

**IMPLEMENTASI SERVICE EXCELLENCE OLEH  
CUSTOMER SERVICE PADA BPR  
SYARI'AH WAY KANAN**

**Nur Alfi Khotmin dan Rahmad Dahlan**

Institut Agama Islam Ma'arif NU (IAIMNU) Metro Lampung

E-mail:

**Abstract**

*This study aims to describe the object field that is Implementation Service Excellence By Customer Service At BPR Shari'ah Way Kanan year by using the existing standard. The formulation of the problem in this research is how the implementation of Service Excellence by Customer Service At BPR Shari'ah Way Right in 2017? The purpose of this research is to know the implementation of Service Excellence By Customer Service At BPR Syari'ah Right Way Year 2017 This research type is field research by taking research location at BPRS Way Kanan by using qualitative approach. The data in this research consist of primary data and secondary data obtained by using interview method with customer service, documentation and observation. The results show that customer service is able to implement the standards that have been determined by BPRS Way Kanan into the service that has become its duty, but not just any service but excellent service (service excellence) which includes the basic aspects of Accountability (Action Responsibility), Action (Action) Attention, Appearance, Attitude, Ability capable of satisfying and attracting customers to stay loyal to BPRS Way Kanan.*

**Keywords:** Implementation Service Excellence, BPR Syariah

**Abstrak**

*Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan objek lapangan yaitu Implementasi Service Excellence Oleh Customer Service Pada BPR Syari'ah Way Kanan tahun dengan mengalisisnya menggunakan standar-standar yang ada. Rumusan masalah*

*dalam penelitian ini adalah Bagaimana implementasi Service Excellence Oleh Customer Service Pada BPR Syari'ah Way Kanan Tahun 2017? Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi Service Excellence Oleh Customer Service Pada BPR Syari'ah Way Kanan Tahun 2017 Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (field research) dengan mengambil lokasi penelitian di BPRS Way Kanan dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Data-data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder yang diperoleh dengan menggunakan metode interview (wawancara) dengan customer service, dokumentasi dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa customer service mampu mengimplementasikan standar-standar yang sudah ditetapkan oleh BPRS Way Kanan kedalam pelayanan yang sudah menjadi tugasnya, namun bukan sembarang pelayanan tapi pelayanan prima (service excellence) yang meliputi aspek dasar Accountability (Tanggung Jawab), Action (Tindakan), Attention (Perhatian), Appearance (Penampilan), Attitude (Sikap), Ability (Kemampuan) yang mampu memuaskan dan menarik hati nasabah agar tetap loyal kepada BPRS Way Kanan.*

**Kata Kunci:** Implementasi Service Excellence, BPR Syariah

## **A. Pendahuluan**

### **1. Latar Belakang**

Bank merupakan lembaga yang berfungsi sebagai intermediasi, merupakan sebuah lokomotif yang akan menarik dan mendorong tumbuhnya laju perekonomian di Indonesia.<sup>1</sup> Namun, saat ini lokomotif tersebut justru harus didorong agar bisa melaju dengan energi yang lebih besar. Sebagai salah satu pilar penting perekonomian, kesehatan bank mutlak diperlukan. Dalam sistem ekonomi

---

<sup>1</sup> Subandi, "Manajemen Zakat, Infaq Dan Shadakah (ZIS) Produktif (ZIS Berbasis Kewirausahaan Di Laziznu Kota Metro Tahun 2015)," *FIKRI : Jurnal Kajian Agama, Sosial Dan Budaya* 1, no. 1 (3 Maret 2017): 143–68, <http://journal.iainnumetrolampung.ac.id/index.php/jf/article/view/10>.

konvensional, keberadaan bank sangat berpengaruh terhadap laju dunia usaha. Apabila bank macet, maka dunia usaha akan terhenti. Itu berarti ancaman besar bagi sistem perekonomian. Dan hal ini tidak akan terjadi ketika bank-bank yang ada stabil dan sehat.

Strategi bank dalam menghimpun dana adalah dengan memberikan rangsangan berupa balas jasa yang menarik dan menguntungkan. Balas jasa tersebut berupa bunga bagi bank yang berdasarkan prinsip konvensional dan bagi hasil, bagi bank yang berdasarkan prinsip syari'ah. Kemudian rangsangan lainnya dapat berupa cendera mata, hadiah, pelayanan, atau balas jasa lainnya. Semakin beragam dan menguntungkan balas jasa yang diberikan, akan menambah minat masyarakat untuk menyimpan uangnya. Oleh karena itu, pihak perbankan harus memberikan berbagai rangsangan dan kepercayaan sehingga masyarakat berminat untuk menanamkan dananya di bank.

Terdapat berbagai tantangan dalam mencapai keberhasilan. Untuk mengantisipasinya, Bank Syari'ah dituntut untuk dapat bekerja dengan baik dengan menggunakan berbagai macam sumber daya yang dimiliki, mulai dari *cleaning service*, satpam sampai direktornya. Mereka semua harus terlibat dalam memberikan sebuah pelayanan yang bermutu sehingga tidak hanya *front linner* saja yang dapat memberikan pelayanan namun masing-masing harus memiliki tekad yang kuat demi terciptanya sebuah pelayanan prima yang diberikan oleh bank syari'ah. Agar tercipta sebuah *service excellence* terdapat dua tujuan yang sama, nasabah menginginkan pelayanan yang memuaskan dan bank syari'ah selaku penyedia jasa harus memberikan kepuasan kepada nasabah. Saat kedua tujuan tersebut telah ada maka tugas bank syari'ah adalah melakukan upaya-upaya salah satunya menerapkan standar

*service excellence* dengan inovasi dan kreasi agar kedua tujuan tersebut terlaksana. Agar *service excellence* terwujud dengan optimal pelayanan harus berorientasi pada kepentingan dan kebutuhan para nasabah.

Dengan adanya komunikasi yang baik sehingga dapat memberikan pelayanan yang terbaik bagi kepuasan nasabah, maka dibutuhkan *service excellence* atau disebut dengan pelayanan prima. Pelayanan prima mengandung tiga hal pokok, yaitu 1. adanya pendekatan sikap yang berkaitan dengan kepedulian kepada pelanggan, 2. upaya melayani dengan tindakan yang terbaik dan 3. ada tujuan untuk memuaskan pelanggan dengan berorientasi pada standar layanan tertentu.

## **2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian tersebut penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul bagaimanakah implementasi *Service Excellence* oleh *Customer Service* pada BPR Syari'ah Way Kanan Tahun 2017?

