

BAB II
PEMBAHASAN UMUM
TENTANG STRATEGI PELAYANAN, STANDAR
PELAYANAN DAN *SERVICE EXCELLENCE* OLEH
CUSTOMER SERVICE

A. Konsep Strategi

1. Pengertian Strategi

Secara etimologi strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu “*strategos*” yang berarti jenderal.¹ Pada awalnya kata “Strategi” digunakan untuk kepentingan militer saja tetapi kemudian berkembang berbagai bidang yang berbeda seperti strategi ekonomi, pemasaran, manajemen, strategic dan lain sebagainya.²

Sejalan dengan uraian di atas, dari sudut etimologis berarti penggunaan kata “strategi” dalam manajemen sebuah organisasi, dapat diartikan sebagai kiat, cara dan taktik utama yang dirancang secara sistematis dalam melaksanakan fungsi-fungsi manajemen, yang terarah pada tujuan strategi organisasi.³

¹ George Steiner, Jhon Minner, *Manajemen Strategi*, penerjemah Agus Dharma, (Jakarta: Erlangga, 1999), h.20

² Thomas Sumarsan, *System Pengendalian Manajemen*, Jakarta: Indeks, 2013, h.61

³ Hadari Nawawi, *Manajemen Strategi Organisasi Non Profit Bidang Pemerintahan Dengan Ilustrasi di Bidang Pendidikan*, Yogyakarta: Gajah Mada Universitas Press, 2012, h.148

Dalam kamus manajemen istilah strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus dan saling berhubungan dalam waktu dan ukuran. Dalam sebuah perusahaan, strategi merupakan salah satu faktor terpenting agar perusahaan dapat berjalan dengan baik.⁴

B. Macam-macam Strategi⁵

Pembahasan tentang Strategi ada beberapa macam-macam strategi adalah sebagai berikut:

1. Strategi Pemimpin Pasar (market leader)

Pemimpin pasar adalah perusahaan yang diakui oleh industry yang bersangkutan sebagai pemimpin. Perusahaan yang dominan selalu ingin tetap nomor satu. Sikap ini mendorongnya untuk mengambil tindakan ke 3 arah yaitu: mengembangkan pasar keseluruhan, melindungi pangsa pasar, dan memperluas pangsa pasar.

2. Strategi Pemantang Pasar (market challenger)

Pemantang pasar adalah perusahaan “runner up” yang secara konstan mencoba memperbesar pangsa pasar mereka. Yang dalam usaha tersebut mereka berhadap secara terbuka dan langsung dengan pemimpin pasar. Strategi yang

⁴ B.N Mubun, Kamus Manajemen, Jakarta: PustakaSinar Harian, 2003, h.340

⁵ M. Ismail Yustanto dan M. Karbet Widjatakusuma, Menggagas Bisnis Islam, Jakarta: Gema Ismail Press, 2002, h.319

dilakukannya adalah dengan menentukan lawan dan sasaran strategi serta memilih penyerangnya.

3. Strategi Pengikut Pasar (market follower)

Pengikut pasar adalah perusahaan yang mengambil sikap tidak mengusik pemimpin pasar dan hanya puas dengan cara menyesuaikan diri terhadap kondisi-kondisi pasar.

4. Strategi Penggarap Pasar (market nicher)

Penggarap ceruk pasar adalah perusahaan yang menghususkan diri melayani sebagai pasar yang diabaikan perusahaan besar. Strategi yang dilakukan adalah spesialisasi dalam hal pasar, konsumen, produk, dan sebagainya.

C. Customer Service⁶

Pelayanan nasabah atau customer service di Bank merupakan jasa yang diberikan oleh Bank kepada nasabah pada khususnya dan masyarakat pada umumnya yang berkaitan dengan kegiatan usaha dan operasional Bank sehari-hari. Terjadinya persaingan antar Bank yang semakin ketat seperti sekarang ini berdampak kepada semua nasabah. Nasabah berkeinginan atau dapat memilih pelayanan yang terbaik dari Bank yang membuat puas mereka. Bank Syariah Mandiri KC Banyumanik harus bisa

⁶ Kasmir, *Kewirausahaan*, Jakarta: PT. Grafindo Pustaka, 2012, h.

memberikan pelayanan yang tepat, cepat, dan keramahan petugas Bank baik dari segi produk atau jasa yang ditawarkan maupun masalah pelayanan yang di berikan kepada nasabahnya harus bisa membuat puas para nasabah.

Dalam rangka menjaga dan meningkatkan kepercayaan pelanggan, setiap pengusaha perlu menjaga citra positif produk dan perusahaan di mata pelanggannya atau masyarakat umumnya. Citra ini dapat dibangun melalui kualitas produk, kualitas pelayanan, dan jaminan keamanan. Tanpa citra yang positif, kepercayaan yang sedang akan dibangun tidak akan efektif. Untuk meningkatkan citra perusahaan, wirausahawan perlu menyiapkan sumber daya manusia (karyawan) yang mampu menangani keinginan dan kebutuhan pelanggan ini kita sebut *customer service (CS)* atau ada juga yang menyebutnya *service assistance (SA)*.

1. Pengertian *Customer Service*

- a. *Customer Service* secara umum adalah setiap kegiatan yang ditunjukkan untuk memberikan kepuasan pelanggan melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan. *Customer service* memegang peranan sangat penting sebagai ujung tombak perusahaan dalam menghadapi pelanggan. Dalam dunia bisnis tugas utama seorang CS memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat. *Customer service* perusahaan dalam melayani para pelanggannya selalu berusaha menarik dengan cara merayu para calon

pelanggan menjadi pelanggan yang bersangkutan dengan berbagai cara. CS juga harus dapat menjaga pelanggan lama agar tetap menjadi pelanggan perusahaan. Oleh karena itu, tugas customer service merupakan tulang punggung kegiatan operasional dalam dunia bisnis. Siapa saja yang menjadi *customer service*? Pada prinsipnya semua atau seluruh pegawai, mulai dari *cleaning service*, satpam, sampai pada direktur utama harus menjadi *customer service*. Namun, secara khusus tugas CS ini diemban oleh orang yang memegang dididik untuk memegang fungsi sebagai CS suatu perusahaan.⁷

b. Pengertian *Customer Service Bank*⁸

Pelayanan nasabah dapat diberikan oleh berbagai pihak, baik *customer service*, *teller* atau kasir maupun *public relation*. Namun, istilah *customer service* digunakan secara khusus untuk dunia perbankan. Artinya memang ada bagian yang khusus melayani nasabah dengan nama *customer service*.

Di samping itu pelayanan nasabah juga diberikan oleh *teller*. Beda antara keduanya adalah *customer service* dalam bertugas melayani nasabah lebih banyak bicara dan tidak berhubungan dengan penyeteroran dan

⁷ Kasmir, *Kewirausahaan ...*, h. 275-276.

⁸ Kasmir, *Etika Customer Service*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2006, h. 179.

penarikan uang. Sedangkan tugas *teller* lebih banyak kepada bidang penyetoran dan penarikan uang nasabah.

Seperti kita ketahui bahwa sebagai lembaga keuangan, bank memiliki tugas memberikan jasa keuangan melalui penitipan uang (simpanan), peminjaman uang (kredit) serta jasa-jasa keuangan lainnya. Bank harus dapat menjaga kepercayaan dari nasabahnya karena tanpa kepercayaan masyarakat, mustahil bank dapat hidup dan berkembang. Untuk menjadi seorang *customer service* bank, diperlukan beberapa persyaratan khusus. Artinya rekrutmen dan seleksi karyawanpun jelas berbeda dengan bagian lainnya. Sebelum bekerja *customer service* juga perlu diberikan pelatihan khusus untuk bekal sebelum menjalankan tugasnya. Tugas *customer service* tidaklah ringan karena melayani nasabah bukanlah mudah. Pekerjaan ini harus ditekuni dengan penuh kemampuan, kecekatan, dan kesabaran. Oleh karena itu tidak sembarag orang dapat menjadi *customer service* seperti yang diinginkan perusahaan.

