

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak¹. Di era globalisasi membuat dunia menjadi begitu terbuka, termasuk dalam dunia bisnis dan perbankan. Masyarakat sangat membutuhkan kehadiran bank sebagai sarana menyimpan maupun membantu dalam usaha masyarakat baik usaha kecil maupun menengah keatas.

Perkembangan dunia perbankan yang dewasa ini bergerak sangat cepat disertai dengan adanya tantangan-tantangan yang semakin luas dan kompleks, hal tersebut membuat perbankan harus cepat dan tanggap dalam menjalankan fungsi dan tanggung jawabnya melayani masyarakat.²

Dengan semakin berkembangnya perekonomian di bidang keuangan, yang dihadapi Indonesia adalah menyehatkan dunia perbankan agar dapat bersaing dengan perbankan negara lain. Oleh pemerintah bagi bank-bank yang melanggar

¹ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010), hlm. 25.

² Marhaynis Abdul Hay, *Hukum Perbankan di Indonesia* (Jakarta: Pradnya Paramita, 1977), hlm. 3.

ketentuan perbankan yang digolongkan sebagai bank yang tidak sehat akan dilikuidasi atau dibekukan kegiatan operasionalnya.

Upaya yang dilakukan pihak Bank untuk dapat terus melakukan kegiatan perbankannya adalah mematuhi hukum dan ketentuan perbankan yang telah digariskan oleh pemerintah oleh bank melalui bank Indonesia dibidang penarikan ataupun penghimpunan dana, serta memulihkan kepercayaan yang telah diberikan oleh masyarakat kepada bank agar proses perbankan berjalan lancar.³

Implikasi dan hal tersebut tentu adalah tingkat persaingan antara Bank meningkat dengan tajam, umumnya berbagai jenis produk perbankan yang ditawarkan kepada masyarakat. Peningkatan mutu dan jenis serta layanan, pemberian sebagai bonus dan hadiah menarik merupakan bentuk-bentuk antisipasi yang nyata dalam dunia perbankan dalam menarik nasabahnya.

Dengan ketatnya persaingan tersebut, bank-bank nasional yang ingin melanjutkan perkembangan antara lain dengan peningkatan kualitas pelayanannya, dalam upaya meningkatkan pelayanan kepada nasabah, peranan *customer service* sangatlah besar. Apabila *customer service* bekerja dengan pelayanan yang baik maka nasabah maupun masyarakat akan merasa puas dan percaya pada bank dimana kepercayaan masyarakat merupakan hal yang penting bagi bank.

Kepuasan adalah mencerminkan penilaian komparatif seseorang yang merupakan hasil dari kinerja (atau hasil) yang dirasakan dari produk dalam hubungan dengan harapannya. Jika kinerja jauh dibawah harapan, pelanggan tidak

³ Kasmir, *Etika Customer Service* (Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 125.

puas dan kecewa. Jika kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas. Jika kinerja melampaui harapan, pelanggan sangat puas atau sangat senang.⁴

Kepuasan adalah keadaan emosional, reaksi pasca pembelian mereka dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kekecewaan, netralitas, kegembiraan, atau kesenangan.⁵

Pelayanan bagi dunia perbankan adalah kunci yang membedakan suatu bank dengan pesaingnya, sehingga memegang peranan penting dalam pencapaian tujuan perusahaan.

Pelayanan merupakan terjemahan dari istilah *service* dalam bahasa Inggris yang menurut Kotler yang dikutip Tjiptono, yaitu berarti “setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak ke pihak yang lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu “Pelayanan yang dilakukan oleh jasa *frontliner* dalam perbankan menjadi perhatian utama dalam kegiatan operasional bank untuk menyampaikan maupun untuk persaingan antar bank.⁶

Beberapa tahun terakhir ini dunia bisnis ramai membahas tentang pentingnya pelayanan prima (*service excellence*) dalam sebuah bisnis. *Service excellence* merupakan salah satu faktor utama dalam memberikan kepuasan nasabah yang selanjutnya akan berdampak pada keberlangsungan sebuah bisnis (*business sustainable*).

⁴ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Edisi Ketiga Belas Jilid I, 2009). Hal. 31. Terjemahan oleh Adi Maulana dan Wibi Hardani, Jakarta: Erlangga.