## **3. Metodologi Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi yang digunakan untuk menggali data dari sumber data yang berupa peristiwa, tempat atau lokasi dan benda serta rekaman gambar Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik observasi langsung dengan mendatangi peristiwanya<sup>2</sup>. Yaitu melakukan pengamatan ke lokasi penelitian secara langsung. wawancara yang dilakukan dengan cara mengadakan komunikasi langsung dengan pihak-pihak yang

---

<sup>2</sup> Syarwani Ahmad et al., "Desain Pembelajaran SMA Plus Negeri 2 Banyuwangi III Berbasis Karakter Di Era Masyarakat Ekonomi ASEAN," *Iqra': Jurnal Kajian Ilmu Pendidikan* 2, no. 2 (2017): 403–432.

dapat mendukung diperolehnya data yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti guna memperoleh data baik lisan ataupun tulis atas sejumlah data yang diperlukan<sup>3</sup> Yaitu dengan teknik wawancara tidak terstruktur (in-depth interviewing). Studi dokumen sebagai data tambahan (sekunder), akan tetapi data ini berfungsi memperjelas dan melengkapi data utama<sup>4</sup>.

## B. Landasan Teori

### 1. Pengertian *Service Excellence*

Menurut Phillip Kotler yang dikutip oleh Malayu S.P Hasibuan pelayanan atau *service* adalah “setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang apda dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik”.<sup>5</sup> Sedangkan menurut Malayu S.P Hasibuan, pelayanan adalah “kegiatan pemberian jasa dari satu pihak kepada pihak lainnya”.<sup>6</sup>

Adapun pelayanan yang baik atau prima menurut Malayu S.P. Hasibuan adalah “pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya”.<sup>7</sup>

Berdasarkan keterangan di atas bahwa *service Excellence* atau layanan unggul itu sendiri adalah bagaimana memberikan layanan maksimal kepada nasabah

---

<sup>3</sup> Ahmad et al.

<sup>4</sup> Ahmad et al.

<sup>5</sup> Malayu S.P. Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta: Bumi Aksara, 2015, hal. 152

<sup>6</sup> *Ibid.*, hal. 152

<sup>7</sup> Malayu S.P. Hasibuan, *Op.Cit.*, hal. 152

dan kesigapan dalam mengatasi permasalahan yang muncul secara profesional.<sup>8</sup> Pelayanan ini kemudian akan meninggalkan kesan kepada nasabah sehingga mereka akan seterusnya datang kembali untuk berbisnis dengan bank itu. Pelayanan prima mencerminkan pendekatan seutuhnya dari seorang karyawan bank kepada nasabah, sehingga nasabah merasakan kepuasan atas kinerjanya.<sup>9</sup>

## 2. Ciri-Ciri *Service Excellence*

Adapun ciri-ciri dari *Service Excellence* sebagai berikut: Nasabah merasa dipentingkan, Nasabah merasa diutamakan, Nasabah merasa dihargai, Nasabah merasa diperhatikan, Nasabah merasa dilayani dengan mudah, Nasabah merasa dilayani dengan cepat, Nasabah merasa dilayani dengan tepat dan benar, Nasabah merasa dibantu dan diberi jalan keluar, Nasabah merasa mendapatkan apa yang diharapkan, Dan Nasabah merasa puas dan terkesan.

Bila kita liat dari dari perilaku pelanggan dan kepuasan yang diterima maka wujud dari kesetiaan pelanggan mencakup 6 (enam) hal:

- a. Pengalaman pelanggan mengalami kepuasan yang utuh dalam bertransaksi dengan perusahaan kita.
- b. Kesiediaan mengembalikan hubungan dengan perusahaan kita

---

<sup>8</sup> Habib Shulton Asnawi, "Hak Asasi Manusia Islam dan Barat (Studi Kritik Hukum Pidana Islam dan Hukuman Mati)," *Jurnal Supremasi Hukum* 1, no. 1 (2012), [http://www.aifis-digilib.org/uploads/1/3/4/6/13465004/02.\\_ham\\_islam\\_dan\\_barat\\_habib\\_shulton\\_asnawi.pdf](http://www.aifis-digilib.org/uploads/1/3/4/6/13465004/02._ham_islam_dan_barat_habib_shulton_asnawi.pdf).

<sup>9</sup> Ahmad Mukhlisin dan Saipudin Saipudin, "Sistem Jual Beli Pupuk Kandang Prespektif Imam Syafi'i Dan Imam Hanafi (Studi Di Kampung Sulusuban Kecamatan Seputih Agung)," *JURNAL MAHKAMAH : Kajian Ilmu Hukum Dan Hukum Islam* 2, no. 2 (27 Desember 2017): 327–50, <https://doi.org/10.25217/jm.v2i2.176>.

- c. Kesiediaan menjadi pembeli setia perusahaan kita. Membeli lagi atau berlangganan lagi
- d. Penolakan untuk berpaling pada pesaing perusahaan kita
- e. Kesiediaan merekomendasikan perusahaan kita kepada orang lain (puncak kesetiaan). Mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kita kepada orang lain.
- f. Membeli produk lain dari perusahaan yang sama<sup>10</sup>

### 3. Aspek Dasar *Service Excellence*

Hal-hal yang menjadi standar dalam pelayanan prima (*service excellence*) yaitu sebagai berikut:

- a. *Ability* (Kemampuan)  
Memiliki kemampuan yang baik dalam bidang tugasnya (kemampuan menjelaskan dengan baik atas *product knowledge*), berkomunikasi, mengembangkan motivasi diri, dan kehumasan (*public relation*).
- b. *Attitude* (Sikap)  
Perilaku atau perangai yang harus ditonjolkan pada saat melayani atau pada saat di hadapan nasabah.
- c. *Appearance* (Penampilan)  
Penampilan seseorang baik yang secara fisik maupun *non-fisik* yang mampu merefleksikan kepercayaan, kredibilitas, kehormatan diri dihadapan nasabah.
- d. *Attention* (Perhatian)  
Perhatian atau kepedulian penuh kepada pelanggan baik terhadap kebutuhan, keinginan, kesulitan, keluhan saran dan kritiknya.
- e. *Action* (Tindakan)  
Tindakan atau kegiatan nyata yang harus dilakukan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah.

---

<sup>10</sup> *Ibid.*, hal. 10-11

f. *Accountability* (Tanggung Jawab)

Sikap dan tindakan keberpihakan kepada nasabah atas hal-hal yang mungkin dapat menimbulkan kerugian, kesulitan, dan kekecewaan bagi nasabah.<sup>11</sup>

#### 4. Pengertian & Fungsi *Customer Service*

Menurut Kasmir *Customer Service* adalah “setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditunjukan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.”<sup>12</sup>

Berdasarkan pengertian diatas maka disimpulkan bahwa *customer service* merupakan setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditunjukan untuk memberikan kepuasan nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. Pelayanan yang diberikan adalah pelayanan informasi dan pelayanan jasa yang tujuannya untuk memberikan kepuasan nasabah dan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.<sup>13</sup>

Menjadi seorang *customer service* salah satu tugasnya adalah memberikan segala informasi yang di butuhkan nasabah maupun yang di amanatkan Bank untuk di sampaikan kepada nasabah. Allah SWT berfirman :

---

<sup>11</sup> Nina Rahmayanty, *Op.Cit.*, hal. 7-8

<sup>12</sup> Kasmir, *Op.Cit.*, hal. 249-250

<sup>13</sup> Ahmad Mukhlisin, “Pemanfaatan Harta Wakaf di Luar Ikrar Wakaf Perspektif Hukum Islam dan UU. No. 41 Tahun 2004 (Analisis Pemanfaatan Harta Wakaf di Desa Taman Fajar Kecamatan Purbolinggo Lampung Tengah),” diakses 28 Januari 2018, <http://www.syekh Nurjati.ac.id/jurnal/index.php/mahkamah/article/view/2165/1391>.



﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ

النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۚ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ

سَمِيعًا بَصِيرًا ﴿٥٨﴾

Artinya : “*Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat.*” (Q.S. An-Nisa : 58)<sup>14</sup>

Berdasarkan ayat di atas bahwa *customer service* merupakan sebuah tugas yang harus dilaksanakan dengan baik dan adil, sehingga membuat para nasabah merasa senang dan nyaman dalam mengajukan maupun menabung pada bank syari’ah, hal ini penting karena *customer service* mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan produk yang ada pada bank syari’ah.<sup>15</sup>

Fungsi *customer in service delivery* yang harus benar-benar dipahami sehingga perusahaan dapat memberikan pelayanannya secara prima.<sup>16</sup> Prima dalam arti dapat

---

<sup>14</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahnya*, Jakarta: Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Direktorat Urusan Agama Islam dan Pembinaan Syariah, 2012, hal. 113

<sup>15</sup> Subandi, “Pengembangan Kurikulum Berbasis Kewirausahaan Di Perguruan Tinggi Keislaman Swasta (PTKIS),” *AL-IDARAH: JURNAL KEPENDIDIKAN ISLAM* 5, no. 1 (1 Juni 2015), <http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/idaroh/article/view/679>.

<sup>16</sup> Habib Shulton Asnawi, “Dasar Hukum Hakim Mahkamah Konstitusi Dalam Memutuskan Perkara No.46/PUUVIII/2010 Tentang Status Hukum Anak Di Luar Nikah (Perspektif Hukum Islam Dan Hak Asasi Manusia),” *FIKRI: Jurnal Kajian Agama, Sosial Dan Budaya* 1, no. 1 (3

dilaksanakan dengan sebaik-baiknya dan bertanggung jawab dari awal sampai selesainya suatu pelayanan nasabah.

Menurut Kasmir fungsi *Customer Service* adalah sebagai berikut :

- a. Sebagai resepsionis, CS berfungsi sebagai penerima tamu
- b. Sebagai deskman, CS berfungsi sebagai orang yang melayani berbagai macam aplikasi
- c. Sebagai salesman berfungsi sebagai orang yang menjual produk perbankan sekaligus sebagai pelaksana cross selling.
- d. Sebagai customer relation officer CS 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, yaitu berfungsi sebagai orang yang menghubungi nasabah dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungannya antara bank dengan nasabah.<sup>17</sup>

Berdasarkan keterangan di atas maka penulis dapat simpulkan bahwa fungsi *customer service* diantaranya yaitu sebagai *Receptionis* artinya sebagai penerima tamu/nasabah yang datang ke bank dengan ramah tamah, sopan, tenang, simpatik, menarik dan menyenangkan. Fungsi kedua yaitu sebagai *Deskman* artinya sebagai orang yang melayani berbagai macam aplikasi yang diajukan nasabah atau calon nasabah. Memberikan informasi mengenai produk-produk bank, menjelaskan manfaat dan ciri-ciri produk bank. Kemudian menjawab pertanyaan nasabah mengenai produk

---

Maret 2016): 45–78,  
<http://journal.iaimnumetrolampung.ac.id/index.php/jf/article/view/7>.

<sup>17</sup> Kasmir, *Op.Cit*, hal. 250-251

bank serta membantu nasabah mengisi formulir aplikasi.<sup>18</sup> Fungsi ketiga sebagai *Salesman* artinya sebagai orang yang menjual produk perbankan sekaligus mengadakan pendekatan dan mencari nasabah baru serta berusaha mempertahankan nasabah yang lama dan fungsi keempat yaitu Sebagai *Customer Service Relation Officer* artinya sebagai orang yang dapat membina hubungan baik dengan seluruh nasabah. Sedangkan fungsi kelima sebagai *communicator* artinya sebagai orang yang menghubungi nasabah dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungan antara bank dengan nasabah.

## C. Pembahasan

### 1. Implementasi *Service Excellent* dan *Customer Service* Pada BPRS Way Kanan

Setelah peneliti melakukan penelitian, maka dapat penulis paparkan tentang Implementasi *Service Excellence* (Pelayanan Prima) oleh *Customer Service* di BPRS Way Kanan sebagai berikut:

#### a. *Ability* (Kemampuan) *Front Line*

Sesuai standar yang dikeluarkan oleh BPRS Way Kanan, *customer service* berkomunikasi dengan nasabah, selalu menggunakan Bahasa Indonesia, kecuali nasabah menginginkan menggunakan Bahasa Jawa maka *customer service* harus mengikuti keinginan nasabah.<sup>19</sup> Selain berkomunikasi secara verbal, *customer service* BPRS Way Kanan sudah mampu menerapkan berkomunikasi dengan bahasa tubuh, yaitu mengekspresikan rasa hormat, menghargai, berterimakasih, tulus, senang melayani.

---

<sup>18</sup> Habib Shulton Asnawi, "Kritik Teori Hukum Feminis Terhadap UU. NO. 1 tahun 1974 Tentang Perkawinan: Suatu Upaya dalam Menegakkan Keadilan HAM Kaum Perempuan," *Al-Ahwal: Jurnal Hukum Keluarga Islam* 4, no. 1 (26 September 2016): 117–30, <http://ejournal.uin-suka.ac.id/syariah/Ahwal/article/view/04105>.

<sup>19</sup> Hasil wawancara dengan ibu Reza Rismalia Sari *Customer Service* BPRS Way Kanan, tanggal 18 Juli 2017

Kemampuan lainnya yaitu menggunakan alat komunikasi sudah barang tentu dikuasai dan sudah sesuai standar, kemudian menguasai produk-produk BPRS seperti, apa saja produk BPRS, berapa masing-masing bagi hasilnya, apa saja manfaatnya, bagaimana syarat untuk mendapatkan produk tersebut sudah sangat dikuasai oleh *customer service*. Berikut adalah pada saat *customer service* melaksanakan pelayanan:

1) Pada saat nasabah mengajukan pembiayaan:

Pada saat nasabah datang ke BPRS Way Kanan, biasanya nasabah sudah mengerti bagaimana prosedur di BPRS atau dengan kata lain nasabah yang datang adalah nasabah yang sudah bermitra lama atau minimal sudah menjadi nasabah yang memiliki simpanan di BPRS. Jika bila ada nasabah baru, maka *customer service* menjelaskan apa saja persyaratan untuk menjadi anggota dan sebagainya.