Secara umum, pengertian *customer service* adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah melalui pelayanan yang dibrikan seseorang. Jadi intinya *customer service* melayani segala keperluan nasabah secara memuaskan.

Pelayanan yang diberikan termasuk menerima keluhan atau masalah yang sedang dihadapi dengan nasabah. *Customer service* harus pandai dalam mencari jalan keluar untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh nasabahnya.⁹

c. *Customer Services*

Customer services (CS) merupakan petugas atau karyawan yang sengaja dibentuk untuk melayani karyawan oleh industry keuangan seperti perbankan, asuransi, atau *leasing*. Fungsi CS adalah sebagai *resepsionis, deskman, salesman, customer relation officer* dan *komunikator*. Sebagai *resepsionis* artinya seorang CS berfungsi sebagai penerima tamu yang datang ke perusahaan. Dalam hal menerima tamu, CS harus bersikap ramah, sopan, dan menyenangkan. Sebagai *deskman*, artinya seorang CS berfungsi sebagai orang yang melayani berbagai macam aplikasi yang di ajukan nasabah atau calon nasabah. Sebagai *salesman*, CS berfungsi sebagai orang yang menjual produk sekaligus sebagai pelaksana *cross selling*. Sebagai *customer relation officer*, yaitu berfungsi sebagai orang yang dapat membina hubungan baik dengan seluruh nasabah, termasuk membujuk dan meyakinkan agar nasabah tetap bertahan dan tidak lari dari perusahaan

⁹ Kasmir, *Etika ...*, h. 180.

yang bersangkutan apabila menghadapi masalah. Sebagai *komunikator*, CS berfungsi sebagai orang yang menghubungi nasabah dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungannya antara perusahaan dengan nasabah.¹⁰

2. Peranan dan Tugas *Customer Service*

Peranan *Customer Service* Bank

Customer service memegang peranan sangat penting di berbagai perusahaan. Dalam dunia perbankan, tugas utama seorang customer service adalah memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat. Customer service bank dalam melayani para nasabah selalu berusaha menarik dengan cara meyakinkan para calon nasabah agar menjadi nasabah bank yang bersangkutan dengan berbagai cara. Selain itu customer service juga harus bisa menjaga nasabah lama agar tetap menjadi nasabah bank. Oleh karena itu, tugas customer service merupakan tulang punggung kegiatan operasional dalam dunia perbankan.

Secara umum, peranan customer service bank adalah:

- a. Mempertahankan nasabah lama agar tetap setia menjadi nasabah bank kita, melalui pembinaan hubungan yang lebih akrab dengan nasabah.
- b. Berusaha untuk mendapat nasabah baru, melalui berbagai pendekatan. Misalnya meyakinkan nasabah

¹⁰ Kasmir, *Etika ...*, h. 23.

untuk menjadi nasabah kita dan mampu meyakinkan nasabah tentang kualitas produk kita.¹¹

Fungsi *customer service* Bank¹²

Fungsi seorang *customer service* tentu telah ditetapkan fungsi dan tugas yang harus diembannya. Fungsi dan tugas ini harus dilaksanakan sebaik mungkin dalam arti dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya. *Customer service* juga harus bertanggung jawab dari awal sampai selesainya suatu pelayanan nasabah. Fungsi dan tugas-tugas *customer service* harus benar-benar dipahami sehingga dapat menjalankan tugasnya secara prima. Dalam praktiknya, fungsi *customer service* adalah sebagai berikut:

a. Sebagai Resepsionis

Sebagai resepsionis artinya seorang *customer service* berfungsi sebagai penerima tamu yang datang ke bank. Tamu yang dimaksud adalah nasabah yang datang ke bank. Fungsinya dalam halmelayani pertanyaan yang diajukan nasabah dan memberikan informasi yang diinginkan selengkap mungkin. Ketika menerima tamu, *customer service* harus bersikap ramah, sopan, dan menyenangkan.

¹¹ Kasmir, *Etika ...*, h. 181.

¹² Kasmir, *Etika ...*, h. 182-183.

b. Sebagai Deskman

Sebagai deskman artinya seorang *customer service* berfungsi sebagai orang yang melayani berbagai macam aplikasi yang diajukan nasabah atau calon nasabah. Artinya jika nasabah yang sudah memperoleh informasi serta lengkap kemudian bermaksud melakukan transaksi, petugas *customer service* melayani nasabah untuk mengisi berbagai aplikasi seperti formulir, slip, atau lainnya. Pelayanan diberikan termasuk memberi arahan dan petunjuk cara-cara pengisian aplikasi tersebut hingga tuntas, serta prosedur transaksi yang diinginkan.

c. Sebagai Salesman

Sebagai salesman maksudnya *customer service* berfungsi sebagai orang yang menjual produk perbankan sekaligus sebagai pelaksana *cross selling*. Menjual produk artinya menawarkan produk bank kepada setiap calon nasabah yang datang ke bank. Dalam hal ini *customer service* harus pandai meyakinkan nasabah agar mau membeli produk yang ditawarkan.

d. Sebagai Customer Relation Officer

Yaitu 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. Fungsi sebagai Customer Relation Officer dapat dilakukan dengan berbagai cara, misalnya komunikasi melalui telepon atau secara langsung.

e. Sebagai Komunikator

Sebagai komunikator, *customer service* berfungsi sebagai orang yang menghubungi nasabah dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungannya antara bank dengan nasabah. *Customer service* juga sebagai penyambung lidah bank kepada nasabahnya.

3. Syarat Seorang *Customer Service*¹³

Sudah kita ketahui bahwa tugas yang diemban seorang *customer service* amat berat. Oleh sebab itu, sebelum ditugaskan, *customer service* harus terlebih dahulu memiliki persyaratan tertentu. Persyaratan ini mutlak untuk dipenuhi sehingga mampu mengemban tugas yang diberikan kepadanya kelak.

Persyaratan yang harus dipenuhi adalah mulai dari calon karyawan melamar sebagai karyawan khususnya untuk *customer service*. Kemudian persyaratan selama menjadi atau telah menjalankan tugasnya sebagai *customer service*.

¹³ Kasmir, *Etika ...*, h. 193-196.

Adapun syarat-syarat yang harus di penuhi oleh seorang *customer service* adalah sebagai berikut.

a. Persyaratan Fisik

Seorang *customer service* harus memiliki ciri-ciri fisik yang menarik dari segi wajah, warna kulit atau ukuran badan. Wajahnya harus terlihat menarik. Demikian pula untuk ukuran badan misalnya tinggi yang ideal seorang wanita 160 cm dan laki-laki 165 cm. Berat badan juga harus ideal dengan tinggi badan. Jangan melebihi berat normal yang ideal. *Customer service* yang terlalu kurus atau gemuk sangat tidak menarik. Demikian pula *customer service* yang terlalu pendek atau terlalu tinggi.