⁵ Christopher H. Lovelock dan Lauren K. Wright, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Penerbit: Prenhalindo, 2017), hlm. 102

⁶ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Jakarta: Andi 2004), Ed. III. hlm. 6.

Hal ini kemudian menjadi penting bahwa salah satu faktor para nasabah untuk memilih sebuah bank adalah berdasarkan pada kualitas pelayanan (*quality service*) yang diberikan oleh bank. Dalam praktisnya memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan atau nasabah bukanlah suatu hal yang mudah mengingat banyak kendala yang dihadapi.

Pelayanan yang diberikan oleh *customer service* dalam berbagai jasa bank haruslah mencerminkan pendekatan seutuhnya dari seorang karyawan bank kepada nasabah. Hal ini dilakukan dengan sikap penolong, bersahabat dan profesional yang memuaskan nasabah agar nasabah tersebut datang kembali untuk berbisnis dengan bank kita disamping fasilitas jasa yang dinikmati. Dengan cara seperti ini seorang *customer service* dapat menikmati pekerjaannya dan memajukan kariernya pada bank tersebut.⁷

Disisi lain, meningkatkan kepedulian terhadap konsumen tetap menunjukkan pentingnya memperhatikan komponen loyalitas merek. Tidak cukup hanya menjual, penjual hari ini harus memastikan bahwa pelanggan terus merasa bahwa merek membawa nilai, pelanggan yang puas akan membeli produk baru atau versi baru yang tersedia.⁸

Pemberian jasa layanan yang baik dan efektif kepada nasabah, dimaksudkan untuk dapat lebih meningkatkan loyalitas nasabah dan *cross selling product* dari perusahaan. Beberapa bank yang telah memiliki strategi pemasaran terpadu, mengembangkan tugas dan misi tersebut menjadi lebih efektif, antar a lain dengan

⁷ Arief, Mts. *Pemasaran Jasa & Kualitas Pelayanan Bagaimana Mengelola Kualitas Pelayanan Agar Memuaskan Nasabah* (Malang: PT Al-Maarif, 2007), hlm. 74.

⁸ Abaete De Azevedo And Ricardo Pomeranz, *Customer Obsession* (New York: MC Graw-Hill, 2008), hlm. 25.

mengembangkan tugas dan misi tersebut menjadi lebih efektif dan mengembangkan unit *customer service* nya dengan membentuk unit *private banking*.

Hal ini menunjukkan penekanan kegiatan bank yang semata-mata memberikan pelayanan kegiatan secara khusus kepada sekelompok masyarakat yang mempunyai kepekaan yang tinggi terhadap pelayanan prima (*personalized*). *customer service* juga diharapkan mampu untuk mengelola atau me-manage dan melakukan kegiatan administrasi tentang semua transaksi yang timbul di dalam unitnya serta mengelola harta bank yang tersimpan didalam *vault*.⁹

Setiap bank pasti mempunyai pelayanan prima dari masing-masing pegawainya. Tetapi yang paling penting adalah seorang *customer service* dalam melayani serta menyapa pelanggan dengan ramah dan sopan karena *customer service* adalah ujung tombak dari bank tersebut. Jika *customer service* memberikan *service excellent* dengan baik, maka nasabah akan secara tidak langsung akan merasa nyaman melakukan transaksi di bank tersebut.

PT. Bank BRISyariah yang terletak di Jl. Jendral A.Yani km 3 No. 147C Kebun Bunga Banjarmasin adalah salah satu Unit Usaha Syariah Dari PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk yang terletak di Jakarta.

PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk merupakan kantor pusat dari kantor cabang Bank BRISyariah di Banjarmasin. Berawal dari akuisisi PT. Bank Rakyat Indonesia (persero), Tbk., terhadap Bank Jasa Arta pada 19 Desember 2007 dan setelah mendapatkan izin dari Bank Indonesia pada 16 oktober 2008

⁹ Julius R. Latumaerissa, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain* (Jakarta, Salemba Empat, 2011), hlm. 291

melalui suratnya o.10/67/KEP.GBI/DpG/2008, maka pada tanggal 17 November 2008 PT. Bank BRISyariah secara resmi beroperasi. Kemudian PT. Bank BRI Syariah merubah kegiatan usaha yang semula beroperasi secara konvensional, kemudian diubah menjadi kegiatan perbankan berdasarkan prinsip syariah.

