

Implementasi Standar Operasional Prosedur Pada *Customer Service* (Studi Pada Perbankan Syariah di Kota Bengkulu)

Aan Shar¹, Herry Novrianda², Rizky Hariyadi³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu^{1,3}, Fakultas Ekonomi Universitas
Terbuka²

Email: aan.shar@iainbengkulu.ac.id¹, herry.novrianda@ecampus.ut.ac.id²,
rizky.hariyadi@iainbengkulu.ac.id³

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi pelayanan berbasis SOP pada perbankan syariah di Kota Bengkulu. Metode penelitian yang digunakan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data primer berupa wawancara terhadap *customer service* selaku pihak yang pemberi layanan kepada nasabah. Teknik analisis data menggunakan konsep Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perbankan syariah di Kota Bengkulu telah menjalani SOP layanan customer service yaitu senyum, sampaikan salam, fokus pada nasabah dan menawarkan bantuan, inisiatif menggali kebutuhan nasabah, mampu menjelaskan produk dan fitur kepada nasabah, melakukan proses dan permintaan nasabah dengan cepat, akurat, selalu melakukan verifikasi dan konfirmasi, tanggap permintaan nasabah dengan empati, menawarkan produk dan jasa lainnya (*crosseling*), menawarkan bantuan kembali, mengucapkan terima kasih dan ditutup dengan salam.

Kata kunci: Standar Operasional Prosedur, *Customer Service*

Abstract

The purpose of this study was to determine the implementation of SOP based services at the islamic banking in Bengkulu City. The research method used is descriptive qualitative with primary data collection techniques in the form of interviews with customer service as the party providing the service to customers. Data analysis techniques using the concept of Miles and Huberman. The results showed that the islamic banking in Bengkulu City has undergone customer service service SOPs, namely smiles, greetings, focus on customers and offer assistance, initiative to explore customer needs, be able to explain products and features to customers, do customer processes and requests quickly, be accurate, always verify and confirm, respond to customer requests with empathy, offer other products and services (*crosseling*), offer assistance again, say thank you and close with greetings.

Keywords: Standard Operating Procedures, Customer Service

I. PENDAHULUAN

Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang bermutu kepada para pelanggannya akan menentukan pencapaian pangsa pasar yang tinggi serta meningkatkan profit perusahaan. Memberikan pelayanan melebihi kepuasan nasabah merupakan salah satu upaya yang dapat membedakan suatu perusahaan jasa dengan perusahaan jasa yang lain. Akan tetapi di lain pihak sangatlah sulit untuk menilai kualitas layanan/jasa dibanding dengan menilai kualitas barang (Machmud dan Rukmana, 2010).

Pelayanan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh penyedia jasa dalam rangka membantu pelanggan dalam mencapai tujuannya. Pelayanan terhadap pelanggan bank atau sering diistilahkan nasabah akan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginannya. Pelayanan nasabah bukan hanya sekedar melayani tapi juga harus memperhatikan kepuasan yang dirasakan oleh nasabah. Dalam memberikan penilaian dalam pelayanan/jasa yang diterimanya, pelanggan menggunakan sepuluh dimensi orisinal sebagai indikator penentu dalam menentukan kualitas pelayanan (Lupiyoadi, 2001). Pelayanan yang diberikan akan berkualitas jika setiap *customer service* dibekali pengetahuan tentang dasar-dasar pelayanan yang sesuai dengan bidang pekerjaan yang akan dihadapinya, termasuk kemampuannya menguasai pengetahuan tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan bank dan produk yang ditawarkan. Dengan demikian, seorang *customer service* harus memiliki dasar-dasar pelayanan yang kokoh seperti memahami etika bank, pengenalan produk, dasar-dasar lainnya (Kotler, 2005).

Sebuah bank baik konvensional maupun syariah, harus memiliki *frontliner* yang memiliki etika dan etiket pelayanan. Etika dan etiket dalam pelaksanaan pelayanan dapat diformulasikan sebagai bentuk standar pelayanan yang telah ditetapkan oleh perusahaan dan disepakati seluruh anggota untuk mengatur bagaimana harusnya pelayanan yang dilakukan kepada publik. Setiap perbankan pasti memiliki prosedur dan teknik yang berbeda-beda dalam menangani keluhan dan memberikan pelayanan kepada para nasabahnya. Standar Operasional Prosedur adalah pedoman atau acuan untuk melaksanakan tugas pekerjaan sesuai dengan fungsi dan alat penilaian kinerja suatu instansi berdasarkan indikator-indikator teknis, administratif dan prosedural sesuai dengan tata kerja, prosedur kerja dan sistem kerja pada unit kerja yang bersangkutan. Tujuan SOP adalah menciptakan komitmen mengenai apa yang dikerjakan oleh satuan unit kerja untuk mewujudkan *good governance* (Hasibuan, 2001).

