

# ANALISIS KOMPETENSI KOMUNIKASI *CUSTOMER SERVICE* DALAM UPAYA MENINGKATKAN PELAYANAN PRIMA PADA BANK SYARIAH INDONESIA KCP TULANG BAWANG BARAT

Rizka Andini Nur Sabella<sup>1)</sup>, Muftifiandi<sup>2)</sup>, Lemiyana<sup>3)</sup>

<sup>1,2,3</sup>UIN Raden Fatah Palembang, Indonesia

email : [muftifiandi\\_uin@radenfatah.ac.id](mailto:muftifiandi_uin@radenfatah.ac.id)<sup>2</sup>

## Abstrak

Komunikasi merupakan aspek penting dalam suatu perusahaan perbankan. kompetensi komunikasi diperbankan syariah menjadi prioritas terutama dalam mencapai keberhasilan tujuan pelayanan. Dalam perusahaan setiap karyawan harus memiliki kompetensi yang bertujuan untuk menentukan kualitas pelayanan di mata nasabah, kompetensi sangat mempengaruhi pelayanan prima yang diberikan kepada nasabah. Pelayanan prima merupakan faktor terpenting dalam merebut hati calon nasabah dan nasabah yang dilakukan customer service memerlukan skill berkomunikasi yang baik. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana kompetensi komunikasi customer service dalam upaya meningkatkan pelayanan prima. Metode penelitian ini yaitu dengan metode kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan. Kompetensi komunikasi customer service sangat berpengaruh dalam mencapai pelayanan prima, untuk meningkatkan kompetensi tersebut dapat dimulai dengan membangun komunikasi yang efektif, menumbuhkan rasa empati, meningkatkan pengetahuan dan keterampilan.

**Kata kunci : Customer Service, Kompetensi komunikasi, Pelayanan Prima**

## Abstract

Communication is an important aspect in a banking company. Islamic banking communication competence is a priority especially in achieving the success of service objectives. In a company, every employee must have competence that aims to determine the quality of service in the eyes of customers, competence greatly influences the excellent service provided to customers. Excellent service is the most important factor in winning the hearts of prospective customers and customers. Customer service requires good communication skills. The purpose of this study is to find out and analyze how customer service communication competence is in an effort to improve excellent service. The research method is a qualitative method. The data collection techniques used in this study are observation, interviews, and documentation. Data analysis techniques use data reduction, data presentation, and conclusions. Customer service communication competence is very influential in achieving excellent service, to improve these competencies can be started by building effective communication, fostering a sense of empathy, increasing knowledge and skills.

**Keywords: Communication Competence, Customer Service, Excellent Service.**

## PENDAHULUAN

Lembaga keuangan (*financial institutions*) adalah suatu perusahaan yang usahanya bergerak di bidang jasa keuangan. Artinya, kegiatan yang dilakukan oleh lembaga ini akan selalu berkaitan dengan bidang keuangan, apakah penghimpunan dana masyarakat atau jasa-jasa keuangan lainnya. Bila lembaga keuangan tersebut disandarkan kepada syariah, maka menjadi lembaga keuangan syariah (Burhanudin S, 2011).

Lembaga keuangan syariah adalah suatu perusahaan yang usahanya bergerak di bidang jasa keuangan yang berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Prinsip syariah yaitu prinsip yang menghilangkan unsur-unsur yang dilarang dalam Islam, kemudian menggantikannya dengan akad-akad tradisional Islam atau yang lazim disebut dengan prinsip syariah. Atau, lembaga keuangan syariah merupakan sistem norma yang didasarkan ajaran Islam (Mardani, 2013).

Salah satu bisnis yang bergerak dalam bidang jasa keuangan adalah bank. Bank adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat serta memberikan jasanya dalam lalu lintas pembayaran dan

peredaran uang. Sektor perbankan merupakan salah satu hal yang menunjang keberhasilan pembangunan ekonomi khususnya di Indonesia.

Kehadiran perbankan syariah di dunia dinilai mampu menjawab kesulitan- kesulitan yang terjadi di perbankan konvensional. Kehadiran perbankan syariah di Indonesia dimulai pada dekade 1990-an, berdirinya perbankan syariah di tengah-tengah perbankan konvensional membawa kemajuan tersendiri bagi dunia perbankan di Indonesia. Keberadaan Bank Syariah di Indonesia dipelopori oleh Bank Muamalat Indonesia pada tahun 1992. Sejak saat itu mulailah dibuat aturan- aturan yang terkait dengan pelaksanaan operasional Bank Syariah (Lemiyana, 2017)

Gambar 1.1 Perkembangan Perbankan Syariah Indonesia



Sumber : Statistik Otoritas Jasa Keuangan 2020

Gambar 1.1 tersebut menjelaskan bahwa setiap tahunnya perkembangan perbankan syariah menunjukkan performa yang cukup baik. Pertumbuhan perbankan syariah pada tahun 2017 mengalami peningkatan sebesar 8,08%, 2018 sebanyak 10,93%, 2019 sebanyak 11,98% dan 2020 sebanyak 13,11%. Pertumbuhan yang cukup tinggi tersebut dengan market share yang terus meningkat menunjukkan layanan perbankan syariah makin dipercaya oleh masyarakat.

Perkembangan yang cukup pesat dalam pasar keuangan syariah yang berdampak besar terhadap ekonomi masyarakat, adalah industri perbankan syariah. Industri perbankan syariah dapat memberikan kontribusi dalam melakukan transformasi perekonomian pada aktivitas ekonomi produktif, bernilai tambah dan inklusif. Pengembangan industri perbankan syariah nasional memiliki landasan hukum yang cukup kuat, sehingga mendorong pertumbuhan industri ini lebih cepat. Percepatan Pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia, sampai saat ini terus didorong oleh otoritas perbankan, yaitu Otoritas Jasa keuangan menuju industri perbankan syariah yang sehat, berkelanjutan, dan berkontribusi positif dalam mendukung pembangunan ekonomi yang berkualitas (Heru Wardi Apriyanti, 2018)

Terjadinya persaingan antar bank yang semakin ketat seperti sekarang ini, semua nasabah berkeinginan mendapatkan pelayanan yang terbaik dari bank melalui kemudahan berhubungan dengan bank, pelayanan yang cepat, dan keramahan petugas bank baik dari segi produk atau jasa yang ditawarkan maupun masalah pelayanan yang diberikan kepada nasabahnya (Nani Nuraini Sarah and Saroja, 2021)

Meningkatnya intensitas persaingan dari pesaing menjadikan perusahaan

harus melihat apa yang di butuhkan oleh nasabah atau konsumen serta berusaha untuk memenuhinya dengan jalan memberikan pelayanan terbaik dan memuaskan, sehingga dapat menguasai pasar. Kualitas pelayanan dan pengelolaan merupakan factor yang dapat mempengaruhi *service loyalty*. Membangun *loyalty* nasabah memiliki peran besar terhadap pertumbuhan dan kelangsungan hidup perusahaan lembaga perbankan, maka perusahaan harus memiliki konsep dan strategi yang jitu agar dapat memenangkan persaingan (Imam Mahfud, 2020) .

Menurut Thio (Yuniarta and Johnny, 2015) dalam kondisi persaingan yang ketat, hal utama yang harus diprioritaskan oleh perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan adalah kepuasan pelanggan agar dapat bertahan, bersaing, dan menguasai pangsa pasar kepuasan atau tidak puasnya pelanggan ditentukan oleh kualitas barang atau jasa yang dikehendaki pelanggan, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan tersebut.

Mutu pelayanan dalam perusahaan jasa merupakan hal yang sangat penting dari sudut pandang konsumen. Konsumen tidak hanya menilai dari hasil jasa, tetapi juga dari proses penyampaian jasa.<sup>7</sup> Bisnis dalam perbankan memberikan pelayanan yang terbaik untuk memenangkan persaingan dalam dunia bisnis. Bisnis perbankan memberikan jasa yang berdasarkan pada azas kepercayaannya di dukung oleh keunggulan produk, serta pelayanan yang akan diberikan (Andre Misa Putra and Fernos Jhon, 2019) .

