

**PERAN *CUSTOMER SERVICE* DALAM MENINGKATKAN
MUTU PELAYANAN NASABAH PADA BANK
MANDIRI KCP UNIVERSITAS JEMBER**

SKRIPSI



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

Oleh :

Sulistiyowati
NIM: E20191023

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
AGUSTUS 2022**

**PERAN *CUSTOMER SERVICE* DALAM MENINGKATKAN
MUTU PELAYANAN NASABAH PADA BANK
MANDIRI KCP UNIVERSITAS JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Oleh :

Sulistiyowati
NIM : E20191023

Disetujui Pembimbing :



Dr. Hj. Nurul Widyawati Islami Rahayu, S.Sos, M.Si.
NIP. 19750905 200501 2 003

**PERAN *CUSTOMER SERVICE* DALAM MENINGKATKAN
MUTU PELAYANAN NASABAH PADA BANK
MANDIRI KCP UNIVERSITAS JEMBER**

SKRIPSI

Telah Diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Hari : Kamis

Tanggal : 05 Oktober 2023

Tim Penguji

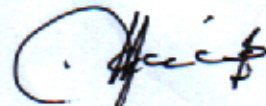
Ketua



Dr. Roni Subhan, M.Pd.

NIP. 197103062005011001

Sekretaris

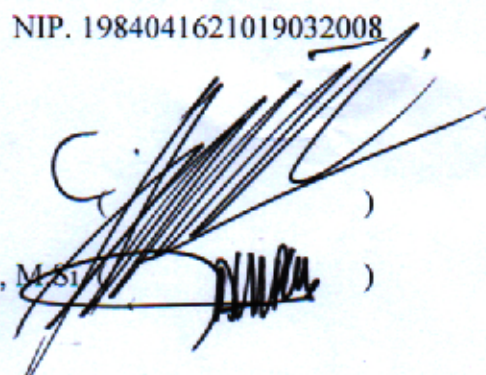


Suprianik, S.E., M.Si.

NIP. 1984041621019032008

Anggota :

1. Prof. Dr. Moch. Chotib, S.Ag., M.M
2. Dr. Hj. Nurul Widyawati Islami Rahayu, S.Sos., M.Si



Menyetujui
Dekan Fakultas



Prof. Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si., CHRA

NIP. 196808072000031001

MOTTO

إِنَّ بِالْعَدْلِ، تَحْكُمُوا أَنْ النَّاسِ بَيْنَ حَكْمَتُمْ وَإِذَا أَهْلَهَا، إِلَى الْأَمَانَاتِ تُؤَدُّوْا أَنْ يَأْمُرُكُمْ اللَّهُ إِنَّ
بَصِيرًا سَمِيعًا كَانَ اللَّهُ إِنَّ بِهِ، يَعِظُكُمْ نِعَمًا اللَّهُ

Artinya : *“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Maha Melihat.”* (QS. An-Nisa’ ayat 58)¹

Rasulullah bersabda : *“Barangsiapa diserahi urusan manusia lalu menghindar melayani kamu yang lemah dan mereka yang memerlukan bantuan, maka kelak di hari kiamat, Allah tidak akan menghindarkannya”*. HR. Muslim²

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

¹Al-Qur’an dan Terjemahnya, Departemen Agama RI, (Semarang: CV. Penerbit Toha Putra, 1989), 77.

² Abu Al Husen, *Shahih Muslim*, (Kairo : Dar al Kutub, 1918), No. 1081

PERSEMBAHAN

Dengan penuh kesabaran dalam berjuang dan tidak lupa dengan iringan do'a. Kulalui perjalanan hidup ini dengan penuh penuh kesabaran hingga mencapai titik terang dalam kehidupan.

