PERANAN *CUSTOMER SERVICE* DALAM MENINGKATKAN MUTU PELAYANAN NASABAH PADA PT BANK SUMUT SYARIAH CABANG PEMBANTU HAMPARAN PERAK

SKRIPSI MINOR

Oleh :

AFRILIYANI
NIM : 0504162121

PROGRAM STUDI D-III PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2019 M /1439 H

PERANAN *CUSTOMER SERVICE* DALAM MENINGKATKAN MUTU PELAYANAN NASABAH PADA PT BANKSUMUT SYARIAH CABANG PEMBANTU HAMPARAN PERAK

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:

AFRILIYANI
NIM : 0504162121

PROGRAM STUDI D-III PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2019 M /1439 H

LEMBAR PERSETUJUAN

PERANAN *CUSTOMER SERVICE* DALAM MENINGKATKAN MUTU PELAYANAN NASABAH PADA PT BANK SUMUT SYARIAH CABANG PEMBANTU HAMPARAN PERAK

Oleh:

AFRILIYANI

NIM. 0504162121

Menyetujui

Pembimbing	KETUA PROGRAM STUDI DIII Perbankan Syariah
Sri Ramadhani, MM NIP. 197510152005012004	Aliyuddin Abdul R, Lc, MA NIP. 196506282003021001

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi minor ini berjudul: **Peranan *Customer Service* Dalam Meningkatkan Mutu Pealayanan Nasabah Pada PT. Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak**, telah diuji dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan, pada tanggal 23 Mei 2019

Skripsi telah diterima sebagai syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) pada program Diploma III Perbankan Syariah FEBI UIN Sumatera Utara.

Medan, 23 Mei 2019
Panitia Sidang Munaqasyah
Skripsi Minor Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN-SU Medan

Ketua,	Sekretaris,
DR. Marliyah, MA	Aqwa Naser Daulay, M. S.I
NIP.197601262003122003	NIB.11000000

Anggota

Penguji I	Penguji II
Sri Ramadhani, MM	Tri Inda Fadhila Rahma,M.E.I
NIP. 197510152005012004	NIP.199101292015032008

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam UIN-SU Medan

DR. Andri Soemitra, MA
NIP.197605072006041002

IKHTISAR

Afriliyani judul **: PERANAN *CUSTOMER SERVICE* DALAM MENINGKATKAN MUTU PELAYANAN NASABAH PADA PT BANK SUMUT SYARIAH CABANG PEMBANTU HAMPARAN PERAK**

Customer service mempunyai tugas utama yaitu memberikan pelayanan dan membina hubungan yang baik dengan nasabah, oleh karena itu Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak 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 Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pelayanan *customer service* serta kendala dan solusi dalam menangani nasabah pada Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak. 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* yan selalu diperlihatkan. Beberapa kendala yang biasa dihadapai Bank Syariah yaitu dengan masalah jaringan atau koneksi internet yang belum maksimal sehingga memperlambat proses transaksi di bank tersebut. 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 lainya. Dengan demikian berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan kepada *customer service* Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak dapat meningkatkan pelayanan yang baik terhadap nasabah.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillahirabbul'alamin, segala puji dan syukur bagi allah 'Azza Wa Jalla yang telah memberikan penulis kesehatan, kekuatan dan semangat di tengah kendala dan keterbatasan ilmu yang dimiliki hingga akhirnya bisa menyelesaikan skripsi minor ini yang mana sebbagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Sholawat dan salam yang tak pernah bosan dan jemunya kita berikan kepada nabi besar putra Abdullah buah hati Aminah yaitu baginda besar nabi Muhammad Rasulullah SAW yang mana dia telah membawa kita dari alam yang gelap gulita hingga ke alam yang terang benderang sampai saat sekarang ini, semoga kelak kita akan mendapat syafaat nya, Aamiin.

Skripsi ini disusun untuk diajukan sebagai syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) pada Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Jurusan Perbankan Syariah. Dengan judul skripsi:**"Peranan *Customer Service* Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Nasabah Pada Pt Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak ".**

Dalam pembuatan skripsi minor ini penulis banyak memperoleh bantuan dan bimbingan, untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya, mengiringi dan memberikan jalan yang indah, lancar dan kemudahan dalam keridhoannya.
2. Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya yang selalu menjadi inspirasi dan kekuatan dalam melakukan kebaikan.
3. Kepada kedua orang tuaku ayah tercinta Afrizal dan ibu tercinta Aminah, ayah dan ibu yang telah melahirkan, merawat, mendidik, memberikan dukungan moril dan materi dan mendoakan ku setiap saat. Terima kasih juga kepada adik-adik ku yang tersayang Adam Rizal dan Annisa, dan abang ku yang tersayang Amiruddin yang telah memberikan kasih sayang dan cinta kasihnya, motivasinya dan doanya yang diberikan selama ini kepada ku sehingga dapat menyalesaikan skripsi minor ini. Sesungguhnya saya sangat mencintai kalian karena Allah SWT.
4. Bapak Prof. Dr. H. Saidurrahman, MA selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
5. Bapak Sri Ramadhani M.M selaku dosen pemsbimbing skripsi minor yang telah bersedia memberikan arahan, bimbingan dan petunjuk kepada penulis dalam menyelesaikan skrpsi minor ini.
6. Bapak Dr. Andri Soemitra, M.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
7. Seluruh pengajar dan staff administrasi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara yang telah membimbing dan membantu kelancaran selama kuliah.

8. Terima kasih kepada ibu Zuchrufan Novelita Nst selaku derektur utama PT. Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak.
9. Terima kasih kepada para kerabat ku kak dewi, kak teza, bg iin, bg hen,bg dani, bg rhabil, kak hera, om dan ibu, yang telah memberikan motivasi serta dukungan moril dan materi yang tak ternilai.
10. Terima kasih untuk yang tersayang dan tercinta yang selalu mendoakan Muhammad Rian, memberikan semangat, motivasi dan memberikan dukungan sampai saat ini.
11. Terima kasih kepada sahabat ku tercinta sejak kecil isma, sakdi, tiwi, mulyani yang memberikan semangat dan dukungannya.
12. Terima kasih untuk sahabat ku tercinta sejak SMA Sari Darma Pertiwi, Lolo Karina Berutu, Arum Gayatri yang telah memberikan semangat dan doanya.
13. Terima kasih untuk sahabat ku yang terkasih dan tersayang selama kuliah Kiky Indah Syahri, Pajria Aini, Siti Zahira, Andika Halim Perdana, Khairil Mulia Hrp,Nurul Mutiara,Wanda Hamidah, Ravena, Nurhaliza Adi Smile,Ramlan memberikan doa dan semangat tiada hentinya.
14. Terima kasih untuk keponakan dan sepupu yang memberikan kasih sayang dan cinta kasihnya selama ini, kepada yang teleh memberikan motivasi dan semangat yang tiada hentinya.
15. Dan terima kasih juga kepada teman-teman seperjuangan D3 Perbankan Syariah B yang telah memberikan semangat dan dukungannya untuk menyelesaikan skripsi minor ini.

Juga kepada siapa saja yang dengan tulus mendoakan aya. Kepada mereka semua saya sampaikan *jazakumullah khairul jaza'*.

Demikian penulis skripsi minor. Sekali lagi kepada semua pihak yang telah membantu penyelesaian ini penulis mengucapkan banyak terima kasih. Akhir kata dengan penuh doa penlis berharap semoga sekripsi minor ini bermanfaat bagi pembaca, *Aamiin.*

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Medan, 23 Mei 2019

Penulis,

AFRILIYANI

Nim: 0504162121

DAFTAR ISI

Halaman

PERSETUJUAN ..... **i**

IKHTISAR ..... **ii**

KATA PENGANTAR ..... **iii**

DAFTAR ISI ..... **vii**

DAFTAR TABEL ..... **x**

DAFTAR GAMBAR ..... **xi**

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Rumusan Masalah 3

C. Tujuan Penelitian..... 4

D. Manfaat Penelitian 4

E. Metode Penelitian..... 4

F. Sistematika Penelitian 5

BAB IILANDASAN TEORITAS

A. Strategi..... 7

1. Pengertian Strategi 7

2. Tingkatan Strategi 11

3. Proses dan Model Perumusan Strategi 12

4. Analisis Strategi 15

B. Mutu Pelayanan 24

1. Pengertian Mutu Pelayanan Kepada Nasabah 24

2. Ciri-Ciri Pelayanan Yang Baik 24

3. Strategi Pelayanan 25

C. *Customer Service* 27

1. Pengertian *Customer Service* 27

2. Peranan *Customer Service* 28

3. Fungsi *Customer Service* 28

D. Nasabah 31

1. Pengertian Nasabah 31

2. Sifat-Sifat Nasabah..... 32

3. Sebab-Sebab Nasabah Kabur 33

BAB III GAMBARAN PERUSAHAAN

A. Sejarah Singkat, Visi, Misi, Budaya dan Logo PT. Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak 36

1. Sejarah singkat perusahaan 35

2. Viai dan Misi Perusahaan 36

3. Budaya dan Logo PT. Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak..... 37

4. Struktur Perusahaan dan Pembagian Tugas PT. Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak 38

5. Produk dan Kegiatan Usaha PT. Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak..... 46

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Pelayanan Customer Service Pada Bank Sumut

Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak 49

B. Kendala-kendala dan Solusi Customer Service Dalam meningkatkan mutu Pelayanan Nasabah Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak 56

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 58

B. Saran 59

DAFTAR PUSTAKA..... 60

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Dana Pihak Ketiga..... 2

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Sisteatika Perumusan Strategi Perusahaan..... 13

Gambar 2.2 Lima Kekuatan Persaingan Porter..... 17

Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT. Bank Sumut Syariah..... 40

BAB I

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 Hadist. Dengan kata lain, Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainya dengan lalu lintas pembayaran

[1] PT.Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak, Medan, 2019.

serta peredaran uang yang pengoperasionalannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam.

