

IMPLEMENTASI SERVICE EXCELLENCE OLEH CUSTOMER SERVICE PADA BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG AMBON

Ode Kamarudin¹

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Ambon
Jl. Dr. H. Tarmizi Taher, Kota Ambon, Maluku, 97128, Indonesia

✉ Corresponding Author:

Nama Penulis: Ode Kamarudin

E-mail: Odekamarudin123@gmail.com

Abstract

The purpose of this study is to determine the process of service excellence by customer service in the service process at Bank Syariah Mandiri Ambon Branch Office and to determine the implementation of service excellence by customer service in the service process at Bank Mandiri Syariah Ambon Branch Office. The main problem in this study is how to implement service excellence standards for services that actually occur at Bank Mandiri Syariah Ambon Branch Office which is carried out by customer service. This type of research is field research by taking the research location at Bank Mandiri Syariah Ambon Branch Office using a qualitative approach. The data in this study consisted of primary data and secondary data obtained by using the interview method (interview) with customer service, documentation, and observation. The results of the study indicate that customer service can implement the standards set by Bank Syariah Mandiri Ambon Branch Office into services that have become their duties, (service excellence) which includes basic aspects of Accountability (Responsibility), Action (Actions), Attention (Attention), Appearance, Attitude, Ability that can satisfy and attract customers to remain loyal to Bank Mandiri Syariah Ambon Branch Office.

Keywords: Service Excellence; Customer Service; Bank Syariah Mandiri

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui proses service excellence oleh customer service dalam proses pelayanan pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ambon dan mengetahui implementasi service excellence oleh customer service dalam proses pelayanan pada Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Ambon. Yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana implementasi standar service excellence terhadap pelayanan yang sebenarnya terjadi di Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Ambon yang di laksanakan oleh customer service. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (field research) dengan mengambil lokasi penelitian di Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Ambon 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 Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ambon ke dalam pelayanan yang sudah menjadi tugasnya, (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 Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Ambon.

Kata kunci: Service Excellence; Customer Service; Bank Syariah Mandiri

PENDAHULUAN

Perkembangan pada perbankan syariah terus mengalami kemajuan, namun hendaknya tidak membuat bank syariah berbesar kepala, sebab banyak hal yang harus dibenahi pada diri perbankan syariah. Misalnya, soal pemanfaatan teknologi yang masih terbilang minim, padahal kondisi tersebut merupakan hal kritis dalam hal pelayanan. Cukup kritis karena pada posisi lain pesaing dari bank konvensional sudah cukup lama memenuhi kebutuhan teknologi perbankan untuk memanjakan keinginan nasabahnya. Saat kondisi teknologi masih minim diikuti pula SDM yang belum bisa setara dengan SDM bank konvensional, padahal hal tersebut juga merupakan hal penting dalam industri perbankan nasional.

Terdapat berbagai tantangan dalam mencapai keberhasilan. Untuk mengantisipasinya, Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Ambon 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 Mandiri Syariah Kantor Cabang Ambon. Agar tercipta sebuah *service excellence* terdapat dua tujuan yang sama, nasabah menginginkan pelayanan yang memuaskan dan Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Ambon selaku penyedia jasa harus memberikan kepuasan kepada nasabah. Saat kedua tujuan tersebut telah ada maka tugas Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Ambon 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.

Keberhasilan dari pemberian kualitas pelayanan itu ditunjukkan para nasabah dengan adanya rasa puas dari para nasabah. Semakin tinggi tingkat kepuasan para nasabah, itu berarti semakin baik pengelolaan pelayanan yang

diberikan Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Ambon kepada nasabah. Kenyataannya, antara harapan nasabah dengan kenyataan pelayanan yang diberikan kepada nasabah sering kali terjadi sebaliknya. Tidak sedikit nasabah yang mengungkapkan kritikan dan keluhan karena pelayanan yang diberikan kurang atau bahkan tidak memuaskan. Bahkan ada juga nasabah yang tidak merasa puas namun tidak menyampaikan keluhan dan langsung beralih ke Bank lain. Kritikan dan keluhan tersebut yang dapat menimbulkan persepsi negatif nasabah. Apabila hal tersebut dibiarkan terus-menerus dapat menurunkan tingkat kepercayaan nasabah. Bukan menjadi hal yang tidak mungkin apabila nasabah beralih ke Bank lain karena mereka merasa Bank lain lebih mampu memberikan pelayanan yang dapat memuaskan mereka. Tak hanya di bayangi akan kekhawatiran nasabah akan lebih memilih di layani oleh Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Ambon pesaing namun kini Bank juga mulai membidik sasaran usaha mikro sebagai sumber pendapatannya, otomatis Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Ambon harus memutar otak agar tidak tergeser oleh pesaing dan tetap eksis dan dapat melayani kebutuhan masyarakat mikro.