Skripsi ini dipersembahkan kepada:

1. Ayahku tercinta bapak Sutiknu dan Ibuku tersayang Ibu Badriah yang telah mendidik dan membesarkan saya dengan penuh kasih sayang, penuh kesabaran yang senantiasa selalu memberikan dukungan, dan doa beliaulah saya bisa seperti sekarang. Semoga selalu diberikan kesehatan dan dilancarkan segala urusannya.
2. Adikku tercinta Riskianti yang terus memberikan semangat dengan caranya sendiri yaitu dengan menanyakan kapan wisuda.
3. Sahabat-sahabatku yang tidak bisa aku sebutkan satu persatu, senantiasa saling mendoakan, mendukung, memberi semangat dalam penyelesaian penulisan karya ilmiah ini. Semoga ukhuwah ini selalu terjaga hingga akhir hayat.
4. Teman-teman seperjuangan kelas perbankan Syariah 1 yang tidak bisa aku sebutkan satu persatu.
5. Dan tak lupa Almamaterku UIN KHAS jember yang aku banggakan.

KATA PENGANTAR

حَمْدُ الرَّحْمَنِ اللَّهُ بِسْمِ

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Allah SWT, atas limpahan rahmat, taufiq, dan hidayahNya, sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada baginda Nabi kita Nabi Muhammad SAW.

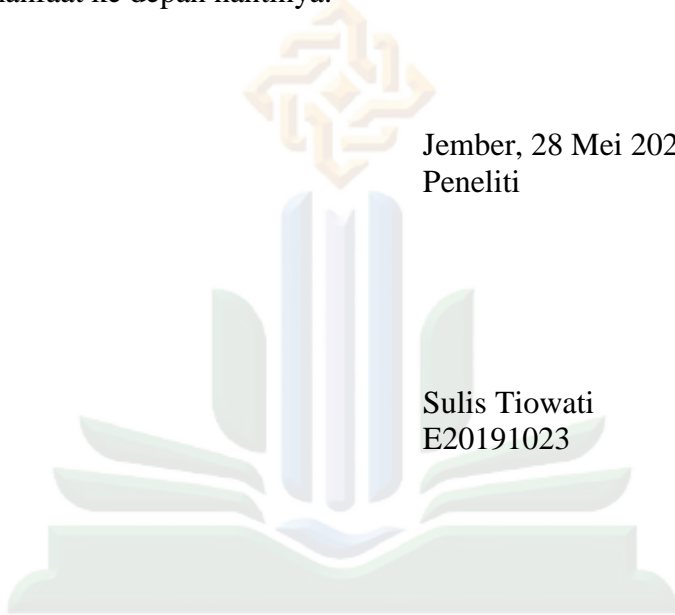
Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bimbingan dan saran-saran dari berbagai pihak. Banyak tantangan dan hambatan yang dijumpai dalam proses penulisan skripsi ini sehingga penulisan ini tidak akan berhasil tanpa mendapat bimbingan, petunjuk, dan bantuan dari berbagai pihak yang telah diberikan dengan tulus dan ikhlas kepada penulis.

Kesuksesan ini dapat diperoleh karena dukungan dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis menyadari dan menyampaikan terimakasih yang sedalam dalamnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE.,MM. selaku Rektor UIN KHAS Jember yang telah memberikan kesempatan penulis untuk menimba ilmu.
2. Bapak Prof. Dr. Khamdan Rifa'i SE., M.si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember.
3. Ibu Dr, Hj. Nurul Setianingrum. SE., MM selaku Ketua Koordinator Program Studi Perbankan Syariah.
4. Ibu Dr. Hj. Nurul Widayawati Islami Rahayu, S.Sos, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan persetujuan kepada penulis untuk melaksanakan penyusunan skripsi ini dan juga meluangkan waktu, mencurahkan pikiran, memberikan nasehat, mengarahkan, memberikan dukungan motivasi dengan penuh kesabaran, keikhlasan untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Segenap Bapak dan Ibu dosen UIN KHAS Jember yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman yang bermanfaat bagi peneliti.
6. Branch Manager dan segenap staff karyawan Bank Mandiri KCP Universitas Jember yang bersedia menjadi subjek dalam penelitian ini.

7. Dan semua pihak yang telah mendukung, baik secara langsung maupun tidak langsung penulis tidak dapat menyebutkan satu persatu.