Dalam perluasan jaringan PT. Bank BRISyariah khususnya di provinsi Kalimantan Selatan terdapat lima daerah untuk penempatan PT. Bank BRISyariah, diantaranya: Banjarmasin, Sultan Adam, Pasar Baru, Banjarbaru dan Tanjung. Jadi PT. Bank BRISyariah Cabang Banjarmasin sebagai Kantor Cabang sedangkan untuk posisi-posisi yang lainnya diwilayah Kalimantan Selatan adalah Kantor Cabang Pembantu.¹⁰

PT. Bank BRISyariah KC.Banjarmasin hadir mempersembahkan sebuah bank ritel modern terkemuka dengan layanan *finansial* sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna. Melayani nasabah dengan pelayanan prima dan menawarkan beragam produk yang sesuai harapan nasabah dengan prinsip syariah. PT. Bank BRISyariah Kantor Cabang Banjarmasin pun sangat mementingkan *service excellent* atau pelayanan prima yang diberikan kepada nasabah, karena kenyamanan nasabah sangat diutamakan. Memberikan pelayanan yang prima kepada nasabahnya guna membentuk performance/citra yang baik.

Layanan yang dilakukan harus berlandaskan etika dan bertujuan ibadah dengan niat untuk mendapatkan rida Allah Swt., siapa pun yang datang akan dilayani secara baik, bisa memberikan solusi, harus menimbulkan rasa aman dan

¹⁰ Muhammad Hasby, *financing support manager* BRISyariah KC. Banjarmasin, Kamis 6 Desember 2018.

nyaman, menguntungkan nasabah dan bank, serta senantiasa memberikan layanan yang terbaik secara konsisten dengan mengacu pada *service level* dan *standard operating procedure (consistency)*. Aspek layanan ini memerlukan *opertional excellence* yang membentuk *service level* yang berpengaruh terhadap standar hasil (*standar of result*) yang akan dicapai.¹¹

Jadi untuk meningkatkan pelayanan prima dan kepercayaan nasabah, dikarenakan perbankan merupakan bank jasa, maka pelayanan yang diberikan harus dapat memberikan kepuasan terhadap nasabahnya.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka penulis tertarik untuk memilih yang dituangkan dalam bentuk Skripsi dengan judul ***Service Excellence pada Customer Service di PT. Bank BRISyariah KC. Banjarmasin.***

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang penulis paparkan sebagai bahan laporan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pelaksanaan pelayanan prima pada *customer service* di PT. Bank BRISyariah KC. Banjarmasin ?
2. Apa saja kendala yang dihadapi oleh *customer service* dalam mewujudkan pelayanan prima di PT. BRISyariah KC. Banjarmasin ?

¹¹ Oleh Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank Syariah* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014). hlm. 297.

C. Tujuan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui pelaksanaan pelayanan prima pada *customer service* di PT. Bank BRISyariah KC. Banjarmasin.
2. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi *customer service* dalam mewujudkan pelayanan prima di PT. BRISyariah KC. Banjarmasin.

D. Signifikansi Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penetapan ilmu dan teori serta pengembangan wawasan bagi penulis khususnya mengenai cara kerja *customer service* dalam memberikan pelayanan prima kepada nasabah.
 - b. Bagi mahasiswa dapat menjadi tambahan wawasan dalam hal pembelajaran khususnya pada dunia perbankan. Dan memperluas gambaran dalam penulisan Skripsi Bisa menjadi studi banding dan penunjang dalam penelitian mereka selanjutnya, dan juga sebagai bahan masukan dalam informasi bagi para mahasiswa/i yang ingin masuk pada dunia perbankan.

2. Manfaat Praktis

Sebagai tambahan informasi dan bahan masukan serta pertimbangan bagi *customer service* dalam memberikan pelayanan prima kepada nasabah pada PT. Bank BRISyariah KC. Banjarmasin untuk masa yang akan datang.

