berada dalam konflik, bertahan dengan pandangan masing-masing dan menunjukkan ketidakcocokan pandangan mereka pada dunia (Buckley, 1988; Dunning, 1988). Burney (1991) menyatakan bahwa keunggulan strategi berasal dari kepemilikan atas sumber daya yang: (1) bernilai; (2) langka; (3) tidak dapat ditiru secara sempurna; (4) tidak tersubstitusikan secara sempurna. Model berbasis sumber daya berfokus pada perlindungan terhadap sumber daya yang unik dan mengaplikasikan FSR (*Firm Specific Resources*) untuk memperoleh keunggulan yang strategis.

4. Kualitas Pelayanan

Pelayanan pada nasabah itu penting, tanpa nasabah suatu bank tidak ada artinya. Dibagian lain juga telah dijelaskan bahwa nasabah itu berarti adalah dana, tanpa nasabah tidak akan ada dana. Begitu penting ibaratnya darah tanpa manusia, tanpa darah manusia tidak dapat hidup. Demikian pula bank, tanpa dana bank tidak bisa melakukan kegiatannya.

Oleh karena itu, suatu perusahaan yang bernama “Bank” harus mencari dan menarik nasabah sebanyak mungkin. Untuk dapat menarik agar nasabah mau membuka rekeningnya pada Bank, diperlukan pelayanan yang baik. Dalam hal ini sebenarnya “kebutuhan nasabah” merupakan bisnis Bank yang sebenarnya, karena itulah satu-satunya bisnis dunia perbankan.

Pelayanan yang prima atau keunggulan layanan adalah jenis pelayanan yang mampu memberikan harapan yang tertinggi dari nasabah terhadap pelayanan bank tertentu. Dalam persaingan bisnis perbankan yang sangat ketat pada saat ini, maka

keunggulan layanan harus diterapkan ke semua perbankan di negara ini. Dari waktu ke waktu harapan nasabah kepada bank semakin meningkat. Nasabah membutuhkan pelayanan *teller* yang cepat, jaringan ATM yang luas, kemudahan bertransaksi keuangan dan bahkan hingga keramahan petugas satpam bank.¹⁹

Untuk dapat memperoleh kualitas pelayanan yang lebih prima, kepada yang bertugas sebagai ujung tombak pemasaran perlu dibekali dengan keterampilan dan pengetahuan perbankan yang luas. Bila hal itu dapat dilakukan maka semakin baik pula kualitas pelayanan yang dapat diberikan kepada nasabah atau pelanggan yang dapat diberikan kepada nasabah atau langganan lainnya yang berkunjung ke cabang. Dimensi-dimensi Kualitas Layanan di antaranya:

- a. *Tangible* (Berwujud): penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil dan materi komunikasi.
- b. *Reliability* (Kehandalan): Kemampuan untuk melakukan pelayanan yang dijadikan dapat diandalkan, dan akurat.
- c. *Responsiveness* (Kecepatan dan kegunaan): kesedian untuk membantu pelanggan dan menyediakan pelayanan.
- d. *Assurance* (Jaminan) Kredibilitas: Kepercayaan, kejujuran penyedia pelayanan. Keamanan: Kebebasan dari bahaya, resiko, atau keraguan. Kompetensi: Memiliki keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk melaksanakan pelayanan. Sopan santun: Kesopanan, rasa hormat, pertimbangan dan keramahan personel layanan.

¹⁹Ade Arthesa, Edia Handiman, *Bank Dan Lembaga Keuangan Bukan Bank*, (Jakarta Barat: PT Indeks, 2009), hlm, 11.

- e. *Empathy* (Perhatian) Akses: Mudah didekati dan mudah dikontak.
 Komunikasi: Mendengarkan pelanggan dan menjaga agar mereka terinformasikan dalam bahasa yang bisa mengerti. Memahami pelanggan: Membuat upaya untuk mengenali pelanggan dan kebutuhan mereka.²⁰
 Bahkan dalam Alquran tentang pelayanan juga telah di jelaskan dalam surah Ali-Imran ayat 159, yaitu:

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لَئِن لَّهُمْ لَوْلَا كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ
 وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”. (QS. Ali Imran: 159)²¹

Pada ayat di atas, dijelaskan bahwa Rasul memiliki sikap lemah lembut tidak lekas marah kepada umatnya. Pimpinan yang kasar dan berkeras hati atau kaku sikapnya, maka orang lain akan segan menghampirinya. Sehingga orang akan menjauh satu persatu, apabila orang yang telah menjauh maka janganlah orang itu yang disalahkan melainkan selidikilah cacat pada diri sendiri. Begitu juga dalam melayani nasabah seorang pegawai bank haruslah bersikap ramah dan lemah lembut sehingga

²⁰Christoper Lovelock ddk, *pemasaran jasa*, (Jakarta: Erlangga, 2010), hlm. 154.

²¹Kementerian Agama RI, *Alquran dan Terjemahannya*, (Jakarta: Kemenag RI, 2018), hlm, 17.

nasabah merasa nyaman, senang dan puas ketika melakukan transaksi. Ketika nasabah merasa pelayanannya bagus maka nasabah tersebut akan terus menggunakan jasa bank tersebut.²²

C. Customer Service

1. Defenisi *Customer Service*

Customer service adalah pelayanan yang diberikan oleh nasabah. Namun, istilah *customer service* digunakan secara khusus untuk dunia perbankan. Artinya memang ada bagian yang khusus melayani nasabah dengan nama *customer service*.

Secara umum, pengertian *customer service* adalah setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah melalui pelayanan yang diberikan seseorang. Jadi intinya *customer service* melayani segala keperluan nasabah secara memuaskan. Pelayanan yang diberikan termasuk menerima keluhan atau masalah yang sedang dihadapi dengan nasabah. *Customer service* harus pandai dalam mencari jalan keluar untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh nasabahnya.

2. Peran *Customer Service*

Customer service memegang peranan yang sangat penting di berbagai perusahaan. Dalam dunia perbankan, tugas utama seorang *customer service* adalah memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat. *Customer service* bank dalam melayani para nasabah selalu berusaha menarik dengan cara

²²Azhari Akmal Tarigan, *Tafsir Ayat Ekonomi*, (Bandung: Aulia Grafika), hlm. 8.

menyakinkan para calon nasabah agar menjadi nasabah bank yang bersangkutan dengan berbagai cara, selain itu *customer service* juga harus dapat menjaga nasabah lama agar tetap menjadi nasabah bank. Oleh karena itu tugas *customer service* merupakan tulang punggung kegiatan operasional dalam dunia perbankan.