- a) Menyampaikan 3S (Senyum, Sapa dan Salam)
- b) Mempersilahkan nasabah duduk
- c) Menyampaikan keinginan untuk membantu
- d) Bertanya siapa nama nasabah.
- e) Berbincang hangat dengan nasabah.
- f) Bertanya kepada nasabah, sudah pernah mengambil pembiayaan di BPRS atau baru pertama kali.
- g) Jika sudah pernah bermitra (sudah pernah mengambil pembiayaan sebelumnya) dengan BPRS Way Kanan maka meminta nasabah menyerahkan persyaratan pembiayaan
- h) Jika belum pernah bermitra (belum pernah mengambil pembiayaan sebelumnya), dengan BPRS Way Kanan maka diberikan brosur yang berisi syarat-syarat pembiayaan.

- i) Bertanya kepada nasabah, berapa jumlah pembiayaan yang akan diajukan.
  - j) Bertanya kepada nasabah, rencana dana pembiayaan akan digunakan untuk apa.
  - k) Melihat kelengkapan persyaratan pembiayaan dengan teliti
  - l) Memberikan informasi kepada nasabah untuk menunggu ±satu minggu untuk mengetahui hasil permohonan pembiayaan akan di setujui atau tidak.
  - m) Bertanya kepada nasabah, informasi atau kebutuhan lain yang di inginkan nasabah yang belum terpenuhi.
  - n) Saat nasabah berdiri untuk berpamitan, maka customer service ikut berdiri, berjabat tangan dan mengucapkan salam.
- 2) Pada saat *customer service* memperkenalkan produk-produk BPRS Way Kanan.
- a) Menyampaikan 3S (Senyum, Sapa dan Salam)
  - b) Mempersilahkan nasabah duduk
  - c) Menyampaikan keinginan untuk membantu
  - d) Bertanya siapa nama nasabah.
  - e) Berbincang hangat dengan nasabah
  - f) Mengumpulkan informasi dari kebutuhan nasabah.
  - g) Menjelaskan mengenai produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah dan memperlihatkan brosur serta bagi hasil produk tersebut.
  - h) Membuat rekomendasi produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.
  - i) Mendapatkan komitmen bahwa nasabah menyetujui untuk menggunakan produk BPRS Way Kanan.
  - j) Bertanya kepada nasabah, informasi atau kebutuhan lain yang di inginkan nasabah yang belum terpenuhi.
- Saat nasabah berdiri untuk berpamitan, maka

*customer service* ikut berdiri, berjabat tangan dan mengucapkan salam.

- 3) Pada saat *customer service* membuat buku tabungan atau deposito untuk nasabah
  - a) Menyampaikan 3S (Senyum, Sapa dan Salam).
  - b) Mempersilahkan nasabah duduk.
  - c) Menyampaikan keinginan untuk membantu.
  - d) Bertanya siapa nama nasabah.
  - e) Berbincang hangat dengan nasabah, misalnya jika nasabah membawa serta anaknya maka bertanya kelas berapa atau umur berapa anaknya, dan sebagainya.
  - f) Meminta kartu identitas nasabah.
  - g) Meminta nasabah untuk mengisi formulir pembuatan rekening, dan menawarkan kepada nasabah untuk membantu pengisian formulir.
  - h) Membuat rekening baru untuk nasabah.
  - i) Bertanya kepada nasabah, informasi atau kebutuhan lain yang di inginkan nasabah yang belum terpenuhi.
  - j) Saat nasabah berdiri untuk berpamitan, maka *customer service* ikut berdiri, berjabat tangan dan mengucapkan salam.
- 4) Pada saat *customer service* menginformasikan kepada nasabah mengenai jadwal realisasi pembiayaan (Melalui telepon).
  - a) Mengucapkan salam.
  - b) Menyebutkan nama *customer service*.
  - c) Menyebutkan dari BPRS Way Kanan
  - d) Menjelaskan jadwal realisasi pembiayaan kepada nasabah (Dilakukan pada jam 2 siang minimal sehari sebelum realisasi).

- e) Menanyakan sudah paham dengan jadwal realisasi.
- f) Mengucapkan salam
- g) Tidak menutup telepon sebelum nasabah menutup telepon.

b. *Attitude* (Sikap)

Sikap yang seharusnya ditunjukkan kepada nasabah yaitu ramah, murah senyum, lemah lembut dalam bertutur kata, jujur dalam memberikan setiap informasi kepada nasabah, hormat selalu menganggukkan kepala dan membungkukkan badan saat bersapaan dengan nasabah, selalu antusias saat nasabah berbicara, pandai bergaul sehingga nasabah baru dapat dengan cepat akrab dengan customer service. Namun semua sikap yang ditunjukkan harus berasal dari hati, intinya tidak di buat-buat atau sesuai standar jadi terlihat kaku.<sup>20</sup>

c. *Apearance* (Penampilan)

Jika berhubungan dengan penampilan, *customer service* hanya mengikuti sesuai arahan dari manajemen atau sesuai standar yang ada dan tidak berpenampilan berpenampilan yang berlebihan karena akan mengganggu pekerjaan dan kemungkinan nasabah tidak akan fokus terhadap apa yang di jelaskan namun akan fokus pada penampilan *customer service* yang berlebihan.

1) Pakaian *Customer Service* Wanita

Pakaian wanita adalah aturan yang digunakan, misalnya pada saat karyawan mengikuti acara Ahad pagi, tanggap bencana, dan acara BPRS lain.

---

<sup>20</sup> Hasil wawancara dengan ibu Reza Rismalia Sari *Customer Service* BPRS Way Kanan, tanggal 18 Juli 2017

- a) Sudah menutup aurat dan baju tidak di masukkan ke dalam baju bagian bawah dengan kata lain sudah menutup pinggul.
  - b) *Customer service* selalu mengenakan kerudung dan baju dengan warna senada.
  - c) Di BPRS Way Kanan, karyawan wanita selalu diwajibkan memakai rok.
  - d) Budaya karyawan wanita di BPRS Way Kanan selalu menggunakan baju dengan legan panjang dan tidak ketat serta transparan.
  - e) Diwajibkan oleh BPRS Way Kanan, seluruh karyawan wanita untuk memakai kerudung yang menutup dada.
- 2) Pakaian Seragam Wanita
- a) *Customer service* selalu mengenakan seragam sesuai jadwal pemakaian dan menggunakan Id-Card.
  - b) *Customer service* selalu mengenakan baju seragam yang disetrika, namun terkadang jilbab yang dikenakan masih terlihat ada lekukan atau tidak licin dalam menyetrikan.
  - c) *Customer service* menggunakan seragam yang masih layak pakai dan warnanya tidak kusam.
- 3) Sepatu Wanita
- a) Sepatu yang dikenakan *Customer service* sudah sesuai standar yaitu berwarna gelap dan tingginya sekitar 4cm, tidak terlalu datar maupun tinggi, tidak bertali namun masih ada yang belum sesuai standar yaitu sepatu pantofelnya mempunyai hiasan (tidak polos) dan punggung kakinya terbuka.



