

Analisis Komunikasi *Customer Service* dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Nasabah pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk Unit Sawang Cabang Lhokseumawe

Abstract: *This study aims to find out about the role of Customer Service in improving the quality of customer service at PT Bank Syariah Indonesia Tbk Sawang Unit, Lhokseumawe Branch. Samples were obtained by 20 respondents and interviews were conducted with employees at PT Bank Syariah Indonesia Tbk Sawang Unit, Lhokseumawe Branch. The results of data analysis show the role of PT Bank Syariah unit Sawang's customer service in improving service quality, through an interpersonal communication approach, which includes good performance customer service as well as good and continuous communication patterns that can effectively improve service quality which can increase customer or prospective customer satisfaction against PT Bank Syariah Indonesia Tbk Sawang unit Lhokseumawe Branch.*

Keywords: *Communication, Customer Service, Services*

Sutriani¹, Hamdiah²

^{1,2} Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Malikussaleh

*Correspondent:
sutriani@unimal.ac.id

PENDAHULUAN

Dunia perbankan masa sekarang ini mengalami kemajuan yang sangat pesat. Hal tersebut dapat dilihat dengan makin banyaknya bank baru di Indonesia, sehingga persaingan antar bank pun semakin tinggi, persaingan antar bank tidak hanya terletak pada bentuk produk yang di tawarkan tetapi juga pada segi pelayanan yang diberikan.

Seiring ketatnya persaingan tersebut, bank-bank nasional yang ingin melanjutkan perkembangan antara lain dengan peningkatan mutu pelayanannya dalam upaya meningkatkan pelayanan kepada nasabah, peranan *Customer Service* sangat besar, apabila *Customer Service* bekerja dengan memberi pelayanan yang baik maka nasabah maupun masyarakat akan merasa puas dan percaya pada bank dimana kepercayaan masyarakat merupakan hal yang penting bagi bank, bentuk pelayanan yang diberikan termasuk menerima keluhan atau masalah yang sedang dihadapi seorang nasabah, *Customer Service* harus pandai dalam mencari jalan keluar untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh nasabahnya.

Untuk meningkatkan kinerja perbankan dan kepercayaan nasabah, dikarenakan perbankan merupakan bank jasa, maka pelayanan yang diberikan harus dapat memberikan kepuasan terhadap nasabahnya, pelayanan merupakan suatu jalan untuk mempertahankan agar selalu didekati dan diangkat oleh nasabah, program pelayanan nasabah yang diberikan merupakan pelayanan yang terbaik sehingga nasabah tersebut tidak akan pindah ke bank yang lain.

Berdasarkan amatan awal penelitian ini dilakukan observasi, secara umum penulis menilai bahwa pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk unit Sawang Cabang Lhokseumawe telah memiliki mutu pelayanan yang baik, namun ada beberapa kendala yang terjadi. Adapun kekurangan pelayanan yang dilakukan dilihat dari adanya tingkat kemandirian, kualitas maupun kuantitas dari beberapa karyawan yang masih bermasalah, yang mana ditandai dengan adanya kelalaian pelayanan dengan nasabah, hal ini berdampak pada kurang efektifnya pelayanan kepada nasabah oleh sebagian kecil karyawan PT Bank Syariah Indonesia Tbk unit Sawang Cabang Lhokseumawe. Berdasarkan fenomena yang terjadi di lapangan maka tujuan dari tulisan ini yaitu: "Untuk mengetahui peran *customer service* dalam meningkatkan mutu pelayanan nasabah Pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk unit Sawang Cabang telaah kepustakaan melalui literatur karya tulis ilmiah, buku buku dan literatur lainnya yang relevan dengan penelitian.

KAJIAN PUSTAKA

Customer Service

Pengertian *Customer Service* secara umum merupakan petugas atau pegawai yang disediakan oleh sebuah perusahaan melayani secara langsung setiap pelanggan atau *costumer* yang berupa menjawab pertanyaan-pertanyaan, memberikan informasi-informasi yang diperlukan oleh masabah serta menanggapi segala keluhan-keluhan yang berhubungan dengan produk yang ditawarkan.