Salah satu tolak ukur keberhasilan bank syariah dapat dicapai apabila bank memiliki jumlah nasabah yang banyak karena yang menggunakan dananya adalah nasabah. Industri perbankan syariah pun semakin yakin bahwa kunci sukses untuk memenangkan persaingan terletak pada kemampuannya memberikan total *customer value* yang dapat memuaskan nasabah melalui pelayanan yang diberikan pihak bank. Berdasarkan hasil observasi, pada dasarnya beberapa perbankan syariah di Kota Bengkulu sudah melakukan prosedur sesuai dengan SOP perbankan baik prosedur maupun pelayanan. *Customer service* dituntut untuk dapat selalu tersenyum kepada nasabah, tanggap terhadap permintaan nasabah dan mampu bekerja dengan cekatan dan tidak bertele-tele. Namun disisi lain diketahui pelayanan yang diberikan karyawan bank khususnya *customer service* masih kurang baik, nasabah menilai kinerja *customer service* masih terlalu lambat membuat nasabah menunggu lama, selain itu proses pengerjaan dalam pelayanan nasabah juga lama, pemberian informasi mengenai produk bank juga tidak begitu jelas. Berkaitan dengan hal tersebut, maka penelitian ini akan melihat implementasi pelayanan berbasis *standar operasional prosedur* (SOP) pada *customer service* pada perbankan syariah di Kota Bengkulu.

Kajian Pustaka

Pelayanan

Pelayanan atau *service* dapat diartikan sebagai sebuah kegiatan atau keuntungan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain. Pelayanan tersebut meliputi kecepatan melayani, kenyamanan yang diberikan, kemudahan lokasi, harga wajar dan bersaing (Kasmir, 2017). Untuk melayani pelanggan secara prima kita diwajibkan untuk memberikan layanan yang pasti handal, cepat serta lengkap dengan tambahan empati dan penampilan menarik (Suit dan Almasdi, 2012). Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan atau dalam hal ini pengunjung untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan lembaga

atau instansi pemberi pelayanan jasa. Ikatan hubungan yang baik ini akan memungkinkan lembaga pelayanan jasa untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan/pengunjung serta kebutuhan mereka. Adapun lima dimensi pokok yang dikenal dengan SERQUAL (*service quality*) menurut Parasuraman *et al* (1988) yaitu: bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) serta empati (*empathy*)

Standar Operasional Prosedur (SOP)

Standar operasional prosedur (SOP) adalah pedoman tertulis yang berisi serangkaian prosedur kerja operasional suatu organisasi supaya berjalan efektif, serta mencapai sasaran yang telah ditetapkan (Tjiptono, 2014). Tujuan utama dari penyusunan SOP yaitu memberikan panduan atau pedoman kerja supaya kegiatan perusahaan dapat dikontrol. Menurut Kasmir (2017) Adapun standar layanan *customer service* yaitu:

- a. Senyum, sampaikan salam, fokus pada nasabah dan menawarkan bantuan
- b. Inisiatif menggali kebutuhan nasabah
- c. Mampu menjelaskan produk dan fitur kepada nasabah
- d. Proses, permintaan nasabah dengan cepat
- e. Akurat, selalu melakukan verifikasi dan konfirmasi
- f. Tanggapi permintaan nasabah dengan empati
- g. Menawarkan produk dan jasa lainnya (*crosseling*)
- h. Menawarkan bantuan kembali, mengucapkan terima kasih dan ditutup dengan salam.

Pelayanan dalam Perspektif Ekonomi Islam

Islam mengajarkan kepada umat manusia agar dalam memberikan pelayanan harus sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi islam yakni bersifat profesional, amanah, memelihara etos kerja. Selain prinsip tersebut Hafidhuddin dan Tanjung (2003) menambahkan istiqamah, disiplin dan bertanggung jawab sebagai karakter seorang muslim yang profesional. Yang pada intinya dalam memberikan pelayanan harus mengutamakan kejujuran karena di dalam kejujuran itu terdapat komponen nilai rohani yang memantulkan berbagai sikap yang berpihak kepada kebenaran dan sikap moral terpuji. Sebagaimana dalam firman Allah dalam Surah Al-Baqarah: 148.