- b) *Customer service* selalu mengenakan kaos kaki sesuai warna kaki.
  - c) *Customer service* hanya menggunakan sandal pada area wudhu dan saat berganti sandal dilakukan di belakang, dan tidak pada sekitar meja *customer service*.
- 4) Asesoris Wanita
- Asesoris yang dikenakan *customer service* BPRS Way Kanan hanyalah bros kerudung, jam tangan dan cincin. Selain asesoris yang dikenakan cukup sederhana dan tidak mencolok, modelnya pas untuk lingkungan kerja.
- 5) Tata Rias Muka Wanita
- a) *Make up* muka yang dikenakan *customer service* tipis dan sesuai tatanan wajah.
  - b) *Customer service* tidak menggunakan alis mata.
  - c) Maskara dikenakan tipis.
  - d) *Customer service* mengaplikasikan *eye Shadow* sesuai bentuk mata dengan warna yang senada dengan pakaian atau warna tidak mencolok.
  - e) *Lipstick* senada dengan warna bibir (tidak menyala dan terlalu tebal).
- d. *Attention* (Perhatian)
- Perhatian yang diberikan oleh *customer service* BPRS Way Kanan yaitu pada saat nasabah terlihat bingung atau resah dengan antrian yang lama maka *customer service* akan menyapa dan memberi pengertian untuk menunggu sebentar, dan karena di BPRS Way Kanan tidak ada nomor antrian untuk mendapatkan pelayanan *customer service* maka *customer service* harus tetap memperhatikan

customer mana yang datang lebih dulu. Perhatian lain di tunjukkan dengan menanyakan kabar (jika sudah mengenal nasabah) atau usaha maupun pekerjaan yang di geluti nasabah agar nasabah lebih merasa dihargai dan diperhatikan, selain itu jika nasabah membawa serta anaknya, maka *customer service* tak segan untuk memberi pujian yang pas atau menanyakan nama maupun sedang duduk di kelas berapa, perhatian lain yang dapat ditunjukkan yaitu jika nasabah, tidak terlihat datang ke BPRS Way Kanan untuk beberapa hari, maka *customer service* biasanya menanyakan keberadaan nasabah beberapa hari lalu, bukan bermaksud ingin tahu namun itu menunjukkan perhatian kepada nasabahnya.<sup>21</sup>

e. *Action* (Tindakan / Ucapan)

Tindakan maupun ucapan oleh *customer service* sangat penting di jaga, karena jika *customer service* salah memilih kata-kata maka nasabah akan tersinggung dan enggan untuk kembali di layani oleh *customer service*. Maka konsentrasi dan fokus saat bekerja itu sangat penting agar tidak bertindak atau mengucapkan kata-kata yang dapat menyinggung perasaan nasabah.<sup>22</sup>

1) Ucapan (*Greeting*)

- a) Menyampaikan ucapan salam (Assalamualaikum) pada saat nasabah datang. Namun terkadang *customer service* tidak mengucapkan salam dan langsung

---

<sup>21</sup> Hasil wawancara dengan ibu Reza Rismalia Sari *Customer Service* BPRS Way Kanan, tanggal 18 Juli 2017

<sup>22</sup> Hasil wawancara dengan ibu Reza Rismalia Sari *Customer Service* BPRS Way Kanan, tanggal 18 Juli 2017

- menawarkan bantuan untuk mengetahui keperluan nasabah.
- b) Menjawab ucapan salam (Wa'alaikum salam wa rahmatullahi wa barakatuh) selalu diucapkan *customer service*.
- 2) *External Indirect Contact* (Pertelepon)
- a) Mengucapkan salam (Assalamu'alaikum)
  - b) Menyebutkan nama kantor (BPRS Way Kanan)
  - c) Sebutkan nama (Dengan Lilik)
  - d) Sebutkan keinginan untuk membantu (Bisa dibantu ?)
- 3) *Internal Call* (Telepon Internal)
- a) Mengucapkan salam (Assalamu'alaikum)
  - b) Menyebutkan nama, jarang dilakukan oleh *customer service*.
  - c) Menyebutkan keinginan untuk membantu, jarang dilakukan oleh *customer service*.
  - d) Sebutkan nama bila tahu (Baik, nanti akan saya sampaikan ke-)
- 4) Oper Panggilan Telepon
- a) Mengucapkan salam (Assalamu'alaikum)
  - b) Menyebutkan nama kantor (BPRS Way Kanan)
  - c) Menyebutkan nama (Dengan saya - )
  - d) Menyebutkan keinginan untuk membantu (Bisa dibantu Bapak / Ibu ?)
  - e) Bila ingin berbicara dengan karyawan lain maka tanyakan namanya (Boleh kami tahu ini dengan Bapak/ Ibu siapa ?)
  - f) Menanyakan keperluannya (Boleh kami tahu keperluannya apa Bapak / Ibu ?)

- g) Mempersilahkan menunggu (Baik, tunggu sebentar Pak / Bu (dan sebutkan namanya))
- h) Tekan hold
- i) Call PBX ke pesawat yang dituju
- j) Ucapkan salam / jawab salam (Assalamu'alaikum / Wa'alaikumsalam)
- k) Menanyakan kepada yang berkepentingan apakah mau menerima telepon dan jelaskan keperluannya (misalnya: Maaf Pak Udin ada telepon dari Pak Bayu, ingin berbicara dengan bapak mengenai proposal....apakah bisa di terima Bapak?)
- l) Bila dapat diterima pesawat *Customer Service* langsung ditutup, sehingga pihak luar dapat langsung berbicara.
- m) Bila tidak dapat diterima maka tekan hold dan sampaikan alasan tidak dapat menerima telepon (misalnya Maaf sekali bapak Bayu, Pak Udin sedang ada meeting, barang kali ada pesan yang dapat kami sampaikan ?)
- n) Menutup telepon dengan salam (Wassalamu'alaikum).

Pada saat menerima telepon, bahasa yang di gunakan adalah Bahasa Indonesia tapi jika lawan bicara berbicara dengan Bahasa Jawa, maka *customer service* beralih ke Bahasa Jawa.

##### 5) Etika Bertelepon

- a) Saat *customer service* mengangkat dan menutup gagang telepon kadang menimbulkan suara karena biasanya saat melayani nasabah di meja dan telepon berdering, hingga mungkin *customer service* merasa tidak enak hati melayani sambil

menerima telepon sampai menimbulkan suara karena tergesa-gesa ingin menutup teleponnya.

