

**STRATEGI PELAYANAN *CUSTOMER SERVICE* PADA BANK BRI
SYARIAH KC MEDAN S.PARMAN**

SKRIPSI MINOR

Oleh:
GADIS ANGGRAINI

NIM. 54.15.4.148



**PROGRAM STUDI D-III PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2018 M /1439 H**

**STRATEGI PELAYANAN *CUSTOMER SERVICE* PADA BANK BRI
SYARIAH KC MEDAN S.PARMAN**

SKRIPSI MINOR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Ahli Madya (D-III)
Dalam Ilmu Perbankan Syariah
Pada Program D-III Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Sumatera Utara

Oleh:

GADIS ANGGRAINI

NIM. 54.15.4.148



**PROGRAM STUDI D-III PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2018 M /1439 H**

LEMBAR PERSETUJUAN

**STRATEGI PELAYANAN *CUSTOMER SERVICE* PADA BANK BRI
SYARIAH KC MEDAN S.PARMAN**

Oleh:

GADIS ANGGRAINI

NIM. 54.15.4.148

Menyetujui

PEMBIMBING

KETUA PROGRAM STUDI
D-III PERBANKAN SYARIAH

Rahmi Syahriza S. Th I. MA
NIP.198501032011012011


Zuhrinal M. Nawawi, MA
NIP.197608182007101001

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi minor ini berjudul “**STRATEGI PELAYANAN CUSTOMER SERVICE PADA BANK BRI SYARIAH KC MEDAN S. PARMAN**”. Yang ditulis oleh Gadis Anggraini (54154148) telah dimunaqasyahkan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan, pada tanggal 15 April 2018. Skripsi minor ini telah diterima sebagai syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) dalam ilmu Perbankan Syariah.

Medan, 04 Mei 2018
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sumatera Utara

Ketua,



Yusrizal, SE, M. Si
NIP.197505222009011006

Sekretaris,

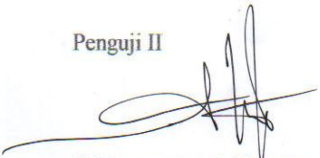

Nurbaiti, M. Kom
NIP. 197908082015032001

Anggota

Penguji I,


Rahmi Syahriza S. Th I. MA
NIP. 198501032011012011

Penguji II


Sri Ramadhani, SS, MM
NIP.197510152005012004

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan
BisnisIslam UIN Sumatera Utara

Dr. Andri Soemitra, MA
NIP. 197605072006041002

IKHTISAR

Gadis Anggraini, Nim 54,1.54.148 “Strategi Pelayanan *Customer Service* Pada Bank BRI Syariah KC Medan S.Parman”, 2018.

Customer service mempunyai tugas utama yaitu memberikan pelayanan dan membina hubungan yang baik dengan nasabah, oleh karena itu Bank BRI Syariah KC Medan S. Parman 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 BRI Syariah KC Medan S.Parman. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pelayanan *customer service* serta kendala dan solusi dalam menangani nasabah pada Bank BRI Syariah KC Medan S.Parman. 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 BRI Syariah KC Medan S.Parman dapat meningkatkan pelayanan yang baik terhadap nasabah.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur penulis hadiahkan kepada Allah SWT karena berkat Rahmat dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini. Selawat beserta salam semoga senantiasa terlimpah curahkan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat-sahabat, dan pengikutnya.

Penulis menyadari bahwa isi yang terkandung dalam skripsi minor ini belum begitu sempurna, hal ini disebabkan oleh keterbatasan waktu, kemampuan dan pengalaman yang penulis miliki dalam penyajian. Kritik dan saran yang bersifat membangun dari para pembaca sangat diharapkan, yang nantinya dapat berguna untuk menyempurnakan skripsi minor ini.

Penulisan tugas akhir ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Diploma III Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Judul yang penulis ajukan adalah **“STRATEGI PELAYANAN CUSTOMER SERVICE PADA BANK BRI SYARIAH KC MEDAN S.PARMAN**

Dalam penyusunan dan penulisan tugas akhir ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis dengan senang hati menyampaikan terimakasih kepada :

1. Ayahanda Jamaludin yang sebelumnya sudah memberikan semangat dan nasehat positif serta memberikan kasih sayang yang tiada habisnya kepada penulis kapanpun dan dimanapun, serta Ibunda Juliana yang tercinta yang telah mendo'akan,

membesarkan, dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang. Serta abang dan adik yang selalu memberikan semangat dan keceriaan kepada penulis. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan kepada keluarga kita.

2. Bapak Prof. Dr. Saidurrahman, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. Andri Soemitra, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
4. Bapak Zuhrial M. Nawawi, MA selaku ketua jurusan Program Studi D-III Perbankan Syariah.
5. Ibu Rahmi Syahriza S. th. I. MA, selaku dosen pembimbing skripsi minor penulis yang telah membantu penulis dengan sabar dan memberikan masukan dalam penyusunan skripsi minor ini.
6. Bapak dan ibu dosen beserta seluruh pegawai Fakultas ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
7. Bapak Deni selaku pimpinan kantor Bank Bri Syariah
8. KC Medan S.perman, beserta seluruh pegawai Bank Bri Syariah, yang telah bersedia memberikan kesempatan magang serta membantu dan membimbing penulis dalam melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL).
9. Adam sopana, M. Sulaiman Lubis, Suci Rahmawati, Khoirul Nisa Br. Purba, Winda Julianita Dewi, Avisia Nanda Irawan, Siti Nurhaliza, Leni Mastura, selaku teman-teman seperjuangan yang

selalu membantu, memberikan semangat, nasehat serta masukan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi minor ini.

10.Seluruh teman-teman seperjuangan Komplek Inayah yang selalu memberikan keceriaan kepada penulis selama ini.

11.Seluruh teman-teman Kelas V/C D-III Perbankan Syariah terimakasih sudah menjadi teman dan keluarga selama ini, yang selalu memotivasi dan memberikan kenangan kepada penulis.

12.Seluruh pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terimakasih atas do'a dan motivasinya. Semoga Allah selalu melimpahkan rahmat dan rezeki-Nya kepada kita semua.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, maka saran dan kritik yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi penyempurnaan selanjutnya.