Penilaian terhadap kualitas pelayanan dilakukan pada saat pemberian pelayanan, yaitu terjadinya kontak antara pelanggan dengan petugas pemberi pelayanan (*service contact person*). Kualitas pelayanan akan terlihat dari kesesuaian pelayanan yang diterima pelanggan dengan apa yang menjadi harapan dan keinginan pelanggan tersebut (Andre Misa Putra and Fernos Jhon, 2019)

Pelayanan prima merupakan pelayanan yang dilakukan sebaik mungkin kepada pelanggan atau konsumen agar dapat merasa puas. Banyak macam-macam tujuan pelayanan prima salah satunya adalah memberikan pelayanan berkualitas terhadap para pelanggannya sehingga menimbulkan kepercayaan pelanggan terhadap barang atau jasa yang ditawarkan oleh penjual.

Konsep pelayanan prima di kemukakan oleh Atep Adya Barata yang dikenal dengan istilah A6, yaitu mengembangkan pelayanan prima dengan menyelaraskan faktor-faktor *Ability* (Kemampuan), *Attitude* (Sikap), *Appearance* (Penampilan), *Attention* (Perhatian), *Action* (Tindakan), dan *Accountability* (Tanggung jawab). Bidang jasa merupakan elemen penting dan menentukan dalam menumbuh kembangkan perusahaan agar tetap eksisi dalam menghadapi persaingan. Demikian juga dengan bisnis perbankan, kepercayaan dan kualitas layanan (*service quality*) menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan bisnis (Atep Adya Barata, 2003) .

Pelayanan dapat disebut prima apabila pelanggan telah merasa puas dan sesuai dengan harapan pelanggan. Pelayanan prima yakni melakukan pelayanan sebaik mungkin kepada para nasabah, sehingga nasabah menjadi merasa puas.. Pelayanan prima sangat dibutuhkan bagi perusahaan, karyawan, maupun pelanggan. Di dunia perbankan dengan adanya *Frontliner* yakni *Customer Service* merupakan karyawan yang secara langsung berinteraksi kepada nasabah sehingga para *frontliner* perbankan dituntut untuk memberikan pelayanan yang prima untuk nasabah (Erdah Litriani and Lemiyana, 2016). Mampu membangun komunikatif dengan relasi dari para nasabahnya. Karyawan yang komunikatif akan berusaha menciptakan suasana nyaman mungkin sehingga seluruh proses aktivitas kerjanya berjalan dengan baik. Karyawan yang menguasai dasar-dasar komunikasi berupaya melibatkan mitra kerjanya sehingga tidak terjadi diskomunikasi selama proses transaksi berlangsung (Muhammad Nizar and Badrus Soleh, 2017)

Pelayanan prima bertajuk komunikasi atau *Service Excellent* merupakan penerapan komunikasi dalam menunjang perbuatan atau tindakan kepada pelanggan apa yang mereka harapkan pada saat mereka membutuhkan, dengan cara yang mereka inginkan. Hal demikian dilakukan guna tercipta hubungan baik sehingga dapat mencapai kesejahteraan bersama serta

menjaga kepuasan, kenyamanan dan integritas (nilai-nilai) dari bank syariah itu sendiri. Untuk memberikan layanan yang terbaik ini dapat diwujudkan apabila kita dapat menonjolkan kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan tanggung jawab yang baik terkoordinasi. Penonjolan kemampuan inilah yang sebenarnya membedakan antara konsep pelayanan biasa dan pelayanan prima karena tumpuan keberhasilan melaksanakan dan membudayakan pelayanan prima tidak terlepas dari kemampuan seseorang atau kelompok orang untuk melaksanakan layanan secara optimal.

Kompetensi komunikasi ialah kemampuan individu melakukan komunikasi secara efektif. Kemampuan yang dimaksud mencakup hal-hal yang mempengaruhi kompetensi komunikasi itu sendiri seperti pengetahuan tentang lingkungan sekitar, pengetahuan untuk menciptakan makna dan bahasa yang efektif. Berkomunikasi secara efektif melalui pengetahuan-pengetahuan yang dimiliki. Berlandaskan pengetahuan yang dimiliki individu dapat menempatkan diri dengan lingkungan, menciptakan makna dan bahasa yang baik dalam menyampaikan pesan kepada orang lain untuk mencapai tujuan (Yanti Herawati and Siti Komsiah, 2022).

Bahwa kompetensi, suatu karakteristik yang berhubungan dengan efektifitas pada kinerja suatu individu dalam bekerja yang dijadikan sebagai acuan sehingga memiliki kinerja yang unggul di dalam organisasi. Apabila perusahaan telah menerapkan standar kompetensi bagi karyawannya maka akan tercipta pelayanan prima (*service excellent*). Dengan kualitas pelayanan yang baik maka akan terjalin hubungan jangka panjang konsumen terhadap perusahaan karena merasa puas dan sesuai harapan konsumen. Untuk perusahaan jasa, tantangan bagi pihak perusahaan khususnya manajemen jasa nya yaitu menyajikan standar pelayanan sehingga dalam menetapkan strateginya dibutuhkan *customer service* (Dedi Rianto Rahadi and Alda Amelia Majid, 2021).

*Customer service* secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pihak nasabah, melalui pelayanan dan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhannasabah. Pelayanan yang diberikan adalah pelayanan berdasarkan informasi dan pelayanan jasa yang bertujuan untuk memberikan kepuasan nasabah dan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. *Customer Service* merupakan suatu bagian dari unit organisasi yang berada di *front office* yang berfungsi sebagai sumber informasi dan perantara bagi bank dan nasabah nasabah yang ingin mendapatkan jasa-jasa.

Memberikan pelayanan yang terbaik kepada setiap *customer* adalah suatu kewajiban yang harus dilakukan oleh setiap petugas *front office*, karena pelayanan tersebut akan memberikan kesan terhadap perusahaan, instansi tersebut. Sedangkan *customer* pun juga mengharapkan untuk mendapatkan pelayanan sesuai dengan keinginan mereka. Apa yang mereka butuhkan pada saat berada di *front office* terpenuhi dari pelayanan petugas (Isninyunisyafna Diah Delima, 2021).

Dalam upaya mendapatkan pelayanan dari *customer service*, nasabah sering menilai kualitas system operasi suatu bank berdasarkan lamanya waktu menunggu atau kecepatan *customer service* dalam memberikan pelayanan kepada para nasabahnya, Oleh karena itu mendahulukan kepuasan nasabah adalah itikad yang mengagumkan, sebaik apa sebuah perusahaan diajak berbisnis biasanya tergantung pada orang-orang yang dipekerjakannya. Pengetahuan dan keahlian karyawan sangat penting bagi kemampuan perusahaan untuk memenuhi harapan atau kepuasan nasabah (Dewi Reni dan Siri Asmawati, 2016).

Melalui aktivitas *customer service* yang bertugas melayani, memberikan informasi tentang produk-produk bank dan fasilitas-fasilitas apa saja yang dimiliki oleh bank serta menciptakan hubungan yang harmonis dengan para nasabah atau calon nasabah. Dengan adanya hubungan baik tersebut akan dapat menarik minat dan perhatian masyarakat untuk menabung dan menggunakan jasa bank. Akan tetapi tumbuhnya minat dan perhatian masyarakat untuk menabung atau menggunakan jasa bank tersebut tidak akan muncul dengan sendirinya jika tidak terdapat kepuasan dihati masyarakat atau nasabah tersebut akibat pelayanan yang diberikan oleh *customer service* di bank manapun (Yolanda Darma Fernandes and Doni Marliu, 2016).

