BAB II

PENERAPAN PELAYANAN PRIMA PADA PRODUK SI RELA

A. **Pelayanan Prima**

1. Pengertian Pelayanan Prima

Pelayanan adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh seseorang atau organisasi ysng bertujuan memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Tindakan tersebut dapat dilakukan secara langsung untuk melayani pelanggan.[1] Arti dari pelayanan itu sendiri adalah suatu kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada pelanggan, yang sifatnya tidak berwujud dan tidak dapat memiliki.[2]

Memberikan pelayanan terbaik kepada umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang mau melakukannya. Di bawah ini adalah sebagian kecil ayat Al-qur'an dan hadist yang mendorong umat manusia untuk memberikan pelayanan terbaik kepada sesama.

Firman Allah SWT dalam Al-quran surah Al-Imran ayat 159 yang berbunyi:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللّهِ لِنتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لاَنفَضُّواْ مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللّهِ إِنَّ اللّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: "*Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.*" (QS. *Ali-Imran*:159)

---

[1] Kasmir, *Etika Customer Service*, Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2006, hlm 1

[2] M. Nur Rianto, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2012, hlm.211

Upaya memberikan pelayanan terbaik ini dapat diwujudkan apabila kita dapat menonjolkan kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tidakan, dan tanggung jawab yang baik dan terkoordinasi.[3]

Penonjolan kemampuan inilah yang sebenarnya agak membedakan antara konsep pelayanan biasa dan pelayan prima, karena tumpuan keberhasilan melaksanakan dan membudayakan pelayanan prima tidak terlepas dari kemampuan seseorang atau kelompok orang untuk melaksanakan layanan secara optimal dengan menggabungkan konsep kemampuan, sikap, penampilan, dan tanggung jawab dalam proses pemberian layanan.[4]

Sama juga artinya dengan cara perusahaan melakukan pelanggan sepenting mungkin. Mengapa pelanggan penting? karena pelanggan adalah orang yang paling penting bagi perusahaan, pelanggan tidak bergantung pada kita, tetapi kita yang bergantung pada pelanggan, pelanggan merupakan bagian kunci dari bisnis perusahaan. Yang patut kita garis bawahi, bahwa di dalam definisi layan prima minimal harus ada tiga hal pokok, yaitu adanya pendekatan siakp yang berkaitan dengan kepedulian kepada pelanggan, upaya melayani dengan tindakan terbaik, dan ada tujuan untuk memuaskan pelanggan dengan berorientasi kepada standar layanan tertentu.[5]

Berikut adalah kaakteristik tentang pelayanan yang menjadi dasar bagaimana memberikan pelayanan yang terbaik, yaitu:

a. Pelayan bersifat tidak nyata, pelayan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
b. Pelayanan merupakan tindakan nyata yang sifatnya mempengaruhi tindakan sosial.

---

[3]Suharto Abdul Majid, *Customer Service Dalam Bisnis Jasa Transportasi*, Jakarta: Rajawali Pers, 2009, hlm.59

[4] Suharto Abdul Majid, *Customer Service Dalam Bisnis Jasa Transportasi*...hlm 59

[5] Suharto Abdul Majid, *Customer Service Dalam Bisnis Jasa Transportasi*...hlm 59-60

c. Secara nyata produksi dan konsumsi tidak dapat dipisahkan, karena kejadiannya bersamaan terjadi ditempat yang sama.[6]

Sementara pelayanan prima merupakan dari istilah excellent service yang secara harfiah berarti pelayanan yang sangat baik dan atau pelayanan yang terbaik. Disebut sangat baik atau terbaik, karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki oleh instansi yang memberikan pelayanan serta memuaskan pelanggan. Instansi pelayanan harus memiliki standar pelayanan yang menjadi ukuran dalam memuaskan pelanggan. Pelayanan disebut sangat baik atau terbaik atau akan menjadi prima, manakala dapat atau mampu memuaskan pihak yang dilayani (pelanggan). Jadi pelayan prima dalam hal ini sesuai dengan harapan pelanggan.[7]

Standar pelayanan adalah ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembakuan pelayanan yang baik. Dalam standar pelayanan ini juga terdapat buku mutu pelayanan. Adapun pengertian mutu merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pihak yang menginginkannya.