Di samping harus memiliki wajah yang menarik dan menawan, tubuh juga harus seimbang antara tinggi dan berat badan. *Customer service* harus sehat jasmani dan rohaninya.

b. Persyaratan Mental

Persyaratan mental merupakan persyaratan nonfisik tetapi kejiwaan. *Customer service* harus memiliki mental yang kuat dalam melayani nasabah karena dengan mental yang kuat akan memberikan kepercayaan diri yang lebih baik. Mental yang kuat juga mampu memberikan keyakinan kepada nasabah. Mental yang kuat juga akan menimbulkan sifat kejujuran dan

tanggung jawab yang besar terhadap apa yang dilakukannya. Mental seorang *customer service* harus ditunjukkan dengan perilaku yang baik seperti sabra, ramah, dan murah senyum. Hindari bersikap marah/emosi dan cepat putus asa. *Customer service* juga harus memiliki rasa percaya diri (*self confidence*) yang tinggi, tidak rendah diri, memiliki inisiatif, teliti, cermat, rajin, jujur, serius, hati-hati, dan memiliki rasa tanggung jawab. Semua ini merupakan ukuran mental yang harus dipenuhi oleh seorang *customer service*.

c. Persyaratan Kepribadian

Customer service harus memiliki kepribadian yang baik seperti murah senyum, sopan, dan lemah lembut melayani nasabah. *Customer service* juga harus energik dan gesit. Selain itu, *customer service* juga harus memiliki jiwa bisnis yang tinggi, memiliki rasa humor dan selalu ingin maju.

Dalam melayani nasabah, kesan pertama yang mengesankan (*first impression*) perlu ditonjolkan. *Customer service* juga harus mampu mengendalikan gerakan-gerakan tubuh yang mengesankan serta tidak terpancing untuk berbicara hal-hal yang bersifat negatif.

d. Persyaratan Sosial

Customer service harus memiliki jiwa sosial yang tinggi terhadap seluruh nasabah. *Customer service* harus

bijaksana dan memiliki budi pekerti yang luhur. Di samping itu, *customer service* harus pandai bergaul dengan semua kalangan.

Hal lain yang harus diperhatikan dari persyaratan social adalah bahwa *customer service* harus pandai bicara dan tidak kaku. *Customer service* harus mampu dengan cepat menyesuaikan diri dengan lingkungannya. *Customer service* harus dapat bekerja sama dengan berbagai pihak.

D. Pelayanan Prima (*service excellence*)¹⁴

Pengertian pelayanan prima

Berkaitan dengan pelayanan, ada dua istilah yang perlu diketahui, yaitu melayani dan pelayanan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pengertian melayani adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa yang di perlukan seseorang. Sedangkan pengertian pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang lain.

Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi yaitu perorangan kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Adapun karakteristik tentang pelayanan agar menjadi dasar bagaimana memberikan pelayanan yang terbaik, yaitu

¹⁴ M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta cv, 2012, h. 211.

1. Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
2. Pelayanan itu kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang sifatnya adalah tindakan social.
3. Produksi dan konsumsi dari pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya kejadiannya bersamaan dan terjadi di tempat yang sama.

Sementara pelayanan prima merupakan terjemahan dari istilah *excellence 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 dapat 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 pelayanan prima dalam hal ini sesuai dengan harapan pelanggan.

Standar pelayanan adalah ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembakuan pelayanan yang baik. Dalam standar pelayanan ini juga terdapat baku 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.

Pelayanan dapat juga diartikan setiap tindakan membantu, menolong, memudahkan, menyenangkan dan bermanfaat bagi orang lain. Pelayanan nasabah adalah rangkaian kegiatan sikap dan perilaku petugas bank dalam menerima kehadiran atau berkomunikasi dengan nasabah secara langsung maupun tak langsung. Dari pengertian diatas dapatlah disimpulkan sebagai berikut:

1. Adanya rangkaian kegiatan sikap dan perilaku petugass bank.
2. Adanya komunikasi dengan nasabah.
3. Bertujuan untuk membantu menolong dan menyenangkan konsumen (nasabah) atau memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah.

Atep Adya Brata (2003) menyatakan bahwa service adalah singkatan yang mempunyai arti sebagai berikut:

- S (self awareness) : menanamkan kesadaran diri sehingga dapat memahami posisi, agar memberikan pelayanan dengan cepat, benar dan akurat.
- E (euthusiasm) : melaksanakan pelayanan penuh gairah.
- R (reform) : memperbaiki kinerja pelayanan dari waktu ke waktu.
- V (value) : memberikan pelayanan yang mempunyai nilai tambah.
- I (impressive) : menampilkan diri secara menarik tetapi tidak berlebihan.

- C (care) : memberikan perhatian atau kepedulian kepada pelanggan (nasabah) secara optimal.
- E (evaluation) : mengevaluasi pelaksanaan layanan yang sudah diberikan.

Salah satu kualitas pelayanan yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah modal *servqual* (*service quality*). *Service quality* adalah perbandingan antara kenyataan yang diterima lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu dan nasabah akan puas, sebaliknya jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu. Maka dapatlah disimpulkan bahwa pelayanan pelanggan merupakan aktivitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen/nasabah, baik sebelum transaksi, saat transaksi dan sesudah transaksi. Pelayanan dapat dibedakan menjadi tiga kelompok, yaitu:

- a. *Care service*, adalah pelayanan yang ditawarkan kepada pelanggan yang merupakan produk utamanya. Misalnya perbankan produk utamanya adalah sebagai sarana penyimpanan dana masyarakat.
- b. *Facilitating service*, adalah fasilitas pelayanan tambahan kepada pelanggan. *Facilitating service* ini merupakan pelayanan tambahannya adalah adanya bagi hasil yang diberikan kepada nasabah penabung.
- c. *Supporting service* merupakan pelayanan tambahan (pendukung). Untuk meningkatkan nilai pelayanan atau untuk

membedakan dengan pelayanan-pelayanan dari pihak “pesaingnya”. Misalkan fasilitas mobile-banking dan internet banking.

Dalam proses layanan ada tiga hal penting yang harus diperhatikan, yaitu:

a. Penyedia layanan

Penyedia layanan adalah pihak yang dapat memberikan suatu layanan tertentu kepada konsumen, baik berupa layanan dalam bentuk penyediaan dan penyerahan barang atau jasa. Dalam praktiknya para pelaku bisnis sering pula mengartikan penyedia layanan sebagai pihak yang mampu memberikan nilai tambah yang nyata kepada konsumen, baik dalam bentuk barang maupun jasa.

b. Penerima layanan

Penerima layanan adalah mereka yang disebut sebagai konsumen atau pelanggan yang menerima layanan dari para penyedia layanan. Dalam praktiknya para pelaku bisnis seringkali mengartikan penerima layanan sebagai pihak yang menerima suatu nilai tambah nyata dari penyedia layanan.

Penerima layanan atau biasa disebut sebagai konsumen atau nasabah dapat dibedakan menjadi dua kelompok, yaitu:

- Konsumen internal, adalah orang-orang yang terlibat dalam proses penyediaan jasa atau proses produk barang sejak dari perencanaan sampai dengan pemasaran, penjualan dan pengadministrasiannya.

- Konsumen eksternal, adalah semua orang yang berada di luar organisasi perusahaan, yang menerima layanan penyerahan barang atau jasa dari perusahaan.

c. Jenis dan bentuk layanan

Jenis layanan yang dapat diberikan oleh penyedia layanan kepada pihak yang membutuhkan layanan terdiri dari berbagai macam, antara lain berupa layanan yang berkaitan dengan:

- Pemberian jasa-jasa saja.
- Layanan yang berkaitan dengan penyediaan dan distribusi barang-barang saja.
- Layanan yang berkaitan dengan kedua-duanya.

Program pelayanan kepada pelanggan dengan bertitik tolak dari konsep kepedulian kepada konsumen terus dikembangkan sedemikian rupa, sehingga sekarang ini program layanan telah menjadi salah satu alat utama dalam melaksanakan strategi pemasaran untuk menenangkan persaingan. Kepedulian kepada pelanggan dalam manajemen modern telah dikembangkan menjadi suatu pola layanan terbaik yang disebut sebagai pelayanan prima. Kata pelayanan prima dalam dunia bisnis biasa dikenal sebagai *service excellence*.

Pelayanan prima dapat diartikan sebagai kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan

mewujudkan kepuasannya, agar mereka setia kepada perusahaan. Keberhasilan program pelayanan prima tergantung pada penyelesaian kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan dan tanggung jawab dalam pelaksanaannya.