Perbankan dituntut untuk semakin meningkatkan pelayanannya, karena nasabah semakin

meningkatkan mobilitas dan kebutuhannya. Untuk dapat menghadapi persaingan yang semakin ketat sudah menjadi keharusan agar bank memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada masyarakat yang memerlukan jasa-jasa perbankan. Dalam memberikan pelayanan, bank tentu mewajibkan seluruh karyawan dan personal yang ada di dalamnya untuk memberikan pelayanan yang terbaik khususnya pelayanan *customer service*. *Customer service* yang melayani nasabah harus memiliki kemampuan melayani pelanggan secara tepat dan cepat. Untuk meningkatkan kepuasan nasabah, *customer service* dalam berhubungan dengan para nasabah selalu berusaha agar menarik perhatian dan mempengaruhi konsumen (Rizka Rulyanti and Yuliani Rachma Putri, ‘, 2018).

Perusahaan harus memiliki sumber daya manusia yang berkualitas. Dalam perusahaan setiap karyawan harus memiliki standar kompetensi yang bertujuan untuk menentukan kualitas pelayanan dimata konsumen dalam menetapkan strateginya dibutuhkan *customer service*, dimana pada perusahaan jasa dituntut untuk memberikan pelayanan yang berkualitas sehingga harus mengoptimalkan bagian *customer service* nya untuk membentuk persepsi perusahaan yang baik di pikiran nasabahnya. *Customer service* berperan memberikan pelayanan serta menjadi jembatan untuk menghubungkan masyarakat dengan perusahaan ( Dedi Rianti Rahadi and Alda Amelia Majid, 2021) .

Berbekal memiliki kompetensi komunikasi yang baik, seorang *customer service* diharapkan nantinya dapat berkomunikasi, berinteraksi secara baik dengan nasabah. Tidak hanya sampai disitu, kompetensi komunikasi yang dimiliki oleh setiap *customer service* diharapkan dapat membantu *customer service* dalam menangani keluhan-keluhan nasabah secara tepat sehingga nantinya tidak ada keluhan nasabah yang tidak terselesaikan dengan baik dan nasabah dapat merasakan kepuasan dari sebuah pelayanan yang telah diberikan.

*Customer service* tidak hanya berperan sebagai perantara tetapi juga sebagai pihak yang menentukan keberhasilan tujuan perusahaan. Hal ini dikarenakan *customer service* menjadi bagian terdepan dari perusahaan yang memiliki peran untuk membangun hubungan baik dengan nasabah. Agar dapat membangun hubungan baik dengan nasabah seorang *customer service* harus memiliki kompetensi komunikasi yang baik. Sebagaimana Firman Allah SWT dalam An-nisa ayat 36, yang artinya :

*Artinya : “Dan sembahlah Allah dan janganlah kamu mempersekutukan-Nya dengan sesuatu apa pun. Dan berbuat-baiklah kepada kedua orang tua, karib- kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin, tetangga dekat dan tetangga jauh, teman sejawat, ibnu sabil dan hamba sahaya yang kamu miliki. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang sombong dan membanggakan diri,”*

Ayat diatas menjelaskan tentang hubungan antara manusia, dimana kita harus selalu berbuat baik terhadap sesama manusia karena Allah SWT tidak menyukai orang yang sombong dan membanggakan diri sendiri (<https://tafsir.com/4-an-nisa/ayat-36>, 2022). Kaitanya dengan penelitian ini adalah seorang *customer service* harus ramah menghadapi nasabah, perilaku dan sikap yang harus sopan terhadap nasabah maupun calon nasabah, berkomunikasi yang nyaman serta memberi pelayanan prima sehingga nasabah merasa sangat puas dan mampu menarik kesetiaan (Loyalitas) nasabah agar tetap menggunakan jasa pelayanan pada Bank Syariah KCP Tulang Bawang Barat.

*Customer service* diharuskan untuk selalu membuat berhubungan dengan pelanggan dan menjaga interaksi tetap baik. dan selain itu, *customer service* pula harus mempunyai kemampuan melayani pelanggan secara sempurna dan cepat serta mempunyai kemampuan berkomunikasi yang baik dan benar. Peran *customer service* yaitu berusaha bisa mempertahankan pelanggan lama supaya tetap setia sebagai pelanggan perusahaan tersebut dan berusaha untuk menerima pelanggan baru melalui aneka macam pendekatan dari komunikasi dengan nasabah atau pelanggan.

Dengan adanya hubungan baik tersebut akan dapat meningkatkan pelayanan prima pada

perusahaan, dan menarik minat dan perhatian masyarakat untuk menabung dan menggunakan jasa bank. Tumbuhnya pelayanan prima pada nasabah atau pelanggan tidak akan muncul dengan sendirinya jika tidak terdapat kepuasan dihati nasabah atau pelanggan tersebut akibat pelayanan yang diberikan oleh customer service di bank manapun

Adapun permasalahan pada bank Syariah KCP Tulang Bawang Barat adalah satu-satunya bank syariah beroperasi yang bertempat di pasar induk yaitu pasar Dayar Murni sehingga, memiliki cukup banyak nasabah yang setiap harinya melakukan transaksi pada *customer service* perlu dilayani dengan baik dan optimal tetapi, dalam hal memberikan pelayanan kepada nasabah di bank syariah KCP Tulang Bawang Barat yang sering terjadi kaitannya dengan waktu pelayanan yang diberikan oleh pihak Bank dalam melayani nasabah, permasalahan yang paling dominan dari permasalahan umum tersebut adalah seberapa lama seorang nasabah harus menunggu dalam antrian sampai mendapatkan giliran pelayanan *customer service* pada bank tersebut, lamanya antrian membuat pelanggan merasa tidak nyaman, karena menganggap waktu mereka terbuang percuma saat mereka mengantri sebelum dilayani.<sup>28</sup> Antrian yang panjang dapat merugikan pihak yang membutuhkan pelayanan, karena banyaknya waktu terbuang selama menunggu. Pihak pemberi pelayanan secara tidak langsung juga mengalami kerugian, karena akan mengurangi efisiensi kerja, keuntungan yang sedikit, bahkan bisa menimbulkan citra kurang baik pada nasabahnya (Wawancara, Andre Saputra/Branch Office Service Manager (BOSM, Bank Syariah Indonesia KCP tulang bawang bara, 2021) .

Melihat latar belakang di atas peneliti tertarik untuk meneliti tentang analisis kompetensi komunikasi customer service dalam meningkatkan pelayanan prima, Sehingga peneliti akan meneliti dengan judul: "*Analisis Kompetensi Komunikasi Customer Service Dalam Upaya Meningkatkan Pelayanan Prima Pada Bank Syariah Indonesia KCP Tulang Bawang Barat*" Adapun tujuan penelitian ini antara lain : mengetahui penerapan kompetensi komunikasi *customer service* dalam upaya meningkatkan pelayanan prima pada bank Syariah Indonesia KCP Tulang Bawang Barat, Untuk mengetahui penilaian nasabah terhadap kompetensi komunikasi *customer service* dalam upaya meningkatkan pelayanan prima pada bank Syariah Indonesia KCP Tulang Bawang Barat, Untuk mengetahui analisis kompetensi komunikasi *customer service* dalam upaya meningkatkan pelayanan prima pada Bank Syariah Indonesia KCP Tulang Bawang Barat.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kantor Bank Syariah Indonesia KCP Tulang Bawang Barat Jl. Jendral sudirman no.206 , daya murni tumijajar, kab.Tulang Bawang Barat Lampung 34691. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian yaitu menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) yakni pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti guna mendapatkan data yang relevan dan jelas, peneliti akan melakukan interview terbuka Mengenai kompetensi komunikasi *customer service* pada Bank Syariah Indonesia KCP Tulang Bawang Barat .