Semoga amal baik yang telah diberikan kepada penulis mendapat imbalan yang layak dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih terdapat beberapa kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan masukan, kritik dan saran yang membangun. Namun penulis berharap semoga skripsi bermanfaat ke depan nantinya.



Jember, 28 Mei 2023
Peneliti

Sulis Tiowati
E20191023

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

ABSTRAK

Sulistiyawati, Dr. Hj, Nurul Widyawati Islami Rahayu, S.Sos, M..Si 2023: Peran *Customer Service* dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Nasabah pada Bank Mandiri KCP Universitas Jember.

Kata Kunci : Customer Service, Mutu Pelayanan

Dalam era globalisasi saat ini terkhususnya dunia perbankan dalam menghadapi kondisi persaingan bisnis, setiap perusahaan dituntut untuk lebih mempersiapkan dirinya secara profesional dan fleksibel, sehingga perusahaan tidak hanya mampu bertahan namun juga dapat tumbuh dan berkembang dalam pasar global. *Customer Service* harus memperhatikan proses komunikasi dengan nasabah. *Customer Service* harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang ramah, sopan, jelas, mudah dimengerti, dan tidak menggunakan istilah yang sulit dipahami sehingga informasi yang diberikan tidak terjadi kesalahpahaman serta tidak memperlambat pelayanan kepada nasabah.

Fokus penelitian ini yakni (1) Bagaimana peran *Customer Service* dalam meningkatkan mutu pelayanan nasabah pada Bank Mandiri KCP Universitas Jember? (2) Apa kendala dan solusi *Customer Service* dalam meningkatkan mutu pelayanan nasabah pada Bank Mandiri KCP Universitas Jember?

Tujuan penelitian ini ialah (1) untuk mengetahui peran *Customer Service* dalam meningkatkan mutu pelayanan nasabah pada Bank Mandiri Kantor Cabang Jember Universitas Jember. (2) Untuk mengetahui kendala dan solusi *Customer Service* dalam meningkatkan mutu pelayanan nasabah pada Bank Mandiri Kantor Cabang Jember Universitas Jember.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah model interaktif Miles, Huberman dan Saldana yakni kondensasi data, penyajian data, dan verifikasi serta penarikan kesimpulan. Teknik mengecek keabsahan data dalam penelitian ini ialah triangulasi teknik dan sumber.

Hasil penelitian ini ialah (1) Peran *customer service* dalam melaksanakan mutu pelayanan kepada nasabah sudah dijalankan dengan baik untuk tetap mempertahankan nasabah dan mendapatkan nasabah baru. Tidak hanya itu, peran yang dilakukan juga mengacu pada tugas pokok dan fungsi seorang *customer service* sebagai resepsionis, komunikator, *salesman*, *deskman*, dan *public relation*. (2) Sedangkan kendala yang dirasakan nasabah yakni bertransaksi ataupun masalah terkait kartu ATM yang sering gangguan ketika hendak dipergunakan. Kemudian kurangnya pelayanan ketanggapan dalam menangani terkait permasalahan nasabah, sehingga mengakibatkan antrean yang panjang dan lama untuk dapat diproses oleh *Customer Service*. Hal ini mengakibatkan penyelesaian masalah tidak tepat pada waktunya. Jadi, tidak jarang nasabah harus memerlukan kesabaran saat menunggu proses penanganan suatu permasalahan yang terjadi.