Akhirnya hanya kepada Allah SWT kita kembalikan semua urusan dan semoga skripsi minor ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, khususnya bagi penulis dan pembaca umum.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Medan, 09 April 2018
Penulis,

Gadis Anggraini
NIM. 54.15.4.158

DAFTAR ISI

LEMBARPERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
IKHTISAR	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Metode Penelitian	7
E. Sistematika Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORITIS	
A. Strategi	
1. Pengertian Strategi	10
B. Pelayanan	
1. Pengertian Pelayanan	14
2. Ciri-Ciri Pelayanan Yang Baik.....	15
3. Strategi Pelayanan.....	18
4. Kualitas Pelayanan	19
C. <i>Customer Service</i>	
1. Pengertian <i>Customer Service</i>	22
2. Peranan <i>Customer Service</i>	23
3. Fungsi <i>Customer Service</i>	24
BAB III TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN	
A. Sejarah singkat perusahaan	27
B. Visi Dan Misi.....	28
C. Struktur organisasi	29
D. Produk-Produk.....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	

A. Strategi Pelayanan Customer Service Pada Bank BRI Syariah KC Medan S.Parman.....	47
B. Kendala-Kendala dan Solusi Customer Service Dalam Meningkatkan mutu Pelayanan Kepada Nasabah Bank BRI Syariah KC Medan S.Parman.....	53

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	56
B. Saran.....	57

DAFTAR PUSTAKA

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

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 konvensionalnya berasal dari selisih antara bunga pinjam dengan bunga simpan, sedangkan bank syariah dalam operasionalnya berlandaskan pada Al-quran dan Hadis. Dengan kata lain, bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan

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

dan jasa-jasa lainnya dengan lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasionalanya disesuaikan dengan prinsip syariat islam.

Perbankan syariah di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat dan signifikan. Ditandai dengan banyak berdirinya Bank Perkreditan Rakyat syariah (BPRS) dan banyaknya 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 industri 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 seperti melambatkan pertumbuhan asset, dana pihak ketiga (DPK), dan 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 juga dengan pertumbuhan DPK dan pertumbuhan laba.

Salah satu bank syariah yang menerapkan prinsip syariah dalam menjalankan operasionalnya adalah Bank Syariah. Saat ini Bank BRI syariah

telah berjumlah 1433 karyawan, dengan jaringan KCP yang mencapai 59 kantor, serta fitur-fitur produk yang dibalut teknologi informasi untuk melayani kebutuhan transaksional nasabah. BRI Syariah 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 interaksi 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 hubungan dengan masyarakat. *Customer service* juga harus dapat menjaga nasabah bank.²

Oleh karena itu, 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 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/peroleh dari perusahaan. Jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan

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

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

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 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 penambahan peluang atau kesempatan bagi *customer service*.

Oleh sebab itu, untuk meningkatkan kepercayaan dan pemahaman nasabah dalam pelayanan customer service maka menjadi menarik untuk mengadakan

⁴ Hellen Fisher, *Layanan Nasabah Dalam Seminggu*, (Jakarta-Indonesia, 2004), h.4.

penelitian dengan judul “**Strategi Pelayanan Customer Service Pada Bank Bri Syariah KC Medan S. Parman**”.

B. Perumusan masalah

Pada penelitian ini dirumuskan masalah yaitu :

1. Bagaimana Strategi pelayanan *customer service* pada Bank BRI Syariah KC Medan S. Parman?
2. Apa kendala dan solusi yang dihadapi *customer service* dalam meningkatkan mutu pelayanan kepada nasabah PT Bank BRI KC Medan S.Parman?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui strategi pelayanan *customer service* pada Bank BRI Syariah KC S.Parman Medan.
2. Untuk mengetahui kendala dan solusi yang dihadapi *customer service* dalam pelayanan kepada nasabah Bank BRI KC S.Parman Medan.

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dalam penelitian adalah :

1. untuk menambah pengetahuan dan wawasan bagi penulis tentang peran *customer service*.
2. Sebagai bahan masukan atau pertimbangan bagi Bank BRI Syariah KC S.Parman Medan.
3. Sebagai bahan masukan dan menambah wawasan bagi para pembaca dalam hal memahami peran *customer service*.

D. Metode Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. 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 BRI Syariah KC Medan S.Parman.

2. Teknik pengumpulan data

Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah :

1. Pengamatan (Observasi), yakni melakukan pengamatan secara langsung pada objek yang diteliti.
2. Wawancara (interview), yakni melakukan tanya jawab dengan pihak-pihak yang berwenang dalam perusahaan tersebut untuk memperoleh keterangan yang berkaitan dengan penulisan skripsi ini. Wawancara yang dilakukan dengan karyawan Bank Bri Syariah KC Medan S.Parman.

E. Teknik pengolahan data

1. *Editing*

Yaitu pemeriksaan kembali dari semua data terutama dari segi kelengkapannya, kejelasan antara data yang ada dan relevansi dengan penelitian.

Dalam hal ini penulis meneliti kembali kelengkapan data-data yang telah diperoleh oleh peneliti dari kantor cabang BRI Syariah cabang Medan S.Parman.

2. Organizing

Yaitu menyusun dan mensistematisasikan data tentang penelitian yang diperoleh dalam kerangka uraian yang telah direncanakan. Dalam hal ini peneliti menyusun data-data yang diperoleh dengan urutan profil Bank BRI Syariah cabang Medan S. Parman, dan strategi bank dalam mengantisipasi risiko pembiayaan pada Bank BRI Syariah cabang Medan S. Parman.

3. Penemuan hasil

Yaitu dengan menganalisis data yang telah diperoleh dari penelitian ini untuk memperoleh kesimpulan mengenai kebenaran fakta yang ditemukan, yang akhirnya merupakan fakta yang ditemukan.

E. Sistematika Penulisan

Secara garis besar penyusunan skripsi minor ini membahas beberapa bab yang masing masing sub-subnya disesuaikan dengan kepentingan untuk memudahkan penulis membatasi ruang lingkup yang akan dibahas agar lebih mudah dipahami. Untuk lebih jelas sistematika penulisannya adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Dalam bab ini diuraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Landasan teoritis

Dalam bab ini diuraikan mengenai strategi beserta kendala dan solusi yang dihadapi *costumer service* dalam meningkatkan kualitas pelayanan.

BAB III Gambaran umum perusahaan

Gambaran umum perusahaan, produk-produk Bank BRI KC Medan S.Parman, daftar pemegang saham, deskripsi jabatan dan budaya kerja BRI Syariah.

BAB IV Hasil penelitian dan pembahasan

Pada bab ini akan dibahas mengenai strategi *costumer service* beserta kendala dan solusi yang dihadapi *costumer service* dalam meningkatkan kualitas pelayanan pada Bank BRI Syariah KC Medan S. Parman.