Selain itu pelayanan prima dapat memiliki beranekaragaman definisi, yaitu:

- Pelayanan prima adalah membuat pelanggan merasa penting.
- Pelayanan prima adalah melayani pelanggan dengan ramah, tepat, dan cepat.
- Pelayanan prima adalah pelayanan dengan mengutamakan kepuasan pelanggan.
- Pelayanan prima adalah menempatkan pelanggan sebagai mitra.
- Pelayanan prima adalah pelayanan optimal yang menghasilkan kepuasan pelanggan.
- Pelayanan prima adalah kepedulian kepada pelanggan untuk memberikan rasa puas.
- Pelayanan prima adalah upaya layanan terpadu untuk kepuasan pelanggan.

Tujuan pelayanan prima adalah memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan atau masyarakat serta memberikan fokus pelayanan kepada pelanggan. Pelayanan pada sector swasta tentunya pelayanan

selalu bertujuan atau berorientasi keuntungan perusahaan. Pelayanan prima akan bermanfaat bagi upaya peningkatan kualitas pelayanan perusahaan kepada masyarakat sebagai pelanggan dan acuan untuk mengembangkan standard pelayanan.

E. Ciri-ciri Pelayanan Yang Baik

1. Pengertian Pelayanan yang Baik

Pengertian pelayanan yang baik adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan standard yang telah ditetapkan. Kemampuan tersebut ditunjukkan oleh sumber daya manusia dan sarana serta prasarana yang dimiliki. Pelayanan yang baik juga harus didukung oleh saran dan prasarana yang dimiliki oleh perusahaan. Ketersediaan dan kelengkapan sarana dan prasarana yang dimiliki oleh perusahaan semata-mata untuk mempercepat pelayanan serta meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan.

Dari penjelasan ini dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang baik adalah kemampuan perusahaan untuk menyiapkan sumber daya manusia yang handal dengan segala kelebihannya. Kesiapan sumber daya manusia ini harus didukung oleh sarana dan prasarana yang dimiliki dan sebaiknya tidak ketinggalan zaman. Untuk mencapai kecepatan dan ketepatan pelayanan yang akan diberikan,

pelayanan yang baik juga perlu didukung oleh ketersediaan dan kelengkapan produk yang dibutuhkan pelanggan.

2. Ciri-ciri Pelayanan yang Baik¹⁵

Dalam praktiknya, pelayanan yang baik memiliki ciri-ciri tersendiri dan hampir semua perusahaan menggunakan kriteria yang sama untuk membentuk ciri-ciri pelayanan yang baik. Terdapat beberapa factor pendukung yang berpengaruh langsung terhadap mutu pelayanan yang diberikan. Yang memengaruhi pelayanan yang baik pertama adalah factor manusia yang memberikan pelayanan tersebut. Manusia (karyawan) yang melayani pelanggan harus memiliki kemampuan melayani pelanggan secara cepat dan tepat. Di samping itu, karyawan harus memiliki kemampuan dalam berkomunikasi, sopan santun, ramah dan bertanggung jawab penuh terhadap pelanggannya. Kedua pelayanan yang baik juga harus diikuti oleh tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan, ketepatan, dan keakuratan pekerjaan. Prasarana dan sarana yang dimiliki harus dilengkapi oleh kemajuan teknologi terkini. Pada akhirnya, prasarana dan sarana yang dimiliki juga harus dioperasikan oleh manusia yang berkualitas pula. Jadi dapat dikatakan kedua factor tersebut saling menunjang satu sama lainnya.

¹⁵ Kasmir, *Etika Customer Service*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2006, h. 33-39.

Berikut ini beberapa ciri pelayanan yang baik yang harus diikuti oleh karyawan yang bertugas melayani pelanggan/nasabah.

a. Tersedia Karyawan yang Baik

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

Oleh karena itu, sebelum menjadi karyawan yang bertugas melayani pelanggan harus melalui pendidikan dan pelatihan khusus terlebih dahulu. Di samping kualitas karyawan yang melayani pelanggan harus sesuai standar, jumlah karyawan yang disediakan juga harus seimbang, jangan sampai jumlahnya terbatas sehingga pelanggan menunggu antrian terlalu lama terutama pada saat jam-jam sibuk (misalnya untuk kasir/teller).

b. Tersedianya Sarana dan Prasarana yang Baik

Pada dasarnya nasabah ingin dilayani secara prima. Untuk melayani nasabah, salah satu hal yang paling penting diperhatikan, di samping kualitas dan kuantitas sumber daya manusia adalah sarana dan

prasarana yang dimiliki perusahaan. Peralatan dan fasilitas yang dimiliki seperti ruang tunggu dan ruang untuk menerima tamu harus dilengkapi berbagai fasilitas sehingga membuat pelanggan nyaman atau betah dalam ruangan tersebut. Suasana ruangan yang nyaman harus pula didukung oleh meja dan kursi untuk diduduki. Udara dalam ruangan juga harus sejuk, tenang, dan tidak berisik. Kelengkapan dan kenyamanan sarana dan prasarana ini akan membuat nasabah merasa betah untuk berurusan dengan perusahaan sehingga mampu mengusir kebosanan.

c. Bertanggung Jawab Kepada Setiap Nasabah Sejak Awal Hingga Selesai

Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai 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. Risikonya apabila ada karyawan yang tidak dilayani secara tuntas akan menjadi preseden yang buruk bagi perusahaan. Pelanggan yang tidak puas selalu membicarakan hal-hal yang negative tentang perusahaan. Biasanya suatu

kejelekan akan lebih cepat berkembang daripada kebaikan.

d. Mampu Melayani Secara Cepat dan Tepat

Mampu melayani secara cepat dan tepat artinya dalam melayani nasabah diharapkan karyawan harus melakukannya sesuai prosedur. Layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan standard perusahaan dan keinginan nasabah. Melayani secara cepat artinya melayani dalam batasan waktu yang normal. Pelayanan untuk setiap transaksi sudah memiliki standard waktu. Karyawan juga harus pandai mengatur waktu dan jangan membicarakan hal-hal yang di luar konteks pekerjaan secara berlebihan pada saat melayani pelanggan.

Begitu juga dengan proses pekerjaan harus sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan. Proses yang terlalu lama dan berbelit-belit akan membuat nasabah menjadi tidak betah dan malas untuk berhubungan kembali. Maksud ketepatan dalam hal ini adalah usahakan jangan sampai terjadi kesalahan baik dalam hal pembicaraan maupun pekerjaan. Kesalahan akan membuat nasabah kesal yang menimbulkan anggapan perusahaan tidak profesional.

e. Mampu Berkomunikasi

Mampu berkomunikasi artinya karyawan harus mampu berbicara kepada setiap nasabah. Karyawan juga harus mampu dengan cepat memahami keinginan nasabah. Selain itu, karyawan harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti. Jangan menggunakan istilah yang sulit dimengerti. Komunikasi harus dapat membuat pelanggan senang sehingga jika nasabah mempunyai masalah, nasabah tidak segan-segan mengemukakannya kepada petugas. Mampu berkomunikasi juga akan membuat setiap permasalahan menjadi jelas sehingga tidak timbul salah paham. Komunikasi sangat penting terutama untuk yang berhubungan secara langsung. Demikian pula komunikasi lewat telepon atau sarana lainnya harus dengan tutur kata yang lemah lembut yang enak didengar oleh telinga pelanggan. Komunikasi juga harus didukung oleh perilaku petugas itu sendiri.