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Sampul	i
Lembar Persetujuan Pembimbing	ii
Lembar Pengesahan Penguji	iii
Motto	iv
Persembahan	v
Kata Pengantar	vi
Abstrak	viii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xii
Daftar Lampiran	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	13
C. Tujuan Penelitian	13
D. Manfaat Penelitian	14
E. Definisi Istilah	16
F. Sistematika Pembahasan	18
BAB II KAJIAN PUSTAKA	18
A. Penelitian Terdahulu	18
B. Kajian Teori	40
BAB III METODE PENELITIAN	50
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	50
B. Lokasi Penelitian	51
C. Subyek Penelitian	51
D. Teknik Pengumpulan Data	52
E. Analisis Data	54

F. Keabsahan Data	55
G. Tahap-tahap Penelitian	56
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	58
A. Gambaran Objek Penelitian	58
B. Penyajian Data dan Analisis	63
C. Pembahasan Temuan	78
BAB V PENUTUP	87
A. Kesimpulan	87
B. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

No.	Uraian	Hal
1.1	Daftar Bank di Kabupaten Jember	6
2.1	Tabulasi Penelitian Terdahulu.....	32
4.1	Struktur Organisasi Perusahaan	75



DAFTAR GAMBAR

No.	Uraian	Hal
1.1	Rating Bintang dari Nasabah untuk Bank Mandiri KCP UNEJ	9
1.2	Ulasan Nasabah Bank Mandiri KCP UNEJ	10
4.1	Tampilan Ruangan Bank Mandiri KCP UNEJ	72



DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat pernyataan keaslian tulisan
2. Matrik Penelitian
3. Pedoman Penelitian
4. Surat Izin Penelitian
5. Surat Selesai Peneltian
6. Jurnal kegiatan penelitian
7. Dokumentasi penelitian
8. Surat keterangan screening turnitin
9. Surat keterangan selesai bimbingan
10. Biodata Penulis



BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Bank adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya adalah 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. Tujuan utama bank adalah bagaimana membuat nasabah mereka loyal. Loyalitas nasabah adalah kunci sukses suatu usaha dalam menjalin hubungan jangka panjang antara perbankan dengan nasabahnya. Maka hal ini perlu diperhatikan oleh perusahaan yang bergerak di bidang perbankan.³

Dalam pasal 1 ayat 2 Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 menjelaskan pengertian bank sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa dan memiliki kegiatan pokok dengan 3 fungsi pokok, yaitu menerima, penyimpanan dana masyarakat dalam berbagai bentuk, menyalurkan dana dalam bentuk kredit kepada masyarakat untuk mengembangkan usaha dan melaksanakan berbagai jasa dalam kegiatan perdagangan, dan pembayaran dalam negeri maupun luar negeri serta berbagai jasa lainnya di bidang keuangan, di antaranya *inkaso*

³ Ita Permatasari dan Muhajirin, "Peran *Customer Service* dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Bima", *Disrupsi Bisnis* 4, no. 5, (September, 2021).

transfer, traveler check, credit card, safe deposit box, jual beli surat berharga, dan sebagainya.⁴

Perbankan sebagai salah satu industri mengalami kemajuan yang signifikan di Indonesia, sehingga terjadi persaingan yang ketat secara nasional bahkan global. Banyaknya bank nasional atau bank asing di Indonesia mendorong tumbuhnya kompetisi yang ketat di dalam dunia bisnis perbankan. Tuntutan atas kompetisi tersebut adalah kerja keras dalam peningkatan mutu pelayanan yang diberikan sebagai salah satu bentuk keunggulan pesaing bank. Bank-bank menawarkan produk atau jasa bank kepada para nasabah.⁵

Dalam era globalisasi saat ini terkhususnya dunia perbankan dalam menghadapi kondisi persaingan bisnis, setiap perusahaan dituntut untuk lebih mempersiapkan dirinya secara profesional dan fleksibel, sehingga perusahaan tidak hanya mampu bertahan namun juga dapat tumbuh dan berkembang dalam pasar global.⁶ Menurut Thio dalam Philip Kotler, kondisi persaingan yang ketat seperti ini, hal utama yang harus diprioritaskan oleh perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan adalah kepuasan pelanggan agar dapat bertahan, bersaing, dan menguasai pangsa pasar. Dengan menyadari bahwa sebenarnya nilai merupakan sintesa dari sejumlah hal yang diantaranya adalah kualitas dan pelayanan pelanggan, maka mutu pelayanan bagi pelanggan menjadi topik

⁴ Sekretariat Negara RI, Undang-Undang No. 10 Pasal 1 Ayat 2, Tahun 1998 Tentang Perbankan, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

⁵ Susi Yanuarsi, "Akuisisi Bank Asing Terhadap Perbankan Nasional Ditinjau dari Aspek Hukum Persaingan Usaha", *Solusi* 18, no.3 (September, 2020), 421.