Sedangkan Menurut Kasmir (2008) *Customer Service* adalah setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditunjukkan untuk memberikan kepuasan nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi kegiatan dan kebutuhan nasabah. *Costumer Service* adalah sebagai ujung tombok perbankan dalam melayani nasabah dan membina hubungan baik dengan nasabah serta memberikan kepuasan kepada nasabah, kepuasan nasabah yang dimaksudkan disini ialah rasa puas, rasa senang, rasa nyaman dan aman yang didapatkan oleh nasabah atas perlakuan dan informasi yang diberikan oleh *Costumer Service* ataupun terhadap segala macam bentuk cara penyelesaian masalah yang dihadapi oleh nasabah dapat diselesaikan dengan baik.

Costumer Service memegang peran yang sangat penting dalam dunia perbankan, tugas utama *Costumer Service* yaitu membina hubungan baik dengan nasabah. Selanjutnya menurut Edvardsson (2010) *Costumer Service* adalah jasa atau layanan yang merupakan kegiatan, proses dan interaksi serta merupakan perubahan dalam kondisi orang atau sesuatu dalam dalam kepemilikan pelanggan.

Tugas Customer Service

Suatu pelayanan, tugas tersebut harus dilakukan secara sungguh-sungguh mengingat betapa pentingnya peran *Customer Service* bagi bank. Menurut Kasmir (2009) pengertian tugas-tugas *Customer Service* adalah hal-hal yang harus dilakukan atau dijalankan oleh *Customer Service* dalam tugas melayani nasabah. Setiap tugas yang dijalankan harus dilakukan dengan sungguh-sungguh karena melayani nasabah bukanlah hal yang ringan. Tugas *Customer Service* antara lain yaitu :

- a. Memberikan pelayanan kepada nasabah yang berkaitan dengan pembukaan rekening tabungan, giro, deposito, dan permohonan nasabah yang lainnya.
- b. Menerima, melayani dan mengatasi permasalahan yang disampaikan oleh nasabah sehubungan dengan ketidakpuasan nasabah atas pelayanan yang diberikan oleh *Customer Service*.

- c. Mengadministrasikan daftar hitam Bank Indonesia dan daftar rehabilitas nasabah serta file nasabah.
- d. Memperkenalkan dan menawarkan produk-produk dan jasa yang ada dan yang baru dengan keinginan dan kebutuhan nasabah.
- e. Mengadministrasikan buku cek, *bilyet giro*, dan buku tabungan, memberikan informasi tentang saldo dan mutasi nasabah.

Fungsi Customer Service

Dalam menjalankan suatu fungsi seorang *customer service* harus benar-benar memahami fungsi *customer service* yang harus dijalankan setiap waktu sebagai berikut :

- a. *Front Line Officer* keberadaan bagian *customer service* berada di bagian depan suatu bank, maka *Customer Service* menjadi cerminan penilaian pelayanan suatu bank.
- b. *Liasson Officer Customer Service* merupakan suatu aparat yang menjadi perantara antara bank dengan nasabah.
- c. *Informace Centre Customer Service* merupakan satu-satunya personil yang dengan mudah dihubungi oleh nasabah pada kesempatan pertama maka *customer service* menjadi pusat dan narasumber informasi mengenai jasa dan produk bank.
- d. *Salesman* (penjual), berfungsi sebagai penjual produk, dengan menjual sebagai produk yang ada pada bank, seperti berbagai jenis tabungan, deposito, kredit serta mengetahui keluhan dan keberatan nasabah.
- e. *Servicing* (pelayanan) sesuai dengan fungsi *customer service*, atas nama bank penerima dan menyambut baik kedatangan nasabah sebagai tamu *customer service*, harus dapat bersikap ramah, santun dalam bertutur kata, memiliki *empathy* yang baik dan berbicara yang mudah dan dimengerti oleh nasabah.
- f. *Advisor/konsultan* dalam melayani nasabah tidak jarang pula aparat *customer service* dengan bekal pengetahuan dan wawasan yang bijak sehubungan dengan perencanaan pengelolaan keuangan nasabah.
- g. *Maintenance Customer* permasalahan pembinaan nasabah baru. Seorang *customer service* merupakan *Account Assistant* atau Pembina bagi setiap *account* atau rekening nasabah non kredit.
- h. *Handling Complaint* apabila dalam operasionalnya nasabah tidak puas, karena

terdapat ketidakcocokan atau kesepakatan, permasalahan dan lain sebagainya.