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 melambatnya pertumbuhan asset, dana pihak ketiga (DPK), dan pertumbuhan pembiayaan.[2]

Berikut adalah tabel Pertumbuhan Dana Pihak Ketiga Pada PT. Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak

Tabel 1.1 Dana Pihak Ketiga

Dana Pihak Ketiga				
GIRO	239,917	261,720	21,803	109,09%
TABUNGAN	23,831,350	23,028,738	-802,612	96,62%
DEPOSITO	10,763,100	10,860,000	96,900	100,90%

Sumber : Kasmir, 2005

Dari tabel diatas dapat kita lihat bersama bahwa dana pihak ketiga GIRO 109,09%, sementara tabungan 96,62%, dan Deposito 100,90%. Dari ketiga jenis produk tabungan diatas dapat disimpulkan bahwa GIRO yang memiliki angka yang paling tertinggi, Deposito diperingkat kedua, dan Tabungan diperingkat ketiga.

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

Menurut Kasmir, SE., MM. peranan *customer service* adalah mempertahankan nasabah lama agar tetap setia menjadi nasabah kita melalui pembinaan hubungan yang lebih akrab dengan nasabah. Dan juga berusaha untuk mendapatkan nasabah baru untuk melalui berbagai pendekatan juga meyakinkan nasabah tentang kualitas produk yang dimiliki.[3]

Secara umum pengertian customer service adaalah 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.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan, penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian yang berjudul**: "Peranan *Customer Service* Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Nasabah Pada Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak"**

B. Rumusan Masalah

1. Apa kendala dan solusi yang dihadapi customer service dalam meningkatkan mutu pelayanan kepada nasabah PT. Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak?
2. Bagaimana strategi pelayanan customer service pada PT. Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak ?

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

C. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi *customer service* dalam pelayanan kepada nasabah Bank sumut syariah capem hamparan perak.
2. Untuk mengetahui strategi pelayanan *customer service* pada Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberi manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

   Menambah wawasan serta pengetahuan bagi peneliti.

2. Bagi PT. Bank Sumut Syariah

   Perusahaan ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran atau masukkan dalam menentukan kebijakan *customer service* dalam meningkatkan mutu pelayanan nasabah pada bank sumut syariah cabang pembantu Hamparan Perak.

3. Bagi Akademisi

   Untuk memperkuat penelitian sebelumnya berkenaan dengan adanya strategi pelayanan *customer service* pada Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak.

E. Metode Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Melalui metode deskriptif data dikumpulkan, disusun, dikelompokkan, dianalisis, kemudian di integrasikan 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 Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak.

2. Teknik Pengumpulan Data

   Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah :

   a. Pengamatan (Observasi), yakni melakukan pengamatan secara langsung pada objek yang diteliti.
   b. Wawancara (interview), yakni melakukan tanya jawab dengan pihak-pihak yang berwenang dalam perusahaan tersebut untuk memperoleh keterangan yang berkait dengan penulisan skripsi ini. Wawancara yang dilakukan dengan karyawan Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak.

F. Sistematika Penulisan

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

Dalam ini diuraikan gambaran umum perusahaan, produk-produk Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak, daftar pemegang saham, deskripsi jabatan dan budaya kerja di Bank Sumut 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 Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak.

BAB V Penutup

Dalam bab ini akan diuraikan kesimpulan dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Strategi

1. Pengertian Strategi

Secara etimologi strategi berasal dari bahasa yunani yaitu "*strategos*" yang berarti jendral. Pada awalnya kata "strategi" digunakan untuk kepentingan militer saja tetapi kemudian berkembang berbagai bidang yang berbeda seperti strategi ekonomi. Pemasaran, manajemen strategic dan lain sebagainya.[4]

Sejalan dengan uraian di atas, dari sudut etimologi berarti penggunaan kata "strategi" dalam manajemen sebuah organisasi. Dapat diartikan sebagai kiat, cara dan taktik utama yang dirancang secara sistematik dalam melaksanakan fungsi-funsi manajemen. Yang terarah pada tujuan strategi organisasi.

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 factor terpenting agar perusahaan dapat berjalan dengan baik.[5]

---

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

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

Pengertian strategi ada beberapa macam sebagaimana dikemukakan oleh para ahli dalam bukunya karya mereka masing-masing. Untuk mengetahui lebih jelas mengenai pengertian strategi yang dikemukakan oleh beberapa pakar diantaranya :

Hamel dan Prahalad (1995): strategi merupakan tindakan yang bersifat senantiasa meningkat/*incremental* dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentanng apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa yang akan datang. Jadi, strategi kali ini dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai apa yang terjadi.[6]

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.

Menurut Prof. Dr. Onong Uchyana Efendi, MA, strategi merupakan perencanaan (*planning)* dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan, akan tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya memberikan arah saja, melainkan harus mampu menunjukan bagaimana taktik operasionalnya.

[6] Thomas Sumarsan, *System Pengendalian Manajemen, (*Jakarta: Indeks, 2013), h. 62.

a. 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. Proses strategi terdiri dari tiga tahapan:

1) 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

2) 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, pengarahan 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.

3) 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.

b. Macam – Macam Strategi

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

1) Strategi Pemimpin Pasar (*market leader)*

   Pemimpin pasar adalah perusahaan yang diakui oleh industri 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.

2) Strategi Pematang Pasar

   Pematang pasar adalah perusahaan *runner-up* yang secara konstan mencoba memperbesar pangsa pasar mereka, yang dalam usaha tersebut mereka berharap secara terbuka dan langsung dengan pemimpin pasar. Strategi yang dilakukanmya adalah dengan menentukan lawan dan sasaran strategi serta memilih penyerangan.

3) Strategi Pengikut Pasar (*market follower)*

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

4) Strategi Penggarap Pasar *(market nicher)*

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

2. Tingkatan Strategi

Strategi terdapat pada berbagai tingkatan dalam sebuah organisasi. Tingkatan strategi dapat dibagi atas 3 bagian, yaitu :

a. Strategi Korporat (*Corporate Strategy*)

Suatu pernyataan maksud sebuah perusahaan, arah pertumbuhannya dan tujuan jangka panjangnya. Tujuan korporat perusahaan terpusat pada sebuah pertanyaan kunci: bisnis apa yang harus digeluti perusahaan Strategi korporasi akan menentukan apakah bentuk kegiatan bisnis dari organisasi tersebut, perlukah satu perusahaan diintegrasikan dengan perusahaan lain atau harus berdiri sendiri-sendiri dan bagaimana bisnis tersebut berhubungan dengan masyarakat.[7]

b. Strategi Bisnis (*Business Strategy*)

Pernyataan rinci definisi, misi, tujuan unit bisnis dan rencana yang akan digunakan untuk mencapai tujuan jangka panjang perusahaan. Isu utama strategi pada level ini ialah berkenaan dengan persaingan di suatu pasar oleh setiap unit bisnis, misalnya apa saja keuntungan terhadap

[7] Ibid, h. 62.

pesaing, apa peluang yang dapat dimanfaatkan, bagaimana perusahaan harus mengalokasikan sumber dayanya untuk mencapai posisi kompetitif yang diinginkan.

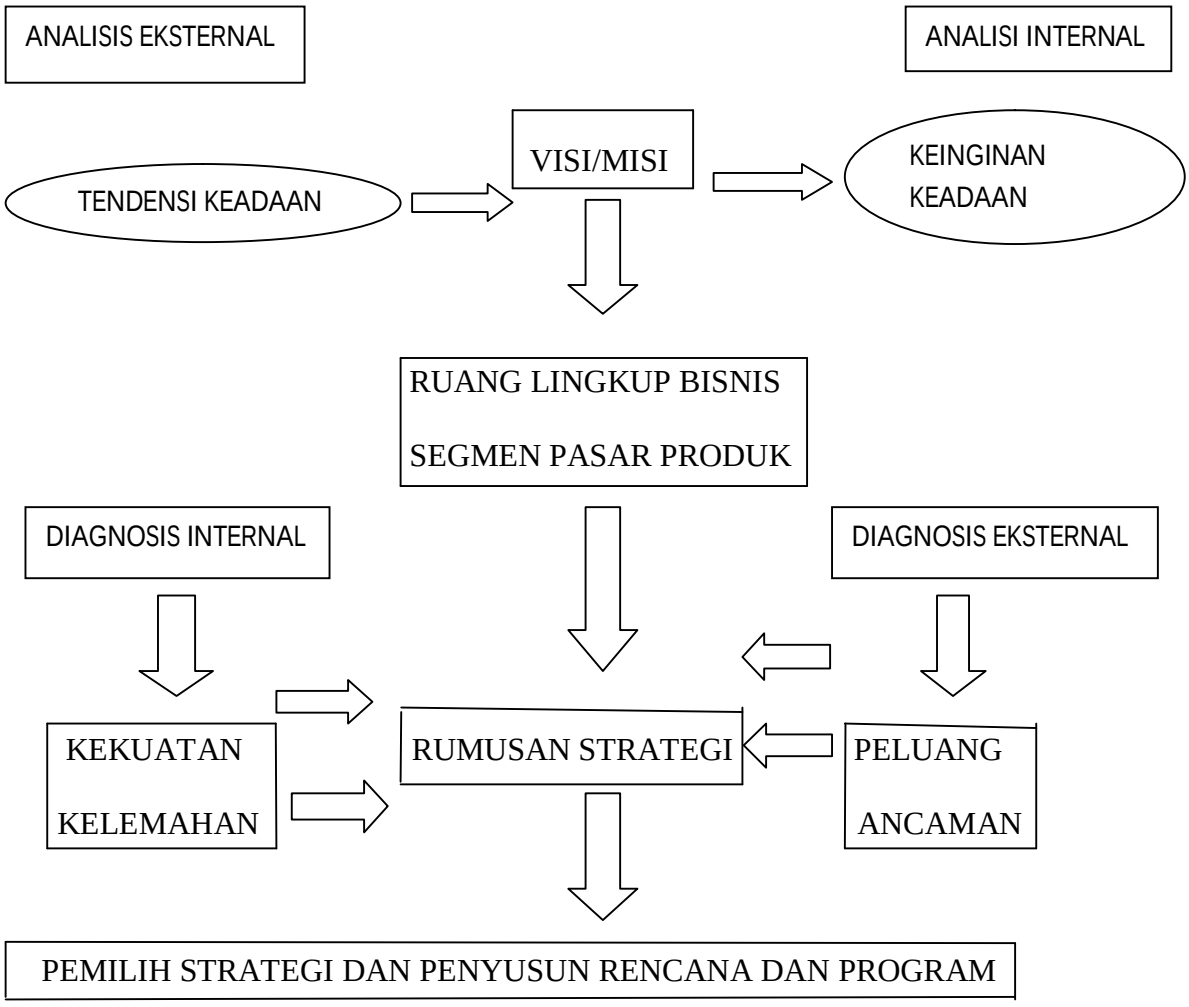
c. Strategi Operasional/Fungsional (*OperationalFunctional Strategy)*