Keberhasilan bank dalam memberikan pelayanan prima kepada nasabah ditentukan oleh perilaku dan karakter petugas bank. Dalam persaingan yang semakin ketat dan era globalisasi dewasa lain, peranan petugas bank memegang peranan penting.[8]

Salah satu kualitas pelayan yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah modal *servqual (service quality). service quality* adalah perbandingan antara kenyataan dan harapan pelanggan/nasabah, jika kenyataan ynag diterima lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu dan nasabah akan puas, sebaliknya jikakenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu. Maka dapatklah disimpulkan bahwa pelayanan pelanggan

---

[6] M.Nur Rianto, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2012, hlm.211
[7] M.Nur Rianto, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2012, hlm...211
[8] M.Nur Rianto, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2012, hlm...212

merupakan aktivitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen/nasabah, baik sebelum transaksi, saat transaksi, dan sesudah transaksi. Pelayanan dapat dibedakan menjadi tiga kelompok, yaitu:

1. *Core service*, adalah pelayan yang ditawarkan kepada pelanggan yng merupakan produk utamanya. Misalnya perbankan produk utamanya adalah sebagai sarana penyimpan dana masyarakat.
2. *Facilitating service*, adalah fasilitas pelayan tambahan kepada pelanggan. *Facilitating service* ini merupakan pelayanan tambahan tetapi sifatnya wajib. Sementara pelayanan tambahannya adalah adanya bagi hasil yang diberikan kepada nasabah penabung.
3. *Supporting service*, adalah pelayan tambahan (pendukung) untuk meningkatkan nilai pelayanan atau untuk membedakan dengan pelayanan-pelayanan dari pihak "pesaingnya". Misalkan failitas *mobile banking* dan *internet banking*.[9]

2. Arti Penting Pelayanan Prima

a. Layanan prima memiliki makna ekonomi

Pelanggan adalah kunci untuk meraih keuntungan. Tujuan tersebut berupa memaksimalkan laba dengan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, meraih pangsa pasar yang besar, menciptakan kepemimpinan pasar dalam hal kualitas, mengatasi persaingan, melaksanakan tanggung jawab sosial dan sebagainya.[10]

Mempertahankan pelanggan lebih mudah dibanding mencari pelanggan yang baru karena mencari pelanggan yang baru lebih sulit, manajemen perlu ekstra bekerja keras dan membutuhkan pengorbanan dan membutuhkan tenaga pemasaran yang berjumlah banyak maupun dari segi waktu pelayanan dengan proses yang cukup lama dan harus beberapa kali melakukan upaya mencari hubungan dan menarik hati calon pelnaggan dengan membentuk suatu pencitraan yang positif yang

[9] M.Nur Rianto, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2012, hlm...213-214
[10] Nina Rahmayanty, *Manajemen Pelayan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013, hlm 3

membutuhkan krestivitas tinggi melalui promosi perkenalan produk, presentasi produk, penyebaran brosur, acara promosi penjualan dan iklan yang membutuhkan biaya yang sangat besar agar dapat meyakinkan dimata pelanggan, percaya akan citra produk atau perusahaan bernilai baik. Bila mereka puas ada kemungkinan menunjukkan loyalitas dengan memberi tahu dan memberikan informasi kepada orang lain atau teman dekatnya dan tingkat kepercayaan melalui *testimony* (ucapan seseorang)lebih tinggi dan efektif selain biaya yang dikeluarkan lebih rendah. [11]

b. Pelayanan prima tempat berkumpul uang dan pekerjaan

Tanpa pelanggan, kita/perusahaan tidak punya apa-apa, kitalah/perusahaanlah yang bergantung pada pelanggan dan untuk pelanggan lah kita bekerja, karena pelanggan sumber uang dan pekerjaan.

Pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah merupakan tujuan utama dalam perusahaan karena tanpa pelanggan, perusahaan tidak ada. Aset perusahaan kecil nilainya tanpa keberadaan pelanggan. Karena ini tugas utama perusahaan adalah penarik dan mempertahankan pelanggan. Pelanggan ditarik dengan tawaran yang lebih kompetitif dan dipertahankan dengan memberikan kepuasan. Memusatkan perhatian pada kebutuhan pelanggan, dengan memadukan semua kegiatannya akan mempengaruhi pelanggan dan menghasilkan laba melalui kegiatan pelayanan fokus terhadap kepuasan pelanggan. Bila pelayanan tidak menjadi prioritas utama maka akan mengakibatkan gagal penjualan produk dan jasa sehingga menurunkan segi profitabilitas.[12]

c. Persaingan yang semakin tajam

Terus membesarnya kegiatan bisnis, semakin ketatnya kpmpetisi serta rendahnyaatau turunnya pangsa pasar dikarenakan semakin banyak produsenyang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi

---

[11] Nina Rahmayanty, *Manajemen Pelayanan Prima*...hlm 4
[12] Nina Rahmayanty, *Manajemen Pelayanan Prima*...hlm 5

pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misinya, iklan, dan sebagainya.