Pelayanan

Menurut Supranto, (2011) Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi karena adanya interaksi antara nasabah dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh bank pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan nasabah. Nasabah/pelanggan akan selalu mengingat jika pelayanan yang diberikan sangat baik dan tidak baik, pihak perusahaan tentu tidak ingin mereka tetap mengingat terlebih jika pelayanan diperusahaan tersebut tidak baik, karena pelanggan tidak hanya melihat produk.

Sedangkan Selanjutnya menurut Moenir (2010) pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor materi melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya. Pelayanan hakikatnya adalah seerangkaian kegiatan, karena itu pelayanan merupakan sebuah proses, sebagai proses pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan, meliputi keseluruhan kehidupan orang dalam masyarakat.

Etika Pelayanan

Dalam mewujudkan etika yang baik dalam memberikan pelayanan dipengaruhi dua faktor. Faktor pertama, yaitu faktor manusia (*costumer service*) yang memberikan pelayanan tersebut. *Costumer service* yang melayani nasabah atau calon nasabah harus memiliki kemampuan melayani secara tepat dan cepat. Di samping itu, *Costumer service* harus memiliki kemampuan dalam berkomunikasi, sopan santun, ramah dan bertanggung jawab penuh terhadap nasabah, serta memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik dalam memahami kebutuhan nasabah atau calon nasabah.

Faktor kedua dalam memberikan pelayanan yang terbaik juga harus diikuti oleh tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan, ketepatan, dan keakuratan pekerjaan. Prasarana dan sarana yang dimiliki harus didukung oleh kemajuan teknologi terkini dan teknologi ini juga harus dioperasikan oleh manusia yang berkualitas pula. Tidak kalah pentingnya adalah untuk menghindari pelanggaran terhadap etika pelayanan yang dapat berakibat *complain* atau buruknya pelayanan yang

diberikan. Akibat dari pelanggaran terhadap etiket pelayanan, dapat menyebabkan nasabah:

- a. menjadi tidak puas dan mungkin untuk sementara waktu tidak akan membeli produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.
- b. meninggalkan atau tidak menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan untuk selamanya.
- c. akan menceritakan keburukan atau ketidakpuasan yang dialaminya kepada nasabah lain yang dapat berdampak nasabah lama maupun nasabah yang baru untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

Agar tidak terjadi pelanggaran dalam etiket pelayanan, terdapat beberapa hal yang harus dihindari ketika memberikan pelayanan, seperti berpakaian sembarangan, melayani nasabah atau tamu sambil makan, melayani nasabah atau tamu sambil mengobrol atau bercanda, menampakkan wajah tidak menyenangkan, berdebat atau menyanggah, meninggalkan nasabah, berbicara terlalu keras atau pelan, meminta imbalan.

Ciri-ciri pelayanan yang baik

Ciri-ciri pelayanan yang baik yang harus segera dapat dipenuhi oleh bank sehingga keinginan nasabah dapat diberikan secara maksimal (Kasmir, 2012) antar lain:

- a. Tersedia sarana dan prasarana yang baik.
- b. Tersedia karyawan yang baik
- c. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai
- d. Mampu melayani secara cepat dan tepat
- e. Mampu berkomunikasi
- f. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi
- g. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik
- h. Berusaha memahami kebutuhan nasabah
- i. Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah.

Nasabah

Pengertian nasabah secara umum merupakan orang atau badan hukum yang mempunyai rekening simpanan atau deposito atau tabungan atau pinjaman pada bank dimana orang atau badan tersebut mempunyai sifat, sikap dan tindakan yang jujur dan bertanggung jawab atau kebiasaan untuk melakukan hal-hal yang baik yang membedakan seseorang dari orang lain. Menurut Abdurachman, (2012) Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank, termasuk pihak yang tidak memiliki

rekening namun memanfaatkan jasa bank untuk melakukan transaksi keuangan. Nasabah adalah orang yang menggunakan jasa dan produk-produk bank untuk kepentingannya.

Sedangkan menurut Saladin, (2012) nasabah adalah orang atau badan yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman pada bank. Nasabah adalah orang yang menjadi penabung dibank dan menyimpan uang dibank serta menjadi pelanggan bank. Selanjutnya menurut Komaruddin, (2013) menyatakan bahwa Nasabah adalah seseorang atau suatu perusahaan yang mempunyai rekening Koran atau deposito atau tabungan serupa lainnya pada sebuah bank.