Secara umum, peranan *customer service* adalah:

- a. Mempertahankan nasabah lama agar tetap setia menjadi nasabah bank kita melalui pembinaan hubungan yang lebih akrab dengan nasabah.
- b. Berusaha untuk mendapat nasabah baru, melalui berbagai pendekatan, misalnya meyakinkan nasabah untuk menjadi nasabah kita dan mampu meyakinkan nasabah tentang kualitas produk kita.

3. Fungsi Costumer Service

Sebagai seorang *customer service* tentu telah ditetapkan fungsi dan tugas yang harus diembannya. Fungsi dan tugas ini harus dilaksanakan sebaik mungkin dalam arti dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya. *Customer service* juga harus bertanggung jawab dari awal sampai selesainya suatu pelayanan nasabah. Fungsi dan tugas *customer service* harus benar-benar dipahami sehingga dapat menjalankan tugasnya secara prima. Dalam praktiknya, fungsi *customer service* adalah sebagai berikut:

a. Sebagai Resepsionis

sebagai resepsionis artinya seorang *customer service* berfungsi sebagai penerima tamu yang datang ke bank. Tamu yang dimaksud adalah nasabah yang datang ke bank. Fungsinya dalam hal melayani pertanyaan yang diajukan nasabah dan memberikan informasi yang di inginkan selengkap

mungkin. Ketika menerima tamu, *customer service* harus berisikap ramah, sopan, dan menyenangkan.

b. Sebagai Deskman

Sebagai deskman artinya seorang *customer service* berfungsi sebagai orang yang melayani berbagai macam aplikasi yang diajukan nasabah atau calon nasabah. Artinya jika nasabah yang sudah memperoleh informasi secara lengkap kemudian bermaksud aplikasi seperti formulir, slip atau lainnya. Pelayanan diberikan termasuk memberi arahan dan petunjuk cara-cara pengisian aplikasi tersebut hingga tuntas, serta prosedur transaksi yang diinginkan.

c. Sebagai Salesman

Sebagai salesman maksudnya *customer service* berfungsi sebagai orang yang menjual produk perbankan sekaligus sebagai pelaksana *cross selling*. Menjual produk artinya menawarkan produk bank kepada setiap calon nasabah yang datang ke bank. Dalam hal ini *customer service* harus pandai menyakinkan nasabah agar mau membeli produk yang ditawarkan.

d. Sebagai Customer Relation Officer

Yaitu berfungsi sebagai orang yang dapat membina hubungan baik dengan seluruh nasabah, termasuk merayu atau membujuk agar nasabah tetap bertahan tidak lari dari bank yang bersangkutan apabila menghadapi masalah, fungsi sebagai *Customer Relation Officer* dapat dilakukan dengan berbagai cara, misalnya komunikasi melalui telpon atau secara langsung.

e. Sebagai Komunikator

Sebagai komunikator, *customer service* berfungsi sebagai orang yang menghubungi nasabah dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungannya antara bank dengan nasabah. *Customer service* juga sebagai penyambung lidah bank kepada nasabahnya.²³

D. Bank Syariah

1. Pengertian Bank Syariah

Bank berasal dari kata *banque* (bahasa Perancis) dan dari kata *banco* (bahasa Italia) yang berarti peti / lemari atau bangku. Peti/ lemari dan bangku menjelaskan fungsi dasar dari bank komersial, yaitu : *pertama*, menyediakan tempat untuk menitipkan uang dengan aman (*safe keeping function*), *kedua*, menyediakan alat pembayaran untuk membeli barang dan jasa (*transaction function*).²⁴

Sedangkan menurut kamus besar bahasa Indonesia bank diartikan sebagai lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang.²⁵ Pengertian bank syariah atau bank Islam dalam bukunya Edy Wibowo adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Bank ini tata cara beroperasinya mengacu kepada ketentuan-ketentuan al-Quran dan hadits.²⁶

²³Azhari Akmal Tarigan, *Tafsir Ayat Ekonomi*, (Bandung: Aulia Grafika), hlm, 179-183.

²⁴M. Syafi'i Antonio, *Dasar- Dasar Manajemen Bank Syariah*, (Jakarta: Pustaka Alfabeta, 2006), hlm. 2.

²⁵Suharso, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Lux*, (Semarang: CV.Widya Karya, 2010), hlm. 75.

²⁶Edy Wibowo, *Mengapa Memilih Bank Syariah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), hlm. 33.

Bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam maksudnya adalah bank yang dalam beroperasinya itu mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam, khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalah secara Islam. Dalam tata cara bermuamalat itu di jauhi praktik-praktik yang dikhawatirkan mengandung unsur-unsur riba, untuk diisi dengan kegiatan-kegiatan investasi atas dasar bagi hasil dan pembiayaan perdagangan atau praktik-praktik usaha yang dilakukan di zaman Rasulullah atau bentuk-bentuk usaha yang telah ada sebelumnya, tetapi tidak dilarang oleh beliau.

Sedangkan menurut Sutan Remy Shahdeiny Bank Syariah adalah lembaga yang berfungsi sebagai intermediasi yaitu mengerahkan dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana-dana tersebut kepada masyarakat yang membutuhkan dalam bentuk pembiayaan tanpa berdasarkan prinsip bunga, melainkan berdasarkan prinsip syariah.²⁷

Menurut undang-undang No. 21 tahun 2008, bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.²⁸ Jadi, penulis berkesimpulan bahwa bank syariah adalah bank yang operasionalnya menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kepada masyarakat berupa pembiayaan dengan sistem bagi hasil yang berdasarkan ketentuan-ketentuan syariat Islam.

²⁷Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Islam*, (Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti, 2007), hlm. 1.

²⁸M. Nur Rianto Al-Arif, *Lembaga Keuangan Syariah Suatu Kajian Teoritis Praktis*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2008), hlm. 98.