Dewasa ini semakin diyakin bahwa kunci utama untuk memenangkan pesaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa berkualitas dengan harga bersaing, dengan semakin banyaknya produsen yang menawarkan produk dan jasa, maka pelanggan memiliki pilihan semakin banyak. Dengan demikian kekuatan tawar menawar prlsnggan semakin besar terutama aspek keamanan dan pemakaian barang atau jasa tertentu.

d. Pemahaman yang semakin baik terhadap pelanggan

Dalam era kompetisi bisnis yang ketat seperti sekarang, kepuasan pelanggan merupakan hal yag utama, pelanggan diibaratkan raja yang harus dilayani namun hal ini bukan berarti menyerahkan segalanya kepada pelanggan. Usaha memuaskan pelanggan harus dilakukan secara menguntungkan atau bersifat *win win situation* yaitu keadaan dimana kedua belah pihak merasa menang dan tidak ada yang dirugikan. Tentunya mensyaratkan atas peningkatan taraf hidup, regulasi dari pemerintah mengenai hak-hak pelanggan, juga semakin kompleksnya kegiatan bisnis serta terjadinya ledakan data informasi berimplikasi kepada keharusan dalam perbaikan mutu layanan.[13]

3. Dasar-dasar pelayanan

Pada dasarnya pelayanan terhadap pelanggan tergantung dari latar belakang karyawan tersebut, baik suku bangsa, pendidikan, pengalaman,buadaya atau adat istiadat. Namun, agar pelayanan menjadi berkualitas dan memiliki keseragaman, setiap karyawan perlu dibekali dengan pengetahuan yang mendalam tentang dasar-dasar pelayanan.[14]

---

[13] Nina Rahmayanty, *Manajemen Pelayanan Prima*...hlm 6

[14] Kasmir, *Etika Customer Service*, Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2006, hlm 18

Berikut ini dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami dan dimengerti seorang *customer service*, pramuniaga, kasir, dan lainnya.[15]

a. Berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih

   Artinya karyawan harus mengenakanbaju dan celana yang sepadan dengan kombinasi yang menarik. Karyawan juga harus berpakaian rapi, bersih tidak kumal,misalnya baju lengan panjang tidak boleh digulung. Pakaian yang dikenakan harus memberikan kesan yang benar-benar memikat konsumen. Gunakan pakaian seragam jika karyawan diberiakn pakaian seragam sesuai yang telah diterapkan.

b. Percaya diri, bersikap akrab, dan penuh senyum

   Dalam melayani nasabah, karyawan tidk boleh ragu-ragu akan tetapi hars memiliki keyakinan dan percaya diri yang tinggi. Karyawan juga harus dapat bersikap akrab dengan pelanggan, seolah-olah sudah kenal lama. Dalam melayani nasabah juga harus murah senyum dengan raut muka yang menarik hati serta tidak dibuat-buat.

c. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika sudah kenal

   Pada saat nasabah datang karyawan harus serta menyapa lebih dulu dan kalau sudah pernah ketemu sebelumnya, usahakan menyapa dengan menyebut namanya. Namun, jika belum kenal dapat menyapa dengan sebutan bapak/ibu, dan menanyakan apa yang adapat kami bantu.

d. Tentang sopan, hormat serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan

   Usahakan pada saat melayaninasabah, karyawan dalam keadaan tenang, tidak berburu-buru, sopan santun dalam bersikap. Kemudian tunjukkan sikap menghormati tamu, tekun mendengarkan sekaligus berusaha memahami keinginan pelanggan. Usahakan jangan menyuruh pelanggan/nasabah mengulang kembali pertanyaan atau keinginannya, karena terkeasan kitatidak serius mendengarkan pembicaraannya.