BAB V Penutup

Dalam bab ini akan diuraikan kesimpulan dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. STRATEGI

1. Pengertian 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 strategis dan lain sebagainya.⁵

Sejalan dengan uraian di atas, dari sudut 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.⁶

Dalam kamus manajemen istilah strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran yang khusus dan saling hubungan dalam waktu dan ukuran. Dalam sebuah perusahaan, strategi merupakan salah satu faktor terpenting agar perusahaan dapat berjalan dengan baik.⁷

Pengertian strategi ada beberapa macam sebagaimana dikemukakan oleh para ahli dalam bukunya karya mereka masing-masing. Untuk mengetahui lebih

⁵ Thomas Sumarsan, *System Pengendalian Manajemen*, (Jakarta: Indeks, 2013), h.61.

⁶ Hadari Nawawi, *Manajemen Strategi Organisasi Non Profit Bidang Pemerintahan Dengan Ilustrasi di Bidang Pendidikan*, (Yogyakarta Gajah Mada Universitas Press, 2012), h. 148.

⁷ B.N Mubun, *Kamus Manajemen*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harian, 2003), h. 340.

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 pemilihan cara-cara bertindak dan mengalokasikan sumber daya yang diperlukan untuk mewujudkan tujuan tersebut.⁸

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.

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.⁹

Menurut prof dr. Onong Uchyana Efendi, MA, strategi merupakan perencanaan (*planning*) dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan, akan tetapi untuk mencapai tujuan, akan tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak

⁸ A.M. Kadarman, *Pengantar Ilmu Manajemen*, (Jakarta: Prenhallindo, 2001), h. 58.

⁹ George Steiner, Jhon Minner, *Manajemen Strategi*, Penerjemah Agus Dharman, (Jakarta: Erlangga, 1999), h.20.

berfungsi sebagai peta jalan yang hanya memberikan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.¹⁰

Dari pengertian di atas dikemukakan oleh beberapa pakar ilmu strategi diatas, 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.¹¹ Proses strategi terdiri dari tiga tahapan:

a. Perumusan Strategi

Dalam 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.

¹⁰ Onong Uchyana Efendi, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung PT. Remaja Rosdakarya, 1992), h. 6.

¹¹ George A. Steiner dan Jhon B. Miner, *Kebijakan dan Strategi Manajemen* (Jakarta: Erlangga, 1997), Edisi ke-2, h. 18.

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. Macam – macam Strategi

Pembahasan tentang strategi ada beberapa macam-macam strategi adalah sebagai berikut:

a. Strategi Pemimpin Pasar (*market leader*)

Pemimpin pasar adalah perusahaan yang diakui oleh industry yang bersangkutan sebagai pemimpi. 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 berhadapan 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 puas dengan cara menyesuaikan diri terhadap kondisi-kondisi pasar.

d. Strategi Penggarap Pasar (*market nicher*)

Penggarap ceruk pasar adalah perusahaan yang mengkhususkan diri melayani sebagai pasar yang diabaikan perusahaan besar. Strategi yang dilakukan adalah spesialisasi dalam hal pasar, konsumen, produk, dan sebagainya.¹²

¹²M.. Ismail Yustanto dan M. Karbet Widjatakusuma, *Menggagas Bisnis Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), h. 319.

B. PELAYANAN

1. Pengertian 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.¹³

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.¹⁴ Layanan pelanggan adalah sebagai sebuah fungsi tentang sebaik apa sebuah organisasi bias konsisten memenuhi dan melampauikebutuhan 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 yang baik ini harus segera dapat dipenuhi oleh bank sehingga keinginan nasabah dapat diberikan secara maksimal.

¹³ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), h. 647.

¹⁴ Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2011), h. 15.

Berikut ini beberapa ciri pelayanan yang baik yang harus diikuti oleh *customer service*, yaitu:

a. Tersedia Sarana Prasarana Yang Baik

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

b. Tersedia 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 Hingga 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 diinginkannya, 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 dididik 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 *customerservice* khususnya dan seluruh karyawan bank umumnya.¹⁵

3. Strategi Pelayanan

Strategi disini dimaksudkan sebagai suatu kegiatan proses pengaturan dalam mengimplementasikan sebuah strategi perusahaan sehingga keluaran dari strategi tersebut bias emenuhi standard kualitas yang diharapkan oleh perusahaan.

¹⁵ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), h. 209-2011.

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 structural dalam hubungan kinerja, dengan sedikit perhatian pada strategi kompetisi yang lain. 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 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. 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.¹⁶

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 diantaranya:

- a. *Tangible* (Berwujud) : penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil dan materi komunikasi.

¹⁶ Ade Arthesa dan Edia Handiman, *Bank Dan Lembaga Keuangan Bukan Bank*, (Jakarta Barat: PT Indeks, 2009), h. 11.

b. *Reliability* (Keandalan) : 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.

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.¹⁷

Bahkan dalam al-Quran tentang pelayanan juga telah di jelaskan dalam surah Ali-Imran ayat 159:

¹⁷ Christopher Lovelock ddk, *pemasaran jasa* (Jakarta: Erlangga, 2010),h. 154.

مِنَ اللَّهِ لَئِن لَّمْ يَكُنِ اللَّهُ رَاحِمًا لِّلْعَالَمِينَ ۚ

فَبِمِ رَحْمَةٍ

وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۚ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ

فَاعْفُ عَنْهُمْ

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)¹⁸

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 nasabah merasa nyaman, senang dan puas ketika

¹⁸ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Al-Karim Surat Ali Imran Ayat 159*, (Jakarta: Departemen Agama RI, 2018), h. 17.

melakukan transaksi. Ketika nasabah merasa pelayanannya bagus maka nasabah tersebut akan terus menggunakan jasa bank tersebut.¹⁹

C. Customer Service

1. Pengertian *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. Peranan *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

¹⁹ Azhari Akmal Tarigan, *Tafsir Ayat Ekonomi*, (Bandung: Aulia Grafika), h. 8.

menarik dengan cara 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 menyakinkan nasabah tentang kualitas produk kita.

3. Fungsi Customer 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 diinginkan 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. *Cusromer service* juga sebagai penyambung lidah bank kepada nasabahnya.²⁰

²⁰*Ibid*, h. 179- 183.

BAB III

PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah Bank BRI Syariah

BRISyariah berawal pada tanggal 19 Desember 2007 saat PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk., mengakuisisi Bank Jasa Arta. Setelah mendapatkan izin dari Bank Indonesia pada tanggal 16 Oktober 2008 melalui surat No: 10/67/KEP.GBI/ DpG/2008, PT Bank BRISyariah kemudian secara resmi menjalankan kegiatan perbankan berdasarkan prinsip Syariah pada tanggal 17 November 2008. Setelah sebelumnya sempat menjalankan kegiatan usaha bank secara konvensional.