2. Prinsip-prinsip Bank Syariah

Prinsip dasar perbankan syariah berdasarkan pada Alquran dan sunnah. Setelah dikaji lebih dalam dalam Falsafah dasar beroperasinya bank syariah yang menjwai seluruh hubungan transaksinya berprinsip pada tiga hal yaitu efisiensi, keadilan, dan kebersamaan. *Efisiensi* mengacu pada prinsip saling membantu secara sinergis untuk memperoleh keuntungan/margin sebesar mungkin. *Keadilan* mengacu pada hubungan yang tidak dicurangi, ikhlas, dengan persetujuan yang matang atas proporsi masukan dan keluarannya. *Kebersamaan* mengacu pada prinsip saling menawarkan bantuan dan nasihat untuk saling meningkatkan produktivitas.

Dalam mewujudkan arah kebijakan suatu perbankan yang sehat, kuat dan efisien, sejauh ini telah didukung oleh enam pilar dalam Arsitektur Perbankan Indonesia (API) yaitu, struktur perbankan yang sehat, sistem pengaturan yang efektif, system pengawasan yang independen dan efektif, industri perbankan yang kuat, infrastruktur pendukung yang mencukupi, dan perlindungan konsumen. Daya tahan perbankan syariah dari waktu ke waktu tidak pernah mengalami *negative spread* seperti bank konvensional pada masa krisis moneter dan konsistensi dalam menjalankan fungsi intermediasi karena keunggulan penerapan prinsip dasar kegiatan operasional yang melarang bunga (riba), tidak transparan (*gharar*), dan (*maisir*) spekulatif.²⁹

²⁹Jundiani, *Pengaturan Hukum Perbankan Syariah di Indonesia*, (Malang: UIN Malang Press, 2009), hlm. 64

3. Dasar Hukum Bank Syariah

Bank syariah secara yuridis normatif dan yuridis empiris diakui keberadaannya di Negara Indonesia. Pengakuan secara yuridis normatif tercatat dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia, Sedangkan secara yuridis empiris, bank syariah diberi kesempatan dan peluang yang baik untuk berkembang di seluruh wilayah Indonesia.

Upaya intensif pendirian bank syariah di Indonesia dapat ditelusuri sejak tahun 1988, yaitu pada saat pemerintah mengeluarkan Paket Kebijakan Oktober (Pakto) yang mengatur deregulasi industri perbankan di Indonesia, dan para ulama waktu itu telah berusaha mendirikan bank bebas bunga.

Hubungan yang bersifat akomodatif antara masyarakat muslim dengan pemerintah telah memunculkan lembaga keuangan (bank syariah) yang dapat melayani transaksi kegiatan dengan bebas bunga. Kehadiran bank syariah pada perkembangannya telah mendapat pengaturan dalam sistem perbankan nasional. Pada tahun 1990, terdapat rekomendasi dari MUI untuk mendirikan bank syariah, tahun 1992 dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan yang mengatur bunga dan bagi hasil. Dikeluarkan Undang - Undang Nomor 10 Tahun 1998 yang mengatur bank beroperasi secara ganda (*dual system bank*), dikeluarkan UU No. 23 Tahun 1999 yang mengatur kebijakan moneter yang didasarkan prinsip syariah, kemudian dikeluarkan Peraturan Bank Indonesia tahun 2001 yang mengatur kelembagaan dan kegiatan operasional berdasarkan prinsip syariah, dan pada tahun 2008 dikeluarkan UU No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah. Pengaturan

(regulasi) perbankan syariah bertujuan untuk menjamin kepastian hukum bagi *stakeholder* dan memberikan keyakinan kepada masyarakat luas dalam menggunakan produk dan jasa bank syariah.

4. Tujuan Bank Syariah

Bank syariah memiliki tujuan yang lebih luas dibandingkan dengan bank konvensional, berkaitan dengan keberadaannya sebagai institusi komersial dan kewajiban moral yang disandangnya. Selain bertujuan meraih keuntungan sebagaimana layaknya bank konvensional pada umumnya, bank syariah juga bertujuan sebagai berikut:

- a. Menyediakan lembaga perbankan sebagai sarana meningkatkan kualitas kehidupan sosial ekonomi masyarakat. Pengumpulan modal dari masyarakat dan pemanfaatannya kepada masyarakat diharapkan dapat mengurangi kesenjangan sosial guna tercipta peningkatan pembangunan nasional yang semakin mantap. Metode bagi hasil akan membantu orang yang lemah permodalannya untuk bergabung dengan bank syariah untuk mengembangkan usahanya. Metode bagi hasil ini akan memunculkan usaha-usaha baru dan pengembangan usaha yang telah ada sehingga dapat mengurangi pengangguran.
- b. Meningkatnya partisipasi masyarakat banyak dalam proses pembangunan karena keengganan sebagian masyarakat untuk berhubungan dengan bank yang disebabkan oleh sikap menghindari bunga telah terjawab oleh

bank syariah. Metode perbankan yang efisien dan adil akan menggalakkan usaha ekonomi kerakyatan.

- c. Membentuk masyarakat agar berpikir secara ekonomis dan berperilaku bisnis untuk meningkatkan kualitas hidupnya.
- d. Berusaha bahwa metode bagi hasil pada bank syariah dapat beroperasi, tumbuh, dan berkembang melalui bankbank dengan metode lain.

BAB III

TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Singkat Perusahaan

Krisis moneter dan ekonomi sejak Juli 1997, yang disusul dengan krisis politik nasional telah membawa dampak besar dalam perekonomian nasional. Krisis tersebut telah mengakibatkan perbankan Indonesia yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami kesulitan yang sangat parah. Keadaan tersebut menyebabkan pemerintah Indonesia terpaksa mengambil tindakan untuk merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian bank-bank di Indonesia.

Lahirnya Undang-Undang No.10 Tahun 1988, tentang perubahan atas Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan, pada bulan November 1998 telah memberi peluang yang sangat baik bagi tumbuhnya bank-bank syariah di Indonesia. Undang-Undang tersebut memungkinkan bank beroperasi sepenuhnya secara syariah atau membuka cabang khusus syariah.

PT.Susila Bakti (PT. Bank Susila Bakti) yang dimiliki Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP) PT. Bank Dagang Negara dan PT. Mahkota Prestasi berupaya keluar dari krisis 1997-1998 dengan berbagai macam cara Mulai dari langkah-langkah menuju merger sampai pada akhirnya memilih konversi menjadi bank syariah dengan suntikan modal dari pemilik.