Dalam kegiatan operasionalnya, Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Ambon hendaknya memiliki sumber daya yang diharapkan mampu menjalankan fungsi sebagai *receptionist*, *deskman*, *salesman*, *customer relation officer*, dan *comunicator*. Sumber daya yang dimaksud adalah *customer service* (CS) (Kasmir, 2008: 23). Tak hanya dibutuhkan seorang CS, namun juga seorang CS yang profesional karena peran CS sangat penting dan vital dalam meningkatkan pelayanan serta upaya mempromosikan citra baik Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Ambon.

Oleh karena itu, CS dituntut harus memiliki kemampuan melayani nasabah secara tepat dan cepat serta memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik didukung dengan tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan, ketepatan, dan keakuratan pekerjaannya sehingga dapat memberikan pelayanan yang terbaik bagi kepuasan nasabah, maka dibutuhkan CS atau disebut dengan pelayanan prima. Seperti yang disampaikan oleh Kasmir "pelayanan prima adalah pelayanan yang diberikan untuk memenuhi standar pelayanan, sehingga mampu memuaskan pihak-pihak terlibat dengan perusahaan baik langsung maupun tidak langsung" (Kasmir, 2011:11).

Hal ini agak berbeda dengan hasil observasi awal penulis, dimana cara kerja customer service pada Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Ambon dalam memberikan pelayanan kepada nasabah masih terlihat kurang maksimal. Ada nasabah yang saat datang tidak langsung dilayani, tapi dibiarkan duduk di kursi antrian hingga beberapa menit. Nasabah tidak ditanyakan apa kebutuhan atau maksud kedatangan nasabah. Nasabah juga

mengambil sendiri formulir, baik formulir penarikan maupun pengiriman atau transfer uang. Begitupun dengan formulir lainnya. Bahkan terlihat, yang menyambut kedatangan dan membuka pintu masuk bagi nasabah adalah petugas keamanan atau satpam.

Hal ini jika ditinjau dari pelayanan prima atau *service excellence*, jauh dari tujuannya. Begitupun saat melayani pengaduan nasabah, masih ada CS yang menerima telepon dan berbicara dalam waktu yang cukup lama tanpa memperdulikan nasabah yang sedang menunggu pelayanan dari CS tersebut. Selain itu, terkadang CS tidak memberikan informasi detail tentang jenis produk BSM, seperti jenis tabungan. Hal ini kemudian membuat kecewa nasabah di kemudian hari.

Berdasarkan uraian di atas, yang menjadi masalah pokok dari penelitian ini adalah bagaimana Implementasi *service excellence* oleh *customer service* pada Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Ambon, Dari masalah pokok tersebut kemudian dirumuskan dalam sub masalah sebagai berikut. Bagaimana implementasi *service excellence* oleh *customer service* pada Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Ambon.

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Customer Service

Pelayanan nasabah atau *customer service* di BSM merupakan jasa yang diberikan oleh BSM kepada nasabah pada khususnya dan masyarakat pada umumnya yang berkaitan dengan kegiatan usaha dan operasional BSM sehari-hari. Terjadinya persaingan antar lembaga keuangan yang semakin ketat seperti sekarang ini, berdampak kepada semua nasabah berkeinginan atau dapat memilih pelayanan mana yang terbaik dari BSM melalui kemudahan berhubungan dengan BSM, pelayanan yang cepat, dan keramahan petugas BSM baik dari segi produk atau jasa yang ditawarkan maupun masalah pelayanan yang diberikan kepada nasabahnya.

Customer Service adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah (Kasmir, 2004:202).

1. Peranan dan Tugas *Customer Service* (Rahmayanty, 2013:204).

Tugas pokok *Customer Service* adalah:

- a. Membantu nasabah untuk memberikan informasi dan formulir
- b. Membantu menyelesaikan pengaduan nasabah
- c. Memperkenalkan produk-produk atau jasa-jasa perusahaan
- d. Memberikan informasi mengenai fitur dan layanan perusahaan
- e. Mempertahankan nasabah agar tetap setia pada perusahaan dan juga menarik nasabah yang baru