Kegiatan usaha BRISyariah semakin kokoh setelah ditandatangani Akta Pemisahan Unit Usaha Syariah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk., untuk melebur ke dalam PT Bank BRISyariah (proses *spin off*) pada tanggal 19 Desember 2008 yang berlaku efektif pada tanggal 1 Januari 2009. Penandatanganan yang bernilai strategis sebagai bentuk dukungan nyata induk perusahaan kepada kegiatan operasional Bank BRISyariah.

Saat ini Bank BRI Syariah menjadi bank syariah ketiga terbesar berdasarkan aset. Bank BRI Syariah tumbuh dengan pesat baik dari sisi aset, jumlah pembiayaan dan perolehan dana pihak ketiga. Dengan berfokus pada segmen menengah bawah, Bank BRI Syariah menargetkan menjadi Bank ritel modern terkemuka dengan berbagai ragam produk dan layanan perbankan.

B. Visi dan Misi BRI Syariah

BRI Syariah telah memiliki visi, misi dan nilai-nilai budaya kerja sebagai landasan terciptanya budaya unggul perusahaan dan menjaganya agar tetap fokus pada tujuan yang ingin dicapainya.

a. Visi

Menjadi Bank ritel yang modern terkemuka dengan ragam layanan financial sesuai dengan kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan yang lebih bermakna.

b. Misi

- 1) Memahami keragaman individu dan mengakomodasi beragam kebutuhan financial nasabah.
- 2) Menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.
- 3) Menyediakan akses ternyaman melalui berbagai sarana kapan pun dan dimana pun.
- 4) Memnugkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan menghadirkan ketentraman pikiran.

C. Struktur organisasi BRI Syariah Cabang Medan S. Parman Periode 2017

2. Uraian Jabatan

a. Pimpinan Cabang (*Branch Manager*)

Membawahi Manager dan memimpin kegiatancabang Pada Cabang BRI Syariah Cabang Medan S. Parman.

b. Manager Operasional

- 1) Berada langsung dibawah Pimpinan Cabang.
 - 2) Membawahi *General Affair, Loan Operational, Kliring dan Branch Administration.*
- c. Manager Marketing (MM)
- 1) Berada langsung dibawah pimpinan cabang.
 - 2) Membawahi *account officer, funding office, funding relation officer.*
- d. Micro Marketing Manager (MMM)
- 1) Berada langsung dibawah Pimpinan Cabang.
 - 2) Membawahi beberapa UMS Head dan Collection supervisor dalam 1 area (cabang).
 - 3) Berkoordinasi dengan Buss Distribution & Network Micro Buss Group untuk pencapaian target *sales.*
- e. Financial Risk Manager (FRM)
- 1) Menganalisa laporan keuangan.
 - 2) Menganalisa risiko pembiayaan yang di ajukan *account officer.*
- f. Financing Support Manager (FSM)
- 1) Berada langsung dibawah pimpinan cabang.
 - 2) Membawahi Administasi Pembiayaan, *Appraisal, Legal Financing, Collection, Area Support&Custody.*
- g. Branch Quality Assurance(BQA)
- 1) Membuat rencana pemeriksaan harian, mingguan dan bulanan berdasarkan checklist.
 - 2) Mencatat setiap temuan/ketidaksesuaian pada lembar kertas kerja perusahaan.
 - 3) Merangkum hasil pemeriksaan selama satu bulan berjalan periode pemeriksaan.

- 4) Merangkum dan melaporkan status tindak lanjut hasil pemeriksaan bulan lalu.
- 5) Merencanakan dan melaksanakan rapat komite pengendalian internal dikantor cabang.

h. Back Office Supervisor (BOS)

Membawahi *Customer Service&Teller*

i. Kliring

- 1) Melayani nasabah untuk transaksi setor dan penarikan kliring serta transaksi *back office* lainnya sesuai aturan dan SLA (*service level agreement*) yang ditetapkan untuk mencapai *service excellent*.
- 2) Memberikan dukungan kepada supervisor administrasi internal, *operation manager*, Pimpinan Cabang dan semua Grup di BRI Syariah.
- 3) Melaksanakan transaksi operasional (transfer, setoran, kliring, penarikan kliring) dan transaksi *back office* (pemindah bukuan dan lain-lain) sesuai dengan jumlah normal transaksi, berdasarkan intruksi nasabah dan kebijakan serta aturan yang telah ditetapkan.
- 4) Menginput aplikasi transfer dan setoran kliring nasabah pada mesin TPK SKNBI dikantor cabang wilayah kliring BI sesuai dengan ketentuan dan prosedur yang telah ditetapkan.
- 5) Memahami produk dan layanan yang diberikan terkait dengan operasional kliring.

j. General Affairs (GA)

- 1) Membuat laporan pajak.
- 2) Membayar, melaporkan pajak perusahaan.
- 3) Mengelola inventaris kantor.

4) Mengelola persediaan surat berharga seperti (bilyet deposito dan Bilyet Giro).

5) Mengelola kas kecil.

k. Loan Operasional (LO)

1) Melakukan pemindahan bukuan atau melakukan transaksi pemindah bukuan biaya-biaya operasional.

2) Membuat laporan harian (pembiayaan / Dana pihak ketiga terkait *outstanding*).

3) Pembayaran gaji *payroll* gaji perusahaan yang bekerjasama dengan BRI Syariah.

4) Pembentukan *account* pembiayaan dan pembayaran biaya-biaya yang akan dicairkan.

l. Branch Administration & Branch Secretary (BA)

1) Mengelola data room sebagai tempat penyimpanan dokumen aktif dan inaktif di kantor cabang.

2) Penanggung jawab arsip/dokumen di kantor cabang yang meliputi pengadministrasian, pengalihmediaan, penyimpanan, pemeliharaan dan peminjaman.

3) Menjamin keabsahan dikumen termonitor, tersimpan dan terjaga dengan baik.

4) Penanggung jawab pelaksanaan penyelamatan, penanggulangan dan pemulihan arsip/dokumen setelah terjadi bencana di unit kerja kantor cabang.