Penelitian ini dapat digolong jenis penelitian kualitatif menurut. Moleong (2005:6), penelitian kualitatif adalah penelitian yang dimaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah, yang berhubungan dengan kompetensi komunikasi *customer service* pada Bank Syariah Indonesia KCP Tulang Bawang Barat.

Untuk mengumpulkan data yang berkenaan dengan judul penelitian penulis mengumpulkan data sebagai berikut: 1) *Wawancara*. Teknik wawancara, merupakan teknik penggalan data melalui percakapan yang dilakukan dengan maksud tertentu, dari dua pihak atau lebih. Adapun wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara bebas terpimpin dimana sebelum penulis mengadakan wawancara penulis telah menyiapkan daftar pertanyaan yang akan diajukan. Dalam hal ini yang diwawancarai penulis adalah Kepala Cabang,, Customer Service ,

dan nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Tulang Bawang barat. 2) *Observasi* ini tahapannya meliputi, pengamatan secara umum mengenai hal-hal yang sekiranya berkaitan dengan masalah yang diteliti. Setelah itu identifikasi aspek-aspek yang menjadi pusat perhatian, pembatasan objek dan pencatatan. 3) Dokumentasi, Pengkajian isi dokumen merupakan satu teknik pengumpulan data dengan memanfaatkan catatan, arsip, gambar, film, foto, dan dokumen- dokumen lainnya.

Termasuk dalam dokumen itu adalah catatan penting. Selanjutnya teknik analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah model interaktif (*interactive model analysis*) yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman. (Ahmad Rijali 2018). Data yang didapat dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi dicatat pada catatan lapangan yang terdiri atas 2 bagian yaitu bagian deskriptif dan bagian reflektif.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Penerapan Kompetensi Komunikasi *Customer Service* Dalam Upaya Meningkatkan Pelayanan Prima Pada Bank Syariah Indonesia KCPTulang Bawang Barat

Kompetensi komunikasi adalah menggambarkan kemampuan seseorang untuk untuk berkomunikasi dengan efektif kepada orang lain, menggambarkan bagaimana seseorang dapat berinteraksi cukup, tepat, dan dapat mencapai tujuan yang diharapkan. Pelayanan terhadap nasabah tersebut bukan hanya dalam hal memberikan kepuasan tentang jasa yang diberikan, tetapi juga dalam hal kepuasan masyarakat dalam memperoleh informasi dan menyampaikan keluhan. Kompetensi komunikasi merupakan salah satu kemampuan yang harus dimiliki oleh customer service, yaitu kemampuan tiap pegawai dalam berkomunikasi dengan baik.

*Customer service* tidak hanya berperan sebagai perantara tetapi juga sebagai pihak yang menentukan keberhasilan tujuan perusahaan. Hal ini dikarenakan customer service menjadi bagian terdepan dari perusahaan yang memiliki peran untuk membangun hubungan baik dengan nasabah. BSI KCP Tulang Bawang Barat beragam jenis nasabah yang harus customer service hadapi setiap harinya, akan menuntut customer service memiliki kompetensi yang lebih dari segi pelayanan agar menciptakan pelayanan prima yang maksimal.

Komunikasi efektif merupakan sarana untuk terjalinnya hubungan antar *customer service* dengan nasabah. Dengan adanya komunikasi yang baik oleh *customer service* kepada nasabah maka akan menambah minat nasabah untuk menggunakan jasa bank tersebut seorang *customer service* Kompetensi dari customer service di BSI KCP Tulang Bawang Barat telah memiliki kemampuan dari pengetahuannya. Selain memiliki strata pendidikan yang memadai dalam hal pelayanan kepada nasabah, customer service juga memiliki pengetahuan mengenai informasi yang diperlukan nasabah, sehingga dapat meningkatkan pelayanan prima. Motivasi yang didapat oleh customer service BSI KCP Tulang Bawang Barat didapat oleh customer service melalui pengaruh internal dan eksternal. Selain itu, mind set dan penilaian dari nasabah menjadi pengaruh penting terhadap kinerja yang mereka berikan dalam melayani nasabah. Kompetensi yang harus dimiliki oleh *customer service* dalam berkomunikasi adalah kompetensi mendengarkan dan bertanya. Dalam berkomunikasi dengan nasabah *customer service* harus mampu memahami dengan baik tentang apa yang dibutuhkan oleh nasabah.

Penerapan kompetensi komunikasi *Customer service* di bank BSI KCP Tulang Bawang Barat yaitu harus memberikan segala macam informasi yang berkaitan produk-produk pada BSI, maka *customer service* dituntut untuk mempunyai pengetahuan dan wawasan yang luas mengenai produk pada BSI untuk memberikan informasi kepada nasabah atau calon nasabah secara efisien, tepat, dan benar. Sebagaimana dijelaskan oleh taufik hidayat selaku branch manager di BSI KCP Tulang Bawang Barat bahwa : “kompetensi yang harus dimiliki customer service harus memahami produk yg ada pada perusahaan sehingga faham apa yang menjadi kebutuhan nasabah maupaun calon nasabah (taufik hidayat branch manager di BSI KCP Tulang Bawang Barat, Wawancara padatanggal 9 Juni 2022.).

Peran *customer service* pada Bank BSI KCP Tulang Bawang Barat dimana *Customer Service* merupakan suatu bagian dari unit organisasi yang berada di *front office* yang berfungsi sebagai jembatan penghubung atau perantara bagi bank dan nasabah yang ingin mendapatkan pelayanan jasa-jasa ataupun produk-produk bank yang tersedia. Setiap karyawan *customer service* harus melayani nasabah dengan sikap yang ramah, agar nasabah tersebut merasakan kenyamanan ketika melakukan aktivitas yang berhubungan dengan perbankan, seperti pembukaan rekening baru, konsultasi mengenai produk, keluhan yang dirasakan nasabah dan lain-lain. Serta mengawali komunikasi yang hangat dengan nasabah. Pelayanan yang diberikan akan berkualitas jika setiap petugas *customer service* dibekali pengetahuan tentang dasar-dasar pelayanan yang sesuai dengan bidang pekerjaan yang akan dihadapinya, termasuk kompetensinya menguasai pengetahuan tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan bank dan produk yang ditawarkan.

Cara *customer service* melakukan komunikasi dengan nasabah sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah sangat dipengaruhi oleh peranan *customer service* dalam suatu bank khususnya BSI KCP Tulang Bawang Barat. Karena apabila cara berkomunikasi *customer service* tidak berkenan di hati nasabah maka nasabah tersebut tidak akan bertahan lama menggunakan jasa bank tersebut. Menurut Harry Widayanto selaku *branch oprations & service manager* bahwa :

“Kompetensi komunikasi yang harus dimiliki *customer service* tutur kata harus jelas, lancar dan tertata agar nasabah mudah memahaminya dan dalam pelayanan harus cepat tanggap (Harry Widayanto *branch oprations & service manager*, wawancara pada tanggal 9 Juni 2022..

*Customer service* harus memiliki kemampuan melayani nasabah secara tepat dan cepat serta memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik. *Customer service* yang baik harus diikuti dengan tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan, ketepatan, dan keakuratan pekerjaannya dan dituntut untuk selalu berhubungan dengan nasabah dan menjaga hubungan itu tetap baik sehingga tetap menjaga nasabah agar kembali melakukan kegiatan bertransaksi dalam bank tersebut.