f. Memberikan Jaminan Kerahasiaan Setiap Transaksi

Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi artinya karyawan harus menjaga kerahasiaan nasabah terutama yang berkaitan dengan uang dan pribadi nasabah. Khusus untuk nasabah lembaga keuangan seperti bank, kerahasiaan nasabah sangat dijunjung tinggi. Bank tidak boleh sembarangan memberikan

informasi kecuali memang dipersyaratkan oleh undang-undang. Begitu pula dengan pelanggan hotel juga harus dirahasiakan sesuai dengan keinginan nasabah. Pada dasarnya, menjaga rahasia nasabah sama artinya dengan menjaga rahasia perusahaan. Oleh karena itu, karyawan harus mampu menjaga rahasia nasabah terhadap siapa pun. Menjaga rahasia nasabah merupakan ukuran kepercayaan nasabah kepada perusahaan.

g. Memiliki Pengetahuan dan Kemampuan yang Baik

Untuk menjadi karyawan yang khusus melayani pelanggan harus memiliki pengetahuan dan kemampuan tertentu. Karena tugas karyawan selalu berhubungan dengan manusia, karyawan perlu dididik khusus mengenai kemampuan dan pengetahuannya untuk menghadapi nasabah atau kemampuan dalam bekerja. Kemampuan dalam bekerja akan mampu mempercepat proses pekerjaan sesuai dengan waktu yang diinginkan. Demikian pula dengan ketepatan dan keakuratan pekerjaan juga akan terjamin. Dalam hal ini kualitas manusia tersebut perlu dididik sesuai dengan bidang pengetahuannya. Risiko akibat ketidakmampuan dalam melayani nasabah akan berakibat fatal yaitu kelambatan dan ketidaktepatan pekerjaan sehingga membuat kesalahan dan tidak mampu melayani nasabah.

h. Berusaha Memahami Kebutuhan Nasabah

Berusaha memahami kebutuhan nasabah artinya karyawan harus cepat tanggap terhadap apa yang diinginkan oleh nasabah. Karyawan yang lamban akan membuat nasabah lari. Usahakan mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan nasabah secara cepat. Petugas harus lebih dulu berusaha untuk mengerti kemampuan nasabah dengan cara mendengar penjelasannya, keluhan atau kebutuhan nasabah secara baik agar pelayanan terhadap keluhan atau keinginan yang diharapkan nasabah tidak salah, termasuk dalam hal ini memberikan jalan keluar yang diinginkan.

i. Mampu 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 dijaga kepercayaannya agar tidak lari. Semua ini melalui pelayanan karyawan khususnya dari seluruh karyawan perusahaan umumnya. Kepercayaan merupakan ujung tombak perusahaan untuk menjalankan aktivitasnya. Sekali pelayanan yang diberikan dapat memuaskan pelanggan, maka akan menimbulkan kepercayaan. Satu hal yang perlu diingat bahwa meningkatnya

kepercayaan lebih berat dari pada mempertahankan kepercayaan yang sudah diberikan.

3. Sikap Melayani Pelanggan/Nasabah¹⁶

a. Pengertian Sikap Melayani Nasabah

Setelah mengerti akan sifat-sifat pelanggan atau nasabah secara umum, langkah atau sikap melayani nasabah pun harus diperhatikan. Sikap yang kurang baik akan berpengaruh terhadap hasil pelayanan yang diberikan. Demikian pula sikap yang semestinya atau yang wajar diberikan kepada setiap pelanggan akan membuat pelanggan senang.

Sikap kita dalam melayani pelanggan/nasabah terkadang timbul dari dalam naluri kita sendiri. Kebiasaan kita berhubungan dengan nasabah akan memudahkan kita untuk berinteraksi langsung. Demikian juga kepada nasabah yang sudah kita kenal akan memudahkan kita mengenalnya lebih dalam.

Dalam praktiknya, nasabah dibagi menjadi tiga kelompok berikut.

1. Nasabah baru, artinya nasabah jenis ini baru pertama kali datang ke perusahaan kita. Mungkin saja kedatangannya hanya sekedar untuk memperoleh informasi atau sudah mau melakukan transaksi. Jika semula kedatangannya hanya untuk

¹⁶ Kasmir, *Etika ...*, h. 67-73.

memperoleh informasi namun karena sikap kita yang baik bukan tidak mungkin nasabah akan melakukan transaksi.

2. Nasabah biasa (sekunder), artinya nasabah yang sudah pernah berhubungan dengan kita, namun tidak rutin. Jadi kedatangannya sudah untuk melakukan transaksi. Hanya saja frekuensi transaksi dan kedatangannya belum terlalu sering. Nasabah jenis ini juga perlu disikapi dengan baik agar dia menambah volume transaksinya di masa yang akan datang.
3. Nasabah utama (primer), artinya nasabah yang sudah sering berhubungan dengan kita. Pelanggan atau nasabah primer selalu menjadikan kita nomor satu dalam berhubungan. Pelanggan ini tidak dapat diragukan lagi loyalitasnya dan sikap kita terhadap mereka harus selalu di pupuk.

Pada umumnya sikap kita dalam berhubungan dengan pelanggan dapat dibedakan dalam dua cara berikut ini.

1. Berhubungan langsung, artinya karyawan berhadapan langsung dengan pelanggan/nasabah. Dalam hal ini, sikap kita dapat dilihat dan dirasakan langsung oleh nasabah sehingga nasabah mampu menilai sikap kita terhadapnya.

2. Berhubungan tidak langsung, artinya karyawan tidak berhadapan langsung dengan nasabah dan hanya melalui alat sebagai perantara seperti telepon, facsimile, surat atau e-mail. Walaupun tidak berhadapan langsung dengan nasabah, komunikasi tetap harus dijaga melalui gaya bicara, facsimile atau e-mail, yang perlu diperhatikan juga adalah tata bahasa pada saat menelepon.

Pada dasarnya sikap kita untuk semua nasabah, baik nasabah baru maupun nasabah biasa atau nasabah primer, adalah sama. Hanya saja, jika berhadapan dengan nasabah baru, kita harus lebih hati-hati karena kita belum memahami sifat-sifatnya. Hal ini sangat berbeda dengan sikap kita terhadap nasabah primer atau sekunder. Karena kita sudah mengenal mereka secara mendalam. Demikian juga bila berhubungan langsung, tentu berbeda jika berhubungan tidak langsung misalnya lewat telepon. Yang jelas semua sikap ini bertujuan untuk membuat nasabah terus berhubungan dengan perusahaan kita.

b. Sikap Melayani Nasabah

Agar pelanggan dapat merasa puas, sikap kita dalam melayani nasabah harus diatur sedemikian rupa. Janganlah ketika kita mengerjakan sesuatu, kita bersikap seperti berpura-pura, atau jengkel, atau sikap yang tidak menyenangkan lainnya. Dampak dari sikap berpura-pura

jengkel atau emosi akan menyebabkan pelayanan yang diberikan menjadi tidak sempurna dan pada akhirnya nasabah akan kecewa.

Berikut ini beberapa sikap yang harus diperhatikan dalam melayani seluruh jenis nasabah.

1. Beri Kesempatan Nasabah Berbicara

Artinya karyawan memberikan kesempatan kepada nasabah untuk mengemukakan segala keinginannya terlebih dahulu. Dalam hal ini, karyawan harus dapat menyimak setiap pembicaraan yang dikemukakan nasabah. Karyawan juga harus berusaha memahami keinginan dan kebutuhan nasabah.

Di samping mendengar dengan seksama, karyawan juga bila perlu membuat catatan di kertas secara garis besar sehingga tidak perlu mengulang hal-hal yang sudah dikemukakan sebelumnya.

2. Dengarkan Baik-baik

Selama nasabah mengemukakan pendapatnya, karyawan harus mendengar dan menyimak baik-baik. Karyawan juga jangan membuat gerakan yang dapat menyinggung nasabah seperti gerakan tubuh tangan dan kaki yang dianggap kurang sopan. Mendengar baik-baik artinya pada saat nasabah mengemukakan

persoalannya karyawan mendengar dengan penuh perhatian sehingga nasabah merasa senang. Penuh perhatian akan menyebabkan nasabah senang untuk menjelaskan persoalan yang sedang dihadapinya serta keinginannya.