5) Mengelola surat menyurat (korespondensi surat masuk dan keluar) secara sistem elektronik di kantor cabang.

m. Account Officer (AO)

- 1) Mencari nasabah baik melalui referal, referensi maupun *existing customer*.
 - 2) Melakukan analisa kualitatif terkait latar belakang usaha nasabah, perkembangan usaha, pesaing atau kompetitor nasabah.
 - 3) Menganalisa manajemen usaha nasabah.
 - 4) Menganalisa strategi pemasaran nasabah, kunci keberhasilan usaha nasabah.
 - 5) Melakukan *BI Checking* dan *DHN Checking*..
- n. Funding Officer (FO)
- 1) Meningkatkan jumlah dana pihak ketiga (tabungan, deposito, giro).
 - 2) Meningkatkan pendapatan / profitabilitas.
 - 3) Meningkatkan jumlah nasabah simpanan dana.
 - 4) Meningkatkan pelayanan prima kepada nasabah simpanan dana.
 - 5) Memastikan kepatuhan / compliance terkait seluruh ketentuan regulasi telah dijalankan (disiplin proses).
- o. Funding Relation Officer Kantor Layanan Syariah (FRO KLS)
- 1) Memastikan kelancaran transaksi syariah yang ada di unit kerja BRI konvensional seperti penarikan, penyetoran, pembukaan rekening dan pemindah bukuan.
 - 2) Mengumpulkan dan mengatur dana talangan haji.
 - 3) Memberikan memo pelunasan *Qard*.
- p. Unit Head (UH)
- 1) Berada dibawah MMM.
 - 2) Bertanggung jawab atas pencapaian target & tidak melanggar syariah *compliance/P3 Mikro*.
 - 3) Membawahi Sales Officer (SO) dan Relationship Officer (RO).
 - 4) Berkoordinasi dengan Unit Financing Officer (UFO) sebagaipihak risiko.

q. Account Officer Mikro (AOM)

- 1) Mencari nasabah baik melalui referral, referensi maupun *existing customer*.
- 2) Melakukan analisa kualitatif terkait latar belakang usaha nasabah, perkembangan usaha, pesaing atau kompetitor nasabah.
- 3) Menganalisa strategi pemasaran nasabah, kunci keberhasilan usaha nasabah.
- 4) Melakukan *BI Checking* dan *DHN Checking*.
- 5) Melakukan *trade checking*.
- 6) Menganalisa jaminan/agunan nasabah.

r. Reviewer Junior (RJ)

- 1) Berada langsung di bawah Financing Reviewer yang berada di cabang.
- 2) Bertugas sebagai unit resiko untuk cabang (area) mikro diantaranya melakukan verifikasi dan review terhadap pengajuan pembiayaan mikro untuk pembiayaan diatas 100 juta.

s. Administasi Pembiayaan (ADP)

- 1) Melakukan pemeriksaan atas kelengkapan seluruh dokumen dan persyaratan yang disyaratkan oleh prosedur pembiayaan dan komite pembiayaan sebeleum dilakukan pencairan.
- 2) Membuat *checklist* dokumen sesuai format standard yang diatur dalam surat edaran direksi tentang realisasi pembiayaan, sebelum dilakukan proses realisasi pembiayaan.

t. Appraisal & investigation

- 1) Melakukan peninjauan, pemeriksaan dan penilaian fisik agunan sesuai dengan Surat Edaran Direksi tentang agunan pembiayaan dan ketentuan terkait lainnya.

- 2) Membuat laporan penilaian agunan secara tepat waktu.
- 3) Melakukan pengecekan terhadap kebenaran dan keabsahan obyek yang menjadi agunan, pada instansi terkait/pihak yang berwenang: RT/RW, Kelurahan, Kecamatan, dan Tata kota.

u. Legal Financing

- 1) Membuat analisa yuridis (*legal review*) atas permintaan *Account Officer* terhadap dokumen-dokumen legalitas dan agunan calon nasabah nasabah pembiayaan yang berbentuk badan usaha.
- 2) Melakukan verifikasi/ pemeriksaan dan kelengkapan dokumen legalitas calon nasabah pembiayaan dan atau penjamin serta dokumen agunan calon nasabah pembiayaan yang telah disetujui oleh komite pembiayaan sebelum dilakukan penandatanganan akad pembiayaan dan jaminan.
- 3) Bukti verifikasi sebagaimana dimaksud angka 2 wajib dicantumkan pada dokumen-dokumen legalitas nasabah dengan cap/stempel sesuai asli.
- 4) Membuat checklist dokumen sesuai format standar yang diatur dalam Surat Edaran Direksi tentang Realisasi pembiayaan atas hasil pemeriksaan dokumen pembiayaan sebelum pelaksanaan akad.

v. Area Support Mikro

- 1) Melakukan analisa mingguan rutin berisi pencapaian sales dan kualitas pembiayaan untuk strategi srea bagi pimpinan cabang dan *manager marketing mikro*.
- 2) mengontrol penggunaan *budget area*.
- 3) BI Checking nasabah mikro.
- 4) Koordinasi pelaksanaan dengan tim UMS untuk program UMS (pelatihan nasabah & pelatihan internal).

- 5) Melakukan analisa peta territorial area untuk melihat penyebaran kanvas SO untuk membantu strategi sales area.
- 6) Koordinasi dengan sales management untuk semua pelaksanaan *job description sales management* di area (sales management evaluasi, *sales coaching, sales motivasi development, refreshment skill* dll).

w. Reporting & Custody

1) Reporting

A. Membuat laporan pembiayaan untuk kepentingan intern maupun ekstern (BI).

(1) Membuat laporan ekstern:

- (a) Entry data laporan pembiayaan SID & mengirimkannya kepada Bank Indonesia.
- (b) Laporan restrukturasi pembiayaan nasabah dan pihak terkait secara berkala.
- (c) Laporan BMPK nasabah dan pihak terkait secara berkala.
- (d) Laporan Rencana Penyelesaian *Action Plan* terkait BMPK.
- (e) Laporan SKBDN dan LKPBU.
- (f) Laporan triwulan untuk ralisasi bisnis, salur pembiayaan, 50 debitur individual terbesar.

(2) Laporan-laporan intern lainnya yang diminta kantor pusat.

B. melaksanakan seluruh aktivitasnya sesuai *Service Level Agreement* (SLA).

C. Melaksanakan prosedur dan ketentuan serta arahan dari kantor pusat melalui media Surat Edaran, Nota Dinas, dan lain-lain.