وَلِكُلِّ وِجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّبُهَا فَاسْتَثْبِقُوا الْخَيْرَاتِ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمْ اللَّهُ جَمِيعًا إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ١٤٨

Artinya : *Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. Di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.*

Dalam dunia kerja dan usaha kejujuran ditampilkan dalam bentuk kesungguhan dan ketepatan, baik ketepatan waktu, janji, pelayanan, mengakui kekurangan, dan kekurangan tersebut diperbaiki secara terus menerus, serta menjauhi dari berbuat bohong atau menipu. Perilaku yang jujur adalah perilaku yang diikuti oleh sikap tanggung jawab atas apa yang diperbuatnya tersebut atau integritas bagaikan dua sisi mata uang. Seseorang tidak cukup hanya memiliki keikhlasan dan kejujuran, tetapi dibutuhkan pula nilai pendorong lainnya, yaitu integritas. Akibatnya, mereka siap menghadapi resiko dan seluruh akibatnya dia hadapi dengan gagah berani, kebanggaan, dan penuh suka cita, dan tidak pernah terpikirkan untuk melemparkan tanggung jawabnya kepada orang lain (Hafidhuddin dan Tanjung, 2003). Kualitas pelayanan diberikan oleh sebuah perusahaan tentunya tidaklah hanya bertujuan untuk memberikan kepuasan semata. Sebagai seorang muslim dalam memberikan pelayanan harus berprinsip pada nilai-nilai syariah guna mewujudkan ketaqwaan sekaligus membuktikan konsistensi keimanan dalam menjalankan syariat Islam. Dalam pandangan

ekonomi Islam yang dijadikan tolak ukur dalam menilai kualitas pelayanan terhadap konsumen yaitu standarisasi syariah. Islam mensyariatkan kepada manusia agar selalu terikat dengan hukum syaria' dalam menjalankan setiap aktivitas ataupun memecahkan setiap masalah. Pengertian hukum kualitas pelayanan tidak secara langsung dijumpai didalam Al-Quran secara eksplisit, akan tetapi didasarkan pada konsep memberikan pelayanan yang baik kepada manusia itu telah diperintahkan oleh Allah SWT.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan sebuah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini bertujuan memaparkan data-data yang diperoleh dilapangan kemudian menganalisisnya dan mendapatkan kesimpulan dari penelitian ini sehingga diketahui implementasi pelayanan berbasis Standar Operasional Prosedur (SOP) pada *customer service* di perbankan syariah Kota Bengkulu. Subjek penelitian yang digunakan adalah beberapa nasabah dan pihak perbankan syariah di Kota Bengkulu dengan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi dengan analisis data meliputi reduksi data, data *display* (Penyajian Data) serta *conclusion drawing/ verification* (Sugiyono, 2014).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Unit pelayanan nasabah atau *customer service* adalah salah satu pemegang pelayanan penuh terhadap nasabah. Hal ini dikarenakan seorang *customer service* selalu berada di bagian *frontliner* atau garda depan dan mempunyai tugas sebagai pelayan nasabah. Manusia memiliki sifat dan watak yang tidak sama, hal ini berpengaruh terhadap pribadinya CS dalam memberikan pelayanan. SOP tercipta untuk sebuah standar operasional, sedangkan yang mengaplikasikannya adalah manusia. CS dapat dikatakan baik jika dapat menerapkan SOP dengan semaksimal mungkin, namun jika tidak dapat melakukannya maka CS bisa dikatakan kurang berhasil memberikan pelayanan.

Sebuah pelayanan dapat dikatakan prima atau unggul apabila mengutamakan pelanggan, memiliki sistem yang efektif, melayani dengan hati, perbaikan yang berkelanjutan dan memberdayakan pelanggan. Pelayanan prima berdasarkan sikap biasanya diaplikasikan dengan pemberian pelayanan yang tampak/kasatmata. Hal-hal yang terkait dengan sikap meliputi pelayanan dengan penampilan serasi, pelayanan dengan pikiran positif dan pelayanan dengan sikap menghargai. Sedangkan pelayanan prima yang didasarkan pada perhatian (*attention*) mencakup tiga prinsip utuh, yaitu mendengarkan/memahami secara totalitas kebutuhan para nasabah, mengamati dan mendengar perilaku nasabah dan mencurahkan perhatian penuh terhadap nasabah. Sikap (*attitude*) dan perhatian (*attention*) tidak berfungsi secara maksimal jika tidak didukung dengan dasar sebuah tindakan (*action*). Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam tindakan pelayanan prima adalah dengan mencatat kebutuhan nasabah, menegaskan kembali kebutuhan nasabah, mewujudkan kebutuhan nasabah dan menyatakan terimakasih dengan harapan nasabah kembali (Daryanti dan Ismanto Setyobudi, 2014).