---

[15] Kasmir, *Etika Customer Service*...hlm 19

4. Tujuan, manfaat dan Fungsi Pelayanan

Tujuan pelayanan prima adalah untuk mencegah pembelotan dan membangun kesetiaan pelanggan atau *customer loyality*. Pembelotan pelanggan atau berpaling pelanggan disebabkan karena kesalahan pemberian pelayanan maupun sistem yang digunakan oleh perusahaan dalam melayani pelanggan.[16] Selain itu tujuan pelayanan prima adalah, memberikan pelayan yang dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan atau masyarakat serta memberikan fokus pelayanan kepada pelanggan. Pelayanan prima dalam sektor publik didasarkan pada aksioma bahwa "pelayanan adalah pemberdayaan". Pelayanan pada sektor bisnis berorientasi pada profit. Bagi perusahaan, pelayanan prima bertujuan terhadap kelangsungan hidup perusahaan. Apabila pelayanan yang diberikan tidak memuaskan tentu saja akan mengecewakan pelanggannya.[17]

Bentuk pembelotan pelanggan disebabkan karena kesalahan dalam:

1. Pembelotan nilai
   a. Pelanggan membelot ketika menerima nilai kurang baik dari produk yang jelek atau pekerjaan yang buruk.
   b. Ketidaksesuaian nilai yang diterima pelanggan dalam arti kualitas yang berhubungan dengan harga yang dibayar pelanggan.
2. Pembelotan sistem

   Sistem menggambarkan proses atau kebijakan atauprosedur yang digunakan perusahaan untuk menghantarkan jasa dan produk kepada pelanggan.
3. Pembelotan karena orang

   Pembelotan yang terjadi akibat pegawai gagal berkomunikasi dengan baik secara verbal atau non verbal.

   Contoh-contoh:
   a. Tidak mau salam, tidak mau senyum, tidak peduli, tidak tanggap, kasar, penampilan yang tidak tepat, kotor dan lain-lain.
   b. Komunikasi pesan yang membuat pelanggan tidak nyaman.

---

[16] Nina Rahmayanty, *Manajemen Pelayan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013, hlm 8
[17] Daryanto dan Ismanto Setyabudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, hlm 109

c. Cara bicara/menerima telepon dengan mengabaikan pelanggan.

Adapun tujuan lain pelayanan prima adalah sebagai berikut:

a. Untuk memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan
b. Untuk menimbulkan kepuasan dari pihak pelanggan agar segera membeli produk/jasa yang ditawarkan pada saat itu juga.
c. Untuk menimbulkan kepercayaan pelanggan terhadap produk/jasa yang ditawarkan
d. Menghindari terjadinya komplain yang tidak perlu dikemudian hari terhadap perusahaan
e. Menjaga pelanggan agar pelanggan terus merasa kebutuhannya dipenuhi
f. Dan untuk mempertahankan pelanggan, agar pelanggan tetap setia.[18]

Manfaat Pelayanan Prima

Pelayanan prima akan bermanfaat bagi upaya peningkatan kualitas pelayanan perbankan kepada masyarakat sebagai pelanggan dan sebagai acuan pengembangan penyusunan standar pelayanan. Penyedia layanan, pelanggan atau stakeholder dalam kegiatan pelayanan akan memiliki acuan tentang bentuk, alasan, waktu dan tempat dan proses pelayanan yang seharusnya. Sikap yang perlu dimiliki oleh pegawai berdasarkan konsep pelayanan prima adalah sebagai berikut:

a. Rasa memiliki terhadap instansi
b. Rasa kebanggan terhadap pekerjaan
c. Loyalitas yang tinggi terhadap pekerjaan
d. Ingin menjaga martabat dan nama baik instansi perusahaan.[19]

Untuk perusahaan profit, tentu saja pelayanan prima ini menerapkan hal yang terpenting, karena kelangsungan hidup perusahaan tentu saja dipengaruhi oleh pelayanan prima yang diberikan oleh perusahaan tersebut. Jika perusahaan tidak dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan tentu saja pelanggan akan berpaling kepada perusahaan lain. Oleh karena itu, beberapa perusahaan

---

[18] Daryanto dan Ismanto Setyabudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, hlm 1
[19] Daryanto dan Ismanto Setyabudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, hlm 109

melakukan beberapa hal dalam peningkatan kualitas pelayanan. Salah satunya adalah memberikan training kepada karyawannya. Disiplin dalam bekerjapun merupakan salah satu faktor penunjang dalam memberikan pelayanan.[20]