- b) *Customer service* selalu berbicara dengan nada sopan dan lembut, terlebih memang karakter yang dimiliki *customer service* sudah sesuai standar.
  - c) Saat berbicara *customer service* menggunakan volume yang sedang namun dengan aksentuasi dan intonasi yang jelas.
  - d) *Customer service* selalu berbicara sesuai keperluan, menghindari bergurau dan berdebat serta tidak pernah tertawa lepas.
  - e) Saat berbicara bibir atau mulut *customer service* tidak menempel ke gagang telepon atau di depan hidung.
  - f) Saat berbicara pangkal microphone berada tepat di depan bibir atau mulut *customer service* dengan jarak 4 cm.
  - g) Saat berbicara di telepon *customer service* tidak pernah sambil makan.
  - h) Terkadang *customer service* tidak menutup atau taruh gagang telepon setelah lawan bicara menaruh gagang telepon (mendahului menutup telepon lawan bicara).
- 6) Etika Saat Berdiri
- a) Posisi tubuh tegak lurus, bila mempersilahkan nasabah duduk, tubuh bagian atas agak dibungkukkan  $\pm 75$  derajat. Namun biasanya saat nasabah datang dan mempersilahkan nasabah duduk, *customer service* tidak berdiri. *Customer service* berdiri hanya pada saat nasabah akan pulang.

- b) Posisi tangan lepas ke bawah, saat berhadapan langsung dengan nasabah tangan lepas ke bawah.
  - c) Posisi rentang kaki tidak terlalu di perhatikan oleh *customer service*.
- 7) Etika Saat Duduk
- a) Posisi *customer service* tegak tidak bersandar di sandaran kursi atau bibir meja
  - b) Posisi tangan *customer service* di atas meja
  - c) Merapatkan kaki tidak terlalu diperlihatkan oleh *customer service*.
  - d) Seluruh tubuh dan wajah *customer service* menghadap nasabah.
- 8) Etika Jabat Tangan
- a) Tubuh *customer service* tidak membungkuk dengan apa yang sesuai standar.
  - b) Menatap mata nasabah dengan wajah tersenyum.
  - c) Bila nasabah pria mengajak berjabat tangan, maka *customer service* harus mau di ajak berjabat tangan dengan tangan kanan, posisi tangan kiri *customer service* lepas kebawah. Namun terkadang nasabah pria juga mengerti jika sebaiknya jika bukan muhrim tidak berjabat tangan.
  - d) Jabat tangan nasabah dengan penuh hangat sekitar 3 sampai 4 detik dan jarang menyebutkan nama *customer service*.
  - e) Bila *Customer Service* dalam posisi duduk maka harus berdiri selalu di laksanakan.
- 9) Etika Saat Berbicara

- a) Saat *customer service* berbicara intonasi sedang, tenang, ramah, sopan dan siap membantu.
  - b) Tetap tersenyum, tidak mendominasi pembicaraan dengan kata lain beri kesempatan nasabah untuk berbicara dan tidak berdebat.
  - c) Menjadi pendengar yang baik, pada saat nasabah ingin sedikit bercerita maka *customer service* wajib mendengarkan dengan antusias dan memberikan tanggapan agar nasabah merasa dihargai.
  - d) Arah pandangan *customer service* melihat lawan bicara dengan pandangan ke arah dahi sampai hidung untuk menghindari pandangan yang dapat menghilangkan fokus *customer service*.
  - e) *Customer service* selalu memberikan selingan pujian kepada nasabah, misalnya “...bapak sangat pandai mengelola usaha, bapak tidak ingin mempunyai toko lagi ?ambil pembiayaan saja pak untuk menambah properti bapak.” .
- f. *Standar Accountability* (Tanggung Jawab)
- Semua bidang pekerjaan, tidak terkecuali sebagai seorang *customer service* memiliki tanggung jawab masing-masing. *Customer service* dituntut harus memiliki tekad kuat untuk memenuhi semua hak nasabah, seperti berusaha tidak melakukan kesalahan, berusaha memberikan informasi yang

jujur, dan lain sebagainya.<sup>23</sup> Walaupun dalam kenyataannya kita tidak dapat memberikan pelayanan yang benar-benar sesuai standar tapi setidaknya kita sudah mempunyai tekad sebagai perwujudan tanggung jawab terhadap bidang pekerjaan *customer service* ini.<sup>24</sup>

- 1) Bila Melakukan Kesalahan
  - a) Memohon maaf atas kesalahan yang terjadi.
  - b) Menunjukkan ekspresi penyesalan
  - c) *Customer Service* tidak bolehkan ngotot membela diri
  - d) Sampaikan permohonan maaf kembali atas yang telah diperbuat dan berjanji tidak terulang kembali
  - e) Segera lakukan perbaikan atau pembetulan sesuai dengan prosedur
- 2) Bila Mengecewakan nasabah
  - a) Menunjukkan ekspresi penyesalan
  - b) Sampaikan permohonan maaf karena membuat nasabah merasa kecewa
  - c) Segera lakukan perbaikan pelayanan
- 3) Bila Membuat Nasabah Lama Menunggu
  - a) Tunjukkan perhatian dan rasa resah anda kepada nasabah bahwa anda juga ikut merasakan keresaan nasabah (rasa empati)
  - b) Sampaikan permohonan maaf dan penyesalan tidak dapat melayani dengan cepat

---

<sup>23</sup> Habib Shulton Asnawi, "Penafsiran Mahkamah Konstitusi Terhadap UU. No. 22 Tahun 2001 Tentang Migas: Kajian Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor. 36/PUU-X/2012," *Jurnal Yudisial* 9, no. 3 (9 Desember 2016): 259–79, <http://jurnal.komisiyudisial.go.id/index.php/jy/article/view/10>.

<sup>24</sup> Hasil wawancara dengan ibu Reza Rismalia Sari *Customer Service* BPRS Way Kanan, tanggal 18 Juli 2017



- c) Sampaikan penjelasan dan pahami serta memohon untuk mengerti atas suatu persoalan yang menyebabkan lambannya pelayanan
  - d) Setelah selesai melayaninya sekali lagi sampaikan permohonan maaf
- 4) Bila Tidak Bisa Menepati Janji
- a) Tunjukkan ekspresi penyesalan dan rasa bersalah anda kepada nasabah karena tidak dapat menepati janji serta prioritaskan untuk segera menemuinya dalam kondisi sesibuk apapun.
  - b) Sampaikan permohonan maaf dan penyesalan tidak dapat menepati janji.
  - c) Sampaikan penjelasan dan pahami serta memohon untuk mengerti atas suatu persoalan yang menyebabkan tidak dapat menepati janji.
  - d) Setelah selesai melayaninya sekali lagi sampaikan permohonan maaf
- 5) Bila Mendapat Komplain Nasabah
- a) Berprasangka baik kepada nasabah, sambut dengan baik setiap masalah.
  - b) Mendengarkan setiap keluhan, lebih banyak mendengarkan dari berbicara dan tunjukkan bahasa tubuh yang sesuai.
  - c) Berempati, dengan cara menyatakan penyesalan seolah *customer service* ada pada posisi nasabah dan memohon maaf atas ketidaknyamanan yang dialami nasabah.
  - d) Memberikan penjelasan yang masuk akal dan tidak menyalahkan nasabah. Menyakinkan

kepada nasabah bahwa masalah akan segera di tangani.