3. Jangan Menyela Pembicaraan

Jangan menyela pembicaraan artinya sebelum nasabah selesai bicara karyawan dilarang memotong atau menyela pembicaraan. Usahakan karyawan memberi tanggapan setelah nasabah sudah selesai berbicara. Memotong atau menyela nasabah yang sedang berbicara merupakan perbuatan yang tidaksopan. Hal ini juga dapat mengganggu konsentrasi nasabah untuk mengemukakan pendapatnya. Terkadang konsentrasi nasabah menjadi terganggu sehingga lupa apa yang harus dikemukakan. Biasanya nasabah malas untuk mengingat kembali apa yang sudah ia jelaskan sebelumnya. Oleh karena itu, untuk hal yang kurang perlu jangan menyela atau memotong pembicaraan dan usahakan pembicaraan berjalan tuntas terlebih dulu.

4. Ajukan Pertanyaan Setelah Nasabah Selesai Bicara

Seperti dikatakan sebelumnya, jangan coba untuk memotong atau menyela pembicaraan. Jika

ada pertanyaan, sebaiknya ajukan setelah nasabah selesai bicara. Pengajuan pertanyaan kepada nasabah baru dilakukan apabila nasabah sudah selesai bicara dapat dianggap sopan. Dalam mengajukan pertanyaan, karyawan pun harus memilih dulu pertanyaan yang dianggap penting. Kemudian, gunakan bahasa yang mudah dipahami atau dengan kata lain, pengajuan pertanyaan hendaknya dengan bahasa yang baik, singkat dan jelas.

5. Jangan Marah dan Jangan Mudah Tersinggung

Karena nasabah memiliki bermacam-macam sifat, jika ada kata-kata atau sikap nasabah yang kurang berkenan, karyawan jangan cepat emosi atau tersinggung. Cara bicara, sikap atau nada bicara dalam menanggapi nasabah jangan sekali-kali menyinggung nasabah. Selain itu karyawan jangan mudah marah terhadap nasabah yang bertemperamen tinggi. Usahakan karyawan tetap sabar dalam melayaninya.

6. Jangan Mendebat Nasabah

Dalam praktiknya, terkadang apa yang diinginkan nasabah tidak sesuai dengan kondisi yang ada pada perusahaan kita. Oleh karena itu, jika ada hal-hal yang kurang disetujui usahakan beri

penjelasan dengan sopan. Karyawan jangan sekali-kali berdebat atau memberikan argument yang tidak dapat diterima oleh nasabah. Hal ini disebabkan nasabah tidak suka dibantah atau didebat. Jika dianggap perlu untuk membantah, gunakanlah cara yang halus sehingga nasabah tidak merasa lebih rendah atau salah.

7. Jaga Sikap Sopan, Ramah, dan Selalu Berlaku Tenang

Dalam melayani nasabah, sikap sopan santun dan ramah harus selalu dijaga. Begitu pula dengan emosi harus tetap terkendali dan selalu berlaku tenang dalam menghadapi nasabah yang kurang menyenangkan. Ada istilah yang mengatakan “Anda sopan kami segan”. Sikap sopan santun dan ramah dapat membuat nasabah menjadi segan sehingga nasabah berinteraksi lebih dari yang kita berikan. Jika kita mau dihormati orang lain, kita juga harus menghormatinya.

8. Jangan Menangani Hal-hal yang Bukan Merupakan Pekerjaannya

Dalam praktiknya, sering ditemukan karyawan menangani pekerjaan yang sebenarnya bukan wewenangnya untuk melakukan hal tersebut. Terkadang karyawan merasa mampu melakukan

semua hal. Padahal kemampuannya sangat kurang sehingga dapat memberikan informasi yang salah dan keliru. Oleh karena itu, sebaiknya karyawan tidak menangani tugas-tugas yang bukan menjadi wewenangnya. Serahkan kepada karyawan yangberhak sehingga tidak terjadi kesalahan dalam memberikan informasi. Walaupun terpaksa, cari jalan untuk menjelaskannya agar nasabah tidak kecewa, misalnya nasabah disuruh untuk menunggu sesaat sampai petugas yang berwenang datang.

9. Tunjukkan Sikap Perhatian dan Sikap Ingin Membantu

Nasabah yang datang ke perusahaan pada prinsipnya ingin dibantu. Artinya nasabah mempunyai masalah yang tidak mampu ia selesaikan sendiri. Oleh karena itu, dalam memberikan sikap, berikan perhatian sepenuhnya dan tunjukkan bahwa memang kita ingin membantu. Dengan demikian, nasabah akan merasa senang dan tenang karena yakin masalahnya akan dapat diselesaikan.

F. Etiket Pelayanan¹⁷

1. Pengertian Etiket Pelayanan

a. Pengertian Etiket Pelayanan

Dalam arti sempit, etiket sering disebut dengan etika yang artinya tata cara berhubungan dengan manusia lainnya. Tata cara masing-masing masyarakat tidaklah sama atau beragam bentuk. Hal ini disebabkan beragamnya budaya kehidupan masyarakat yang berasal dari berbagai wilayah. Tata cara ini lebih diperlukan dalam berbagai sendi kehidupan manusia agar terbina hubungan yang harmonis saling menghargai satu sama lainnya. Namun, biasanya etiket lebih ditekankan kepada suatu acara tertentu yang lebih bersifat formal.

Dilihat dari sejarah asal mula kata etiket berasal dari bahasa Prancis (*etiquette*) yang berarti kartu undangan. Pada saat itu raja-raja Perancis sering mengundang para tamu dengan menggunakan kartu undangan. Dalam kartu undangan tercantum persyaratan atau ketentuan untuk mengikuti undangan antara lain tentang waktu acara dan pakaian yang harus dikenakan. Cara seperti ini kemudian diikuti oleh berbagai kalangan, tidak hanya untuk undangan semata, akan tetapi juga untuk melayani nasabah, di berbagai perusahaan. Hanya

¹⁷ Kasmir, *Etika ...*, h. 79-86.

saja, cara yang dilakukan oleh perusahaan tidak terlalu kaku dan lebih luas dari hanya sekedar undangan.

Dalam arti luas, etiket sering disebut tindakan mengatur tingkah laku atau perilaku manusia dalam bermasyarakat. Tingkah laku ini perlu diatur agar tidak melanggar norma-norma atau kebiasaan yang berlaku dimasyarakat. Hal ini disebabkan norma-norma atau kebiasaan masyarakat berbeda sesuaidengan masing-masing daerah atau Negara.

Dalam praktinya, norma atau kebiasaan ini diberlakukan sama untuk acara tertentu, sehingga setiap orang diharuskan mengikuti norma tersebut. Etiket bertujuan agar norma-norma yang berlaku dihargai sehingga setiap undangan merasa dihargai, begitu pula dengan yang mengundang akan merasa dihargai pula. Dihargai di sini dapat pula diartikan saling menghormati satu sama lainnya. Dengan adanya etiket akan dapat menimbulkan suasana keakraban antara yang mengundang dengan yang diundang. Pelanggaran terhadap etiket ini membuat pihak yang diundang akan tersinggung atau merasa tidak dihargai, sehingga suasana menjadi berbeda dan tidak nyaman. Etiket pelayanan ini kemudian diterapkan juga untuk kegiatan di berbagai perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

Dalam menjalankan etiket pelayanan terdapat beberapa komponen di mana satu sama lainnya harus saling mendukung. Komponen ini adalah cara kita, sikap dan perilaku, cara berpenampilan, cara berpakaian, cara berbicara, cara bertanya, gerak gerik, dan komponen lainnya. Jika salah satu saja komponen ini tidak dilakukan secara baik, hasilnya menjadi lain. Bahkan bukan tidak mungkin akan menggagalkan suasana yang diinginkan seperti dalam tujuan etiket pelayanan.

b. Etiket Pelayanan

Etiket pelayanan untuk berbagai acara atau kegiatan perlu ada ketentuan yang mengaturnya. Ketentuan ini dibuat agar semua komponen yang berhubungan dengan pelayanan dapat menunjang satu sama lainnya. Artinya apabila salah satu aspek diabaikan, pelayanan dari komponen lainnya menjadi tidak berguna. Misalnya pelanggan atau nasabah tersinggung dengan cara karyawan bertanya atau gerak-gerik karyawan kurang jelas dari cara berbicara atau berpenampilan. Oleh karena itu, etiket pelayanan ini harus dilakukan oleh semua komponen agar pelayanan yang diberikan benar-benar sempurna.