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

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

PT. Bank Mandiri (Persero) selaku pemilik baru mendukung sepenuhnya dan melanjutkan rencana perubahan PT. Bank Susila Bakti menjadi Bank Syariah, sejalan dengan keinginan PT. Bank Mandiri (Persero) untuk membentuk unit syariah. Langkah awal dengan merubah Anggaran Dasar tentang nama PT. Bank Susila Bakti menjadi PT. Bank Syariah Sakinah berdasarkan Akta Notaris: Ny. Macharani M.S. SH, No. 29 pada tanggal 19 Mei 1999. Kemudian melalui Akta No. 23 Tanggal 8 September 1999 Notaris: Sujipto, SH nama PT. Bank Syariah Sakinah Mandiri diubah menjadi PT. Bank Syariah Mandiri. Pada tanggal 25 Oktober 1999, Bank Indonesia melalui Surat Keputusan Gubernur Bank Indonesia No. 1/24/KEP.BI/1999 telah memberikan izin perubahan kegiatan usaha konvensional menjadi kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah kepada PT. Bank Susila Bakti. Selanjutnya dengan Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/1999 tanggal 25 Oktober 1999, Bank Indonesia telah menyetujui perubahan nama PT. Bank Susila Bakti menjadi PT. Bank Syariah Mandiri.

Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999 merupakan hari pertama beroperasinya PT. Bank Syariah Mandiri. Kelahiran Bank Syariah Mandiri merupakan buah usaha bersama dari para perintis bank syariah di PT. Bank Susila Bakti dan Manajemen PT. Bank Mandiri yang memandang pentingnya kehadiran bank syariah dilingkungan PT. Bank Syariah Mandiri (Persero). PT. Bank Syariah Mandiri hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang

memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani yang melandasi kegiatan operasionalnya.

Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan PT. Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan syariah Indonesia. PT. Bank Syariah Mandiri hadir bersama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik.⁵ PT. Bank Syariah Mandiri merupakan bank yang mewujudkan suatu perkembangan ekonomi bersama masyarakat yang berlandaskan syariah dan juga berorientasi mencari laba untuk anggota dan lingkungan dalam perusahaan.

Bank Syariah Mandiri (BSM) kantor cabang Panyabungan berdiri 31 Mei 2005 yang terletak di Jalan Willem Iskandar Nomor 115 B Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal. Bank Syariah Mandiri (BSM) hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri (BSM) dalam kiprahnya di perbankan Indonesia. Bank Syariah Mandiri (BSM) hadir untuk bersama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik.

Bank Syariah Mandiri (BSM) adalah salah satu lembaga Perbankan yang mempunyai peran penting bagi aktifitas perekonomian. Peran strategisnya diwujudkan sebagai wahana yang mampu menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat secara efektif dan efisien kearah peningkatan taraf hidup masyarakat. Sebagai lembaga perbankan, Bank Syariah Mandiri (BSM) menjalankan tugas dan

fungsinya sebagai financial intermediary atau lembaga perantara dari 2 (dua) pihak, yakni pihak kelebihan dana dan pihak yang membutuhkan dana (fungsi spesifik financial intermediary: agent of trust, agent of development, and agent of success).

Perubahan kegiatan usaha BSB menjadi bank umum syariah dilakukan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI Nomor 1/24/KRP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya melalui Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior BI Nomor 1/1/KRP.DGS/1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT. Bank Syariah Mandiri (BSM). Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT. Bank Syariah Mandiri (BSM) secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999.

Dasar utama kegiatan perbankan adalah kepercayaan, baik dalam hal menghimpun dana maupun menyalurkan dana. Masyarakat akan mau menitipkan dananya di bank apabila dilandasi oleh unsur kepercayaan. Masyarakat percaya bahwa uangnya tidak akan disalahgunakan oleh bank, uangnya akan dikelola dengan baik, dan juga percaya pada saat yang telah dijanjikan masyarakat dapat menarik kembali lagi simpanannya di bank.

B. Visi Misi dan Tujuan Perusahaan

1. Visi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Panyabungan, yaitu:
Menjadi Bank Syariah Terpercaya Pilihan Mitra Usaha.
2. Misi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Panyabungan, yaitu:

- a. Mewujudkan pertumbuhan-pertumbuhan dan keuntungan yang berkesinambungan.
 - b. Mengutamakan penghimpunan dana konsumen dan penyalur pembiayaan pada segmen UMKM.
 - c. Merekrut dan mengembangkan pegawai profesional dalam lingkungan kerja yang sehat.
 - d. Mengembangkan nilai-nilai syariah universal.
 - e. Menyelenggarakan operasional bank sesuai standar perbankan yang sehat.
3. Tujuan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Panyabungan, yaitu:
- a. Mewujudkan pertumbuhan-pertumbuhan dan keuntungan yang berkesinambungan.
 - b. Mengutamakan penghimpunan dana konsumen dan penyalur pembiayaan pada segmen UMKM.
 - c. Merekrut dan mengembangkan pegawai profesional dalam lingkungan kerja yang sehat.
 - d. Mengembangkan nilai-nilai syariah universal.
 - e. Menyelenggarakan operasional bank sesuai standar perbankan yang sehat.

C. Produk-produk Perusahaan

Produk-Produk Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Panyabungan secara garis besar adalah sebagai berikut:

1) Produk dana meliputi:

- a) Tabungan BSM, Tabungan dalam mata uang rupiah dengan akad Mudharabah Mutlaqah yang penarikannya berdasarkan syarat-syarat tertentu yang disepakati.
- b) BSM Tabungan Berencana, Tabungan berjangka yang memberikan nisbah bagi hasil berjenjang serta kepastian pencapaian target dana yang telah ditetapkan.
- c) BSM Tabungan Simpatik, Tabungan berdasarkan prinsip wadiah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat yang disepakati.
- d) BSM Tabungan Investa Cendikia, Tabungan berjangka untuk keperluan uang pendidikan dengan jumlah setoran bulanan tetap (installment) dan dilengkapi dengan perlindungan asuransi.
- e) BSM Tabungan Maburr, Tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji & umrah.
- f) BSM Tabungan Dollar, Tabungan dalam mata uang dollar yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat atau sesuai ketentuan BSM.
- g) BSM Tabungan Kurban, Tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu nasabah merencanakan ibadah kurban dan aqiqah. Pelaksanaanya bekerjasama dengan Badan Amil Kurban.
- h) BSM Tabungan Pensiun, Tabungan Pensiun BSM adalah simpanan dalam mata uang rupiah berdasarkan prinsip mudharabah mutlaqah,

yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat dan ketentuan yang disepakati. Produk ini merupakan hasil kerjasama BSM dengan PT. Taspen yang diperuntukkan bagi pensiunan pegawai negeri Indonesia.