⁶ Yanuarsi, 420.

yang menarik untuk dibicarakan dan dibahas pada setiap kesempatan yang ada.⁷

Perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam bidang perbankan merupakan bisnis jasa yang berdasarkan pada azas kepercayaan, sehingga masalah kualitas pelayanan menjadi faktor yang sangat menentukan dalam keberhasilan usaha. Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*customer expectation*). Agar dapat bersaing, bertahan hidup, dan berkembang, maka perusahaan perbankan dituntut untuk mampu memberikan pelayanan berkualitas yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.⁸

Kepuasan atau tidak puasnyanya 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 tersebut.⁹

Customer Service merupakan suatu bagian dari unit organisasi yang berada di *front office* yang berfungsi sebagai sumber informasi dan perantara bagi bank dan nasabah yang ingin mendapatkan jasa-jasa pelayanan maupun produk-produk bank. Sesuai dengan fungsinya, *Customer Service* diharapkan

⁷ Philip Kotler & Gery Armstrong, "Dasar-dasar Pemasaran, Alih Bahasa: Alexander Sindoro, Penyunting: Benyamin Molan, Edisi Jilid dua", (Jakarta: Prenhalindo, 1997), 49.

⁸ Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), 64.

⁹ Ikatan Bankir Indonesia, 74.

dapat melakukan “*One Stop Service*”, artinya nasabah cukup menghubungi bagian *Customer Service* saja dalam berhubungan dengan bank. Selanjutnya *Customer Service* akan menjelaskan ataupun mengerjakan kebutuhan nasabah tersebut dengan menghubungi bagian yang terkait. Hal ini akan meningkatkan kepuasan nasabah karena merasa kepentingannya dilaksanakan dengan penuh rasa tanggung jawab dan tidak perlu berhubungan dengan banyak orang untuk memenuhi kebutuhannya.¹⁰

Customer Service merupakan salah satu ujung tombak terpenting bagi perusahaan dalam membangun kepuasan pelanggan. Melalui tangan *Customer Service*, perusahaan dapat memberikan kesan yang positif kepada pelanggan. Melalui tangan *Customer Service* pula perusahaan dapat mengetahui apa yang menjadi harapan pelanggan dengan pendekatan komunikasi antarpribadi. *Customer Service* menjadi pihak yang langsung menjembatani hubungan antara pelanggan dengan perusahaan.¹¹

Pelayanan dikatakan berkualitas dari suatu perusahaan perbankan, setidaknya bank harus memenuhi 5 dimensi kualitas pelayanan sehingga dapat menciptakan nasabah yang loyal, yaitu kehandalan (*reability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati atau kepedulian (*empathy*), bukti langsung atau berwujud (*tangibles*).¹² Serta kemudian dalam pandangan Kasmir mengenai Etika *Customer Service* yaitu peranan serta fungsi petugas

¹⁰ Ikatan Bankir Indonesia, 64.

¹¹ Tarsani, “Peran *Customer Service* dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Melalui Pendekatan Komunikasi Antar Pribadi (Studi Kasus pada *Customer Service* GraPARI Telkomsel Gandaria)”, *Bricolage* 2, no.1 (September, 2016).

¹² Yuniarta H, Hutabalian dan Johnny Samuel Kalang, “Peran *Customer Service* dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Politeknik”, *e-journal, Acta diurna* 4, no. 3 (2015).