Suatu pernyataan rinci tujuan jangka pendek dan metode yang akan digunakan oleh suatu bidang operasional untuk mencapai tujuan jangka pendek unit bisnisnya. Isu utama strategi pada level ini berkenaan dengan bagaimana masing-masing bagian dari organisasi dapat dirangka secara bersama-sama membentuk *strategic architecture* yang secara efektif mampu menghasilkan arah strategik.

3. Proses dan Model Perumusan Strategi

Untuk memfokuskan pengembangunan strategi perusahaan yang efektif maka dilakukan analisis perusahaan pada saat ini. Berikut adalah kerangka konseptual untuk merumuskan strategi-strategi perusahaan.

Sistematika Perumusan Strategi Perusahaan



Sumber : Thomas Sumarsan, 2013

Gambar 2.1 Sistematika Perumusan Strategi Perusahaan

Perumusan strategi dimulai dari identifikasi permasalahan, analisis faktor-faktor yang mempengaruhi dengan pengamatan kondisi yang lalu, analisis lingkungan internal dan analisis lingkungan eksternal sampai kepada tahap penerapan strategi.[8]

[8] Thomas Sumarsan, *System Pengendalian Manajemen, (*Jakarta: Indeks, 2013), h.63.

Analisi lingkungan internal meliputi analisis tentang keinginan *stake holder* termasuk struktur organisasi perusahaan, manajemen perusahaan, posisi keuangan perusahaan dan keadaan karyawan perusahaan yang meliputi tingkat pendidikan, pengalaman, keterampilan dan lain-lain. Liputi tingkat pendidikan, pengalaman, keterampilan dan lain-lain. Analisis terhadap lingkungan eksternal perusahaan meliputi tedensi dan keadaan faktor-faktor eksternal lainnya seperti pengaruh hukum, kecenderungan perkembangan politik, ekonomi, sosial budaya, teknologi dan tingkat persaingan bisnis. Berdasarkan hasil analisis tersebut dapat dirumuskan atau dievaluasi visi dan misi perusahaan yang sesuai dengan ruang lingkup bisnis. Selanjutnya, diagnostik terhadap lingkungan internal dan eksternal akan memberikan kejelasan tentang kekuatan dan kelemahan perusahaan serta peluang dan tantangan yang dihadapi oleh perusahaan dimasa yang akan datang. Dengan memperhatikan rumusan visi dan misi, ruang lingkup bisnis, faktor kekuatan dan kelemahan serta peluang dan tantangan dirumuskan strategi-strategi yang efektif bagi perusahaan. Visi merefleksikan nilai, tujuan bisnis dan komitmen dari perusahaan. Misi merupakan penjelasan mengenai siapa perusahaan itu sebenarnya, apa yang dilakukan dan ke arah mana tujuan perusahaan.

Proses perumusan strategi terdiri dari 3 tahapan, yaitu :

a. Formulasi Strategi

Formulasi strategi terdiri dari serangkaian kegiatan yang meliputi:

1) Menentukan kekuatan kekuatan dan kelemahan kelemahan internal
2) Mengidentifikasi peluang-peluang dan ancaman ancaman eksternal

3) Membuat visi dan misi bisnis.
4) Menetapkan tujuan jangka panjang.
5) Membangun strategi-strategi alternatif.
6) Memilih strategi tertentu untuk dilaksanakan

b. Implementasi Strategi.

Membuat tujuan jangka pendek, membuat kebijak-kebijakan, melakukan desain struktur organisasi, mengalokasi dan mengendalika sumber daya serta me-manage perubahan strategi.

c. Evaluasi dan Pengendalian Kinerja

1) Meninjau kembali faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi dasar strategi yang ada sekarang.
2) Mengukur kinerja, seperti : kinerja keuangan, kinerja penjualan, kinerja produksi, dan kinerja lainnya.
3) Mengambil tindakan tindakan korektif.

4. Analisis Strategi

a. Analisis LE PEST C

Modal analisis lingkungan eksternal terdiri dari tujuh unsur, yaitu faktor legal, ekologikal, politik, ekonomi, sosial, teknologi, kompetisi.Perubahan atau perkembangan pada masing-masing faktor akan mempengaruhi kegiatan dan kinerja organisasi.[9] Misalnya apabila perekonomian dua/nasional mengalami penurunan dengan bangkrutnya Lehman and Brothers pada tahun 2008 dan pengajuan

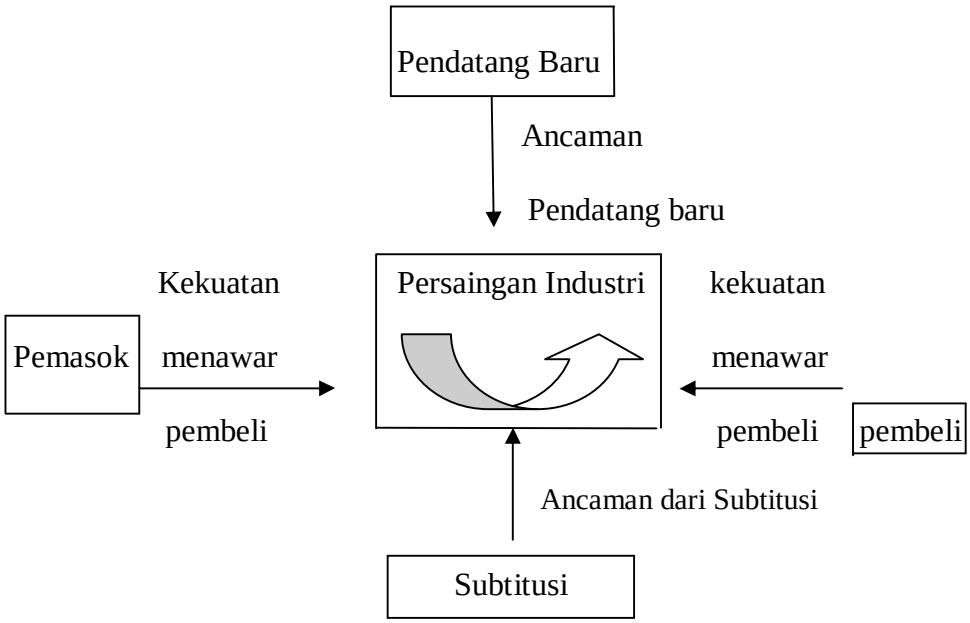
[9] Thomas Sumarsan, *System Pengendalian Manajemen, (*Jakarta: Indeks, 2013), h.65.

perlindungan kebangruktan oleh perusahaan General Motor pada Juni 2009 pengadilan di Amerika Serikat. General Motor adalah perusahaan mobil terbesar di Amerika sepanjang 77 tahun yang pada awal Juni 2009 mengajukan perlindungan pailit pada pengadilan setempat. Penurunan perekonomian dunia mengakibatkan daya beli masyarakat melemah maka perusahaan ditantang untuk mengurangi pemborosan sehingga jika perusahaan menjual dengan harga lebih rendah maka keuntungannya tidak menurun secara signifikan.

b. Lima Kekuatan PORTER

Michael E. Porter dalam bukunya *Competitive Strategy-Techniques For Analyzing Industries And Competitoris* menggambarkan lima kekuatan persaiangan menghadapi suatu perusahaan. Secara diagramatika, lima kekuatan tersebut dijelaskan.

Lima Kekuatan Persaingan Porter



Sumber : Thomas Sumarsan, 2013

Gambar 2.2 : Lima Kekuatan Persaingan Porter

Threat of Entry yang bisa digunakan untuk menghalangi masuknya atau munculnya perusahaan yang baru adalah :[10]

1) Skala ekonomis (*economies of scale*). Skala ekonomis berarti turunnya biaya satuan unit yang diproduksi, akan tetapi pada suatu jumlah tertentu perusahaan akan memasuki skala disekonomis. Contoh biaya untuk memproduksi 5 ton permen adalah Rp. 25 per unit permen, apabila perusahaan meningkatkan produksinya menjadi 5.5 ton maka biaya per unit permen adalah Rp. 24. Hal ini disebabkan biaya produksi tetap, seperti biaya penyusutan, biaya tetap lainnya mengalami penurunan sebagai akibat peningkatan

[10] Thomas Sumarsan, System Pengendalian Manajemen, (Jakarta: Indeks, 2013), h.66.

produksi. Diferensiasi produk *(product differentiation*). Diferensiasi produk dapat dilakukan dengan periklanan, pelayanan pelanggan, perbedaan produk dari segi bentuk, cita rasa, merek dan lainnya.