- i) BSM Giro, Sarana penyimpanan dana dalam mata uang Rupiah untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip wadiah yaddhamanah.
- j) BSM Deposito, Investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip Mudharabah Mutlaqah.

2) Produk Jasa

- a) BSM Card, kartu yang dapat dipergunakan untuk transaksi perbankan melalui ATM dan mesin debit (EDC/Electronic Data Capture).
- b) BSM Mobile banking General Packet Radio Service (GPRS), Layanan transaksi perbankan (non tunai) melalui mobile phone (handphone) berbasis GPRS.
- c) BSM Net Banking, Layanan transaksi perbankan (non tunai) melalui perbankan.
- d) BSM Giro, Sarana penyimpanan dana dalam mata uang Rupiah untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip wadiah yaddhamanah.³⁰

³⁰Husni Ardiansyah, *Branch Operation Manager*, Bank Syariah Mandiri (BSM) Kantor Cabang Panyabungan, 06 Agustus 2019 pukul 10:10 WIB.

3) Pembiayaan Usaha Mikro

Menurut undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), usaha Mikro adalah usaha produktif milik perorangan dan badan usaha perorangan yang memiliki kekayaan bersih (tidak termasuk tanah dan bangunan) paling banyak Rp 50.000.000,- (Lima puluh juta rupiah) dan hasil penjualan tahunan (omzet/tahun) paling banyak Rp 300.000.000,- (Tiga ratus juta rupiah).

Bank Indonesia, Departemen perindustrian dan perdagangan memberi batasan berdasarkan aset yang dimiliki (tidak termasuk tanah dan bangunan) bahwa usaha mikro adalah usaha yang memiliki asset kurang dari Rp 100.000.000,- (Seratus juta rupiah). Pembiayaan Modal kerja adalah akad jual beli antara bank selaku penyedia barang dengan nasabah selaku pemesan untuk membeli barang. Dari transaksi tersebut bank mendapatkan keuntungan jual beli yang disepakati bersama.³¹ Atau menjual suatu barang dengan harga asal (modal) ditambah dengan margin keuntungan yang disepakati dan biasanya pembiayaannya ditanggungkan di bawah satu tahun (short run financing).³²

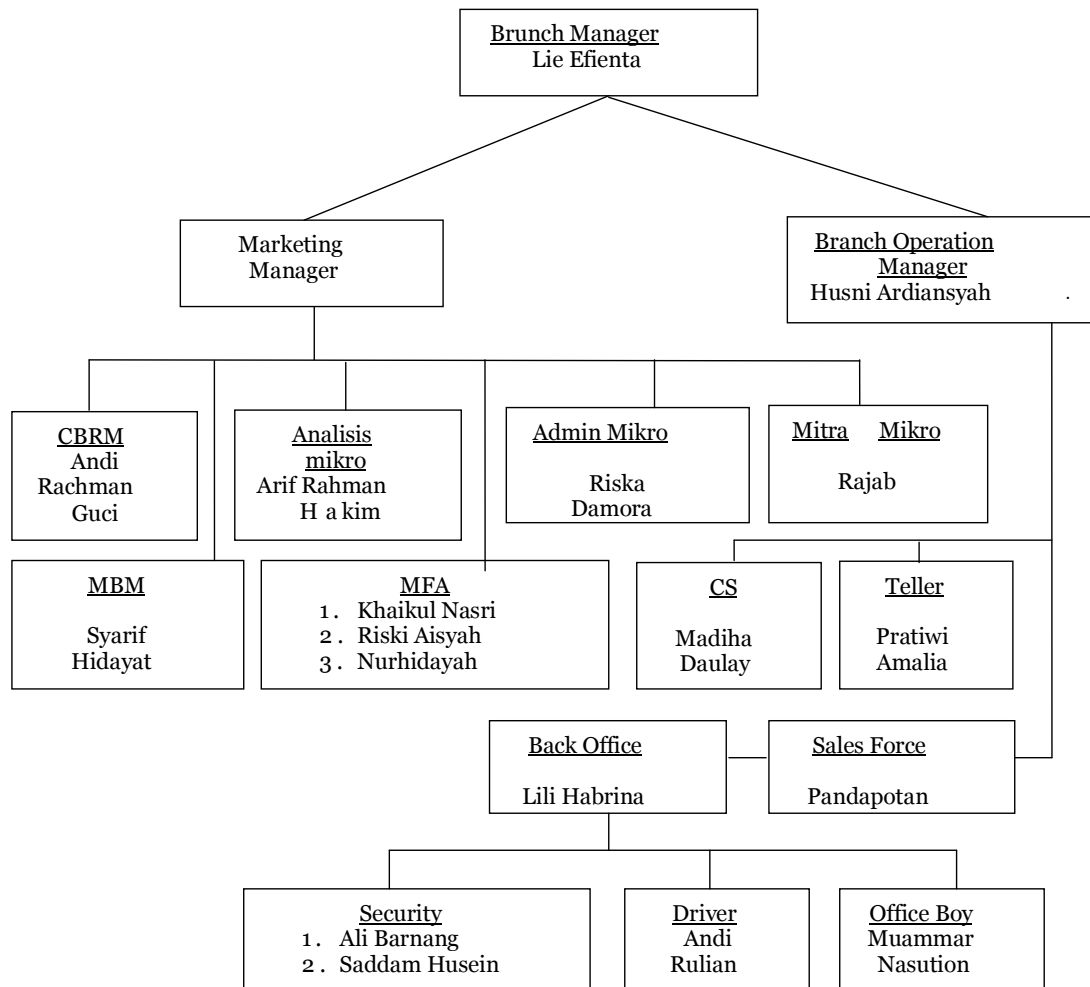
Pembiayaan Investasi yaitu suatu perjanjian jual beli untuk barang tertentu antara pemilik dan pembeli, dimana pemilik barang akan menyerahkan barang seketika sedangkan pembayaran dilakukan dengan

³¹Arison Hendry, *Perbankan Syariah: Perspektif Praktisi*, (Jakarta: Mu'amalat Institute, 1999), hlm. 43.