1) Custody

- a. Penanggung jawab penyimpanan dan pengelolaan dokumen hukum dan dokumen jaminan nasabah pembiayaan sebagai berikut:

- a. Memeriksa kelengkapan dokumen hukum dokumen jaminan nasabah yang diserahkan oleh *Financing Administration*, baik untuk yang baru dicairkan, atau yang bersifat dokumen susulan dalam rangka pemenuhan kelengkapan. (kecuali emas pada layanan gadai).
 - b. Melakukan penyimpanan dokumen hukum ke dalam *Filling Cabinet*.
 - c. Melakukan penyimpanan dokumen jaminan ke dalam lemari besi di dalam *mainvault*.
 - d. Melayani dan melakukan proses penukaran, perpanjangan, perubahan dan pengambilan agunan atas permintaan dari *Financin Administrationsesuai* dengan ketentuan yang berlaku.
 - e. Membuat data master mengenai keluar masuk dokumen nasabah di dalam computer.
 - f. Mengadministrasikan permohonan pengeluaran file pembiayaan, dokumen hukum dan jaminan.
 - g. Melakukan pencatatan, pemisahan dan penyimpanan untuk file pembiayaan, dokumen hukum dan dokumen jaminan yang telah lunas.
 - h. Melakukan pemeriksaan dan verifikasi atas dokumen agunan yang diserahkan oleh pihak perusahaan Mitra/ Dealer/Developer/Notaris melalui legal.
- x. Collection Officer
- 1) Maintenance nasabah.
 - 2) Mengunjungi nasabah (menagih nasabah) yang mulai terlambat melakukan pembayaran angsuran / mulai macet.
 - 3) Melihat dan me-*monitoring* nasabah.

y. Unit Gadai

Melakukan kegiatan gadai emas kepada nasabah.

z. Customer service

- 1) Melayani nasabah memberikan informasi produk dan layanan serta melaksanakan transaksi operasional sesuai dengan kewenangannya berdasarkan instruksi nasabah dan kebijakan serta aturan yang telah ditetapkan.
- 2) Memperhatikan dan menjaga kebersihan lingkungan kerja terutama tempat kerja, tempat tunggu nasabah, tempat brosur, dan area *banking hall*.
- 3) Memahami produk layanan yang diberikan terkait dengan operasi layanan *customer service*.
- 4) Melaksanakan dan bertanggung jawab kepada *supervisor* dan berkoordinasi serta proaktif dengan karyawan lainnya dalam rangka implementasi kebijakan dan aturan yang berlaku untuk setiap layanan operasi *front office* di kantor cabang.
- 5) Sebagai bagian dari tim operasional yang harus dapat bekerjasama dan mengikuti pelatihan dalam rangka mewujudkan *team work* yang solid dan komunikasi yang efektif di operasional kantor cabang.
- 6) Melayani nasabah dalam pembukaan dan penutupan rekening serta transaksi lainnya sesuai aturan dan SLA yang ditetapkan untuk mencapai *service excellent*.
- 7) Memberikan dukungan kepada *supervisor* layanan, *operasional manager*, dan Pimpinan Cabang.

aa. Teller

- 1) Melayani nasabah untuk transaksi setor dan penarikan tunai dan non tunai serta transaksi lainnya sesuai dengan aturan dan SLA yang ditetapkan untuk mencapai *service excellent*
- 2) Memberikan dukungan kepada supervisor layanan, *operational manager*, dan pimpinan cabang.
- 3) Melaksanakan dan bertanggung jawab atas transaksi operasional tunai dan non tunai yang diprosesnya berdasarkan instruksi nasabah dan kebijakan serta aturan yang telah ditetapkan.

D. Produk-produk Bank Bri Syariah

1. Produk penghimpunan dana (*funding product*)

a. Tabungan Faedah BRI Syariah iB

Tabungan Faedah BRISyariah iB dipersembahkan bagi mereka yang menginginkan kemudahan dalam melakukan transaksi keuangan dengan 7 Faedah yang ditawarkan yakni: Setoran awal yang ringan minimal Rp100.000, Gratis Biaya Administrasi bulanan Tabungan, Gratis Biaya Bulanan Kartu ATM, Biaya Cek Saldo, Transfer dan Tarik Tunai murah seluruh jaringan ATM BRI, Bersama dan Prima serta Biaya Debit Prima murah bagi nasabah dengan saldo di atas Rp500.000,-. Semua faedah yang ditawarkan tersebut telah meningkatkan popularitas Tabungan Faedah BRISyariah iB dan menjadikannya produk yang paling banyak diminati.

b. Tabungan Haji BRI Syariah iB

Tabungan Haji BRISyariah iB merupakan tabungan yang diperuntukkan bagi nasabah perorangan untuk memenuhi kebutuhan BPIH (Biaya Perjalanan Ibadah Haji) dengan akad Mudharabah Mutlaqah. Seiring dengan semakin tingginya animo masyarakat untuk melaksanakan rukun Islam yang ke-5, volume Tabungan Haji BRISyariah iB selalu menunjukkan pertumbuhan yang signifikan.

c. Tabungan Impian BRI Syariah iB

Tabungan Impian BRISyariah iB merupakan adalah tabungan berjangka dari BRISyariah dengan prinsip bagi hasil yang dirancang untuk mewujudkan impian Nasabahnya dengan terencana memakai mekanisme *autodebet* setoran rutin bulanan.

d. TabunganKu BRI Syariah iB

TabunganKu BRI Syariah iB merupakan produk dari Bank BRI Syariah diperuntukkan kepada nasabah yang ingin memiliki tabungan.

e. Simpanan Pelajar (SimPel) iB

Tabungan SimPel iB merupakan produk baru dari BRISyariah yang diperuntukkan bagi siswa yang diterbitkan secara nasional, dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

f. Giro BRI Syariah iB

Giro BRI Syariah iB adalah bentuk simpanan yang diterima luas di kalangan masyarakat yang memiliki kebutuhan tambahan seperti pengelolaan dana dan kemudahan dalam melakukan kegiatan usaha mereka. Giro BRISyariah iB diperuntukkan baik untuk perseorangan maupun non-perseorangan. Pada akhir tahun 2015, produk Giro BRISyariah iB mengalami pertumbuhan yang baik dan mencatatkan Rp. 942 miliar atau tumbuh sebesar 50,96% meningkat dari tahun sebelumnya Rp. 613 miliar pada tahun 2015.

g. Deposito BRI Syariah iB

Deposito BRI Syariah iB adalah produk yang dipersembahkan bagi nasabah yang memiliki keinginan untuk berinvestasi secara aman dan menguntungkan. Produk Deposito BRI Syariah mencakup Deposito BRI Syariah iB, Deposito Pesat BRI Syariah iB dan Simpanan Faedah BRI Syariah iB, Deposito BRI Syariah iB merupakan produk deposito dengan minimal penempatan Rp2.500.000,- dengan pilihan jangka waktu 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, dan 12 bulan.