Adapun ketentuan yang diatur dalam etiket secara umum sebagai berikut:

a. Sikap dan Perilaku

Artinya sikap dari perilaku sehari-hari yang ditunjukkan kepada nasabah pada saat berhubungan dengan nasabah atau pada saat berada dalam satu ruangan dengan nasabah. Nasabah seringkali memperhatikan sikap dan perilaku ini, baik sengaja maupun tidak, terutama sikap yang mau menolong dan peduli terhadap kebutuhan nasabah.

b. Penampilan

Arti penampilan secara keseluruhan adalah mulai dari cara berpakaian, berbicara, gerak-gerik, sikap, dan perilaku dapat membuat nasabah terkesan. Penampilan karyawan juga harus selalu terlihat senang dan gembira termasuk pada saat berhubungan dengan nasabahnya. Penampilan ini harus selalu dijaga selama jam kerja secara prima.

c. Cara Berpakaian

Cara berpakaian artinya cara menggunakan baju, celana atau aksesoris yang melekat dalam pakaian itu. Pakaian yang dikenakan harus serasi antara baju dan celana termasuk warna yang digunakan. Warna yang digunakan tidak terkesan berlebihan. Kemudian, pakaian yang dikenakan juga harus bersih, rapi, dan necis, sehingga nasabah senang selalu berada dekat dengannya.

d. Cara Berbicara

Cara berbicara artinya cara kita berkomunikasi dengan nasabah. Hal ini penting karena karyawan langsung berbicara tentang apa-apa yang nasabah inginkan. Berbicara kepada nasabah harus jelas, singkat, dan tidak bertele-tele. Janganlah berbicara hal-hal yang bukan pada pokok permasalahan, kecuali jika hanya sekedar basa-basi. Itupun hanya berbicara misalnya tentang kabar nasabah. Hindarilah pembicaraan yang bersifat mengejek nasabah.

e. Gerak-gerak

Gerak-gerak artinya pergerakan anggota badan yang diperlihatkan di depan nasabah. Gerak-gerak meliputi mimik wajah, pandangan mata, pergerakan tangan, anggota badan, atau kaki. Jangan sampai gerak-gerak yang kita lakukan dapat mengakibatkan nasabah tersinggung. Kemudian gerak-gerak kita juga jangan sampai membuat nasabah merasa dicurigai, misalnya memandangi dengan pandangan sinis. Mimik wajah maksudnya adalah ekspresi wajah yang diperlihatkan kepada nasabah. Mimik yang diperlihatkan sebaiknya tenang, gembira, tidak cemberut atau kusut. Pandangan mata saat kita memandangi nasabah

harus dengan sopan termasuk dalam hal menatap nasabah. Begitu pula dengan pergerakan tangan yaitu pada saat kita menunjuk tangan atau jari. Demikian juga dengan anggota badan jangan sampai membelakangi nasabah dan pada saat duduk posisi kaki juga jangan terlalu tinggi.

f. Cara Bertanya

Dalam praktiknya, nasabah memiliki sifat yang berbeda-beda di antara semakin banyak nasabah, ada yang banyak diam, ada pula yang cerewet atau banyak tanya. Nasabah yang diam maksudnya tidak banyak bicara, pemalu dan jika tidak ditanya sulit untuk mengemukakan keinginannya. Sebaliknya ada nasabah yang banyak tanya artinya serba ingin tahu sedetail mungkin bahkan terkadang yang tidak ada hubungannya dengan masalah yang dihadapinya juga ditanyakannya. Bagi nasabah yang pendiam, karyawanlah yang berinisiatif untuk bertanya atau memulai setiap pembicaraan. Karyawan harus kreatif untuk berbicara sehingga membuat nasabah mau berbicara. Kemudian, bagi nasabah yang banyak tanya, karyawan sebaiknya banyak mendengarkan dengan baik, dan menjawab dengan baik pula.

Secara umum etiket pelayanan yang dapat diberikan oleh karyawan dalam rangka pelayanan adalah sebagai berikut:

1. Mengucapkan Salam

Mengucapkan salam pada saat bertemu dengan nasabah, seperti selamat pagi, selamat siang atau selamat sore. Jika kita sudah mengetahui agama nasabanya, misalnya Muslim, maka ucapkan *assalamualaikum*. Begitu pula jika sudah kenal nama sebelumnya, sekaligus dengan namanya misalnya “Selamat pagi, Pak Robi” atau “*Assalamualaikum* Pak Ahmad”. Ucapan salam ini dapat mencairkan suasana kaku antara nasabah dengan karyawan. Bagi nasabah ucapan salam merupakan penghormatan dan perhatian kita terhadapnya. Nasabah juga merasa dihargai kehadirannya. Ucapan salam juga diucapkan jika bertemu dengan nasabah yang sudah kita kenal sebelumnya, meskipun tidak sedang berhuungan dengan kita.

2. Mempersilahkan Tamu

Setelah mengucapkan salam, segera mempersilahkan tamu untuk masuk atau duduk dengan sopan. Jika masih melayani nasabah atau sedang mengambil atau membereskan sesuatu pekerjaan

suruh nasabah untuk menunggu sebentar dengan ramah dan sopan. Baik dalam mengucapkan salam maupun mempersilahkan tamu masuk atau duduk, selalu dilakukan dengan ramah dan murah senyum.

3. Bertanya Tentang Keperluan Nasabah

Setelah mempersilahkan duduk, barulah karyawan bertanya tentang maksud kedatangan pelanggan atau keperluan nasabah secara ramah, sopan, dan lemah lembut. “Ada yang bisa saya bantu, Bapak atau Ibu”. Pertanyaan pembuka dapat dilakukan dengan menanyakan kabar jika sudah kenal. Kemudian dapat pula ditanyakan dengan pertanyaan basa-basi seperti ini, “Kok sudah lama nggak kelihatan kemana aja Bapak atau Ibu, lagi sibuk nih”.

4. Bila Ingin Menyuruh

Untuk hal-hal yang dianggap perlu bila ingin menyuruh nasabah biasakan dan mulailan mengucapkan kata “tolong” atau “maaf”. Namun jika masih bisa dikerjakan sendiri sebaiknya jangan menyuruh nasabah. Menyuruh nasabah, misalnya dalam hal mengisiformulir yang memang harus diisi oleh nasabah atau menyuruh nasabah untuk menunggu sesaat.