³²Karnaen Perwaatmadja, Muhammad Syafi'I Antonio, *Apa dan bagaimana bank Islam*, (Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1992) hlm, 25-26.

cicilan dalam jangka waktu yang disepakati bersama dan biasanya pembiayaannya diatas satu tahun (long run financing).

D. Struktur Organisasi Perusahaan



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. **Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan *Customer Service* pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal**

Customer service memegang peranan yang sangat penting sebagai ujung tombak bank dalam menghadapi nasabah. Dengan ini *customer service* harus menunjukkan pelayanan yang benar-benar menjadi andalan perusahaan tersebut. Pelayanan yang optimal pada akhirnya juga akan mampu meningkatkan image perusahaan sehingga citra perusahaan dimatanya terus meningkat pula. Dengan memiliki citra yang lebih baik, segala yang dilakukan perusahaan akan dianggap baik pula. Memberikan pelayanan bukanlah pekerjaan yang mudah, akan tetapi bila pekerjaan tersebut dapat dilakukan dengan baik maka perusahaan yang bersangkutan akan dapat meraih manfaat yang besar.

Customer service berarti petugas yang siap melayani nasabah berupa keluhan atau masalah yang dihadapi atau calon nasabah yang datang untuk membuka rekening baru. Strategi untuk meningkatkan pelayanan yang mendasar dilakukan oleh *customer service* pada Bank Syariah Mandiri (BSM) Kantor Cabang Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal adalah sebagai berikut:

1. **Bersikap Ramah**

Setiap karyawan *customer service* harus melayani nasabahnya dengan sikap yang ramah agar nasabah tersebut merasakan kenyamanan ketika melakukan

aktifitas yang berhubungan dengan perbankan seperti pembukaan rekening baru, konsultasi tentang produk, keluhan, dan lain-lain. Dan mengawali komunikasi dengan memberikan salam yang hangat kepada nasabah.

2. Komunikatif

Customer service harus memiliki keahlian dibidang komunikasi, keahlian tersebut merupakan salah satu keahlian yang harus diperhatikan karena karyawan pada bidang *customer service* berhadapan langsung dengan nasabah yang memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Selain itu penting juga diperhatikan gaya komunikasi yang jelas dan terarah agar tidak timbul kesalahpahaman.

3. Name Tag yang Selalu Diperhatikan

Pada bagian ini merupakan hal yang kecil namun berdampak cukup besar bagi pelayanan yang diberikan. Tujuan seorang *customer service* memperlihatkan kartu identitas berupa *name tag* agar nasabah mengenali karyawan tersebut. Jika suatu saat pelayanan yang diberikan kepada nasabah kurang positif, maka nasabah bisa melaporkan karyawan *customer service* tersebut untuk mengevaluasi kinerjanya cukup dengan menyebutkan nama dari karyawan itu sendiri.³³

Diantara ketiga strategi dasar tersebut ada 3 (tiga) strategi utama guna meningkatkan pelayanan terhadap nasabah yang dilakukan *customer service* di Bank Syariah Mandiri (BSM) KC. Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal di antaranya adalah sebagai berikut:

³³Madiha Daulay, *Customer Service* Bank Syariah Mandiri (BSM) KC. Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal. Wawancara Pribadi, Panyabungan, 26 Agustus 2019.

1. Mengadakan Pelatihan Berupa Roll-Play

Roll-play yaitu bentuk evaluasi yang bertujuan untuk meningkatkan sebuah pelayanan yang diberikan kepada nasabah, mulai menyapa, berbicara mengenalkan produk-produk Bank Syariah Mandiri. Selain itu *Roll play* ini bertujuan agar *customer service* tetap pada jalur SOP yang telah ditentukan dan pelatihan ini juga bertujuan untuk *me-refresh* kinerja *customer service* yang hampir setiap hari bertatap muka dengan nasabah, agar *customer service* memahami perilaku nasabah sehingga mengetahui apa yang sebenarnya dibutuhkan oleh nasabah tersebut. Selain itu, pelatihan ini juga untuk mengetahui cara menangani nasabah yang complain, dan untuk mengetahui cara melayani nasabah/calon nasabah yang akan membuka rekening. Kegiatan ini dilakukan setiap hari Selasa sore dengan nasabah percobaan dari karyawan Bank Syariah Mandiri KC. Panyabungan Mandailing Natal.

2. Mengadakan Test Online

Tes ini dilaksanakan setiap sebulan sekali secara *online* dari kantor pusat kepada seluruh pegawai *customer service* yang berfungsi untuk menguji pemahaman *customer service* terhadap sistem pelayanan secara umum dan *product knowledge*. Sehingga jika ada nasabah yang bertanya, mereka dapat memahami dan menjawab dengan baik. Sebelum dilakukan *test*, ada diskusi *online* terlebih dahulu. Tes ini biasanya dilakukan di luar jam kantor, biasanya pada saat bank sudah tutup. Tes ini berbentuk pilihan ganda di mana akan

diberikan 30 pertanyaan, kemudian akan diberikan waktu 30 menit untuk memberikan jawaban.

3. Sharing Setiap Minggu

Sharing perdivisi khususnya bagian operasional dilakukan setiap hari senin sebelum jam kerja dimulai. Biasanya membahas tentang produk terbaru atau ketentuan terbaru yang harus diketahui. Sehingga *customer service* dapat memberitahukan kepada nasabah jika ada ketentuan terbaru, dan dapat melakukan *cross selling* terhadap nasabah.³⁴ Ada 5 dimensi yang diterapkan dalam meningkatkan kualitas pelayanan di Bank Syariah Mandiri KC. Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal, diantaranya yaitu:

a. Dimensi Yang Dapat Terlihat (Tangibility Dimensi)

Sebagai seorang *customer service*, penampilan seorang *Customer Service* sangat penting karena mereka langsung berhubungan dengan nasabah. Citra yang ditampilkan oleh *customer service* mencerminkan citra diri perusahaan. Standar penampilan dibutuhkan untuk menumbuhkan kepercayaan nasabah kepada bank sehingga dapat terlayani dengan baik dan membuat nasabah puas. Penampilan *customer service* diperlukan guna membangun keyakinan bagi nasabah dan *image* positif bagi perusahaan. Penampilan seorang *Customer Service* di Bank Syariah Mandiri KC. Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal adalah:

³⁴Madiha Dly, *Customer Service* Bank Syariah Mandiri (BSM) KC. Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal, Wawancara Pribadi, Panyabungan, 30 Agustus 2019.