2) Kebutuhan Modal (*capital requirement*). Kebutuhan akan modal yang besar akan menghambat munculnya perusahaan baru.
3) Identifikasi Merek (*brand identification*). Merek yang kuat merupakan keunggulan kompetitif yang sulit untuk diikuti oleh pesaing lain.
4) Biaya beralih/pindah (*switching cost*). Biaya pindah/peralihan adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan jika pindah/beralih ke produk lain, seperti perusahaan harus melatih karyawannya.
5) Akses ke saluran distribusi (*access to distribution channel*). Kalau perusahaan kuat dan mapan dalam mendistribusikan produknya secara merata dan menjangkau ke pelosok, sehingga hal ini akan menghambat perusahaan baru untuk masuk bisnis yang sama.
6) Akses ke teknologi terkini (*access to latest technology*). Teknologi adalah penting untuk memajukan bisnis akan tetapi lebih baik lagi jika diterapkan teknologi yang sesuai dengan kebutuhan bisnis. Membeli teknologi yang mahal tetapi tidak digunakan sepenuhnya oleh organisasi merupakan hal yang tidak produktif.

7) Pengalaman dan pembelajaran (*Experience and learning effects*). Semakin lama sebuah organisasi beroperasi maka semakin produktif organisasi tersebut beroperasi.

Kekuatan menawar dari pelanggan (*bargaining power of buyers*)

Kekuatan menawar dari pelanggan adalah sebagai berikut:[11]

1) Jumlah pelanggan (*number of important buyers*). Jika jumlah pelanggan yang banyak akan meningkatkan kekuatan perusahaan dan sebaliknya jika jumlah pelanggan yang sedikit maka akan meningkatkan kelemahan perusahaan. Misalkan perusahaan XYZ hanya memiliki satu pelanggan dan pelanggan memberikan kontribusi penjualan Rp. 2 miliar per bulan.
2) Ketersediaan produk substitusi (*availability of substitutes of the industry products*). Semakin banyak jumlah substitusi terhadap produk perusahaan maka organisasi tersebut harus beroperasi lebih kreatif.
3) Biaya beralih pelanggan (*buyer switching costs*).
4) Pelanggan melakukan strategi integrasi backward (*buyer's threat of backward integration*). Yang dimaksud dengan backward integration adalah integrasi baik/mundur.
5) Produk atau jasa yang berkualitas (*contribution to quality or service of buyers*). Jika produk yang berkualitas tinggi maka pelanggan tidak peka terhadap harga.

[11] Thomas Sumarsan, System Pengendalian Manajemen, (Jakarta: Indeks, 2013), h.67.

c. Tiga Strategi Generik PORTER

Menurut Porter, strategi generik akan memungkinkan organisasi memperoleh keunggulan kompetitif dari tiga basis berikut:[12]

1) Kepemimpinan biaya (*cost leadership*).
2) Diferensiasi (*differentiation*).
3) Fokus (*focus*).

Cost leadership menekan pada upaya memproduksi produk-produk standar pada tingkat harga yang sangat rendah per satuan harga bagi para konsumen yang sensitif terhadap harga. Strategi *cost leadership* dapat efektif dalam suatu bidang industri apabila:[13]

a) Pasar terdiri dari pembeli yang sensitif terhadap harga.
b) Hanya ada beberapa cara untuk mencapai differensiasi produk.
c) Pembeli tidak peduli tentang perbedaan antara merek yang satu dengan merek yang lain.
d) Ada sejumlah besar pembeli dengan daya beli yang tinggi.

Untuk menjadi sukses dalam *cost leadership* maka diperlukan: efisiensi yang tinggi dan partisipasi pekerja yang luas dalam upaya pengendalian biaya. Strategi differensiasi adalah suatu strategi yang bertujuan untuk menghasilkan produk-produk dan jasa yang dianggap spesifik dalam bidang industri dan ditujukan kepada para konsumen yang tidak sensitif terhadap harga.

---

[12] Ibid, h. 67

[13] Thomas Sumarsan, System Pengendalian Manajemen, (Jakarta : Indeks,2013),h. 71

d. Strategi Integrasi Vertikal

Strategi integrasi vertikal adalah memperluas jaringan distribusi dan pemasok. Strategi memperluas jaringan (strategi menguasai jaringan distribusi atau menuju ke hilir) disebut dengan *forward integration*, sedangkan memperluas jaringan pemasok (atau strategi yang bergerak ke belakang atau ke hulu) disebut backward integration.

e. Analisis Internal

Disamping faktor eksternal, kondisi faktor internal juga sangat mempengaruhi perumusan strategi yang efektif dalam meningkatkan daya saing. Tujuannya adalah mengidentifikasikan kekuatan, kelemahan, ancaman dan hambatan, sehingga dapat memanfaatkan kekuatan perusahaan untuk menutupi kelemahan yang sekaligus mengurangi ancaman dan mengambil peluang yang ada. Keadaan internal perusahaan perlu dianalisis meliputi berbagai bidang antara lain ialah:

1) Manajemen (*Management*)

   Menganalisis struktur organisasi, deskripsi dan spesifikasi pekerjaan, serta budaya organisasi.

2) Pemasaran (*Marketing*)

   Menganalisis bentuk, harga dan pangsa pasar produk, rencana pemasaran, pendidikan dan pengalaman manajer dan staf bagian

pemasaran, saluran distribusi produk hingga ke tangan pelanggan masih handal dan efektif.

Mengukur penjualan dan pangsa pasar perusahaan adalah berguna tetapi sulit menunjukkan berapa besar tingkat loyalitas pelanggan terhadap perusahaan.

f. Analisis Rantai Nilai

Value Chain Analysis adalah suatu alat analisis yang menjelaskan hubungan antara kegiatan-kegiatan dalam dan sekitar organisasi seta kekuatan daya kompetitifnya. Kegiatan-kegiatan utama terdiri dari:[14]

1) *Inbound Logistic*, yaitu kegiatan yang berhubungan dengan penerimaan, penyimpanan dan pengeluaran semua *input* yang digunakan/dibutuhkan dalam pembuatan produk.
2) *Operations*, yaitu kegiatan mentransformasikan semua infut menjadi produk jadi, yang termasuk semua mesin.
3) *Outbound Logistic, yaitu* kegiatan yang berhubungan dengan penyimanan dan pendistribusikan produk kepada pelanggan.
4) *Marketing/Sales,* yaitu kegiatan yang berhubungan dengan penganalan produk kepada pelanggan, termasuk didalamnya administrasi, pengiklanan, dan penjualan.
5) *Service,* yaitu kegiatan yang ditujukan kepada peningkatan nilai dari produk seperti instalasi, perbaikan, dan training.

[14] Thomas Sumarsan, *System Pengendalian Manajemen, (*Jakarta: Indeks, 2013), h.73.

g. Matrik Boston Consulting Group (Pertumbuhan – Pangsa Pasar)

Boston Consulting Group mengembangkan sebuah konsep ke dalam model portofolio yang menghubungkan matrik pertumbuhan dan pangsa pasar. Matrik pertumbuhan pangsa pasar dikenal dengan Matrik BCG. Matrik ini sangat sederhana dan dengan mudah dapat dihitung sehingga memberikan manfaat dalam menganalisis portofolio.

1) Dimensi Pertumbuhan

   Pertumbuhan akan permintaan atas sebuah produk adalah informasi terbaik untuk sebuah organisasi sehingga organisasi berpeluang untuk menggali potensi dari pemakai-pemakai baru yang datang walau pun belum mengembangkan loyalitas mereka terhadap produk. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan pangsa pasar yang selalu dihubungkan dengan kurva pengalaman.

2) Dimensi Pangsa Pasar

   Dimensi kedua dari matrik BCG adalah pangsa pasar yang ditunjukkan adalam sumbu horiontal pada gambar diatas. Contoh pengalaman produksi kumulatif akan mengahasilkan harga-harga unit yang lebih rendah karena waktu pembelajaran, peningkatan teknologi di dalam produksi atau operasional perusahaan, dan perancangan produk baru kembali untuk menggantikan produk yang sudah mulai menurun (daur hidup produk).

B. Mutu Pelayanan

1. Pengertian pelayanan

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, pelayanan berasal dari kata “layan” yang artinya membantu menyiapkan (mengurus) apa apa yang diperlukan seeorang. Jadi, kata “pelayanan” adalah:[15]

a) Perihal atau cara melayani,
b) Usaha melayani kebutuhan orang lain dengan memperoleh imbalan,
c) Kemudahan yang diberikan sebuhungan dengan jual beli barang atau jasa.

Dalam definisi lain, menyebutkan pelayanan adalah sebagai suatu tindakan atau perbuatan seseorang atau oraganisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani 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.

---

[15] Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), h. 647.

3. Strategi Pelayanan

Strategi disni dimaksudkan sebagai suatu kegiatan proses pengaturan dalam mengimplementasikan sebuah strategi perusahaan sehingga keluaran dari strategi tersebut bisa memenuhi standard kualitas yang diharapkan oleh perusahaan.Strategi jangka panjang merupakan sebuah strategi yang diterpakan untuk beroerientasi pada kemitraan yang kuat dan langgeng secara individual (Garbarino & Jonhson, 1999), sementara itu untuk memelihara efisiensi ekonomi, model internalisasi memfokuskan pada isu-isi structural dalam hubungan kinerja, dengan sedikit pergantian pada strategi kompetisi yang lain.[16]

Mereka yang mempelajari perusahaan multinasional dari dua sudut pandang ini kelihatannya terus-menerus berada dalam konflik, bertahan dengan pandangan masing-masing dan menunjukan ketidakcocokan pandangan mereka pada dunia (Buckley, 1988; Dunning, 1988).