2. Produk pembiayaan (*Financing*)

a. KPR (Kepemilikan Rumah) BRI Syariah iB

KPR BRI Syariah iB Merupakan produk Pembiayaan BRI Syariah yang diperuntukkan bagi masyarakat luas yang mempunyai impian untuk memiliki rumah sendiri. Produk ini ditawarkan dengan

skema akad murabahah dan wakalah. Khusus bagi nasabah berpenghasilan rendah,

b. KPR (Kepemilikan Rumah) Sejahtera BRI Syariah iB

BRI Syariah menyediakan produk yang dikemas dengan nama KPR Sejahtera BRI Syariah iB dengan dukungan dari Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat melalui Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (FLPP)

c. KKB (Kepemilikan Kendaraan Bermotor) BRI Syariah iB

Kredit Kendaraan Bermotor BRI Syariah iB dihadirkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia untuk memiliki kendaraan idaman untuk kebaikan keluarga Indonesia. Pembiayaan ini menggunakan akad murabahah atau akad jual beli.

d. KMG (Kepemilikan Multi Guna) BRI Syariah iB

KMG BRISyariah iB Kepemilikan Multi Guna (KMG) BRISyariah iB dirancang untuk memenuhi kebutuhan karyawan khususnya karyawan perusahaan yang telah turut berpartisipasi dalam program Kesejahteraan Karyawan (EmBP) di BRISyariah. EmBP adalah program kerja sama dengan suatu perusahaan yang dituangkan dalam sebuah MoU berupa pemberian fasilitas pembiayaan langsung kepada Karyawan dari perusahaan yang memenuhi kriteria Bank BRISyariah, dengan persyaratan yang *relative* mudah/ringan bagi Karyawan.

e. PKE (Pembiayaan Kepemilikan Emas) BRI Syariah iB

Pembiayaan kepemilikan emas BRI Syariah yaitu produk pembiayaan untuk masyarakat dalam kepemilikan emas.

f. Qardh Beragun Emas BRI Syariah iB

Praktik pegadaian yang dalam satu dekade lalu hanya dikenal sebagai pemenuhan kebutuhan finansial mendesak yang dilakukan antar individu ternyata telah menciptakan pasar yang besar dan kini telah mulai digarap secara profesional dan konvensional oleh salah satu institusi keuangan di negeri ini.

Gadai BRISyariah diluncurkan untuk menutupi kebutuhan mendesak baik dari nasabah individu yang membutuhkan dana super cepat dengan menggunakan akad syariah dan telah menunjukkan kinerja yang menjanjikan di tahun tahun pertama setelah diluncurkan.

g. Pembiayaan Umrah BRI Syariah iB

Produk pembiayaan umroh BRI Syariah iB menggunakan prinsip akad jual beli manfaat atau jasa (ijarah multijasa) guna merealisasikan niat beribadah ke *baitullah* melalui ibadah umroh dengan mudah, tenang, nyaman dan berkah karena sesuai syariah.

h. Mikro 25 BRI Syariah iB

Yaitu produk pembiayaan mikro dengan skema jual beli dengan besaran plafond 5.000.000 s/d 25.000.000 tanpa agunan dengan skema murabahah.

i. Mikro 75 BRI Syariah iB

Yaitu produk pembiayaan mikro dengan skema jual beli dengan besaran plafond 25.000.000 s/d 75.0000.000 dengan skema murabahah.

j. Mikro 500 BRI Syariah iB

Yaitu produk pembiayaan mikro dengan skema jual beli dengan besaran plafond 75.000.000 s/d 200.000.000 dengan skema murabahah.

k. Pembiayaan Koperasi Karyawan

Pembiayaan yang diberikan melalui koperasi karyawan atau koperasi pegawai RI dengan mekanisme executing, yang ditujukan kepada karyawan suatu perusahaan atau Pegawai Negeri Sipil (PNS) suatu instansi yang memiliki pendapatan tetap bulanan berupa gaji dan menjadi anggota koperasi.

l. Pembiayaan Kepemilikan Kendaraan Usaha

Dengan skim pembiayaan murabahah, adalah jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (margin) yang desepakati oleh pihak bank dan nasabah dengan jangka waktu maksimal 5 tahun kemudian cicilan tetap, meringankan selama jangka waktu. Bebas penalty untuk pelunasan sebleum jatuh tempo.

m. Pembiayaan Komersial (SME)

Pembiayaan diberikan kepada sektor rill dengan plafond pembiayaan diatas Rp. 500 juta sampai 5 milyar.

3. Produk layanan jasa (*Service*)

- a. Kartu ATM BRISyariah dan Kartu Debit BRISyariah
- b. CMS (Cash Management System)
- c. University/School Payment System (SPP)
- d. E-Payroll
- e. Jaringan ATM BRISyariah, ATM BRI, ATM Bersama, ATM Prima
- f. Electronic Data Capture (EDC) Mini ATM
- g. SMS Banking
- h. Internet Banking
- i. Mobile BRIS
- j. CallBRIS 1500-789

BAB IV

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Pelayanan Customer Service Pada Bank BRI Syariah KC

S.Parman Medan

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 dimatinya 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 pelayanan yang mendasar yang dilakukan oleh *customer service* pada Bank BRI Syariah KC S.Parman Medan 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 oleh nasabah yang memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Selain itu penting juga diperhatikan gaya komunikasi yang jelas dan terarah agar tidak timbul kesalah pahaman.

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.²¹

Diantara ketiga strategi dasar tersebut ada 3 (tiga) strategi utama guna meningkatkan pelayanan terhadap nasabah yang dilakukan *customer service* di Bank BRI Syariah KC S.Parman Medan diantaranya adalah:

1. Mengadakan Pelatihan Berupa *Roll-play*

Roll-play yaitu bentuk evaluasi yang bertujuan untuk meningkatkan sebuah pelayanan yang diberikan kepada nasabah, mulai menyapa,

²¹ Levi, *Customer Service* BRI Syariah, Wawancara Pribadi, Medan, 26 Januari 2018.

berbicara mengenalkan produk,-produk Bank BRI Syariah. 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 BRI Syariah KC S.Parman Medan.

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 dimana 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.²²

Ada 5 dimensi yang diterapkan dalam meningkatkan kualitas pelayanan di BRI Syariah KC S.Parman Medan, diantaranya:

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 BRI Syariah KC S.Parman adalah:

- 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.