- e) Bila *customer service* bukan pihak yang berkompeten atau tidak memahami dan tidak dapat menyelesaikan, maka sampaikan permohonan maaf untuk menunggu sebentar dan mohon ijin kepada nasabah untuk dikonsultasikan ke atasan atau pihak yang berkompeten dan menguasai permasalahannya.
  - f) Bila masalah bisa di tangani langsung oleh *customer service* maka akan langsung di selesaikan oleh *customer service*.
  - g) Bertanya kepada nasabah, informasi atau kebutuhan lain yang di inginkan nasabah yang belum terpenuhi.
  - h) Kembali mengucapkan maaf atas ketidaknyamanan yang dialami nasabah
- 6) Bila Mendapat Kritik Dan Saran Dari Nasabah
- a) Bila mendapat kritik maupun saran *customer service* selalu menerima dan mendengarkan dengan tenang dan sabar serta penuh antusias.
  - b) Tidak memasukkan ke dalam hati apa saja perkataan nasabah yang mungkin menyinggung perasaan *customer service*.
  - c) Mencatat setiap kritik dan saran agar kedepan dapat diaplikasikan dalam pelayanan yang masih mempunyai kekuarangan
  - d) Ucapkan terima kasih atas kritik dan sarannya.
  - e) Memohon kepada nasabah untuk tidak sungkan memberikan masukan, kritik dan saran lagi.

- f) Ekspresikan rasa senang dan terbuka untuk menerima kritik dan saran

## **2. Implementasi *Service Excellent* Oleh *Customer Service* Pada BPRS Way Kanan**

Berdasarkan teori terdapat 9 indikator yaitu Nasabah merasa dipentingkan, Nasabah merasa diutamakan hal ini termasuk *attention* (perhatian). Nasabah merasa dihargai, Nasabah merasa diperhatikan hal ini termasuk *accountability* (tanggungjawab)<sup>25</sup>

Nasabah merasa dilayani dengan mudah, Nasabah merasa dilayani dengan cepat, Nasabah merasa dilayani dengan tepat dan benar hal ini termasuk *action* (tindakan), Nasabah merasa dibantu dan diberi jalan keluar hal ini termasuk *attitude* (sikap), serta Nasabah merasa mendapatkan apa yang diharapkan hal ini termasuk *ability* (Kemampuan), Nasabah merasa puas dan terkesan hal ini termasuk *attitude* (sikap).

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa Implementasi *Service Excellent* BPRS Way Kanan Tahun 2017 yaitu: memiliki sifat *ability* (kemampuan) yaitu Seorang *customer service* harus memiliki kemampuan mengatasi setiap keluhan nasabah, *Attitude* (Sikap) yaitu *customer service* harus ramah, murah senyum, lemah lembut dalam bertutur kata, *Appearance* (Penampilan) yaitu Penampilan yang ditunjukkan oleh *customer service* BPRS Way Kanan baik secara fisik (pakaian, sepatu, asesoris, tata rias muka) maupun non-fisik (kepribadian positif), *Attention* (Perhatian) yaitu

---

<sup>25</sup>Ahmad Mukhlisin, "Kajian Hukum Islam Terhadap Dinamika Pelaksanaan Zakat Padi: Kajian Ilmu Hukum dan Hukum Islam," diakses 28 Januari 2018, <http://journal.iaimnumetrolampung.ac.id/index.php/jm/article/view/49>.

Perhatian atau kepedulian penuh kepada nasabah sudah di terapkan oleh *customer service* BPRS Way Kanan, *Action* (Tindakan / Ucapan) yaitu meliputi ucapan (*greeting*), *external indirect contact* (per telepon), *internal call* (telepon internal), *oper* panggilan telepon, etika bertelepon, etika saat berdiri, etika saat duduk, etika jabat tangan, etika saat berbicara. Dan *Accountability* (Tanggung Jawab) yaitu meliputi bila melakukan kesalahan, bila mengecewakan nasabah, bila membuat nasabah lama menunggu, bila tidak bisa menepati janji, bila mendapat komplain nasabah, bila mendapat kritik dan saran dari nasabah.

Sikap yang ditunjukkan oleh *customer service* BPRS Way Kanan jika di lihat memang tidak kaku, *customer service* selalu ramah kepada siapa saja baik nasabah yang lama maupun baru. Baik nasabah yang sudah kenal maupun yang belum kenal. Dan *customer service* tidak segan di ajak diskusi mengenai hal apa saja pada saat tidak ada pekerjaan, tentunya selama diskusi tersebut masih dalam batas pekerjaan maupun kegiatan BPRS lain.

Namun pada poin menyebutkan nama diri (*customer service*), mempersilahkan nasabah duduk dan menyampaikan keinginan untuk membantu terkadang tidak disampaikan oleh *customer service*. Hal tersebut terjadi karena, sebelum *customer service* menawarkan bantuan terkadang nasabah sudah mendahului menyampaikan kepada *customer service* tentang kebutuhannya datang ke BPRS misalnya untuk mengajukan pembiayaan, atau untuk memperbarui buku tabungan dan kebutuhan lain. Faktor lain disebabkan karena jarak tempat tunggu nasabah dengan meja *customer service* hanya berjarak tiga langkah sehingga

pergantian nasabah pertama ke nasabah selanjutnya, *customer service* tidak dapat memberikan sapaan dengan berdiri. Kekurangan lain akibat terlalu dekat jarak antara tempat tunggu nasabah dengan meja *customer service* sehingga semua pembicaraan nasabah dan *customer service* bisa di dengar oleh nasabah lain, oleh karena itu privasi nasabah tidak bisa di jaga oleh BPRS.

Kemudian pada saat menerima telepon, bahasa yang digunakan adalah Bahasa Indonesia tapi jika lawan bicara berbicara dengan Bahasa Jawa maka *customer service* wajib beralih ke Bahasa Jawa.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa Implementasi *Service Excellent* oleh *Customer Service* BPRS Way Kanan Tahun 2017 sudah sesuai dengan teori *Servier Excellent*.