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa *customer service* sangat perhatian kepada nasabah. Hal ini dapat dilihat dari layanan *customer service* yang menanyakan kebutuhan nasabah lainnya dan menanyakan akan kejelasan informasi yang telah diberikan apakah nasabah sudah mengerti atau belum. Perhatian adalah kepedulian penuh kepada pelanggan, baik yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun pemahaman atas saran dan kritiknya, yang meliputi mengucapkan salam saat pelanggan datang, mempersilahkan duduk apabila antrian panjang, menanyakan keadaan pelanggan, mendengarkan dan memahami kebutuhan pelanggan, mencurahkan perhatian penuh pada

pelanggan, menghargai setiap pendapat dan saran yang diajukan pelanggan, dan memenuhi kebutuhan pelanggan akan barang dan jasa yang di pesan (Rusydi, 2017).

Layanan yang prima juga dapat dilihat dari tindakan *customer service*, dalam hal ini hasil penelitian menunjukkan bahwa tindakan yang dilakukan *customer service* sudah baik, hal ini dapat dilihat dari proses layanan yang diberikan cepat dan akurat. Tindakan adalah kegiatan yang nyata yang harus dilakukan dalam memberikan layanan kepada pelanggan. Tindakan atau sesuatu yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu atau untuk menghasilkan sesuatu meliputi mencatat setiap pesanan/kebutuhan para pelanggan, menegaskan kembali kebutuhan pelanggan yang telah dicatat agar tidak terjadi kesalahan pelayanan, mewujudkan kebutuhan para pelanggan, memberikan penjelasan mengenai spesifikasi produk, melakukan survei dan mencatat kebutuhan pelanggan, menegaskan cara pembayaran, dan menyatakan terima kasih dengan harapan pelanggan mau kembali.

Suatu sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai suatu wujud kepedulian untuk menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan. Dalam menjalankan kegiatan pelayanan perusahaan harus mampu bertanggungjawab melayani setiap pelanggan dari awal hingga selesai. Pelanggan akan puas jika mereka merasakan tanggung jawab dari perusahaan. Apabila ada pelanggan tidak dilayani secara tuntas akan menjadi citra yang buruk bagi perusahaan. Misalnya apabila ada pelanggan yang akan melakukan transaksi harus dilayani sampai pelanggan tersebut selesai melakukan transaksi, dan apabila terjadi kendala atau masalah seperti pelanggan komplain maka harus langsung di tangani, apabila ada kesalahan maka segera memohon maaf (Atep, 2004).

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat diambil kesimpulan yakni dalam mengimplementasikan pelayanan berbasis Standar Operasional Prosedur (SOP) pada *customer service* telah dilaksanakan dengan baik. *Customer service* melaksanakan semua aturan SOP yang telah ditetapkan yaitu senyum, sampaikan salam, fokus pada nasabah dan menawarkan bantuan, inisiatif menggali kebutuhan nasabah, mampu menjelaskan produk dan fitur kepada nasabah, melakukan proses dan permintaan nasabah dengan cepat, akurat, selalu melakukan verifikasi dan konfirmasi, tanggap permintaan nasabah dengan empati, menawarkan produk dan jasa lainnya (*crosselling*), menawarkan bantuan kembali, mengucapkan terima kasih dan ditutup dengan salam.

Saran

Saran yang dapat dipertimbangkan berkaitan dengan hasil yakni hendaknya pihak perbankan syariah di Kota Bengkulu dapat mempertahankan kualitas layanan *customer service* yang diberikan kepada nasabah sehingga nasabah merasa nyaman dan puas atas layanan yang diberikan serta menetapkan standar fisik dan penampilan dalam upaya mendukung kualitas layanan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Atep, A. B. (2004). *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: PT Alex Media Komputindo.
- Daryanto dan Setyobudi, I. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Hafidhuddin, D., dan Tanjung, H. (2003). *Manajemen Syariah Dalam Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Hasibuan Malayu, S.P. (2001). *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: Bumi Aksara.

Jurnal Manajemen Diversifikasi

Vol. 1. No. 4 (2021)

Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent*. Jakarta: Rajawali Pers.

Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia, Jakarta: Salemba Empat.

Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.

Machmud, A., dan Rukmana. (2010). *Bank Syariah*. Jakarta: Erlangga.

Parasuraman, A., Zeithaml, Valerie, and Berry, L. (1988). Servqual: Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, *Journal of Retailing*, Vol. 64, p.12 – 36.

Rusydi, M. (2017). *Customer Excellent*. Yogyakarta: Gosyen Publishing.

Suit, J., dan Almasdi. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F. (2014). *Service Management: Mewujudkan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Andi Offset.