Burney (1991) menyatakan bahwa keunggulan strategi berasal dari kepemilikan atas sumber data yang: Bernilai, langkah, tidak dapat ditiru secara sempurna, tidak tersubstitusikan secara sempurna. Model bersasis sumber daya berfokus pada perlindungan terhadap sumber daya yang unik dan mengaplikasikan FSR (*Firm Specific Resources)* untuk memperoleh keunggulan strategi.

[16] Kasmir, Pemasaran Bank, (Jakarta: Kencana, 2010), h. 179.

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

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ ٱللَّهِ لِنتَ لَهُمْ ۖ وَلَوْ كُنتَ فَظًّا غَلِيظَ ٱلْقَلْبِ لَٱنفَضُّوا۟
مِنْ حَوْلِكَ ۖ فَٱعْفُ عَنْهُمْ وَٱسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِى ٱلْأَمْرِ ۖ فَإِذَا عَزَمْتَ
فَتَوَكَّلْ عَلَى ٱللَّهِ ۚ إِنَّ ٱللَّهَ يُحِبُّ ٱلْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

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)[17]

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

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

nasabah seorang pegawai bank haruslah bersikap ramah dan lemah lembut sehingga nasabah merasa nyaman, senang dan puas ketikamelakukan transaksi. Ketika nasabah merasa pelayanannya bagus maka nasabah tersebut akan terus menggunakan jasa bank tersebut.

C. Customer Service

1. Pengertian Customer Service

Sebagai lembaga keuangan, bank memiliki tugas memberikan jasa keungan melalui penitipan uang (simpanan), peminjaman uang kecil (kredit), serta jasa-jasa keuangan lainnya. Oleh karena itu, bank harus dapat menjaga kepercayaan dari nasabahnya.Untuk meningkatkan citra perbankan, maka bank perlu menyiapkan karyawan yang mampu menangani keinganan dan kebutuhan nasabahnya.[18]

Customer service memegang peranan sangat penting. Dalam dunia perbankan tugas utama seorang *customer service* memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat. *Customer service* bank dalam melayani para nasabah selalu berusaha menarik denagan cara merayu para calon nasabah menjadi nasabah bank yang bersangkutan dengan berbagai cara. *Customer service* juga harus dapat menjaga nasabah lama agar tetap menjadi nasabah bank. Oleh karena itu, tugas *customer service* merupakan tulang punggung kegiatan operasionaal dalam dunia perbankan.

[18] Kasmir, Pemasaran Bank, (Jakarta: Kencana, 2010), h. 180.

2. Peranan Customer Service

Customer service memegang peranan yang sanagt 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.

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 mendapatkan nasabah baru, melalui berbagai pendekatan, misalnya meyakinkan nasabah untuk menjadi nasabah kita dan mampu menyakinkan nasabah tentang kualitas produk kita.

3. Fungsi dan Tugas Customer Service

Sebagai seorang *customer service* tentu telah ditetapkan fungsi dan tugas yang harus diembannya. Fungsi dan tugas-tugas *customer service* harus benar-benar dipahami sehingga seorang *customer service* dapat menjalankan tugasnya secara prima. Dalam praktiknya fungsi *customer service* adalah sebagai berikut:[19]

[19] Kasmir, Pemasaran Bank, (Jakarta: Kencana, 2010), h.181.

a. Sebagai resepsionisnya, artinya seorang *customer service* berfungsi sebagai penerima tamu yang datang ke bank.
b. Sebagai *Deskman*, artinya seorang *customer service* berfungsi sebagai orang yang melayani berbagai macam aplikasi yang diajukan nasabah atau calon nasabah.
c. Sebagai *Salesman,* artinya *customer service* berfungsi sebagai orang yang menjual produk perbankan sekaligus sebagai pelaksana *cross selling.*
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.
e. Sebagai komunikator, artinya *customer service* berfungsi sebagai orang yang menghubungi nasabah dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungannya antara bank dengan nasabah.

Kemudian tugas-tugas *customer service* yang sesuai dengan fungsi-fungsinya adalah sebagai berikut:[20]

1) Sebagai resepsionis

   Dalam hal ini *customer service* bertugas menerima tamu/nasabah yang datang ke bank dengan ramah tamah, sopan, tenang, simpatik, menarik, dan menyenangkan.

[20] Ibid, h. 181

2) Sebagai *Deskman*

Sebagai *Dekman* tugasnya *customer service* antara lain memberikan informasi mengenai produk-produk bank, menjelaskan manfaat dan ciri-ciri produk bank. Kemudian menjawab pertanyaan nasabah mengenai produk bank serta membantu nasabah mengisi formulir aplikasi.

3) Sebagai *Salesman*

Sebagai *Salesman*, tugas *customer service* bank adalah menjual produk perbankan, melakukan *cross selling*, mengadakan pendekatan, dan mencari nasabah baru. Berusaha membujuk nasabah yang baru serta berusaha mempertahankan nasabah yang lama.

4) Sebagai *Customer Relation Officer*

Dalam hal ini tugas seorang *Costumer service* harus menjaga *image* bank dengan cara membina hubungan baik dengan seluruh nasabah, sehingga nasabah merasa senang, puas, dan makin percaya kepada bank.

5) Sebagai Komunikator

Tugas *customer service* yang terakhir sebagai komunikator adalah memberikan segala informasi dan kemudahan-kemudahan kepada nasabah. Di samping itu, juga sebagai tempat menampung keluhan, keberatan, atau konsultasi.

D. Nasabah

1. Pengertian Nasabah

Nasabah merupakan pihak yang menggunakan jasa bank. Penghimpunan dana dan pemberian kredit merupakan pelayanan jasa perbankan yang utama dari semua kegiatan lembaga keuangan bank. Berdasarkan pasal 1 angka (16) UU perbankan diintroduksikan rumusan nasabah yaitu nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank. Rumusan tersebut kemudian diperinci pada butir berikutnya, yaitu sebagai berikut:

a. Nasabah Penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya dibank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan
b. Nasabah Debitur adalah nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.

Di dalam praktik-praktik perbankan, dikenal 3 macam nasabah antara lain:

1) Nasabah deposan, yaitu nasabah yang menyimpan dananya disuatu bank, misalnya dalam bentuk deposito atau tabungan;
2) Nasabah yang memanfaatkan fasilitas kredit perbankan, misalnya kredit usaha kecil, kredit pemilikan nasabah dan sebagainya;

3) Nasabah yang melakukan transaksi dengan pihak lain melalui benk, misalnya, transaksi antara importir sebagai pembeli dan ekspor di luar negeri.

2. Sifat-sifat Nasabah

Dalam melayani nasabah sebaiknya *customer service* mampu memahami dan mengerti akan sifat-sifat masing-masing nasabahnya. Hal ini disebabkan masing-masing nasabah memiliki sifat-sifat yang berbeda, misalnya daerah asal, agama, pendidikan, pengalaman, dan budaya. Berikut ini sifat-sifat nasabah yang harus dikenal.

Sebagaimana firman Allah SWT dalam Surah Al-Isra':84

قُلْ كُلٌّ يَعْمَلُ عَلَى شَاكِلَتِهِ فَرَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَى سَبِيلًا **(٨٤)**

"Artinya : Katakanlah (muhammad), "Tiap-tiap orang berbuat menurut keadaannya masing-masing". Maka Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya".[21]

a. Nasabah dianggap sebagai raja

Petugas *customer service* harus menganggap nasabah adalah raja,artinya seorang raja harus dipenuhi semua keinginan dan kebutuhannya.

b. Mau dipenuhi keinginan dan kebutuhannya

Kedatangan nasabah ke bank adalah agar hasrat atau keinginannya terpenuhi, baik berupa informasi, pengisian aplikasi, atau keluhan-

[21] Departemen Agama RI, *Al-Quran Dan Terjemahannya*.

keluhan. Jadi, tugas petugas customer service adalah berusaha memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.

c. Tidak mau didebat dan tidak mau disinggung

Sudah merupakan hukum alam bahwa nasabah paling tidak suka dibantah atau didebat. Usaha setiap pelayanan dilakukan melalui diskusi yang santai dan rileks. Pandai-pandailah mengemukakan pendapat sehingga nasabah tidak mudah tersinggung.

d. Nasabah mau diperhatikan

Nasabah yang datang ke bank pada hakikatnya ingin memperoleh perhatian. Jangan sekali-kali menyepelekan atau membiarkan nasabah, berikan perhatian secara penuh sehingga nasabah benar-benar merasa diperhatikan.

e. Nasabah merupakan sumber pendapatan bank

Pendapatan utama bank adalah dari transaksi yang dilakukan oleh nasabahnya. Karena itu, jika membiarkan nasabah berarti menghilangkan pendapatan. Nasabah merupakan sumber pendapatan yang harus dijaga.