2. Syarat-syarat yang harus di penuhi oleh *Customer Service* (Kasmir, 2008:194).
 - a) Persyaratan Fisik
Seorang *customer service* harus memiliki ciri-ciri fisik yang menarik. Ciri tersebut dilihat dari segi wajah, tinggi badan ideal, berat badan ideal. Selain itu *customer service* juga harus memiliki jiwa yang sehat, tak hanya jiwa tapi rohaninya pun juga harus sehat.
 - b) Persyaratan Mental
Persyaratan mental yang dimaksud adalah seorang *customer service* harus mempunyai sifat percaya diri sehingga dapat meyakinkan nasabah. Jika percaya diri sudah dimiliki maka perilaku sabar, ramah, murah senyum serta tanggung jawab akan mengikuti apapun kondisinya meski nasabah sedang menyampaikan kemarahan atau komplain.
 - c) Persyaratan Kepribadian
Customer service harus memiliki kepribadian yang baik saat bertemu dengan nasabah, sehingga muncul kesan pertama yang mengesankan (*first impression*). Kesan pertama tidak dapat di buat namun di upayakan dari hati berperilaku sopan, ramah, murah senyum, bersifat humor jika diperlukan, gesit, enerjik, mampu mengendalikan diri, tidak mudah terpancing emosi maupun terhadap hal-hal negatif, tidak mudah marah, dan gerakan tubuh yang sesuai.
 - d) Persyaratan Sosial
Customer service harus memiliki jiwa sosial yang tinggi, mudah bergaul dengan semua kalangan dan memiliki budi pekerti luhur.

Pengertian *Service Excellence*

Pelayanan yang baik memungkinkan BSM untuk memperkuat kesetiaan nasabah dan meningkatkan pangsa pasar (*market share*), karena itu pelayanan yang baik menjadi hal yang sangat penting dan berpengaruh dalam operasional BSM itu sendiri.

Pengertian *Service Excellence* Pelayanan adalah bagian dari *marketing*. Falsafah yang mendasari kegiatan usaha bank adalah kepercayaan masyarakat. Terciptanya kualitas layanan tentunya akan menciptakan kepuasan terhadap pengguna layanan, yang pada akhirnya dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya terjalin hubungan yang harmonis antara penyedia jasa dengan nasabah, memberikan dasar yang baik bagi terciptanya loyalitas nasabah dan membentuk suatu rekomendasi dari

mulut ke mulut (*word-of-mouth*) yang menguntungkan bagi penyedia jasa tersebut.

Pelayanan prima adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada organisasi/perusahaan (Barata, 2006:20).

1. Tujuan *Service Excellence*

Tujuan dari *service excellence* atau pelayanan prima yaitu (Rahmayanty, 2013:8):

- a. Tujuan pelayanan prima mencegah pembelotan dan membangun kesetiaan pelanggan atau *customer loyalty*. Pembelotan pelanggan atau berpalingnya pelanggan disebabkan karena kesalahan pemberian pelayanan maupun sistem yang digunakan oleh perusahaan dalam melayani pelanggan.
- b. Tujuan pelayanan prima dapat memberikan rasa puas dan kepercayaan pada konsumennya. Dalam pelaksanaannya pelayanan prima merupakan pelayanan yang sangat baik dan melampaui harapan pelanggan dan pelayanan yang memiliki ciri khas kualitas (*quality nice*).
- c. Tujuan pelayanan prima tetap menjaga dan merawat (*maintenance*) agar pelanggan merasa diperhatikan dan dipentingkan segala kebutuhannya atau keinginannya. Pelayanan dengan standar kualitas yang tinggi dan selalu mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan setiap saat, secara konsisten dan akurat (handal).
- d. Tujuan pelayanan prima merupakan upaya mempertahankan pelanggan agar tetap loyal untuk menggunakan produk barang atau jasa yang ditawarkan tersebut.

2. Landasan Hukum Menurut *Al-Quran*

Menjadi seorang *customer service* salah satu tugasnya adalah memberikan segala informasi yang di butuhkan nasabah maupun yang di amanatkan BSM untuk di sampaikan kepada nasabah. Allah SWT berfirman dalam QS. An-Nisa:58):

﴿ 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 ﴾

Artinya:

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum diantara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil.

Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.

Allah SWT berfirman dalam surat Taha ayat 44:

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ

Artinya:

“Maka bicaralah kamu berdua kepadanya dengan yang lemah lembut, mudah-mudahan ia ingat atau takut.”