Fungsi Pelayanan Prima

Fungsi pelayanan prima adalah sebagai berikut:

a. Melayani pelanggan dengan ramah, tepat, dan cepat.
b. Menciptakan suasana yang nyaman agar pelanggan merasa dipentingkan.
c. Memuaskan pelanggan agar pelanggan percaya terhadap produk/jasa yang ditawarkan perusahaan, dan atau bermitra lagi dikemudian hari.
d. Memberikan keuntungan kepada perusahaan.[21]

Kesetiaan pelanggan tidak dapat dibeli, kesetiaan tidak dapat dipaksakan, kesetiaan diperoleh melalui kepuasan yang diterima seiring berjalannya waktu dan usaha, kesetiaan terwujud bukan karena hal berupa nilai uang saja, kesetiaan tidak dapat diperjual belikan, karena kesetiaan datangnya dari lubuk hati dari ketulusan hati nurani yang terjadi karena akibat adanya rasa puas yang diterima dan dirasakan pelanggan, karena pelayanan yang diterima sangat baik dan itu terus dilakukan tanpa ada batas waktu. Perusahaan dan petugas pelayanan tetap berisaha untuk menjaga proses pelayanan dengan sangat baik sehingga akan tertanam didalam hati pelanggan dan akhirnya pelanggan mengikuti dengan kesetiaannya akan selalu diberikannya.[22]

Loyalitas adalah tentang presentase dan orang yang pernahmembeli dalam kerangka waktu tertentu dan melakukan pembelian ulang sejak pembelian yang pertama. Terdapat konsep yang ditawarkan Oliver (1999:35-37) mengenai tingkat ;oyalitas konsumen terdiri dari empat tahap:

1. Loyalitas kognitif

   Tahap dimana pengetahuan langsung maupun tidak langsung konsumen akan merek, dan manfaatnya, dan dilanjutkan ke pembelian berdasarkan pada keyakinan atau superioritas yang ditawarkan. Pada tahap ini dasar

[20] Daryanto dan Ismanto Setyabudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, hlm 109
[21] Daryanto dan Ismanto Setyabudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*... Hlm 2
[22] Nina Rahmayanty, *Manajemen Pelayan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013, hlm 13

kesetiaan adalah informasi tentang produk atau jasa yang tersedia bagi konsumen.[23]

2. Loyalitas efektif

   Sikap *fafarable* konsumen terhadap merek yang merupakan hasil dari konfirmasi yang berulang dari harapannya selam tahap *cognitively loyality* berlangsung. Pada tahap ini dasar kesetiannya adalah pada sikap dan komitmen konsumen terhadap produk dan jasa sehingga pada tahap ini telah berbentuk suatu hubungan yang lebih mendalam antara konsumen dengan penyedia produk atau jasa dibandingkan pada tahap sebelumnya.[24]

3. Loyalitas konatif

   Intensi membeliulang sangat kuat dan memiliki keterlibatan tinggi yang merupakan dorongan motivasi.[25]

4. Loyalitas tindakan

   Menghubungkan penambahan yang baik untuk tindakan serta keinginan untuk mengatasi kesulitan seperti pada tindakan kesetiaan.

5. Faktor-faktor yang mempengaruhi pelayanan

Dalam praktiknya pemberian pelayananyang baik kepada pelanggan atau nasabah bukan merupakan hal ynag mudah mengingat banyak kendala yang bakal dihadapi baik dalam perusahaan maupun luar perusahaan. Upayamemberikan pelayanan yang optimal kepada pelanggan harus dilakukan sungguh-sungguh dengan memperhatikan faktor-faktor utama dan faktor-faktor pendukung.[26]

Faktor utama yang berpengaruh adalah sumber daya manusia. Artinya, peran manusia (karyawan) yang melayani pelanggan merupakan faktor utama dengan hanya manusialah pelanggan dapat berkomunikasi secara langsung dan terbuka. Kemudian sarana dan prasarana yang digunakan juga harus dapat menunjang apa yang sudah dilakukan oleh manusia. Demikian pula dengan

---

[23] Nina Rahmayanty, *Manajemen Pelayan Prima*...Hlm 13
[24] Nina Rahmayanty, *Manajemen Pelayan Prima*...Hlm 14
[25] Nina Rahmayanty, *Manajemen Pelayan Prima*...Hlm 14
[26] Kasmir, *Etika Customer Service*, Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2006, hlm 3

kualitas produk yng ditawarkan harus memiliki kelebihan dibanding produk pesaing.[27]