3. Sebab-sebab Nasabah Kabur

Sekalipun pelayanan yang diberikan sudah maksimal, kadang-kadang masih saja nasabah tidak puas,sehingga pada akhirnya malah kabur ke bank saiangan kita. Oleh karena itu, setiap karyawan bank lebih khusus lagi petugas customer service harus dapat mengerti dan memahami sebab-sebab nasabah kabur

meninggalkan bank berikut cara pencegahannya. Berikut ini beberapa sebab nasabah meninggalkan bank, yaitu :[22]

a. Pelayanan yang tidak memuaskan

Banyak hal yang menyebabkan nasabah tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan. Nasabah merasa tidak dilayani dengan baik (dicuekin), merasa disepelekan atau tidak diperhatikan atau nasabah merasa tersinggung.

b. Produk yang tidak baik

Kelengkapan produk yang ditawarkan kurang sehingga pilihan yang sesuai dengan keinginan nasabah tidak tersedia. Produk yang ditawarkan tidak memiliki kelebihan atau keunggulan tertentu jika dibandingkan dengan produk yang ditawarkan pesaing.

c. Ingkar janji dan tidak tepat waktu

Petugas customer service tidak menempati janji seperti waktu pelayanan. Begitu juga dengan penyelesaian pekerjaan yang tidak sesuai dengan keinginan nasabah.

d. Biaya yang relatif mahal

Biaya yang dibebankan kepada nasabah relatif mahal jika dibandingkan dari bank pesaing, seperti biaya administrasi, bunga biaya iuran, atau biaya lainnya. Hal ini juga menyebabkan nasabah lari dari bank yang bersangkutan kebank lain.

[22] Kasmir, Pemasaran Bank, (Jakarta: Kencana, 2010), h. 188.

BAB III

GAMBARAN PERUSAHAAN

A. Sejarah Singkat, Visi, Misi, Budaya dan Logo PT. Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak

1. Sejarah Singkat Perusahaan

Pendirian unit usaha syariah didasarkan pada kultur masyarakat Sumatra Utara yang religius , khususnya umat Islamyang semakin sadar akan pentingnya menjalankan ajarannya dalam semua aspek kehidupan , termasuk dalam bidang ekonomi . Gagasan dan wacana untuk mendirikan unit usaha syariah sebenarnya telah berkembang cukup lama di kalangan stakeholder Bank Sumut , khususnya Direksi dan Komisaris , yaitu sejak dikeluarkannya UU No.10 Tahun 1998 yang memberikan kesempatan bagi bank konvensional untuk mendirikan unit usaha syariah .

PT. Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu unit usaha syariah diresmikan pada tanggal 04 Nopember 2004 , dengan dibukanya 2 unit Kantor Operasional

yaitu :[23]

a. Kantor Cabang Syariah Medan
b. Kantor Cabang Syariah Padang Sidimpuan.

Sejalan dengan beriringan waktu , sampai dengan tahun 2018 ini Bank Sumut Syariah unit usaha syariah telah memiliki 22 kantor

[23] PT. Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak, 2019

operasional yang terdiri dari 6 kantor cabang dan 16 cabang pembantu yang tersebar di Medan dan kota – kota besar lainnya di Sumatra Utara .

Tantangan dan strategi Bank SUMUT Unit Usaha Syariah ialah ‘Kami menyadari tantangan yang dihadapi Bank SUMUT Unit Usaha Syariah kedepan akan semakin berat , namun dengn komitmen dan usaha yang maksimal melalui organisasi pemasaran di kantor Cabang maupun kantor Cabang Pembantu , kemampuan SDM dalam menganalisis dan menyalurkan kredit , serta variasi produk – produk , program – program kerja serta pengembangan usaha bank yang maksimal serta stimulasi ekonomi yang mendukung tentunya akan mampu mendorong perkembangan yang positif disisi permintaan sehingga pertumbuhan ekonomi akan stabil.

2. Visi Dan Misi Perusahaan

Adapun visi dan misi dari PT. Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak Unit Usaha Syariah ialah.[24] “Menjadi bank andalan untuk membantu dan mendorong pertumbuhan perekonomian dan pembangunan daerah di segala bidang serta sebagai salah satu sumber pendapatan daerah dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat”.

Adapun misi dari PT. Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak ialah “Mengelola dana Pemerintah dan Masyarakat secara profesional yang didasarkan pada prinsip – prinsip *compliance*”.

[24] PT. Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak, 2019

3. Budaya dan Logo PT. Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Syariah Hamparan Perak

Adapun Statement Budaya Perusahaan adalah :[25]

a. Statement Budaya Perusahaan

Adapun PT. Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak Unit Usaha Syariah sebagai bank yang beroprasi atas dasar prinsip menetapkan budaya yang spesifik yaitu ‘Memberikan layanan terbaik.’

b. Logo dan Makna Logo

1) Logo Bank Sumut Syariah

2) Makna Logo Bank Sumut Syariah

Kata kunci dari Logo PT. Bank Pembangunan Daerah Sumut Unit Usaha Syariah adalah sinergy yaitu kerjasama yang erat sebagai langkah lanjut dalam rangka meningkatkan taraf hidup yang lebih baik, berbekal kemauan keras yang didasari dengan profesinalisme dan siap memberikan pelayanan yang terbaik.

Bantu logo PT. Bank Pembangunan Daerah Sumut Unit Usaha Syariah menggambarkan dua elemen yaitu dalam bentuk huruf ‘U’ yang saling bersinergy membentuk huruf ‘S’ yang merupakan kata

[25] www.banksumut.com

awal dari Sumut . Sebuah gambaran bentuk kerjasama yang erat antara PT. Bank Sumut Syariah dengan masyarakat Sumatra Utara , sebagaimana yang tertera pada visi Bank Sumut .

Warna orange yang ada pada logo Bank Sumut sebagai simbol suatu hasrat untuk terus maju yang dilakukan energik yang dipadu dengan warna biru yang sportif dan professional , sebagaimana yang terungkap dalam misi Bank Sumut .

Warna putih dalam logo Bank Sumut mengungkapkan ketulusan hati dalam melayani nasabah sebagaimana yang ada dalam motto atau statement budaya Bank Sumut .

Jenis huruf platini bold yang sederhana dan mudah dibaca . Penulis Bank dengan huruf kecil dan Sumut dengan huruf capital guna lebih mengedepankan Sumatra Utara , sebagai gambaran keinginan dan dukungan untuk membangun dan membesarkan Sumatra Utara . Adapun penjelasan tentang angka 8 adalah sebagai berikut :

Setiap implementasi dari standar layanan Bank Sumut masing-masing berjumlah dengan delapan butir yang terinspirasi dari huruf ‘S’ pada logo Bank Sumut . Angka delapan adalah angka bulat yang tidak terputus dalam penulisannya dan melaksanakan proses pelayanan pada nasabah yang tanpa henti.

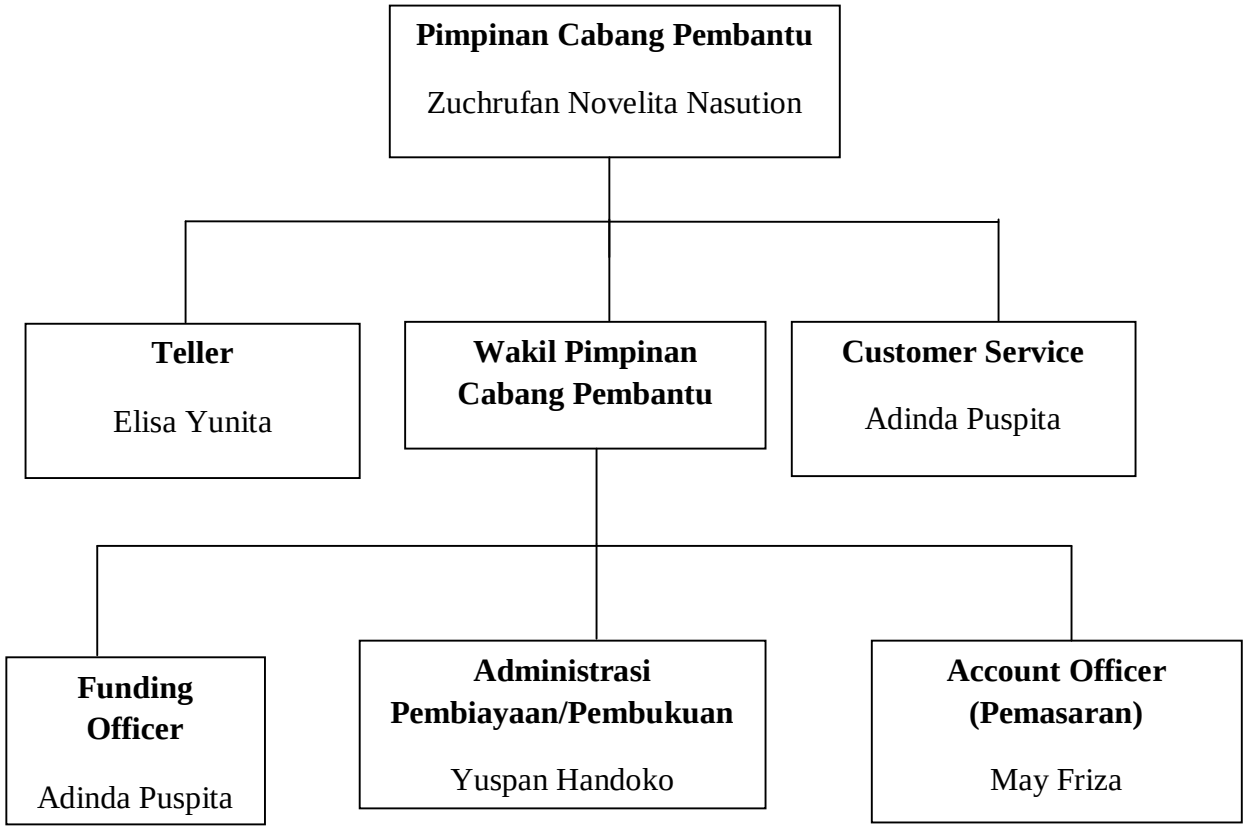
4. Struktur Perusahaan dan Pembagian Tugas PT. Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak

a. Stuktur Organisasi Perusahaan

Organisasi merupakan gambaran skematis tentang hubungan tugas dan tanggung jawab dan kerjasama dari orang – orang yang terdapat didalam perusahaan dalam rangka secara bersama – sama untuk mencapai tujuan .[26]Berikut ini adalah stuktur organisasi di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak :

[26] PT. Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak,2019

Struktur Organisasi PT. Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Syariah Hamparan Perak



Sumber : Bank Sumut Syariah, 2019

Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT. Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak

b. Pembagian Tugas PT. Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak

1) Tugas pimpinan cabang pembantu syariah

Adapun Tugas Pimpinan Cabang Pembantu PT. Bank Sumut Syariah:[27]

[27] www.banksumut.com

a) Memimpin , mengkoordinasi mengarahkan , membimbing , mengawasi , dan mengevaluasi
    - Kegiatan penghimpun dana , penyalur pembiayaan , pemasaran jasa – jasa bank dan pemasaran layanan syariah sesuai rencana bank .
    - Kegiatan administrasi pembiayaan, pengeloalaan likuiditas, penyelesaian pembiayaan non lencer , pembuat laporan dan kearsipan sesuai ketentuan yang berlaku.
    - Kepatuhan pejabat dan pegawai terhadap pelaksanaan SOP dilingkungan kantor Cabang Pembantu Syariah dan unit kantor dibawahnya.
    - Pelaksanaan Standar pelayanan Bank Sumut oleh pejabat dan pegawai dilingkungan kantor Cabang Pembantu Syariah dan unit kantor dibawahnya.
    - Penggunaan teknologi informasi oleh pejabat dan pegawai dilingkungan kantor Cbanag Pembantu Syariah dan unit kantor dibawahnya.
b) Mengajukan rencana anggaran , investasi , inventaris dan jaringan kantor untuk dituangkan kedalam rencana kerja anggaran tahunan bank.
c) Memberikan sikap proses pengambilan keputusan dan memastikan resiko – resiko yang diambil atas setiap dalam keputusan dalam

batas tolenransi yang tidak merugikan Bank baik saat ini maupun masa yang akan datang.

d) Meminilisirkan setiap potensi resiko yang mungkin terjadi pada kegiatan operasional , pembiayaan , likuiditas , pasar , dan resiko lainnya.

e) Melaporkan setiap risiko yang berpotensi terjadi atas setiap kegiatan kantor Cabang Pembantu Syariah kepada Direksi.

f) Memantau dan memastikan serta melaporkan setiap transaksi yang dikategorikan transaksi keuangan tunai (cash transaction) dan transaksi keuangan mencurigakan (supercious transcation).

g) Melakukan evaluasi atas kinerja unit kantor/kerja dibawahnya.

h) Mengelola dana pemerintah daerah (untuk unit kantor yang ada rekening ke daerah) dan menjaga agar tidak beralih ke bank lain.

i) Mengamankan kunci penyimpanan uang dan surat berharga/surat agunan pembiayaan.

j) Menghadiri dan memberikan pendapat dalam rapat kelompok pemutus pembiayaan.

k) Menyelenggarakan acara secara serah terima jabatan dan pengambilan sumpah jabatan kepada pegawai yang dipromosikan sebagai pejabat struktual dibawahnya sesuai periodik dalam yang berlaku.

l) Memberikan saran atau pertimbangan kepala Direksi tentang langkah – langkah yang perlu diambil dibidang tugasnya.

m) Melakukan koordinasi kerja dengan unit kerja di kantor pusat maupun nit kerja dibawahnya.

n) Mewakili bank dalam mengadakan hubungan/kerjasama dengan pihak lain berkaitan pelaksaan fungsi kantor cabang pembantu syariah.

o) Membantu laporan terkait operasional bank sesuai ketentuan yang berlaku.

p) Melaksanakan tugas lainnya sesuai fungsi dan aktivitas kantor cabang pembantu syariah.

2) Tugas Wakil Pimpinan Cabang Pembantu PT. Bank Sumut Syariah

Adapun tugas wakil pimpinan cabang pembantu adalah :[28]

Membantu pimpinan cabang pembantu syariah dalam :

a) Mengajukan rencana anggaran , investasi , inventaris untuk unit kerja dibawah koordinasi yang akan dituangkan kedalam rencana kerja anggaran tahunan bank.

b) Menyusun program kerja dibawah koordinasinya sehubung dengan upaya pencapaian terget rencana kerja dan melakukan pemantauan serta mengepaluasi pelaksanaan.

c) Menindak lanjuti hasil temuan dan atau rekomendasi control Intern Satuan Pemeriksaan Internal (SPI) Pemeriksaan eksternal serta melaporkan tindak lanjut temuan kepada pimpinan cabang pembantu syariah.

[28] www.banksumut.com

d) Melakukan evaluasi atas kinerja unit kantor/kerja dibawah koordinasinya.
e) Menghadiri dan memberikan pendapat dalam rapat kelompok pemutus pembiayaan.
f) Memeriksa kebenaran lampiran neraca.
g) Memberikan saran atau pertimbangan kepada pimpinan cabang pembantu.
h) Melakukan koordinasi kerja dengan unit kerja dikantor pusat maupun unit kerja dibawah koordinasinya.
i) Membuat laporan terkait Operasional Bank sesuai ketentuan yang berlaku.
j) Melaksanakan tugas lainnya sesuai fungsi dan aktivitas unit kerja dibawah koordinasinya.

3) Tugas Seksi Pemasaran

Adapun tugas dari seksi pemasaran antara lain :[29]

a) Mengelola pelaksanaan sistem dan prosedur bidang pemasaran .
b) Melakukan serta mengembangkan pemasaran produk dan jasa bank.
c) Memproses permohonan serta mengelola kredit komersial.
d) Memproses permohonan serta mengelola kredit konsumtif.
e) Memproses permohonan serta mengelola kredit program.
f) Memproses permohonan serta mengelola kredit kecil dan mikro.

[29] PT. Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan, 2019

g) Melaksanakan penilaian terhadap agunan kredit.

h) Melakukan analisis manajemen resiko kredit.

i) Mengelola pelaksanaan prinsip kehati – hatian dan kepatuhan terhadap sistem dan prosedur , peraturan Bank Indonesia , peraturan perundang – undangan serta inten bank lainnya yang berlaku.

j) Mempertanggung jawabkan pelaksaan tuga pokok, fungsi serta kegiatannya.

4) Seksi Administrasi Pembiayaan

a) Membuat nota , akad yang berhubungan dengan pencairan pembiayaan.

b) Membuat register pembayaran notaris dan asuransi.

c) Follow up register pembiayaan (penagihan nasabah yang menunggak).

d) Mengarsip berkas pembiayaan.

e) Membuat laporan terkait pembiayaan.

5) Seksi Pelayanan Nasabah

a) Customer Services

- Pembukaan rekening baru.
- *Croseling* produk (menawarkan produk lain yang dibutuhkan nasabah).
- *Handling compline* (penanganan keluhan nasabah).
- Penerbitan surat keterangan bank , buku cek.

- Penerbitan ATM dan penutupan ATM.
- Melakukan perubahan dan pengkinian data nasabah.
- Membuat laporan terkait dengan pelayanan nasabah.
- Nasabah (menjaga nasabah) , misalkan mengucapkan selamat ulang tahun kepada nasabah.

b) Teller

- Menerima nasabah untuk setoran nasabah .
- Penarikan tunai nasabah antara kantor maupun unit operasional
- Melakukan transaksi penarikan dan peemindahan bukan (over booking).
- Pembuatan laporan koreksi.
- Pengaduan nasabah terkait dalam pembayaran melalui teller.

c) Seksi Operasional

Membantu pimpinan cabang syariah dalam :[30]

- Mengkoordinasi pembuatan perhitungan ongkos yang masih harus dibayar pada akhir tahun buku .
- Mengatur pemakaian kendaraan dinas untuk keperluan kantor .
- Mengatur penjilitan nota – nota dan dokumen penyimpanan .
- Melakukan administrasi dan pendistribusian surat menyurat dan mengawasi , memelihara serta mengatur ruang arsip kantor .

[30] PT. Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak,2019

- Memonitor dan mengerjakan pengiriman surat melalui tromol pos maupun pengantar surat.
- Melakukan evaluasi atas kinerja seksi operasional.

5. Produk dan Kegiatan Usaha PT. Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak

a. Produk PT. Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak

1) Produk Penghimpun Dana (funding)

Adapun produk PT. Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak Unit Usaha Syariah yang bersifat menghimpun dana adalah :

- Tabungan marwah (Martabe Wadiah)
- Tabungan Makbul.
- Tabungan Marhamah (Martabe bagi hasil Mudharabah).
- Deposito ibadah.
- Simpanan Giro Wadiah.

2) Produk Penyalur Dana (Lending).

Adapun produk PT.Bank Pembangunan Daerah Sumut Unit Usaha Syariah yang bersifat menyalurkan dana adalah :[31]

- Pembiayaan Mudharabah
- Pembiayaan Murabahah
- Pembiayaan Musyarakah
- Pinjaman (Qardh) dengan gadai Emas

3) Memberikan jasa – jasa bank lain

[31] PT. Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak,2019

Adapun jasa yang ditawarkan PT.Bank Pembangunan Daerah Sumut Unit Usaha Syariah adalah :

- Kiriman uang (Transfer)
- Kliring
- Bank garansi

b. Kegiatan usaha PT. Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak

Adapun kegiatan usaha PT. Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak adalah :[32]

1) Kegiatan penghimpun dana , penyalur pembiayaan , pemasaran jasa – jasa bank dan pemasaran layanan syariah sesuai rencana bank .
2) Kegiatan administrasi pembiayaan, pengeloalaan likuiditas , penyelesaian pembiayaan non lencer , pembuat laporan dan kearsipan sesuai ketentuan yang berlaku.
3) Kepatuhan pejabat dan pegawai terhadap pelaksanaan SOP dilingkungan kantor Cabang Pembantu Syariah dan unit kantor dibawahnya.
4) Pelaksanaan Standar pelayanan Bank Sumut oleh pejabat dan pegawai dilingkungan kantor Cabang Pembantu Syariah dan unit kantor dibawahnya.