3. Landasan Hukum Menurut *Hadits*

Seorang *customer service* dalam menjalankan tugasnya dituntut untuk selalu profesional. Rasulullah SAW bersabda:

“Sesungguhnya Allah SWT mencintai jika seorang dari kalian bekerja, maka ia itqan (profesional) dalam pekerjaannya” (HR. Baihaqi)

METODE

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif menurut Bogdan dan Taylor adalah suatu prosedur penelitian yang bertujuan untuk menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku mereka yang dapat diamati (Moleong, 2007:3). Dalam penelitian ini penulis mengambil pokok bahasan *service excellence* di Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Ambon sebagai studi kasus penelitian.

Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi adalah sebagai suatu proses melihat, mengamati dan mencermati serta merekam perilaku secara sistematis untuk tujuan tertentu (Herdiansyah, 2013:131). Dalam observasi ini penulis melihat, mengamati dan mencermati serta merekam perilaku *customer service* secara sistematis dalam menghadapi nasabah, misalnya menawarkan produk, bertindak melayani secara cepat, menjelaskan syarat-syarat permohonan pembiayaan, melayani pengaduan dan hal lain yang dibutuhkan nasabah termasuk sikap *customer service* tersebut.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan karyawan atau petugas *customer service* Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Ambon.

3. Dokumentasi

Dengan metode ini penulis mendapatkan data yang mencatat diantaranya meliputi letak geografis, sejarah awal mula berdirinya, visi dan misi, tujuan, struktur organisasi, produk-produk Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Ambon, serta konsep *service excellence* (pelayanan prima) yang diterapkan oleh *customer service* dari buku-buku teks, artikel, dan sumber cetak lainnya.

Sumber data

1. Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber yang diteliti, dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap masalah yang dihadapi (Hadi, 2004:218). Dengan data ini penulis mendapatkan langsung gambaran umum tentang Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Ambon dan mengetahui implementasi *service excellence* di Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Ambon.

2. Data Sekunder

Data yang diperoleh dari atau berasal dari bahan kepustakaan. Data kepustakaan tidak hanya berupa teori-teori yang telah matang siap untuk dipakai tetapi dapat pula berupa hasil-hasil penelitian yang masih memerlukan pengujian kebenarannya. Data sekunder dalam penelitian ini adalah buku, internet dan bahan acuan lainnya yang berhubungan erat dengan konsep *service excellence*.

Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Dalam menganalisis data, penulis menggunakan deskriptif analisis yaitu analisis data yang diwujudkan bukan dalam bentuk angka melainkan dalam bentuk laporan dan uraian yang sifatnya deskriptif. Metode ini bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai *service excellence* oleh *customer service* pada Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Ambon.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi *Service Excellence* oleh *Customer Service*

1. *Ability* (Kemampuan)

Sesuai standar yang dikeluarkan oleh BSM Cabang Ambon, *customer service* berkomunikasi dengan nasabah, selalu menggunakan Bahasa

Indonesia yang baik dan benar. Selain berkomunikasi secara verbal, *customer service* BSM Cabang Ambon sudah mampu menerapkan berkomunikasi dengan bahasa tubuh, yaitu mengekspresikan rasa hormat, menghargai, berterimakasih, tulus, senang melayani. Kemampuan lainnya yaitu menggunakan alat komunikasi sudah barang tentu dikuasai dan sudah sesuai standar, kemudian menguasai produk-produk BSM seperti, apa saja produk BSM, berapa masing-masing bagi hasilnya, apa saja manfaatnya, bagaimana syarat untuk mendapatkan produk tersebut sudah sangat dikuasai oleh *customer service*.¹

2. 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 membungkukan 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.²

3. Appearance (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.

4. Attention (Perhatian)

Perhatian yang diberikan oleh *customer service* BSM Cabang Ambon 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 BSM Cabang Ambon 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

¹ Riandi, Manager BSM Kantor Cabang Ambon, Wawancara, tanggal 18 Nopember 2015, pukul 13.00

² Vidina, Customer Service BSM Kantor Cabang Ambon, Wawancara, tanggal 18 Nopember 2015, pukul 12.00

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 BSM Cabang Ambon untuk beberapa hari, maka *customer service* biasanya menanyakan keberadaan nasabah beberapa hari lalu, bukan bermaksud ingin tahu namun itu menunjukkan perhatian kepada nasabahnya.³

5. *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.⁴

Sikap yang ditunjukkan oleh *customer service* BSM Cabang Ambon 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 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 BSM 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 BSM.

³ Aulia Karinda, Customer Service BSM Kantor Cabang Ambon, *Wawancara*, tanggal 19 Nopember 2015, pukul 12.00.