Customer Service dinilai mampu menentukan kelancaran usaha lembaga perbankan sesuai dengan fungsinya *Customer Service* diharapkan mampu memberi pelayanan yang cepat, akurat, baik dan ramah terhadap nasabah.¹³

Maka dapat dijelaskan peran *Customer Service* sangat penting dalam meningkatkan layanan kepada nasabah di bank atau lembaga lain, karena pelayanan pelanggan yang berkualitas adalah kunci keberhasilan dan dasar untuk membangun kesuksesan di perusahaan atau lembaga tertentu. Setiap perusahaan menggunakan *Customer Service* untuk memberikan layanan nasabah yang baik dan memuaskan. Oleh karena itu peranan *Customer Service* sangat penting dan merupakan tulang punggung kegiatan perasional di perbankan. Tanpa *Customer Service*, akan sangat mempengaruhi perkembangan bank atau perusahaan.¹⁴

Peneliti lampirkan berikut ini terkait beberapa bank di Kabupaten Jember.

Tabel 1.1
Daftar Bank di Kabupaten Jember

No	Nama Bank	Alamat
1.	Bank Buana Indonesia PT TBK	Jln. Gajah Mada 68 Jember
2.	Bank Bukopin	Jln. gajah Mada 59 jember
3.	Bank Central Asia PT Tbk	Jln. Demang Mulia BI G/3 Jember
4.	Bank Danamon Indonesia PT Tbk	Jln. Gajah Mada 84 jember
5.	PT Bank Hagakita	Jln. Untung Suropati Kompl Pert Johar Baru Plaza BI B/9-10 Jember
6.	Bank Internasional Indonesia PT Tbk	Jln. Jenderal Gatot Subroto 48 Jember
7.	PT Bank Jatim	Jln. Jawa 17 Jember

¹³ Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: Penerbit PT.Raja Grafindo Persada, 2011), 40.

¹⁴ Kasmir, 181.

8.	Bank Lippo PT Tbk	Jln. Diponegoro 33-34 Pert Mutiara Shopping Centre Jember
9.	Bank Mandiri PT Persero Tbk	Jln. jenderal A Yani 3 Jember
10.	Bank Mega PT Tbk	Jln. Jenderal A Yani 19 Jember
11.	Bank Mini mandala	Jln. Sumatra 118 Jember
12.	Bank Muamalat Indonesia	Jln. RA Kartini 8 Jember
13.	Bank Negara Indonesia PT Persero Tbk	Jln. PB Sudirman 9 Jember
14.	Bank Niaga	Jln. Hayam Wuruk 71 Jember
15.	PT Bank Pasar Bumi Hayu	Jln. RA Kartini 15-A Jember
16.	Bank Pembangunan Indonesia	Jln. Gajah Mada 59-59 A Jember
17.	Bank Permata PT Tbk	Jln. P Trunojoyo 35 Jember
18.	PT Bank Prima Master	Jln. Sultan Agung 44 Jember
19.	Bank Rakyat Indonesia PT Persero Tbk	Jln. Jenderal A Yani 1 jember
20.	PT Bank Syariah Asri	Jln. PB Sudirman 23 jember
21.	PT Bank Syariah Mandiri	Jln. PB Sudirman 52 jember
22.	Bank Tabungan Negara PT Persero	Jln. Jenderal A Yani 5 Jember
23.	PT Bank Tabungan Pensiunan Nasional	Jln. Kalimantan 20 Jember
24.	Centratama Nasional Bank	Jln. Trunojoyo 83 Jember
25.	PT Bank Mandiri KCP UNEJ	Jln. Kalimantan No.52, Jember

Sumber: Website telpon.info. "Bank di Kota Jember", direktori bisnis anda .¹⁵

Tabel di atas menunjukkan bahwa banyak sekali macam bank konvensional dan bank syariah yang ada di Jember. Tabel di atas membuktikan bahwasanya bank konvensional yang ada di Jember lebih mendominasi atau lebih banyak dibandingkan bank syariah. Peneliti tertarik untuk meneliti salah satu dari bank konvensional yang ada di Kota Jember. Peneliti memfokuskan pada peran *Customer Service*, karena seorang *Customer Service* memiliki peran yang penting bagi suatu perusahaan. Sehingga hal ini menjadi topik yang menarik untuk diteliti, sebab *Customer Service* dapat membantu meningkatkan