5. Mengucapkan Terima Kasih

Ucapkan kata terima kasih apabila nasabah memberikan kritikan dan saran-saran bagi kita. Hal yang sama juga dilakukan jika nasabah hendak pamit setelah menyelesaikan masalahnya atau urusannya selesai. Ucapan terima kasih akan menyenangkan nasabah karena nasabah merasa dihargai atas kedatangannya

2. Tujuan dan Manfaat Etiket Pelayanan¹⁸

a. Tujuan Etiket Pelayanan

Etiket yang berlaku oleh perusahaan terutama oleh bank terhadap seluruh karyawannya tertentu memiliki tujuan-tujuan tertentu. Yang jelas tujuan ini sejalan dengan tujuan perusahaan dan justru sangat menguntungkan. Disamping memiliki tujuan etiket juga memberikan manfaat yang cukup banyak bagi perusahaan atau bank apabila dilakukan secara sungguh-sungguh. Berikut ini beberapa tujuan etiket yang selalu ingin dicapai oleh setiap perusahaan atau perbankan khususnya.

1. Untuk Persahabatan dan Pergaulan

Tujuan etiket untuk persahabatan dan pergaulan artinya etiket dapat meningkatkan keakraban dengan nasabah atau tamu. Dengan etiket

¹⁸ Kasmir, *Etika ...*, h. 93-98.

yang dijalankan melalui cara bicara tingkah laku, gerak-gerik akan membuat nasabah merasa bertemu teman lama, sehingga cepat akrab. Karena sudah akrab, otomatis akan meningkatkan menjadi persahabatan yang pada akhirnya akan menambah lingkungan pergaulan, baik di dalam perusahaan maupun di luar perusahaan. Yang jelas jika nasabah menjadi akrab, segala urusan antara perusahaan dengan nasabah akan menjadi lebih mudah, sehingga keinginan atau persoalan nasabah akan cepat dipenuhi. Kemudian nasabah akan menjadi segan dengan kita sehingga kemungkinan menjadi nasabah yang loyal akan sangat pasti.

2. Menyenangkan Orang Lain

Etiket juga memiliki tujuan menyenangkan orang lain, dalam hal ini nasabah. Menyenangkan orang lain maksudnya adalah dengan salah satu cara melalui memuaskan orang lain. Dengan adanya etiket nasabah akan merasa senang dan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, sehingga tentu akan mengulangnya kembali suatu waktu. Menyenangkan nasabah juga dapat diartikan bahwa ketika nasabah sedang menghadapi masalah kemudian karena dilayani dengan baik dan dapat pula diselesaikan masalahnya, nasabah akan merasa

lega. Beban yang tadinya begitu berat menghilang dengan selesainya persoalan dengan kita.

3. Membujuk Nasabah

Membujuk nasabah adalah usaha meyakinkan nasabah agar tertarik untuk membeli produk yang kita tawarkan. Membujuk dapat dilakukan dengan cara meyakinkan melalui perilaku, cara berbicara dan cara berpenampilan sehingga nasabah merasa terkesan dengan etiket yang kita jalankan. Pada akhirnya, karena nasabah sudah terkesan akan merasa malu atau tidak enak untuk tidak membeli produk yang kita tawarkan. Mungkin saja saat itu tidak membeli, akan tetapi berpotensi untuk membeli di lain waktu. Memori nasabah tentang etiket yang kita berikan akan tertanam lama.

4. Mempertahankan Nasabah

Salah satu tujuan penting perusahaan dalam menjalankan etiket adalah untuk mempertahankan nasabah lama. Ada istilah lebih sulit mempertahankan yang sudah ada daripada mencari pelanggan yang baru. Oleh karena itu, pelayanan lewat etiket untuk nasabah lama harus segera ditingkatkan, mengingat mereka ini merupakan asset bagi perusahaan.

5. Membina dan Menjaga Hubungan

Hubungan dengan nasabah yang sudah terjalin baik selama ini harus tetap terjaga. Hubungan ini harus terus dibina melalui etiket yang sudah dijalankan lebih baik dari sebelumnya. Semakin lama berhubungan dengan nasabah, sehingga memudahkan kita membina hubungan yang ada. Dalam etiket juga akan menimbulkan rasa ketertarikan, sehingga terbina hubungan yang lebih baik dan akrab. Demikian juga nasabah baru perlu terbinahubungan baik sekalipun baru pertama kali berhubungan. Diharapkan nasabah melakukan hubungan selanjutnya juga melalui pelayanan etiket yang baik pula.

6. Berusaha Menarik Nasabah

Etiket berfungsi untuk menarik minat nasabah sehingga bukan tidak mungkin dengan etiket akan menambah jumlah nasabah. Nasabah baru biasanya sulit untuk menentukan pilihannya. Terkadang nasabah baru hanya sekedar mencobacoba. Apabila hasil percobaannya baik, biasanya nasabah akan kembali, demikian pula sebaliknya. Oleh karena itu, tugas karyawan adalah berusaha untuk menarik minat nasabah baru untuk mencoba

membeli dan mengulang pembeliannya melalui etiket pelayanan.

b. Manfaat Etiket

Seperti dijelaskan sebelumnya bahwa tujuan perusahaan umumnya dan tujuan etiket khususnya harus disesuaikan dengan manfaat yang akan dipetik nantinya. Artinya, manfaat yang diterima akan lebih banyak dari sebelumnya. Manfaat ini juga berguna tidak hanya bagi perusahaan, akan tetapi juga bagi nasabah yang langsung berhubungan dengan perusahaan atau dengan masyarakat luas.

Adapun manfaat yang akan diperoleh dengan adanya etiket adalah sebagai berikut:

1. Percaya Diri

Dengan etiket dapat meningkatkan rasa percaya diri, bagi seluruh karyawan perusahaan. Dalam hal ini, karena karyawan perusahaan merasa memiliki nilai lebih dibandingkan nasabah. Percaya diri yang tinggi perlu dan harus dilakukan untuk meningkatkan pelayanan yang sesuai dengan harapan atau tujuan perusahaan.

2. Dihormati dan Dihargai

Ada istilah “Anda sopan kami segan, Anda hormat kami lebih menghormati”. Sehingga dengan berlaku sopan, ramah, murah senyum dan

berperilaku yang menyenangkan pada nasabah, nasabah pun akan berlaku sebaliknya. Nasabah akan merasa dihormati dan dihargai sehingga membuat suasana menjadi nyaman.

3. Disegani dan Disenangi

Karyawan akan sangat disegani dan disenangi oleh nasabah karena etiket yang dimilikinya. Nasabah yang kita hormati pada akhirnya merasa segan untuk berbuat yang tidak-tidak. Nasabah juga akan mengikuti arus yang kita jalankan meskipun terkadang ada nasabah yang menjadi manja sehingga meminta pelayanan yang berlebihan. Hal ini perlu ditanggapi secara aktif. Manfaat yang dirasakan nasabah sama seperti yang dirasakan oleh karyawan yang memberikan pelayanan. Jadi ada timbal balik dari etiket yang di berikan karyawan kepada nasabahnya.

G. Landasan Hukum

1. 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 :

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



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.” (QS. An Nisa:58)¹⁹

Allah SWT berfirman :

فَقُولَا لَهُ، قَوْلًا لَّيِّنًا لِّعَلَّهُ، يَتَذَكَّرُ أَوْ تَخْشَىٰ

Maka bicaralah kamu berdua kepadanya dengan yang lemah lembut, mudah-mudahan ia ingat atau takut. (QS.Thaha:44)²⁰

2. Landasan Hukum Menurut *Hadits*

Seorang *customer service* dalam menjalankan tugasnya dituntut untuk selalu profesional.

Rasulullah SAW bersabda:

إِنَّ اللَّهَ تَبَارَكَ وَتَعَالَىٰ يُحِبُّ إِذَا عَمِلَ أَحَدُكُمْ عَمَلًا أَنْ يُتَّقَنَهُ

¹⁹ Departemen Agama RI, Al-Qayyum Al-Qur'an dan Terjemahannya Disertai Transliterasi, Semarang: PT. Karya Toha Putra, h. 162.

²⁰ Departemen Agama RI, Al-Qayyum Al-Qur'an dan Terjemahannya Disertai Transliterasi, Semarang: PT. Karya Toha Putra, h. 606.

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