Hal ini tentu saja harus dilakukan karena menjaga hubungan yang baik dengan nasabah juga berarti menjaga image bank agar citra bank dapat terus. Adapun layanan yang diberikan oleh *customer service* BSI KCP Tulang Bawang Barat adalah sebagai berikut:

1. Melayani dengan sepenuh hati dan memenuhi harapan nasabah sehingga nasabah menjadi loyal
2. Menawarkan produk-produk
3. Mengemukakan data dan informasi secara akurat dan benar

Menurut Erisa widyanti (Erisa widyanti sebagai *customer service*, wawancara pada tanggal 9 Juni 2022) sebagai *customer service* di BSI KCP Tulang Bawang Barat mengatakan: “dalam berkomunikasi terhadap nasabah harus ramah dalam melayanani apapun kondisi nasabahnya, berbicara lembut, sopan, santun. Kemudian berbicara dengan bahasa yang mudah dipahami agar nasabah dapat memahami apa yang saya sampaikan”

Berkomunikasi dengan nasabah tidak dianjurkan untuk menggunakan kata-kata yang rumit dan panjang agar nasabah dapat memahami apa yang disampaikan oleh *customer service* supaya tidak menimbulkan kesalahpahaman jika kata-kata yang digunakan terlalu rumit. Nasabah akan merasa aman dan senang terhadap pelayanan yang diciptakan *customer service* hal tersebut dapat dilakukan melalui senyuman yang tulus, berjabat tangan, bahasa yang sopan, jujur dan terstruktur saat berbicara dengan nasabah.

Dalam perusahaan penampilan merupakan suatu hal penting dalam menunjang pelayanan prima, karena penampilan adalah hal yang dilihat pertama kali oleh nasabah, penampilan yang menarik akan menjadikan kesan yang baik bagi nasabah, seperti yang dijelaskan oleh Harry Widayanto (selaku *branch oprations & service manager* bahwa : penampilan

customer service harusla bersih, rapi, harum sesuai standar BSI berpenampilan menggunakan seragam hari senin sampai jumat sesuai aturan, sudah mencerminkan kredibilitas seorang CS (Harry Widayanto, 2022). Pelayanan yang baik tidak hanya bisa ditunjukkan melalui sikap namun juga bisa dari penampilan. Penampilan bisa dinilai dari dua hal yaitu penampilan luar serta penampilan non-fisik seperti gaya berbicara.

Penerapan perhatian oleh *customer service* pada saat melayani nasabah harus benar – benar diperhatikan karena perhatian yang diberikan kepada nasabah akan menjadikan sesuatu hal yang berkesan bagi nasabah, nasabah akan merasa diperhatikan segala kebutuhannya dan nasabah akan merasa nyaman. Menjadi perhatian besar bahwa melaksanakan layanan dengan kualitas prima, tidak sekedar mengatur dan memberi pelayanan tetapi lebih kepada sikap ,pengertian, memahami serta merasakan. Tujuan pelayanan akan sampai ke pada apa yang diinginkan dan memperkuat hubungan dengan nasabah dan nasabah akan semakin loyal. Sebagaimana dijelaskan oleh Erisa widyanti sebagai *customer service* di BSI KCP Tulang Bawang Barat mengatakan : “bentuk tanggung jawabnya ya melayani nasabah dari pas datang sampai selesai, memastikan kalau kebutuhan nasabah itu sudah saya tangani sampai selesai dan memberikan perhatian-perhatian kecil kepada nasabah, contohnya pas nasabah datang itu kita menanyakan nama nasabah ya, kemudian ditanya apa kabar pak/buk (menyebutkan nama nasabah) ? bagaimana hari ini ? habis dari mana pak/buk ? kalau cuaca diluar panas atau hujan ya oh diluar hujan ya buk ? (Erisa widyanti sebagai customer service, wawancara pada tanggal 10 Juni 2022).

Tanggung Jawab (*Accountability*) merupakan suatu sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai suatu wujud kepedulian untuk menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan. Seperti yang dijelaskan oleh Harry Widayanto selaku *branch oprations & service manager* bahwa :

“setiap petugas fronliner itu harus memiliki tanggung jawab atas apa yang dikerjakan ya mbak, karena itu merupakan kewajiban juga, nah kalau CS itu bertanggungjawab dari awal nasabah datang sampai nasabah pulang (Harry Widayanto branch oprations & service manager, wawancara pada tanggal 9 Juni 2022). Begitu juga dengan kualitas pelayanan prima kriteria *assurance* (kepastian) yaitu kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada pelanggan, dan karyawan harus mampu menunjukkan bahwasanya perusahaan mampu mewujudkan setiap janji yang telah ditawarkan sebagai *customer service* di BSI KCP Tulang Bawang Barat bahwa:

” bentuk tanggung jawabnya ya melayani nasabah dari pas datang sampai selesai, memastikan kalau kebutuhan nasabah itu sudah saya tangani sampai selesai memberikan solusi setiap masalah kepada nasabah, tidak lupa untuk memberikan prihatin, dan kita mendengarkan cerita nya seperti, sama kita harus meyakinkan bahwa saya dan bank memang dapat dipercaya untuk kerahasiaan dokumen nasabah contohnya pas nasabah membuat PIN atm kan saya tidak lihat, hanya nasabah yang tahu. Sama data – data nasabah itu setelah di imput dan dicetak kemudian disimpan di laci CS kemudian pas akhir haru baru filelin (Wawancara Erisa widyanti sebagai customer service, pada tanggal 10 Juni 2022).

### **Penilaian Nasabah Terhadap Kompetensi Komunikasi *Customer Service* Dalam Upaya Meningkatkan Pelayanan Prima Pada Bank Syariah Indonesia KCP Tulang Bawang Barat**

**Table 4.1 Deskripsi Narasumber**

No	Kode Narasumber	Jenis Kelamin	Jenis Jabatan
1	R1	Laki-laki	Nasabah
2	R2	Prempuan	Nasabah
3	R3	Prempuan	Nasabah

4	R4	Laki-laki	Nasabah
5	R5	Laki-laki	Nasabah
6	R6	Laki-laki	Nasabah

Sumber : diolah peneliti 2022

Berdasarkan tabel diatas, wawancara yang telah dilakukan terhadap 10 narasumber, hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 4.2 Hasil Wawancara Penelitian**

Pertanyaan	Responden	Tanggapan
Kompetensi Komunikasi Customer Service	<ul style="list-style-type: none"> <li>• semua responden</li> <li>• Semua responden</li> <li>• R2,R3,R4,R6</li> <li>• -R2, R3, R6</li> <li>• R1, R2, R3, R4</li> <li>• Semua Responden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• pelayanan yang sangat ramah dan cepat,</li> <li>• Menggunakan Bahasa yang jelas dan mudahdipahami.</li> <li>• mengetahui kebutuhan nasabah sesuai produk.</li> <li>• fasilitas dan lahan parkir kurang memadai</li> <li>• dalam pengetahuan CS sudah cukup memahami dengan setiap permasalahan terselesaikan dengan tuntas</li> <li>• Sikap Customer Service Dalam melayani ramah, Selalu bersikap tenang apapun kondisi nasabah</li> </ul>
Pelayanan prima Meliputi : <i>Ability</i> (Kemampuan), <i>Attitude</i> (sikap), <i>Appearance</i> (Penampilan), <i>Attention</i> (perhatian), <i>Action</i> (tindakan), dan <i>Accountability</i> (tanggung jawab)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Semua Responden</li> <li>• R1,R3,R4, R5, R6</li> <li>• R2, R4,R5,R6</li> <li>• Semua Responden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penampilan customer service menggunakan pakaian lengkap, rapi, danwangi</li> <li>• kepedulian Customer service terhadap nasabahselalu diterapkan setip nasabah mempunyai keluhan</li> <li>• tindakan yang diberikan customer service ditanganidengan cepat dan tanggap</li> <li>• customer service bertanggung jawab sampai dengan selesai</li> </ul>

Dalam wawancara yang dilakukan kepada Ibu indrawati yang mengatakan bahwa : “Sikap *customer service* di BSI Tulang Bawang Barat, santun, ramah dan melayani dengan baik sesuai kebutuhan, namun kadang tidak begitu maksimal mungkin karena banyaknya nasabah yang datang (Ibu indrawati sebagai nasabah BSI KCP Tulang Bawang Barat wawancara pada tanggal 13 Juni 2022.).