⁴ Ibid,

KESIMPULAN

Proses service excellence oleh customer service pada Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Ambon dilakukan berdasarkan standar yang sudah ditetapkan BSM, misalnya tentang syaratnya seperti persyaratan fisik, persyaratan mental, persyaratan kepribadian dan persyaratan sosial. Selain itu, *Ability, Attitude, Appearance, Attention, Action, Accountability* menjadi sebuah ukuran bagi customer service dalam bekerja.

Dari sisi kemampuan, seorang *customer service* harus mampu mengatasi keluhan nasabah, menguasai produk-produk BSM dan berkomunikasi. Dari sikap, seorang *customer service* harus ramah, murah senyum, lemah lembut dalam bertutur jujur dan selalu antusias saat nasabah berbicara. Sedangkan segi penampilan CS berpakaian rapi dan sederhana namun mampu merefleksikan kepercayaan, kredibilitas, kehormatan diri dihadapan nasabah. CS juga harus memiliki sikap kepedulian kepada nasabah dari memberi perhatian pada saat nasabah resah menunggu antrian dan memperhatikan kebutuhan dan keinginan nasabah yang lain. Sementara untuk action atau tindakan, CS BSM juga wajib beretika dalam ucapan. Jika ada kesalahan, CS BSM bertanggungjawab terhadap kesalahan yang dilakukan.

Saran yang dapat disampaikan penulis dari penelitian yang telah dilakukan yaitu perlu ditingkatkan lagi penerapan terhadap standar pelayanan prima yang ada oleh *customer service*, jika pelayanan sudah baik maka nasabah akan puas dan loyal sehingga pendapatan BSM kantor Cabang Ambon juga akan meningkat. Perlu adanya sanksi atau teguran saat *customer service* tidak memenuhi standar pelayanan prima yang sudah ditetapkan oleh BSM Cabang Ambon. BSM Cabang Ambon perlu menambah kursi tunggu bagi nasabah agar saat antri tidak berdiri serta menambah kenyamanan nasabah. BSM Cabang Ambon perlu menambah bulletin atau majalah tentang Bank Syariah Mandiri agar rak buku tidak terlihat kosong dan nasabah tidak bosan saat mengantri untuk mendapatkan pelayanan serta dapat menjadi khazanah pengetahuan nasabah akan bank syariah, sehingga rasa tertarik nasabah terhadap bank syariah makin tinggi. BSM Cabang Ambon perlu menambah pengharum ruangan agar menambah rasa nyaman nasabah. BSM Cabang Ambon tidak perlu menggunakan jasa *security* atau petugas yang membukakan pintu masuk, lebih baik diserahkan kepada *Customer service*, karena disitulah pelayanan pertama kali dilakukan, baik dari tutur kata, penampilan sampai dengan mengetahui kebutuhan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Barata A.A. (2006). *Dasar-dasar Pelayanan Prima*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Departemen Agama RI, Al-Qayyum Al-Qur'an dan Terjemahannya disertai Transliterasi, Semarang: PT. Karya Toha Putra.
- Effendi, Steven. (1998). *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: LP3S.
- Hadi, Sutrisno. (2004). *Metodologi Research*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Herdiansyah, Haris. (2013). *Wawancara, Observasi, dan Focus Group Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Kasmir. (2008). *Etika Customer Service*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2008). *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Martin, William B. (2005). *Quality Customer Service: Cara Jitu Memikat Hati Pelanggan*, penerjemah: Bonifacius Sindyarta, Jakarta: PPM.
- Moleong, Lexy J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rahmayanty, Nina. (2013). *Manajemen Pelayanan Prima*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sadrah, Engkos. (2014). *BMT Bank Islam Instrumen Lembaga Keuangan Syariah*, Bandung: Pustaka Bani Quraisy.
- Standar Pemahaman Service Excellence (Pelayanan Prima) BSM Kantor Cabang Ambon
- Sukorejo, Subagyo P. Joko. (1991). *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*, Jakarta: PT. Melton Putra.
- Sudarso, Heri. (2003). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Yogyakarta: Ekonisia.
- Suharsimi, Arikunto. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: PT. Renika Cipta.
- Taufik, Rustam. (2014). *Analisis Penerapan Sistem Antrian Model M/M/S Pada PT Bank BNI Syariah (Persero) TBK Kantor Cabang Pembantu*, Skripsi Sarjana Ekonomi dan Bisnis, Makasar, <http://repository.unhas.ac.id/bitstream>
- Yunus, Jamal Lulail. (2009). *Manajemen Bank Syariah*, Malang: UIN Malang Press, 2009