METODE PENELITIAN

Data

Penelitian ini digunakan di Bank Syariah Indonesia Tbk, unit Sawang Cabang Lhokseumawe. Fokus penelitian pada pelayanan nasabah oleh *Customer Service*.

Metode Pengumpulan Data

Berdasarkan bentuk dan format dalam penelitian ini, maka dapat dikategorikan menggunakan jenis penelitian kualitatif, penelitian kualitatif adalah penelitian yang memaparkan dan bertujuan memberikan penjelasan variable yang akan diteliti. Responden yang digunakan yaitu karyawan PT Bank Syariah Indonesia Tbk unit Sawang Cabang Lhokseumawe di bagian *customer service* berjumlah 20 orang. Data dikumpulkan dengan melakukan survey dan wawancara langsung dengan karyawan.

HASIL PENELITIAN

Peran *Customer Service* di dalam unit organisasi sebagai pelayanan informasi yang juga menjadi sarana komunikasi pemasaran bagi bank sangat penting dan vital dalam membangun hubungan baik dengan nasabah dan meningkatkan upaya intensifikasi dana melalui produk tabungan dan *Customer Service* juga berperan sebagai sumber informasi dan perantara bagi bank dengan nasabah yang ingin mendapatkan jasa-jasa pelayanan maupun produk-produk bank, *Customer Service* juga berperan penting dalam proses pra transaksi, saat transaksi dan pasca transaksi. Mutu pelayanan merupakan suatu kegiatan yang menawarkan produk atau jasa oleh suatu organisasi atau perorangan atau suatu proses membantu orang lain dengan memenuhi kebutuhan untuk mencapai kepuasan, berhubungan baik dan loyalitas.

PT Bank Syariah Indonesia Tbk unit Sawang Cabang Lhokseumawe, pelayanan pelanggan (*customer service*) selama menjalankan perannya mempunyai standar pelayanan khusus dari kantornya yaitu SOP (*Standart Operasional Prosedur*), seperti jika menerima nasabah berdiri, mengucapkan assalamualaikum, kemudian ditanya dengan siapa, mempersilahkan duduk, lalu menanyakan hal-hal yang bisa dibantu. *Customer service* harus dapat menjalankan perannya dengan baik, melayani dengan ramah dan menyampaikan informasi sesuai kebutuhan nasabah dengan jelas dan mudah dipahami, sehingga nasabah merasa senang dan puas. Dalam hal melayani nasabah ada aturan khusus dari lembaga yang disebut *job description* karyawan. Pertama, harus mengucapkan salam. Kedua, tidak boleh bermain handphone. Ketiga, jika ingin menerima telepon saat ada nasabah, maka harus meminta izin terlebih dahulu dengan nasabah. Keempat, harus melayani nasabah dengan sabar.

Peran *customer service* yang kita ketahui yaitu memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah dan calon nasabah. Selain mempunyai SOP khusus, PT Bank Syariah Indonesia Tbk unit Sawang Cabang Lhokseumawe juga menerapkan bentuk pelayanan prima 3S yaitu senyum, sapa, dan salam. Hal ini tidak hanya diterapkan oleh *customer service* saja, tetapi semua bagian pelayanan seperti *teller* dan *security*.

Berdasarkan hasil keterangan di atas, selain aturan khusus dari lembaga berupa Standar Operasional Pelayanan, PT Bank Syariah Indonesia Tbk unit Sawang Cabang Lhokseumawe juga menerapkan pelayanan prima 3S untuk semua bagian pelayanan termasuk *teller* dan *security*. Selain peran-peran yang dijelaskan di atas, *customer service* mempunyai peran utama yaitu berperan menyampaikan informasi yang dibutuhkan nasabah. Dalam hal ini *customer service* PT Bank Syariah Indonesia Tbk unit Sawang Cabang Lhokseumawe berperan menyampaikan informasi yang dibutuhkan nasabah. Jika ada nasabah yang sulit untuk mengerti dengan apa yang disampaikan, maka *customer service* akan memberikan penjelasan secara perlahan dan detail serta dengan bahasa yang mudah dimengerti nasabah sehingga nasabah mengerti dengan apa yang disampaikan oleh *customer service*.