[32] www.banksumut.com

5) Penggunaan teknologi informasi oleh pejabat dan pegawai dilingkungan kantor Cabang Pembantu Syariah dan unit kantor dibawahnya.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Pelayanan Customer Service Pada Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak

Pelayanan nasabah atau *customer service* di Bank merupakan jasa yang diberikan oleh Bank kepada nasabah pada khususnya dan masyarakat pada umumnya yang berkaitan dengan kegiatan usaha dan operasional Bank sehari-hari. Terjadinya persaingan antar Bank yang semakin ketat seperti sekarang ini berdampak kepada semua nasabah. Nasabah berkeinginan atau dapat memilih pelayanan yang terbaik dari Bank yang membuat puas mereka. Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak Banyumanik harus bisamemberikan pelayanan yang tepat, cepat, dan keramahan petugas Bank baik dari segi produk atau jasa yang ditawarkan maupun masalah pelayanan yang di berikan kepada nasabahnya harus bisa membuat puas para nasabah.

Dalam rangka menjaga dan meningkatkan kepercayaan pelanggan, setiap pengusaha perlu menjaga citra positif produk dan perusahaan di mata pelanggannya atau masyarakat umumnya. Citra ini dapat dibangun melalui kualitas produk, kualitas pelayanan, dan jaminan keamanan. Tanpa citra yang positif, kepercayaan yang sedang akan dibangun tidak akan efektif.[33]

Untuk meningkatkan citra perusahaan, wirausahawan perlu menyiapkan sumber daya manusia (karyawan) yang mampu menangani keinginan dan kebutuhan pelanggan ini kita sebut *customer service (CS)* atau ada juga yang menyebutnya *service assistance (SA)*.

[33] PT. Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak,2019

Strategi pelayanan yang mendasar yang dilakukan oleh *customer service* pada Bank Sumut SyariahCabang Hamparan Perak:

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 mengawasi komunikasi dengan memberikan salam yang hangat kedapa nasabah.

2. Komunikatif

Costumer Service harus memiliki keahlian dibidang komunikasi, keahlian tersebut merupakan salah satu keahlian yang harus diperhatikan karena karyawan pada bidang customer service hadapan langsung oleh nasabah yang memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Selain itu penting juga diperhatikan gaya komunikasi yang jelas dan terarh agar tidak timbul kesalah pahaman.

3. *Name Tag* yang Selalu Diperhatikan

Pada bagian ini merupakan hal yang kecil namun berdampak cukup besar bagi pelayanan yng diberikan.Tujuan seorang *customer service* memperlihatkan kartu identitas berupa *name tag* agar nasabh mengenali karyawan tersebut. Jika suatu saat pelayana 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.[34] Diantara ketiga straregi dasar tersebut ada 3 (tiga) strategi utama guna meningkatkan

[34]Adinda, *customer service*. PT Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak, wawancara pribadi, rabu 13 februari 2019, jam 15.00 wib.

pelayanan terhadap nasabah yang dilakukan *customer service* di Bank Sumut Syariah Capem Hamparan Perak diantaranya adalah:

a. Mengadakan Pelatihan Berupa *Roll-play*

Roll-play yaitu bentuk evaluasi yang bertujuan untk meningkatkan sebuah pelayanan yang diberikan kepada nasabah, mulai menyapa, berbicara mengenalkan produk,-produk Bank Sumut Syariah. Selain itu *Roll play* ini bertujuan agar c*ustomer* service tetap pada jalur SOP yang telah ditentukan dan pelatihan ini juga bertujuan untuk *me-refresh* kinerja *customer service* yang hampir setiap hari bertatapan muka dengan nasabah, agar*customer sevice* memahami prilaku nasabah sehingga mengetahui apa yang sebenarnya dibutuhkan oleh nasabah tersebut.

Selain itu, peltihan 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 Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak.

b. 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 know ledge.* Sehingga jikaada nasabah yang bertanya, mereka dapat memahami dan menjawab dengan baik.

Sebelum dilakukan *test,*ada diskusi *online* terlebih dahulu. Tes ini biasanya dilakukan 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.

c. *Sharing* Setiap Minggu

Sharing perdivisi khususnya bagian operasional dilakukan setiap hari seninsebelum jam kerja dimulai.Biasanya membahas tentang produk terbaru atauketentuan terbaru yang harus diketahui.

Sehingga *customer service* dapat memberitahukan kepada nasabah jika ada ketentuan terbaru, dan dapat melakukan kepada nasabah jika ada ketentuan terbaru, dan dapat melakukan *cross selling* terhadap nasabah.

Ada 5 dimensi yang diterapkan dalam meningkatkan kualitas pelayanan di Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak, diantaranya: [35]

1) 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* mecerminkan citra diri perusahan.Standar penampilan dibutuhkan

[35] Adinda, *customer service*. PT Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak, wawancara pribadi, rabu 13 februari 2019, jam 15.00 wib.

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 Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak adalah:

a. 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.
b. 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.
c. Rias wajah tidak mencolok dan tidak berlebihan.
d. Menggunakan sepatu formal berwarna hitam dan bersih.
e. Memakai ID *Card*sesuai papan nama dan dipasangan di sebelah kiri.
f. Tidak memakai aksesories berlebihan.

d. Dimensi Jaminan (*Assurance*)

Mencakup pengetahuan, keramahtamahan para karyawan dan kemampuan mereka untuk kepercayaan dan keyakinan pelanggan *customer service* di sumut syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak

dalam memberikan pelayanan tidak hanya kepada orang yang sudah menjadi nasabah,tetapi juga 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 Sumut 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* Sumut 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.[36]

e. Dimensi Keandalan (*Reliability*)

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

[36] Adinda, *customer service*. PT Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak, wawancara pribadi, rabu 13 februari 2019, jam 15.00 wib.

f. 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 *supervisio*ratau *manager*.

g. 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 Sumut 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* Sumut 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.[37]

B. Kendala-kendala dan Solusi Customer Service Dalam meningkatkan mutu Pelayanan Nasabah Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak

Kendala-kendala *customer service* dalam meningkatkan mutu pelayanan kepada nasabah Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak adalah sebagai berikut:

1. Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM)

Pada Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu 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 Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak. 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

[37] Adinda, *customer service*. PT Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak, wawancara pribadi, rabu 13 februari 2019, jam 15.00 wib.

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 pelayana oleh *customer service.*

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 Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak yaitu diantaranya:

1. Kendala yang dihadapi *Customer Service* dalam meningkatkan mutu pelayanan kepada nasabah Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak 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 Bank Sumut 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.

2. 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 lainya. *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.

B. SARAN

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

1. Disarankan kepada Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak tetap mengadakan pelatihan-pelatihan dan pendidikan yang lebih untuk bagian *customer servive* agar dapat meningkatkan kinerja pegawai Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak. Dan disarankan juga kedepannya Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu

Hamparan Perak 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 Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak hendaknya dibuka cabang pembantu dimedan agar lebih mempermudah nasabah untuk bertransaksi tanpa harus menunggu antrian terlalu lama.

DAFTAR PUSTAKA

Arthesa, Ade dan Handiman Edia. *Bank Dan Lembaga Keuangan Bukan Bank,* Jakarta Barat: PT Indeks, 2009.

Christoper Lovelock. *pemasaran jasa* Jakarta: Erlangga, 2010.

Departemen Pendidikan Nasisonal. *Kamus Besar Bahasa Indonesia,* Jakarta: Balai Pustaka, 2007.

Departemen Agama RI, *Al-Quran Dan Terjemahannya.*

Efendi, Onong Uchyana. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek,* Bandung PT.Remaja Rosdakarya, 1992.

Fisher, Hellen. *Layanan NasabahDalam Seminggu,* Jakarta-Indonesia, 2004.

Kadarman, A.M. *Pengantar Ilmu Manajemen,* Jakarta: Prenhallindo, 2001.

Kasmir. *Pemasaran Bank,* Jakarta: Kencana, 2010.

Mubun, B.N. *Kamus Manajemen.* Jakarta: Pustaka Sinar Harian, 2003.

Micbach, Irwan. *Bank Syariah : Kualitas Pelayanan, Kepuasan dan Kepercayaan.* Makassar: Alauddin University Press, 2013.

PT. Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak, 2019

Sumarsan, Thomas. *Sistem Pengendalian Manajemen.* Jakarta : Indeks, 2013.

Ticoala dan Agus Dharma, *Kebijakan dan Strategi Manajemen,* Cet II,(Jakarta: Erlangga, 1997) hal.18

www.banksumut.com

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di labuhan deli, tepatnya di jalan young panah hijau gang cempaka lingk 8 medan marelan pada tanggal 14 april 1998 putri dari pasangan suami-istri Afrizal dan Aminah.

Penulis menyelesaikan pendidikan tingkat SD di SD Negeri 067264 jl. Young panah hijau Gg. Wakaaf kel. Labuhan deli pada tahun 2010, tingkat SMP di SMP Swasta Muhammadiyah-06 Belawan pada tahun 2013, dan tingkat SMA Hang Tuah Belawan pada tahun 2016, kemudian melanjutkan kuliah di Fakulatas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan mulai tahun 2016.