1. Menggunakan seragam sesuai ketentuan. Antara lain setiap hari senin, rabu, dan kamis menggunakan seragam *frontliner*, sedangkan pada hari selasa dan jum'at menggunakan seragam batik. Seragam yang digunakan rapi dan bersih.
2. Menggunakan kerudung sesuai standar penampilan, warna kerudung sesuai dengan seragam, dan menggunakan bros yang tidak berlebihan. Agar kerudung selalu terlihat rapi sampai jam pelayanan berakhir, petugas *frontliner* menggunakan ciput berbentuk topi agar kerudung selalu terlihat rapi.
3. Rias wajah tidak mencolok dan tidak berlebihan.
4. Menggunakan sepatu formal berwarna hitam dan bersih.
5. Memakai ID *Card* sesuai papan nama dan dipasang di sebelah kiri.
6. Tidak memakai aksesoris berlebihan.

b. Dimensi Jaminan (Assurance)

Mencakup pengetahuan, keramahmatan para karyawan dan kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan. *customer service* di Bank Syariah Mandiri KC. Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal dalam memberikan pelayanan tidak hanya kepada orang yang sudah menjadi nasabah, tetapi juga kepada calon nasabah, *customer service* akan melayani dengan sepenuh hati karena mereka menganggap nasabah sebagai tamu yang terhormat, sehingga calon nasabah tersebut akan semakin tertarik untuk bermitra dengan Bank Syariah

Mandiri. Hal ini dibutuhkan oleh *customer service* dengan cara menyambut nasabah dengan ramah dan selalu menerapkan 3S (Senyum, Sapa, dan Salam), melayani nasabah sesuai kebutuhan, sigap membantu dan mengatasi semua persoalan yang dimiliki nasabah, serta selalu antusias ketika berjumpa dengan nasabah. *Customer service* BSM selalu mempersiapkan diri sebelum memulai pekerjaannya seperti menata kerudung, *make up* yang tidak berlebihan, merapikan pakaian, hingga menggunakan sepatu warna hitam. Tujuannya agar memberikan kesan yang baik, sopan serta nyaman ketika menghadapi nasabah.

c. Dimensi Keandalan (Reliability)

Kemampuan memberikan layanan dengan segera, akurat, dan memuaskan. *Customer service* di BSM, pelayanan yang diberikan cukup memuaskan. *Customer Service*, waktu yang dibutuhkan untuk melayani satu orang nasabah berkisar antara 10-60 menit, tergantung kebutuhan nasabah.

d. Dimensi Cepat Tanggap (Responsiveness)

Yaitu keinginan para karyawan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Para karyawan senantiasa membantu nasabah yang membutuhkan bantuan atau nasabah yang memiliki keluhan. Dalam mengenai keluhan pelanggan, *customer service* akan mendengarkan apa yang terjadi ketidakpuasan nasabah, kemudian berusaha menjawab keluhan mereka atau jika ada permasalahan yang tidak dapat

ditangani sendiri maka meminta bantuan dan informasi kepada atasannya (*one up level*) seperti *supervisor* atau *manager*.

e. Dimensi Empati (Empathy)

Merujuk pada sejauh mana tingkat pemahaman serta perhatian secara individual yang diberikan oleh *customer servicer* kepada nasabahnya. *Customer service* selalu berusaha untuk melakukan komunikasi yang terbuka dan transparan atau tidak ada yang ditutup-tutupi kecuali jika bersifat rahasia, juga untuk menghindari kebohongan.

Mempunyai “Integritas” yang tinggi maksudnya kesesuaian antara kata dan perbuatan dalam menerapkan etika kerja secara konsisten sehingga dapat dipercaya. *Empaty customer service* ditunjukkan dengan menyediakan lebih banyak waktu untuk mendengarkan keluhan nasabah dan memastikan informasinya benar, kemudian berusaha membantu nasabah sesuai kebutuhannya.

Kelima dimensi diatas yaitu *tangibles*, *assurance*, *reliability*, *responsiveness*, dan *empathy* saling berhubungan satu sama lain untuk menilai baik atau buruknya kualitas pelayanan suatu perusahaan.³⁵

³⁵Rajab, *Supervisor* Bank Syariah Mandiri (BSM) Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal, Wawancara Pribadi, Panyabungan, 02 September 2019.

B. Kendala dan Solusi yang Dihadapi *Customer Service* dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Kepada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal

Kendala-kendala *customer service* dalam meningkatkan mutu pelayanan kepada nasabah Bank Syariah Mandiri (BSM) KC. Panyabungan Mandailing Natal adalah sebagai berikut:

1. Keterbatasan Sumber Daya Manusia

Pada Bank Syariah Mandiri (BSM) KC. Panyabungan Mandailing Natal hanya memiliki 1 (satu) orang *customer service* sedangkan daerah Panyabungan Mandailing Natal hanya memiliki 1 (satu) kantor cabang saja sehingga dalam melakukan pelayanan kepada nasabah, *customer service* akan melakukan pelayanan terhadap semua nasabah yang datang pada Bank Syariah Mandiri (BSM) KC. Panyabungan Mandailing Natal. Dengan *customer service* akan mengalami kendala ketika banyaknya nasabah yang datang sehingga *customer service* harus siap melakukan pelayanan dengan sigap dan baik kepada nasabah.

2. Waktu

Nasabah sangat membutuhkan beberapa lama waktu untuk dilakukan pelayanan oleh *customer service*. Jika *customer service* membutuhkan waktu yang lama untuk melakukan pelayanan kepada nasabah maka nasabah tersebut akan merasa bosan dengan menunggu pelayanan oleh *customer service*. Sehingga nasabah menganggap bahwa pelayanan yang diberikan oleh *customer service*

tidak bagus dan dapat mengurangi tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan oleh *customer service* tidak bagus dan dapat mengurangi tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan oleh *customer service* dan dapat menyebabkan nasabah tersebut mencari bank lain yang dapat memberikan pelayanan yang lebih baik. Sehingga *customer service* harus memiliki standar waktu pelayanan dalam melakukan pelayanan kepada nasabah agar nasabah mengetahui berapa lama waktu nasabah tersebut akan menjadi pelayanan oleh *customer service*. Hal ini untuk mencegah nasabah agar tidak terlalu lama menunggu untuk dilakukan pelayanan oleh *customer service*.