E. Definisi operasional

Menghindari kesalahpahaman dan kekeliruan dalam mengidentifikasi judul serta permasalahan yang akan penulis teliti dan sebagai pegangan agar lebih fokusnya kajian lanjut, maka penulis membuat definisi operasional berikut :

1. Pelayanan Prima (*Service Excellent*)

Pelayanan prima (*service Excellent*) adalah bertitik tolak pada upaya pelaku bisnis untuk memberikan layanan terbaiknya sebagai wujud kepedulian perusahaan terhadap pelanggan atau nasabah, yang dimaksud pelayanan terbaik disini adalah kemudahan yang dilakukan oleh pihak Bank kepada nasabah saat melakukan transaksi.¹² Dalam penelitian ini pelayanan prima yang digunakan yaitu: *ability* (kemampuan), *attitude* (sikap), *appearance* (penampilan), *attention* (perhatian), *action* (tindakan), *accountability* (pertanggungjawaban)

2. *Customer Service* (CS)

Customer service (CS) adalah setiap kegiatan yang ditunjukkan untuk memberikan kepuasan melalui pelayanan yang diberikan seseorang kepada kliennya dalam menyelesaikan masalah dengan memuaskan. Pelayanan yang diberikan termasuk menerima keluhan atau masalah yang sedang dihadapi.¹³ Dalam penelitian ini *customer service* ialah salah satu subyek yang saya teliti yang memberikan pelayanan ataupun kepuasan kepada nasabah Bank BRISyariah KC. Banjarmasin.

¹² Freddy Rangkuti, *Customer Care Excellence Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2016) hlm. 49.

¹³Kasmir, *Bank dan Lembaga keuangan Lainnya* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), hlm. 92.

3. Bank yang dimaksud disini ialah PT. Bank BRISyariah Kantor Cabang Banjarmasin terletak di Jl. A.Yani Km. 3 No.,147C, Banjarmasin Kalimantan Selatan.

F. Kajian Pustaka

Berdasarkan telaah yang sudah dilakukan terhadap beberapa sumber kepustakaan, penulis meliputi bahwa apa yang merupakan masalah pokok penelitian ini tampaknya sangat penting. Penelitian tentang Pelayanan Prima Pada *Customer Service* di PT. Bank BRISyariah KC. Banjarmasin menurut sepengetahuan penulis belum ada yang meneliti karena sampai dengan saat ini penulis belum menemukan bentuk penelitian yang sama. Adapun kajian yang digunakan adalah:

1. Teguh Wijaya Kusuma, 1001160277, (2010) Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin yang berjudul Perbandingan Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan *Customer Service* antara Bank Muamalat Indonesia Syariah Cabang Banjarmasin dan Bank Kalsel Syariah Banjarmasin.¹⁴

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field Research*), adapun sifat penelitian ini adalah kuantitatif, populasi penelitian ini adalah nasabah Bank Muamalat Indonesia Syariah Cabang Banjarmasin dan Bank Kalsel Syariah Banjarmasin. Dalam penelitian ini tidak seluruh populasi diambil, melainkan

¹⁴ Teguh Wijaya Kusuma, “*Perbandingan Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan Customer Service antara Bank Muamalat Indonesia Syariah Cabang Banjarmasin dan Bank Kalsel Syariah Banjarmasin*” (Skripsi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin, 2010).

hanya sebagian dari populasi. Teknik pengambilan sampelnya menggunakan *stratified random sampling*, teknik pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian ini kuesioner (angket) sampel yang diperlukan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 sampel.

2. Muhammad Fazri (1101160287) Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Jurusan Perbankan Syariah yang berjudul “ Pengaruh Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Kalsel Kedai Syariah IAIN Antasari Banjarmasin”.¹⁵ Dilihat dari jenis penelitian yaitu pendekatan bersifat kauntitatif. Latar belakang penelitian ini dari semakin banyaknya antrian dalam melakukan pembayaran-pembayaran SPP, Magang, Praktikum, KKN dan Lain-lain yang terjadi setiap semesternya.
3. Desy Rahmayanti (1301160251) Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Jurusan Perbankan Syariah yang berjudul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner Bank Terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Kalsel Syariah Kedai Martapura”.¹⁶ Dilihat dari jenis penelitian pendekatannya bersifat Kuantitatif yang mana metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden dengan panduan kuesioner (angket).
4. M. Andre (121160344) Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam jurusan Perbankan syariah yang berjudul “ Pelayanan Pembiayaan Untuk UMKM

¹⁵ Muhammad Fazri, “*Pengaruh Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Kalsel Kedai Syariah IAIN Antasari Banjarmasin*” (skripsi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Jurusan Perbankan syariah).