Dalam praktiknya, pelayanan harus diberikan oleh semua unsur yang terlibat dalam suatu perusahaan atau orgaisasi. Misalnya mulaidari *cleaning service,* satpam sampai dengan direkturnya. Mereka semua harus terlibat serta mau dan mampu memberikan pelayanan yang kualitasnya sama. Masing-masingharus saling mendukung, sehingga pelayanan yang diberikan dalam rangka memberikan kepuasan kepada pelanggan/nasabah secara optimal. Perlu diingat bahwa pelanggan atau nasabah yang datang ke perusahaan sekalipun tanpa diundang merupakan tamupenting yang harus diberikan pelayanan yang maksimal. Agar pelanggan atau nasabah merasa dihargai, dihormati, dan diselesaikan masalahnya secara baik, setiap karyawan perlu juga memberikan etikat pelayanan. Tanpa etikat pelayanan yang benar, jangan diharapkan mendapat pelanggan atau nasabah yang sesuai ddengan keinginan bank, bahkan tidak mungkin perusahaan akan kehilangan pelanggan/nasabah.

Kedua, tersedianya sarana dan prasarana (fisik) yang dimiliki oleh perusahaan. Faktor ini sangat mendukung terhadap kualitas pelayanan yang diberikan nantinya. Faktor sarana dan prasarana seperti kenyamanan ruangan yaitu ruangan yang lebar, pendingin udara yan cukup, penyusunan meja kursi yang rapi dan artistik. Selanjutnya toilet termasuk penting juga bagipelanggan atau nasabah.[28]

Yang ketiga adalah kualitas produk yang disajikan seperti ragam produk atau jenis produk yang dijual lengkap sehingga nasabah tidak perlu pergi ke tempat lain. Mutu atau isi dari produk berkualitas tinggi, persyaratan yang tidak merepotkan dan jika memang segmennya kelas tinggi harus disesuaikan. Yang terakhir adalah faktor promosi yang juga perlu memperoleh perhatian.[29]

Ketiga faktor ini harus saling mendukung satu sama lainnya. Apabila salah satu faktor diabaikan, kualitas pelayanan yang diberikan menjadi

---

[27] Kasmir, *Etika Customer Service*...hlm 3
[28] Kasmir, *Etika Customer Service*...hlm 6
[29] Kasmir, *Etika Customer Service*...hlm 7

berkurang nilainya. Perbaikan kualitas pelayanan juga harus mengacu pada tiga faktor diatas. Namun yang ditekankan disini hanya pelayanan yang diberikan oleh para karyawan yang merupakan ujung tombak penjualan suatu produk sehingga mampu menarik pelanggan sebanyak mungkin dan mampu meningkatkan omzet penjualannya. Pada akhirnya dapat menciptakan laba yang mampu menutupi semua biaya yang dikeluarkan perusahaan dan mampu pula untuk melakukan ekspansi sehingga perusahaan dapat hidup terus menerus secara layak seperti cita-cita sebelumnya dengan resep yang telah digunakan.[30]

6. Ciri-ciri Pelayanan yang Baik

Berikut ini beberapa ciri prlayanan yang harus diikuti oleh karyawan yang bertugas melayani pelanggan/nasabah:[31]

a. Tersedianya karyawan yang baik

Kenyamanan nasabah sangat sangat tergantung dari karyawan yang melayaninya. Karyawan harus ramah, sopan, dan menarik. Disamping itu, karyawan harus cepat tanggap, pandai bicara menyenangkan serta pintar. Karyawan juga harus mampu memikat dan mengambil hati nasabah sehingga nasabah semakin tertarik. Drmikian juga dengan cara kerja karyawan harus rapi, cepat, dan cekatan.

b. Tersedianya sarana dan prasarana yang baik

Pada dasarnya nasabah ingin dilayani secara prima. Untuk melayani nasabah, salah satu hal yang paling penting diperhatikan, disamping kualitas dan kuantitas sumber daya manusia adalah sarana dan prasarana yang dimiliki perusahaan. Peralatan dan fasilitas yang dimiliki seperti tuang tunggu dan ruang untuk menerima tamu harus dilengkapi berbagai fasilitas sehingga membuat pelanggan nyaman atau betah dalam ruangan tersebut.

c. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga akhir

---

[30] Kasmir, *Etika Customer Service*...hlm 7
[31] Kasmir, *Etika Customer Service*...hlm 34

Artinya dalam menjalankan kegiatan pelayanan karyawan harus mampu melayani dari awal sampai tuntas atau selesai. Nasabah akan merasa puas jika nasabah bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diinginkannya. Jika terjadi sesuatu,karyawan yang dari awal menangani masalah tersebut, segera mengambil alih tanggung jawabnya.