3. Masalah Koneksi

Pada saat nasabah datang ke Bank Syariah Mandiri (BSM) KC. Panyabungan Mandailing Natal dengan nasabah yang ingin membuka rekening maka *customer service* membutuhkan koneksi untuk menginput data-data nasabah. Jika pada saat *customer service* menginput data nasabah terjadi kesalahan koneksi maka nasabah tersebut akan merasa kecewa terhadap kebutuhan atau keinginan nasabah yang tidak dapat terpenuhi. Adapun solusi *customer service* dalam meningkatkan mutu pelayanan kepada nasabah Bank Syariah Mandiri (BSM) KC. Panyabungan Mandailing Natal adalah sebagai berikut:

1. Solusi pertama, hendaknya Bank Syariah Mandiri merekrut SDM kembali agar pelayanan kepada nasabah yang bertransaksi di BSM merasa nyaman terhadap pelayanan yang di berikan.

2. Solusi kedua, dalam bertransaksi hendaknya *customer service* melakukan SOP yang sesuai dengan ketentuan agar para nasabah tidak terlalu lama menunggu antrian yang menyebabkan mereka bosan.
3. Solusi ketiga, koneksi internet itu sangat mempengaruhi kinerja karyawan dalam menangani pelayanan nasabah, sehingga koneksi internet tersebut harus selalu di periksa agar koneksinya cepat dan data-data nasabah cepat diproses.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari penjelasan pembahasan yang diuraikan di skripsi minor ini maka dapat penulis simpulkan bahwa Strategi meningkatkan kualitas pelayanan yang mendasar yang dilakukan oleh *customer service* pada Bank Syariah Mandiri (BSM) KC. Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal yaitu diantaranya: Bersikap ramah terhadap nasabah agar nasabah tersebut merasakan kenyamanan ketika melakukan aktifitas yang berhubungan dengan perbankan seperti pembukaan rekening baru, konsultasi tentang produk dan keluhan lainnya. *Customer service* juga harus memiliki keahlian dibidang komunikasi, yang harus diperhatikan karena masing-masing dari nasabah memiliki karakteristik yang berbeda-beda maka diperlukan komunikasi yang jelas dan terarah agar tidak timbul kesalah pahaman. Name tag yang selalu diperlihatkan agar nasabah mengenali keryawan tersebut, jika suatu saat pelayanan yang diberikan kepada nasabah kurang positif maka nasabah bisa melaporkan karyawan *customer service* tersebut untuk mengevaluasi kinerjanya cukup dengan menyebutkan nama dari karyawan itu sendiri.

Kendala yang dihadapi *Customer Service* dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah Bank Syariah Mandiri (BSM) KC. Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal diantaranya: keterbatasan sumber daya manusia, waktu, dan masalah koneksi. Dari kendwala-kendala yang dihadapi tersebut, terdapat beberapa solusi dalam mengatasi setiap kendala, diantaranya: Solusi dari

kendala pertama yaitu merekrut SDM kembali agar pelayanan kepada nasabah yang bertransaksi di BSM merasa nyaman terhadap pelayanan yang di berikan, solusi dari kendala kedua yaitu dalam bertransaksi hendaknya *customer service* melakukan SOP yang sesuai dengan ketentuan agar para nasabah tidak terlalu lama menunggu antrian yang menyebabkan mereka bosan, dan solusi dari kendala ketiga yaitu koneksi internet itu sangat mempengaruhi kinerja karyawan dalam menangani pelayanan nasabah, sehingga koneksi internet tersebut harus selalu di periksa agar koneksinya cepat dan data-data nasabah cepat diproses.

B. Saran-saran

Setelah menelaah ataupun menganalisis berbagai hal tentang strategi meningkatkan kualitas pelayanan *customer service* pada BSM KC. Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal, sebagaimana yang tertulis dalam Skiripsi minor ini, maka penulis merasa perlu untuk memberikan saran-saran yang berkaitan dengan penelitian ini. Saran-saran ini diperlukan sebagai bahan refleksi untuk kita bersama. Adapun saran-saran yang bisa penulis sampaikan adalah sebagai berikut:

Dalam setiap melakukan kegiatan-kegiatan muamalah diharapkan selalu berpedoman pada aturan-aturan yang sudah ada dalam Alquran dan As-Sunnah, sebagai suatu pedoman bagi umat manusia agar terhindar dari halhal yang mengandung unsur keharaman dan kedzoliman.

DAFTAR PUSTAKA

- Arthesa Ade, Handiman Edia, 2009, *Bank Dan Lembaga Keuangan Bukan Bank*, Jakarta Barat: PT Indeks.
- Christoper Lovelock, 2010, *pemasaran jasa* Jakarta: Erlangga.
- Departemen Pendidikan Nasional, 2007, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka.
- Efendi, Onong Uchyana, 1992, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Fisher, Hellen, 2004, *Layanan Nasabah Dalam Seminggu*, Jakarta: Indonesia.
- Kadarman, 2001, *Pengantar Ilmu Manajemen*, Jakarta: Prenhallindo.
- Kasmir, 2007, *Kewirausahaan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- _____, 2005, *Pemasaran Bank*, Jakarta: kencana.
- _____, 2011, *Etika Customer Service*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Micbach, Irwan, 2013, *Bank Syariah kualitas pelayanan Kepuasan dan Kepercayaan*, Makassar: Alauddin University Press.
- Mubun, 2003, *Kamus Manajemen*, Jakarta: Pustaka Sinar Harian.
- Nawawi, Hadari, 2012, *Manajemen Strategi Organisasi NonProfit Bidang Pemerintahan Dengan Ilustrasi di Bidang Pendidikan*, Yogyakarta: Gajah Mada Universitas Press.
- Kementerian Agama RI, 2018, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Jakarta: Kemenag RI.
- Sumarsan, Thomas, 2013, *System Pengendalian Manajemen*, Jakarta: Indeks.

Steiner George, Minner, Jhon B, 1999, *Manajemen Strategi*, Penerjemah Agus Dharman, Jakarta: Erlangga.

Tarigan, Azhari Akmal, 2012, *Tafsir Ayat Ekonomi*, Bandung: Aulia Grafika.

Yustanto M. Ismail, 2002, Widjatakusuma M Karbet. *Menggagas Bisnis Islam*, Jakarta: Gema Insani Press.