¹⁶ Desy Rahmayanti, yang berjudul “ *Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner Bank Terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Kalsel Syariah Kedai Martapura*” (Skripsi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Jurusan Perbankan Syariah).

pada PT. Bank Kalsel Cabang Pembantu Syariah Batulicin”.¹⁷ Skripsi ini membahas tentang pelayanan produk pembiayaan untuk UMKM pada PT. Bank Kalsel Cabang Pembantu Syariah Batulicin. Hasil penelitian ini menunjukkan Bank Kalsel Cabang Pembantu Syariah Batulicin yaitu pembiayaan yang diberikan adalah produk pembiayaan Al-Qardhul Hasan iB yang pelayanannya sama dengan pelayanan pembiayaan lain tanpa ada diskriminasi pelayanan. Pelayanan yang diterapkan di PT. Bank Kalsel Cabang Pembantu Syariah Batulicin untuk pembiayaan UMKM terbagi menjadi mengawali layanan dengan sambutan kepada nasabah dan salam, ketika melayani dengan menunjukkan komunikasi serta interaksi formal yang sopan, mengakhiri layanan dengan telah terpenuhinya kebutuhan nasabah.

Dengan demikian terdapat pokok permasalahan yang berbeda antara peneliti yang telah penulis kemukakan diatas dengan persoalan yang penulis teliti. Dalam penelitian ini bertujuan ingin mengetahui bagaimana praktik pelayanan prima pada customer service dan untuk mengetahui apa saja kendala pada *customer service* dalam mewujudkan pelayanan prima di Bank BRISyariah KC. Banjarmasin . Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu penulis turun langsung ke lapangan untuk meneliti data yang berkenaan dengan masalah yang akan diteliti. Adapun pendekatan yang digunakan ialah pendekatan yang bersifat kualitatif.

¹⁷ M. Andre, yang berjudul “ *Pelayanan Pembiayaan Untuk UMKM pada PT. Bank Kalsel Cabang Pembantu Syariah Batulicin*”. (Skripsi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam jurusan Perbankan syariah).

G. Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan skripsi ini terdiri dari lima bab, yang secara sistematis dengan susunan sebagai berikut:

Bab pertama: pendahuluan, yang terdiri dari latar belakang masalah yang menguraikan dari penulis dalam pengangkatan judul dan perumusan masalah yang menentukan tujuan dari peneliti. Pada bab ini juga membahas signifikansi penelitian, definisi operasional dan kajian pustaka serta sistematika penulisan yang akan membatasi dan mengatur jalur penelitian sehingga terarah dalam pelaksanaannya.

Bab kedua: Landasan teori, yang akan menguraikan teori-teori tentang pelayanan prima (*service excellent*), jasa *customer service* dan pelayanan prima dalam Islam.

Bab tiga: Metode penelitian yang berisi tentang uraian dari penulis mengenai bagaimana penelitian yang dilakukan yang terdiri dari jenis, sifat dan lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data dan analisis data.

Bab Empat: laporan penelitian, yang berisi tentang penyajian dan analisis data, dimana dalam penyajian data ini penulis menggambarkan lokasi penelitian yang terdiri dari profil, struktur kepegawaian, sejarah singkat, visi dan misi, struktur organisasi dan analisis pelayanan prima pada *customer service* dalam memberikan pelayanan kepada nasabah pada PT. Bank BRISyariah KC. Banjarmasin.

Bab kelima: Penutup, pada bab terakhir ini memuat kesimpulan dari analisis data dari pembahasan masalah serta saran-saran kepada Bank BRISyariah KC. Banjarmasin yang mungkin dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan dan menjaga tingkat pelayanan prima pada *customer service* dalam melayani nasabah dan penelitian selanjutnya.