Pelanggan yang tidak puas selalu membicarakan hal-hal yang negative tentang perusahaan. Biasanya suatu kejelekan akan sangat cepat berkembang dari pada kebaikan.[32]

d. Mampu melayani secara cepat dan tanggap

Artinya layanan yang diberikan harus sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan standar perusahaan dan keinginan nasabah.

Melayani secara cepat artinya melayani dalam batasan waktu normal. Pelayanan untuk setiap transaksi sudah memiliki standar waktu. Karyawan juga harus pandai mengatur waktu dan jangan membicarakan hal-hal di luar konteks pekerjaan sevara berlebihan pada saat melayani pelanggan.[33]

e. Mampu berkomunikasi

Artinya karyawan harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti. Jangan menggunakan istilah yng sulit dimengerti.

Komunikasi harus dapat membuat pelanggan senang sehingga jika nasabah mempunyai masalah, nasabah tidak segan-segan mengemukakan kepada petugas. Mampu berkomunikasi juga akan membuat setiap permasalahan menjadi jelas sehingga tidak timbul salah paham. Komunikasi sangat penting terutama untuk hubungannya secara langsung.[34]

f. Memberikan kepercayaan kepada nasabah

Kepercayaan calon nasabah kepada perusahaan mutlak diperlukan sehingga calon nasabah mau menjadi nasabah perusahaan yang bersangkutan. Demikian pula untuk menjaga nasabah yang lama perlu

---

[32] Kasmir, *Etika Customer Service*...hlm 35
[33] Kasmir, *Etika Customer Service*...hlm 36
[34] Kasmir, *Etika Customer Service*...hlm 36-37

dijaga kepercayaannya agar tidak lari. Semua ini melalui pelayanan karyawan khusus dari seluruh karyawan perusahaan umumnya.[35]

Kepercayaan merupakan ujung tombak perusahaan untuk menjalankan aktifitasnya. Sekali pelayanan yang diberikan dapat memutuskan pelanggan, maka akan menimbulkan kepercayaan. Satu hal yang perlu diingat bahwa meningkatkan kepercayaan lebih berat daripada mempertaruhkan kepercayaan yang sudah diberikan.[36]

7. Konsep Pelayanan Prima

Pada awalnya konsep pelayanan prima timbul dari kreativitas para pelaku bisnis yang kemudian diikuti dengan organisasi nirlaba dan instansi pemerintah. Budaya pelayanan prima dapat dijadikan acuan dalam bagai aspek kehidupan. Ada enam faktor prlayanan prima, yaitu:

1. *Ability* (kemampuan)

   Yaitu suatu pengetahuan dan ketrampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang program pelayanan prima, yang meliputi kemampuan penguasaan pengetahuan tentang bidang kerja yang ditekuni, pada konteks ini seluruh pegawai bank syariah harus memahami apa yang dimaksud dengan bank syariah serta seluruh produk bank syariah tersebut, melakukan komunikasi efektif, mengembangkan motivasi, dan menggunakan sarana *public relation* sebagai instrumen dalam membina hubungan ke dalam dan luar perusahaan.[37]

2. *Attitude* (sikap)

   Yaitu perilaku, sikap dan tingkah laku yang harus ditonjolkan oleh pegawai ketika menghadapi pelanggan. Seorang pegawai bank terutama yang berada di petugas pelayanan terdepan seperti *customer service* dan *teller* harus mampu menghadapi pelanggan dengan senyuman.

---

[35] Kasmir, *Etika Customer Service*...hlm 38
[36] Kasmir, *Etika Customer Service*...hlm 39
[37] M.Nur Rianto, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2012, hal 215

3. Appearance (penampilan)

   Penampilan seorang pegawai bank baik yang bersifat fisik saja maupun non fisik mampu mereflesikan kepercayaan diri perusahaan oleh konsumen.

4. Attention (perhatian)

   Karyawan harus mampu memberikan kepedulian penuh terhadap pelanggan baik yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun pemahaman atas saran dan kritiknya.

5. Action (tindakan)

   Karyawan harus mampu memberikan berbagai kegiatan nyata yang harus diberikan dalam memberikan pelayanan prima kepada konsumen.