Tugas *Customer service* adalah melayani keperluan nasabah yang datang ke bank. Tentunya gaya bahasa yang digunakan *customer service* sangat mempengaruhi kepuasan nasabah. Karena setiap nasabah bermacam-macam pola pikir dan pengetahuannya. *Customer service* sebagai penerima tamu yang datang ke bank. Tamu yang dimaksud adalah nasabah yang datang ke bank. Fungsinya dalam hal melayani pertanyaan yang diajukan nasabah dan memberikan informasi yang diinginkan selengkap mungkin, dan *customer service* sebagai seseorang yang wajib membina hubungan baik dengan seluruh nasabah, termasuk merayu dan membujuk agar nasabah tetap bertahan tidak lari dari bank yang bersangkutan. Tentunya untuk mencapai semua itu maka seorang *customer service* harus menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh nasabah.

*Costumer service* selalu dituntut untuk menggunakan bahasa yang jelas dalam berkomunikasi kepada nasabah karena tanpa komunikasi yang jelas maka akan susah untuk memahami maksud dari penjelasan yang diberikan oleh *customer service* tersebut. Dari wawancara yang dilakukan

peneliti kepada bapak sutriono mengenai kejelasan bahasa yang digunakan oleh *customer service* menjelaskan bahwa:

“Iya, dia menggunakan bahasa Indonesia dengan jelas dan terkadang memakainya bahasa adat sehingga terasa lebih akrab (bapak Sutrisno, Sebagai Nasabah BSI KCP tulang Bawang Barat Wawancara tgl 22 Juni 2022).

Kepuasan nasabah merupakan kunci penting bagi bank agar perusahaannya terus bertahan. BSI KCP Tulang Bawang Barat berkomitmen untuk terus meningkatkan layanan dan melakukan inovasi produk agar sesuai dengan perkembangan zaman, sekaligus sejalan dengan keinginan nasabah.

Hasil wawancara dengan nasabah tentang pelayanan yang diberikan oleh *Customer Service* BSI KCP Tulang Bawang Barat yaitu bapak affan yang mengatakan bahwa: “Selama saya menjadi nasabah di BSI KCP Tulang Bawang Barat ini saya masih merasa cukup puas dengan pelayanan yang diberikan, terutama bagian *customer service*. Setiap saya bertanya saya mengerti jawaban yang dijelaskan. Jadi saya merasa nyaman bertransaksi disini” (wawancara Bp Affan, wawancara tgl 22 Juni 2022).

### **Analisis Kompetensi Komunikasi *Customer Service* Dalam Upaya Meningkatkan Pelayanan Prima Pada Bank Syariah Indonesia KCP Tulang Bawang Barat**

Kemampuan (*Ability*) yang dilakukan *customer service* menghadapi dan melayani nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulang Bawang Barat, memperhatikan waktu setiap transaksi dan menyampaikan informasi dengan benar dan dapat dipahami oleh nasabah, *customer service* dalam melakukan komunikasi menggunakan bahasa verbal dan non verbal. Bahasa verbal *customer service* memakai bahasa Indonesia dan terkadang *customer service* juga menggunakan bahasa daerah hal ini dilakukan karena banyaknya nasabah yang lebih nyaman menggunakan bahasa daerah sehingga *customer service* juga mengikuti kemauan nasabah, *customer service* juga menggunakan bahasa non verbal dengan gerak – gerak tubuh, mimik muka yang mana untuk mencerminkan rasa hormat dengan tunduk dan menempatkan tangan di depan dada ketika mengucapkan salam dan mengucapkan terimakasih.

*Customer service* juga mampu menjelaskan semua tentang informasi mengenai produk – produk bank diantaranya mampu menjelaskan macam – macam produk yang dimiliki oleh BSI KCP Tulang Bawang Barat dan juga selalu melihat latar belakang nasabah untuk memudahkan *customer service* menawarkan produk dan merekomendasikan produk yang cocok dengan nasabah serta menjelaskan keunggulan – keunggulan dari berbagai macam produk. *Customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Tulang Bawang Barat juga selalu memperhatikan dan menjaga hubungannya dengan nasabah, *customer service* melayani dengan baik, memenuhi keinginan nasabah serta memberikan nomor HP nya untuk keperluan komunikasi terkait keperluan nasabah jika sewaktu – waktu ada hal yang ingiditanyakan.

*Customer Service* BSI KCP Tulang Bawang Barat telah melakukan komunikasi yang efektif dan baik dengan menggunakan bahasa verbal dan non verbal sehingga mampu mengikuti keinginan dan kenyamanan nasabah dan informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik dan mudah dipahami oleh nasabah, mampu menyesuaikan komunikasi dengan nasabah, *customer service* juga bersikap baik dan ramah, cara berbicara juga sopan sehingga dapat dengan mudah dipahami oleh nasabah hal ini merupakan *customer service* telah menerapkan kemampuan cara berkomunikasi yang efektif dan baik. Kemampuan dalam memotivasi nasabah juga terlihat ketika *customer service* mampu mengidentifikasi latar belakang nasabah

sehingga *customer service* mampu menjelaskan mengenai informasi produk dari manfaat, keunggulan sampai kelemahan masing – masing produk, merekomendasikan produk sesuai dengan latar belakang nasabah, *customer service* melakukan pendekatan terhadap nasabah dengan memberi saran produk apa yang sebaiknya diambil, dan saling berdiskusi dengan nasabah mengenai produk bank sehingga nasabah bersedia membeli produk dan melakukan transaksi hal

ini merupakan implementasi dari kemampuan *customer service* memiliki pengetahuan dan kemampuan menjelaskan semua produk bank, serta membangun motivasi. Dengan kemampuan pengetahuan dan cara melayani dengan baik yang dimiliki *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Tulang Bawang Barat. Mampu menjaga hubungan baik dengan nasabah baru ataupun nasabah lama sehingga citra perusahaan akan baik dimata nasabah.

*Sikap (Attitude)* Sikap yang ditampilkan *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Tulang Bawang Barat mencerminkan sikap yang baik, ramah, sopan santun, penuh simpatik, serta menghormati nasabah, dan juga selalu berpenampilan rapi, *customer service* Bank Syariah KCP Tulang Bawang Barat telah mengupayakan untuk mencerminkan sikap yang ramah, baik, sopan santun dengan menggunakan tutur kata yang baik dan sopan, dan sikap menghargai nasabah, dan tetap mencerminkan sikap serta perangai yang santai dalam melayani nasabah

*Penampilan (Appearance)* penampilan *customer service* ini merupakan hal yang sangat perlu diperhatikan, penerapan penampilan *customer service* di Bank Syariah Indonesia KCP Tulang Bawang Barat berdasarkan SOP yang telah ditentukan oleh kantor yaitu, penampilan fisik *customer service* sudah sesuai atauran dengan tinggi badan, berat badan, dan wajah yang ideal dan mendukung mendukung sedangkan penampilan non – fisik *customer service* rapi, wangi dan aturan busana pada hari senin petugas *customer service* menggunakan seragam blazer kantor, hari selasa – rabu petugas *customer service* menggunakan baju batik dengan motif yang tidak terlalu ramai dan penggunaan jilbab disesuaikan dengan warna baju (diserasikan), untuk hari kamis – jumat petugas *customer service* menggunakan baju casual dengan tetap Untuk peringatan Hari Besar Nasional Bank Syariah Indonesia KCP Tulang Bawang Barat biasanya mengintruksikan kepada semua pegawai untuk berpenampilan sesuai dengan tema hari nasional tersebut, misalnya hari kemerdekaan maka pegawai *customer service* dan pegawai lainnya menggunakan baju yang bertema merah putih, di hari pahlawan *customer service* menggunakan baju kebaya tetapi tetap dengan warna – warna seng tidak begitu mencolok dan begitupun dengan aturan penggunaan sepatu aksesoris, dan tatarias telah diatur dalam SOP kantor. Dari penjelasan diatas dapat dianalisis bahwa ipenampilan penampilan (*Appearance*) *customer service* dalam pelayanan prima, *customer service* telah mengimplementasikan penampilan fisik dan non fisik sesuai aturan dengan selalu berpenampilan rapi, bersih, wangi, dan mencerminkan pribadi yang memiliki daya tarik bagi nasabah karena penampilan merupakan salah satu daya tarik bagi nasabah, ketika penampilan *customer service* mencerminkan *goodlooking* dan kredibilitas maka nasabah akan tertarik hal ini dikarenakan penampilan seorang *customer service* yang terlihat pertama kali oleh nasabah, tetapi mengenai fasilitas yg kurang memadai karena gendung yg sempit dan lahan parkir tidak begitu luas mmebuat nasabah kurang nyaman pada saat menggu antrian dalam pelayanan.