²² Nurhafizah, *Customer Service* BRI Syariah, Wawancara Pribadi, Medan, 30 Januari 2018.

- 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 dipasangkan di sebelah kiri.
- 6) Tidak memakai aksesoris berlebihan.

b. Dimensi jaminan (*Assurance*)

Mencakup pengetahuan, keramahan para karyawan dan kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan. *customer service* di BRI Syariah KC S.Parman Medan 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 BRI Syariah. 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* BRI

Syariah 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 BRI Syariah, 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 *customer service* 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. Hal ini sejalan dengan jargon BRI Syariah yaitu pada huruf “I” pada kata “PASTI OKE” yang memiliki kepanjangan “Integritas” maksudnya kesesuaian antara kata dan perbuatan dalam menerapkan etika kerja secara konsisten sehingga dapat dipercaya.

Empaty customer service BRI Syariah 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.²³

B. Kendala-Kendala dan solusi *Customer Service* Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Kepada Nasabah Bank BRI Syariah KC S.Parman Medan

Kendala-kendala *customer service* dalam meningkatkan mutu pelayanan kepada nasabah Bank BRI Syariah KC Medan S.Parman adalah sebagai berikut:

²³ Wista, *Supervisor* BRI Syariah, Wawancara Pribadi, Medan, 02 Februari 2018.

1. Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM)

Pada Bank BRI Syariah KC S.Parman Medan hanya memiliki 2 (dua) orang *customer service* sedangkan daerah Medan hanya memiliki 1 (satu) kantor cabang sajasehingga dalam melakukan pelayanan kepada nasabah, *customer service* akan melakukan pelayanan terhadap semua nasabah yang datang pada Bank BRI Syariah KC S.Parman Medan. Dengan *customer service* akanmengalami 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 nasbah maka nasabah tersebut akan akan merasa bosan dengan menunngu 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 sevice* tidak bagus dan dapat mengurangi tingkat kepuaan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan oleh *customer service* dan dapat menyebabkan nasabah tersebut mencari bank ain yang dapat memberikan pelayanan yang lebih baik. Sehingga *customer service* harus memiliki standar waktu pelayanan dalam melakukakan 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 BRI Syariah KC S.Parman Medan dengan nasabah yang ingin membuka rekening di Bank BRI Syariah KC. S.Parman Medan 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 Bri Syariah KC Medan S.Parman adalah sebagai berikut:

1. Solusi pertama, hendaknya Bri Syariah merekrut SDM kembali agar pelayanan kepada nasabah yang bertransaksi di Bri Syariah 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 pelayanan yang mendasar yang dilakukan oleh *customer service* pada Bank BRI Syariah KC Medan S.Parman 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 mutu pelayanan kepada nasabah Bank BRI Syariah KC Medan S.Parman diantaranya: keterbatasan sumber daya manusia, waktu, dan masalah koneksi.

Dari kendala-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 Bri Syariah 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

Adapun saran yang dapat dijadikan masukan dari penulis mengenai hasil penelitian tugas akhir ini antara lain:

1. Disarankan kepada Bank BRI Syariah KC Medan S. Parman tetap mengadakan pelatihan-pelatihan dan pendidikan yang lebih untuk bagian *customer servive* agar dapat meningkatkan kinerja pegawai Bank BRI Syariah KC Medan S.Parman. Dan disarankan juga kedepannya Bank BRI Syariah KC Medan S.Parman dapat mempertahankan tingkat keefektifitasannya dalam menerapkan strategi pelayanan serta harus lebih banyak memahami produk dan layanan yang diberikan kepada nasabah agar waktu pelayanan lebih efektif dan efisien.

2. Disarankan kepada Bank BRI Syariah KC Medan S.Parman hendaknya dibuka cabang pembantu dimedan agar lebih mempermudah nasabah untuk bertransaksi tanpa harus menunggu anrian terlalu lama.

DAFTAR PUSTAKA

- Arthesa, Ade dan Handiman Edia. *Bank Dan Lembaga Keuangan Bukan Bank*, Jakarta Barat: PT Indeks, 2009.
- Dkk, Christoper Lovelock. *pemasaran jasa* Jakarta: Erlangga, 2010.
- Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2007.
- Efendi, Onong Uchyana. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung PT. Remaja Rosdakarya, 1992.
- Fisher, Hellen. *Layanan Nasabah Dalam Seminggu*, Jakarta-Indonesia, 2004.
- Kadarman, A.M. *Pengantar Ilmu Manajemen*, Jakarta: Prenhallindo, 2001.
- Kasmir. *Kewirausahaan*, Jakarta: PT Rajagrafindo persada, 2007.
- _____. *Pemasaran Bank*, Jakarta: kencana, 2005.
- _____. *Etika Customer Service*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2011.
- _____. *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2005.
- Micbach, Irwan. *Bank Syariah kualitas pelayanan Kepuasan dan Kepercayaan*, Makassar: Alauddin University Press, 2013
- Mubun, B.N. *Kamus Manajemen*, Jakarta: Pustaka Sinar Harian, 2003.
- Nawawi, Hadari. *Manajemen Strategi Organisasi Non Profit Bidang Pemerintahan Dengan Ilustrasi di Bidang Pendidikan*, Yogyakarta Gajah Mada Universitas Press, 2012.
- RI, Departemen Agama. *Al-Qur'an Al-Karim Surat Ali Imran Ayat 159*, Jakarta: Departemen Agama RI, 2018.
- Sumarsan, Thomas. *System Pengendalian Manajemen*, Jakarta: Indeks, 2013.

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

Steiner, George Adan Miner Jhon B. *Kebijakan dan Strategi Manajemen*, Jakarta: Erlangga, 1997.

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

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

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Kumbang atas, tepatnya di Kutacane Aceh Tenggara pada tanggal 01 Oktober 1998 putri dari pasangan suami-istri Jamaludin dan Juliana.

Penulis menyelesaikan pendidikan tingkat SD di SD Negeri 5 Tanah Merah pada tahun 2009, tingkat SMP di SMP Negeri 1 Badar Tanah Merah pada tahun 2012, dan tingkat SMA Negeri 1 Kutacane pada tahun 2015, kemudian melanjutkan kuliah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan mulai tahun 2015.

Pada masa menjadi mahasiswa, penulis mengikuti Organisasi intera kampus yaitu organisasi HMP (Himpunan Mahasiswa Prodi) di Universitas Islam Negeri Sumatra Utara.