6. Accountability (pertanggungjawaban)

   Suatu sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai wujud kepedulian untuk menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan.[38]

B. **Tabungan**

Tabungan adalah simpanan anggota kepada BMT yang bersifat titipan dan dapat diambil sewaktu-waktu (setiap saat) BMT tidak dapat menolak permohonan pengembalian ini.

Sedangkan pengertian simpanan adalah dana yang dipercayakan oleh anggota, calon anggota, koperasi lain,dan anggotanya kepada koperasi dalam bentuk simpanan tabungan dan simpanan berjangka.[39]

Tabungan ada 2 jenis yaitu:

1. Tabungan yang tidak dibenarkan secara syariah, yaitu tabungan yang berdasarkan perhitungan bunga.
2. Tabungan yang dibenarkan, yaitu tabungan mudharabah dan wadi'ah.

   Fatwa DSN No.02/DSN-MUI/IV/2000 ini tabungan yang dibenarkan secara syariah adalah yang berdasarkan prinsip *mudhrabah* dengan ketentuan sebagai berikut:

---

[38] M.Nur Rianto, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*... hal 216

[39] Ahmad Ifham Solihin, *Pedoman Umum Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama, 2010, hal 456

a. Dalam transaksi ini nasabah bertindak sebagai *shahibul maal* atau pemilik dana, dan bank bertindak sebagai *mudhorib* atau pengelola dana.
b. Dalam kapasitasnya sebagai *mudhorib* bank dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan mengembangkannya, termasuk didalamnya melakukan *mudharabah* dengan yang lain.
c. Modal harus dinyatakan dengan jumlahnya dalam bentuk tunai bukan piutang.
d. Pembagina keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk nisbah dan dituangkan dalam akadpembukan rekening.
e. Bank sebagia mudharib menutup biaya operasional tabungan dnegan mengguankana nisbah keuntungan yang menjadi haknya.
f. Bank tidak diperkenankan menguranginisbah keuntungan tanpa persetujun yang bersangkutan.

   Sementara itu, ketentuan umum dari tabungan wadi'ah adalah sebagai berikut:

   1. Bersifat simpanan.
   2. Simpanan dapat diambila kapan sajaatau berdasar kesepakatan.
   3. Tidak ada imbalan yang disyaratkan, kecuali dalam bentuk pemberian bonus yang bersifat sukarela dari pihak bank.[40]

1. Landasan Syari'ah tentang Tabungan

a. Al-Qur'an

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آَمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ تِجَارَةًتَكُونَلَّاإِبِالْبَاطِلِ عَنْ تَرَاضٍ
تَقْتُلُواوَلَامِنْكُمْ أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu[287]; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (An-nisa':29) [287]

[40] Ahmad Ifham Solihin, *Pedoman Umum Lembaga Keuangan Syariah*...hal. 137-138

2. **Hadist**

   Dari Abu hurairah ia berkata: Rasulullah SAW bersabda "Tunaikanlah amanat itu kepada orang orang yang mempercayakannya kepadamu, dan jangnlah engkau mengkhianati orang yang mengkhianatimu." (HR. Abu Dawud dan Tirmidzi)

3. **Fatwa DSN No.02/DSN-MUI/IV/2000 ini tabungan yang dibenarkan**

   Secara syari'ah adalah yang berdasarkan prinsip *mudharabah* dengan ketentuan sebagai bertikut:

   a. Dalam transaksi ini nasabah bertindak sebagai *shahibul maal* atau pemilik dana, dan bank bertindak sebagai *mudharib* atau pengelola dana.
   b. Dalam kapasitasnya sebagai *mudharib*, bank dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syari'ah dan mengembangkannya, termasuk didalamnya melakukan *mudharabah* dengan pihak lain.
   c. Modal harus dinyatakan dengan jumlahnya, dalam bentuk tunai dan bukan piutang.
   d. Pembagian keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk nisbah dan dituangkan dalam akad pembukaan rekening.
   e. BMT sebagai *mudharib* menutup biaya opersional tabungan dengan menggunakan nisbah keuntungan yang menjadi haknya.
   f. BMT tidak diperkenankan mengurangi nisbah keuntungan bagi anggota tanpa persetujuan yang bersangkutan.[41]

[41] Suyud Margono,S.H.,M.Hum.,. *Komplikasi Hukum Ekonomi Syariah:Dilengkapi dengan Undang-Undang Perbankan Syariah*, Jakarta:Novindo Pustaka Mandiri,2009 h.49