Namun secara keseluruhan *customer service* tetap berpenampilan dengan profesional dan hal tesebut membuat nasabah dapat menilai bahwa kredibilitias *customer service* memang baik dan mampu dalam bidang kerjanya serta nasabah pun merasa puas dengan pelayanan yang diberikan karena menurut nasabah walaupun fasilitas yang kurang memadai hal tersebut tidak begitu berpengaruh terhadap proses pelayanan yang diberikan oleh *customer service* karena pelayanan yang diberikan tetap baik.

*Perhatian (Attention)* yang dilakukan oleh *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Tulang Bawang Barat telah mampu memenuhi kebutuhan nasabah, mendengarkan dan memahami keluhan nasabah memberikan perhatian dan masukan ataupun solusi kepada nasabah agar nasabah selalu merasa dipentingkan dari segala hal, semua ini ditujukan untuk kepuasan nasabah. *Cutsomer service* Bank Syariah Indonesia KCP Tulang Bawang Barat juga mengamati dan menghargai setiap nasabah jadi *customer service* bisa dengan mudah memberikan perhatian penuh kepada nasabah dengan memberi salam pembuka, menanyakan nama, menanyakan kabar, menghargai apa yang dikatakan nasabah dengan selalu

. *Customer Service* BSI KCP Tulang Bawang Barat memberikan perhatian kepada nasabah dengan sungguh – sungguh, sehingga nasabah merasa nyaman, dan nasabah merasa tidak malu

jika akan bertanya tentang berbagai informasi yang dibutuhkan, karena *customer service* juga memberikan masukan kepada nasabah terhadap produk yang baik untuk nasabah. Dari perhatian – perhatian yang diberikan *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Tulang Bawang Barat nasabah merasa senang dan nyaman dengan perhatian yang diberikan *customer service* dan nasabah merasa benar – benar diperhatikan mulai dari kondisi nasabah, keadaan sekitar, dan kebutuhan dari nasabah sehingga nasabah pun merasa puas dengan perhatian yang diberikan ketika proses pelayanan berlangsung.

*Tindakan (Action)* Dalam pelayanan prima tindakan dapat diartikan sebagai upaya – upaya atau perbuatan nyata yang ditujukan untuk memberikan pelayanan yang wajar atau pelayanan yang baik. Tindakan pelayanan bagi pelanggan dapat dilakukan melalui mencatat kebutuhan pelanggan, menyediakan kebutuhan pelanggan, melakukan konfirmasi untuk penegasan pesanan pelanggan, memberikan penjelasan mengenai spesifikasi produk, dan ucapan terimakasih.

*Customer service* Bank Syariah KCP Tulang Bawang Barat juga melakukan pencatatan terhadap setiap kebutuhan nasabah atau informasi mengenai nasabah seperti mencatat nomor KTP, NIK, dll yang memang diperlukan, dan juga selalu memberikan arahan kepada nasabah untuk kebutuhan nasabah dengan menjelaskan secara detail tentang produk yang diinginkan nasabah, dalam proses pelayanan kepada nasabah *Customer service* Bank Syariah KCP Tulang Bawang Barat cepat tanggap dalam melayani nasabah, ketika nasabah mengalami kesulitan memahami apa yang dibicarakan *customer service* maka *customer service* secara cepat mengambil langkah untuk menjelaskan kembali. Sehingga hal tersebut membuat nasabah merasa puas dengan tindakan yang diberikan oleh *customer service* ketika melayaninya.

*Tanggung jawab (Accountability)* yang dilakukan oleh *customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Tulang Bawang Barat saat melayani nasabah pada masa pandemi ini yaitu menangani jalannya proses pelayanan dari awal nasabah datang ke meja *customer service* sampai nasabah selesai melakukan transaksi, jika terjadi sesuatu atau masalah ditengah – tengah proses pelayanan yang bertanggungjawab atas penyelesaian juga *customer service*, dan tetap berkerjasama dengan pegawai lain untuk menangani masalah yang terjadi.

Ketika server mengalami gangguan ditengah – tengah proses melayani nasabah, maka *customer service* menjelaskan keadaan yang sebenarnya kepada nasabah, dengan meminta permohonan maaf kepada nasabah, dan segera menenangkan nasabah dengan menginformasikan kembali kembali ketika server sudah pulih. *Customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Tulang Bawang Barat juga memberikan rasa kepercayaan dan aman terhadap nasabah yang bertransaksi, *customer service* selalu memberikan pengertian dan penjelasan semua tentang produk, dan memberikan solusi terhadap nasabah, sehingga nasabah menjadi merasa yakin untuk bertransaksi atau menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Tulang Bawang Barat ini.

*Customer service* Bank Syariah Indonesia KCP Tulang Bawang Barat dalam melaksanakan tanggungjawabnya juga telah mengimplementasikan kriteria *assurance* (kepastian) untuk kualitas pelayanan prima yang baik dengan tindakan *customer service* yang selalu bertanggung jawab terhadap berlangsungnya setiap transaksi, *customer service* telah mampu memberikan rasa aman dan percaya kepada nasabah sehingga nasabah merasa kerahasiaannya terjamin terjaga dengan baik. Karena dalam perbankan kerahasiaan nasabah perlu dijunjung tinggi karena menjaga rahasia nasabah sama dengan menjaga rahasia bank, jika nasabah sudah percaya terhadap jaminan kerahasiaannya maka hal ini akan menjadikan nasabah semakin loyal terhadap perusahaan dan perusahaan wajib bertanggungjawab untuk mempertahankan kepercayaan nasabah. Sehingga tanggung jawab yang diperlihatkan dan yang telah dilaksanakan oleh *customer service* tersebut mampu membuat nasabah merasa puas dengan perilaku pelayanan yang diberikan oleh *customer service*.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang peneliti sajikan pada hasil sebelumnya, maka

dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. BSI KCP Tulang Bawang Barat Untuk meningkatkan pelayanan prima *customer service* Menerapkan metode *cross selling* dan *up selling*, *Cross selling* adalah seni menjual produk suatu jasa tertentu dengan menawarkan produk-produk lain yang berbeda jenis, sementara *Up seling* adalah strategi penjualan dengan menawarkan produk atau jasa yang sama dengan nilai manfaat yang lebih besar.
2. Penilaian nasabah sudah sangat baik atas komunikasi yang digunakan ketika bertransaksi dengan nasabah, komunikasi yang dilakukan kan *customer service* berbicara yang lembut, ramah, dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami dengan menggunakan bahasa indonesia dengan jelas.
3. Upaya yang dilakukan oleh *customer service* dalam meningkatkan pelayanan prima pada BSI KCP Tulang Bawang Barat ditinjau dari sisi kemampuan (*Ability*), sikap (*Atitude*), penampilan (*Appearance*), perhatian (*Attention*), tindakan (*Action*), dan tanggung jawab (*Accountability*) telah dijalankan dengan sebaiknya. Namun dalam segi fasilitas yg kurang memadai sehingga nasabah harus antri menunggu diluar dan luas parkir yang sempit hal tersebut membuat nasabah kurang nyaman.