#### **D. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian Tugas Akhir yang telah penulis paparkan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa: *Customer service* harus memiliki memiliki sifat *ability* (kemampuan) yaitu Seorang *customer service* harus memiliki kemampuan mengatasi setiap keluhan nasabah, *Attitude* (Sikap) yaitu *customer service* harus ramah, murah senyum, lemah lembut dalam bertutur kata, *Appearance* (Penampilan) yaitu Penampilan yang ditunjukkan oleh *customer service* BPRS Way Kanan baik secara fisik (pakaian, sepatu, asesoris, tata rias muka) maupun non-fisik (kepribadian positif), *Attention* (Perhatian) yaitu Perhatian atau kepedulian penuh kepada nasabah sudah di terapkan oleh *customer service* BPRS Way Kanan, *Action* (Tindakan / Ucapan) yaitu meliputi ucapan (*greeting*), *external indirect contact* (per telepon), *internal call* (telepon internal), *oper* panggilan telepon, etika ber telepon,

etika saat berdiri, etika saat duduk, etika jabat tangan, etika saat berbicara. Dan *Accountability* (Tanggung Jawab) yaitu meliputi bila melakukan kesalahan, bila mengecewakan nasabah, bila membuat nasabah lama menunggu, bila tidak bisa menepati janji, bila mendapat komplain nasabah, bila mendapat kritik dan saran dari nasabah.

## Daftar Pustaka

- Ahmad, Syarwani, Muhammad Kristiawan, Tobari Tobari, dan Suhono Suhono. “Desain Pembelajaran SMA Plus Negeri 2 Banyuasin III Berbasis Karakter Di Era Masyarakat Ekonomi ASEAN.” *Iqra’: Jurnal Kajian Ilmu Pendidikan* 2, no. 2 (2017): 403–432.
- Asnawi, Habib Shulton. “Dasar Hukum Hakim Mahkamah Konstitusi Dalam Memutuskan Perkara No.46/PUUVIII/2010 Tentang Status Hukum Anak Di Luar Nikah (Perspektif Hukum Islam Dan Hak Asasi Manusia).” *FIKRI: Jurnal Kajian Agama, Sosial Dan Budaya* 1, no. 1 (3 Maret 2016): 45–78. <http://journal.iaimnumetrolampung.ac.id/index.php/jf/article/view/7>.
- . “Hak Asasi Manusia Islam dan Barat (Studi Kritik Hukum Pidana Islam dan Hukuman Mati).” *Jurnal Supremasi Hukum* 1, no. 1 (2012). [http://www.aifis-digilib.org/uploads/1/3/4/6/13465004/02.\\_ham\\_islam\\_dan\\_barat\\_habib\\_shulton\\_asnawi.pdf](http://www.aifis-digilib.org/uploads/1/3/4/6/13465004/02._ham_islam_dan_barat_habib_shulton_asnawi.pdf).
- . “Kritik Teori Hukum Feminis Terhadap UU. NO. 1 tahun 1974 Tentang Perkawinan: Suatu Upaya dalam Menegakkan Keadilan HAM Kaum Perempuan.” *Al-Ahwal: Jurnal Hukum Keluarga Islam* 4, no. 1 (26 September 2016): 117–30. <http://ejournal.uin-suka.ac.id/syariah/Ahwal/article/view/04105>.
- . “Penafsiran Mahkamah Konstitusi Terhadap UU. No. 22 Tahun 2001 Tentang Migas: Kajian Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor. 36/PUU-X/2012.” *Jurnal Yudisial* 9, no. 3 (9 Desember 2016): 259–79. <http://jurnal.komisiyudisial.go.id/index.php/jy/article/view/10>.
- Mukhlisin, Ahmad, dan Saipudin Saipudin. “Sistem Jual Beli Pupuk Kandang Perspektif Imam Syafi’i Dan Imam Hanafi (Studi Di Kampung Sulusuban Kecamatan Seputih Agung).” *JURNAL MAHKAMAH: Kajian Ilmu Hukum Dan Hukum Islam* 2, no. 2 (27 Desember 2017): 327–50. <https://doi.org/10.25217/jm.v2i2.176>.

- Mukhlisin, Ahmad. "Kajian Hukum Islam Terhadap Dinamika Pelaksanaan Zakat Padi: Kajian Ilmu Hukum dan Hukum Islam." Diakses 28 Januari 2018. <http://journal.iaimnumetrolampung.ac.id/index.php/jm/article/view/49>.
- . "Pemanfaatan Harta Wakaf di Luar Ikrar Wakaf Perspektif Hukum Islam dan UU. No. 41 Tahun 2004 (Analisis Pemanfaatan Harta Wakaf di Desa Taman Fajar Kecamatan Purbolinggo Lampung Tengah)." Diakses 28 Januari 2018. <http://www.syekhnrjati.ac.id/jurnal/index.php/mahkamah/article/view/2165/1391>.
- Subandi. "Manajemen Zakat, Infaq Dan Shadakah (ZIS) Produktif (ZIS Berbasis Kewirausahaan Di Laziznu Kota Metro Tahun 2015)." *FIKRI: Jurnal Kajian Agama, Sosial Dan Budaya* 1, no. 1 (3 Maret 2017): 143–68. <http://journal.iaimnumetrolampung.ac.id/index.php/jf/article/view/10>.
- . "Pengembangan Kurikulum Berbasis Kewirausahaan Di Perguruan Tinggi Keislaman Swasta (PTKIS)." *AL-IDARAH: JURNAL KEPENDIDIKAN ISLAM* 5, no. 1 (1 Juni 2015). <http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/idaroh/article/view/679>.
- Adiwarman A. Karim, *Bank Islam*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2010
- Andri Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan Syari'ah*, Jakarta : Kencana, 2014
- Ascarya, *Akad & Produk Bank Syari'ah*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2011
- Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian*, Bandung : CV. Pustaka Setia, 2008
- Buchari Alma dan Donny Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syari'ah*, Bandung : Alfabeta, 2009
- Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta, 2016
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka., 2007.



- Eko Putro Widoyoko, *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2012
- Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016
- Herry Sutanto, & Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Pustaka Setia, 2013
- Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2014
- Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Jakarta: Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Direktorat Urusan Agama Islam dan Pembinaan Syariah, 2012
- Malayu S.P. Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta: Bumi Aksara, 2015
- Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, Jakarta : Bumi Aksara, 2004
- Mardani, *Fiqih Ekonomi Syariah*, Jakarta: Kencana, 2015
- Muhammad, *teknik perhitungan bagi hasil dan pricing di Bank Syariah*, Yogyakarta; UII Press, 2001
- Nasution, *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*, Jakarta: Bumi Aksara, 2008
- Nina Rahmayanty, *Manajemen Pelayanan Prima*, Bandung : Graha Ilmu, 2010
- Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Prenhallindo, 2002, jilid 1.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, Bandung : Alfabeta, 2009
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta : Rineka Cipta, 2013
- Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika, 2010