Selain peran-peran tersebut di atas, *customer service* juga mempunyai peran untuk menarik nasabah baru. PT Bank Syariah Indonesia Tbk unit Sawang Cabang Lhokseumawe, *customer service* memang mempunyai peran untuk menarik nasabah baru. Sebagai pemberi informasi bagi nasabah, maka secara tidak langsung *customer service* sudah

menjalankan perannya untuk menarik nasabah baru. Setelah *customer service* tersebut memberikan informasi tentang produk-produk dengan jelas biasanya calon nasabah baru tertarik untuk menjadi nasabah. Dalam hal meningkatkan loyalitas nasabah, *customer service* berperan penting karena *customer service* merupakan tempat utama untuk nasabah dan calon nasabah berkonsultasi.

PENUTUP

Kesimpulan

Customer service sangat berperan penting untuk menunjang fungsi perusahaan yaitu menjembatani atau menjalin hubungan yang baik antara perusahaan dengan nasabah, guna terciptanya komunikasi yang baik diantara keduanya dan terciptanya rasa puas terhadap layanan yang diberikan oleh perusahaan melalui tangan-tangan *customer service* yang sudah diberikan pelatihan secara berkesinambungan dan memenuhi standar pelayanan yang telah ditentukan oleh perusahaan atau yang disebut SOP (*Standart Operasional Prosedur*). Secara tidak langsung *customer service* PT Bank Syariah Indonesia Tbk unit Sawang Cabang Lhokseumawe juga berperan untuk menarik nasabah baru, dan mempertahankan nasabah lama dengan cara menjaga komunikasi tetap lancar serta selalu menjaga silaturahmi dengan nasabah.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian menunjukkan peran *customer service* PT Bank Syariah Tbk unit Sawang Cabang Lhokseumawe dalam meningkatkan mutu pelayanan, melalui pendekatan komunikasi antar pribadi, yang meliputi *good performance customer service* serta pola komunikasi yang baik dan berkesinambungan secara efektif dapat meningkatkan mutu pelayanan yang dapat meningkatkan kepuasan nasabah atau calon nasabah terhadap PT Bank Syariah Indonesia Tbk unit Sawang Cabang Lhokseumawe.

Saran

Adapun saran yang mungkin akan menjadi pertimbangan guna terciptanya kepuasan nasabah terhadap pelayanan pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk unit Sawang Cabang Lhokseumawe yaitu:

1. Kualitas pelayanan yang diberikan *customer service* PT Bank Syariah Indonesia Tbk unit Sawang Cabang Lhokseumawe perlu dipertahankan, karena pengaruh kualitas mutu pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dengan berpedoman pada 5 dimensi,

yaitu keadilan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati atau kepedulian (*emphaty*) dan bukti langsung atau berwujud (*tangibles*).

2. Disarankan kepada *customer service* PT Bank Syariah Indonesia Tbk unit Sawang Cabang Lhokseumawe agar dapat memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada

nasabah dengan memperhatikan proses komunikasi kepada nasabah, sehingga informasi yang diberikan tidak terjadi kesalahpahaman sehingga tidak memperlambat pelayanan kepada nasabah.

REFERENSI

- Atmadji, Arista. (2018). *Layanan Prima dalam Praktik Saat Ini*: Deepublish. Yogyakarta.
- Aw. Suranto. (2011). *Komunikasi Interpersonal*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Buchari Alma, (2013), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung.
- Hasibuan. (2011). *Manajemen sumber daya manusia*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Ikatan Bankir Indonesia. (2014). *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Kasmir. (2012). *Dasar -Dasar Perbankan*. Edisi Revisi 2012: Penerbit PT Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Kasmir. (2013). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Edisi Revisi 2012: PT Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Moenir. (2010). *Manajemen pelayanan umum di Indonesia*. Bumi Aksara. Jakarta
- Rangkut, Freddy. (2017). *Customer Care Excellence*: PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Rahmayanty, Nina (2013). *Manajemen Pelayanan Prima*: Graha Ilmu. Yogyakarta
- Rianto, M. Nur. (2012). *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*: ALFABETA. Bandung
- Suhardjono, Mudrajad Kuncoro, 2002., *Manajemen Perbankan (Teori dan Aplikasi)*, Edisi Pertama, Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Supranto. (2011). *Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Sinambela. (2011). *Reformasi pelayanan public*. PT Bumi Aksara. Jakarta.
- Thoha, Miftah. (2012). *Kepemimpinan dalam manajemen*. Rineka Cipta. Jakarta.