## REFERENSI

- Alfiyah, N., Wardayati, S. M., & Sulistiyo, A. B.. (2018). Pengaruh Etika, Pendidikan, dan Pengalaman terhadap Kualitas Audit dengan Profesionalisme sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, 17(1), 18.
- Ardi, F. A., & Herieningsih, S. W..(2018). Hubungan Citra Merek Dan Kompetensi Komunikasi Customer Service Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Indihome PT. Telkom Indonesia Witel Semarang. *Jurnal Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*.
- Artiyany, M.. (2019). Pengaruh Faktor-Faktor Kompetensi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. PLN Pikitring Sulawesi Selatan. *Tangible Journal*, 3(2), 103–119.
- Delima, I. D. (2021). *Strategi Komunikasi Customer Service Jne Tangerang Dalam Menangani Keluhan Pelanggan ( Studi Kasus Kehilangan Barang Periode Desember 2019 )*. 9(2), 1–10.
- Elvina, R., & Rahmah, E.. 2013. Strategi Pelayanan Prima di Kantor Perpustakaan, Arsip, dan Dokumentasi Kabupaten Pesisir Selatan. *Ilmu Informasi Perpustakaan Dan Kearsipan*, 1 (September),
- Fatmawati, K., & Windarto, A. P. (2018). Data Mining: Penerapan Rapidminer Dengan K-Means Cluster Pada Daerah Terjangkit Demam Berdarah Dengue (Dbd) Berdasarkan Provinsi. *Computer Engineering, Science and System*
- Fernandes, Y. D., & Marlius, D.. (2018). *Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah Pada Pt. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Utama Padang*. 1–12.
- Hartati, Y., Ratnasari, S. L., & Susanti, E. N. (2020). the Effect of Competence, Communication, and Work Environment on the Performance of Employees of Pt. Indotirta Suaka. *Dimensi*, 9(2), 294–306.
- Herawati, Y., & Komsiah, S. (2022). *Kompetensi Komunikasi Customer Service Sebagai Pendukung Kepuasan Nasabah*. IKRAITH-HUMANIORA. Vol 6 No 1 Maret.
- Hidayati, N. (2012). Peningkatan Minat Baca Melalui Storytelling Anak Kelompok B Tk Al-Muttaqien Surabaya. *Tk Al-Muttaqien Surabaya*.
- Hutabalian, Y. H., & Kalagi, J. S..(2015). Peran Customer Service Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Di Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Politeknik. *E-Journal "Acta Durma," IV* (3), 1–10.
- Indiworo, R. H. E., & Wahyuhastuti, N.. (2018). *Stability Journal Of Management & Business*.

*Analisis Pemilihan Sukuk Sebagai Instrumen Investasi.*

- Khairul, O. (2013). *Pengaruh Kompetensi Komunikasi Customer Service Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kantor Pos Pusat Pekanbaru*. 1–16.
- Lemiyana, L.. (1970). Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Nasabah Perbankan Syariah (Studi Kasus Perbankan Syariah Di Kota Palembang). *I-Finance: A Research Journal on Islamic Finance*, 4(1), 31–43.
- Meldiana, M. R., & Rahadi, D. R.. (2020). Peran Customer Service Dalam Mendukung Kompetensi Pegawai Pada Perusahaan. *JIMEA: Jurnal Ilmiah MEA*, 4(3), 1567–1581.
- Mirawati, & Fernos, J..(2019). Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Pelayanan Terhadap Nasabah Pada Bank Nagari Cabang Siteba Padang. *Akademi Keuangan Dan Perbankan*, 4(1), 1–8.
- Nizar, M., & Soleh, B.. (2017). Pengaruh Pelayanan Prima (Service Excellent) Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ekonomi Islam*, 8(2), 257–276.
- Perbankan, E.. (2016). Pengaruh Etika Frontliner Terhadap Kenyamanan Nasabah Di Perbankan Syariah Kota. *I-Economics: A Research Journal On Islamic Economics*, 2(2), 38–51.
- Putra, A. M., & Jhon, F.. (2019). *Pelaksanaan pelayanan prima terhadap kepercayaan nasabah di pt. bank perkreditan rakyat jorong kampung tengah pariaman*. 9.
- Rahadi, D. R., & Majid, A. A.. (2021). Kompetensi Peran Customer Service Dalam Mendukung Pelayanan Kepada Konsumen. *Ekonomi & Bisnis*, 19(2), 115– 124.
- Ramadhana, M. R., & Sudrajat, R. H.. (2020). Pelatihan Komunikasi Efektif dalam meningkatkan Pelayanan Prima di Instansi Pemerintahan Provinsi Jawa Barat. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(4), 693–700.
- Rayasa, R. F., Rande, S., & Dwivayani, K. D. (2019). Strategi Komunikasi Customer Service PT . JNE Cabang Utama Samarinda Dalam Menangani Kasus Keluhan Pelanggan. *EJurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 233–242.
- Rochmad, T. H.. (2015). Jurnal komunikasi. *Jurnal Komunikasi Untar*, IX(1), 21– 40.
- Rulyanti, R., & Putri, Y. R.. (2018). Pengaruh Komunikasi Interpersonal Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BCA Syariah Cabang Asia Afrika Bandung. *E-Proceeding of Management*, 5(3), 4104–4112.
- Sarah, N. N., & Saroja. (2021). Mencapai Kepuasan Nasabah Melalui Pelayanan Prima Oleh Customer Service Pt Bpr Mas Pamulang-Tangsels. *Jurnal Proceeding Seminar Nasional*, 01(1), 128–143.
- Werdi Apriyanti, H.. (2018). Perkembangan Industri Perbankan Syariah Di Indonesia : Analisis Peluang Dan Tantangan. *Maksimum*, 8(1), 16.
- Widiawati, K.. (2017). Peran Standar Kompetensi Karyawan Sebagai Upaya Meningkatkan Pelayanan Prima Pada Bisnis Perbankan Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Administrasi Dan Sekretaris*, 44(8), 1689–1699.
- Wijianto, W..(2019). Relevansi Sumber Belajar Ketahanan Nasional Mata Pelajaran Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan Dengan Indikator Pencapaian Kompetensi Siswa (Studi Di Sma Negeri 1 Surakarta, Jawa Tengah). *Jurnal Ketahanan Nasional*, 25(3), 393.
- Wulandari, A. Y., dkk.. (2015). Analisis Kompetensi Komunikasi Customer Service Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelayanan Publik. *Komunikasi, Bisnis, Dan Manajemen*, Vol.2 No.2(4), 1-17.
- Yuniningsih, T. ( 2004). Dasar-dasar Pelayanan Instansi Pemerintah Menuju Pelayanan Prima: Suatu Telaah Teoritis. *“Dialogue” JIAKP*, 1, No. 1(Pelayanan Prima), 117–134.
- Wawancara Dengan Erisa Widyanti Sebagai *Customer Service*, Wawancara Pada Tanggal 9 Juni 2022
- Wawancara Dengan Harry Widayanto *Branch Operations & Service Manager*, Pada Tanggal 9 Juni 2022.
- Wawancara Dengan Indrawati Sebagai Nasabah BSI KCP Tulang Bawang Barat Pada Tanggal 13

Juni 2022.  
Wawancara Dengan Sutriono Sebagai Nasabah BSI KCP Tulang Bawang Barat Pada Tanggal 13  
Juni 2022  
Wawancara Dengan Taufik Hidayat *Branch Manager* di BSI KCP Tulang Bawang Barat, Pada  
Tanggal 9 Juni 2022.