¹⁵ Telpon.info, "Bank di Kota Jember", direktori bisnis anda, <http://telpon.info/bank-bank/jember/page-3.html>.

kepuasan pelanggan melalui komunikasi antarpribadi yang berdampak pada kemajuan sebuah perusahaan atau bank.¹⁶

Peneliti melakukan observasi terkait penilaian yang diberikan nasabah kepada para *Customer Service* pada beberapa Bank Konvensional yang ada di Kota Jember. Peneliti melakukan observasi di 2 bank konvensional terbesar di Indonesia, yaitu Bank Mandiri dan Bank Rakyat Indonesia (BRI).¹⁷ Untuk yang pertama, peneliti melakukan wawancara kepada salah satu nasabah BRI cabang Kencong, Putri menginformasikan bahwa:

“Customer Service di BRI ramah, dan apabila ada nasabah yang kurang paham dan mengalami kesulitan akan selalu didampingi dengan baik, dan jika nasabah membuat tabungan baru dan nasabah belum bisa ambil uang di ATM, satpam juga siap mendampingi nasabah untuk mengoperasikan ATMnya mbak”.¹⁸

Dari hasil wawancara menunjukkan bahwa pelayanan *Customer Service* di BRI baik. Lalu yang kedua, peneliti melakukan observasi di bank konvensional, yaitu Bank Mandiri yang mana bank ini merupakan salah satu bank yang memiliki jaringan luas hingga sampai ke daerah-daerah. Bank Mandiri ini merupakan bank yang memiliki aset terbesar di Indonesia. Karena semakin besar aset suatu bank, tentu akan muncul citra yang baik, dan anggapan bahwa kinerja di Bank Mandiri akan semakin baik. Selain itu semakin besar aset yang dimiliki bank, maka akan membuat bank tersebut mampu meminimalisir risiko yang akan dihadapi ke depan, dan membuat masyarakat lebih percaya untuk menabung di bank yang memiliki aset

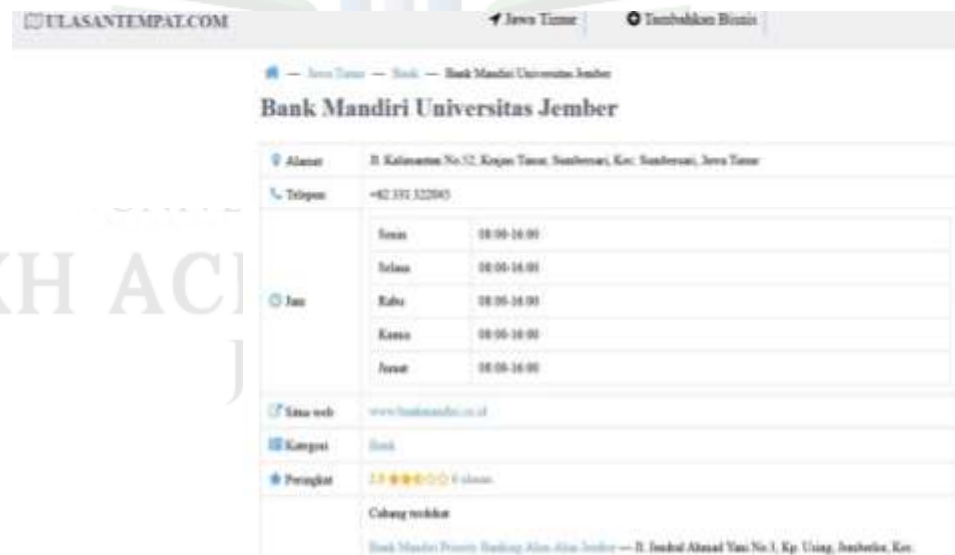
¹⁶ Tarsani, “Peran”, 47.

¹⁷ Muhammad Irfan Al-Amin, “Mengenal 5 Bank Terbesar di Indonesia, dari Bank Mandiri hingga BTN”, Katadata.co.id, (26 Juli 2022), [Mengenal 5 Bank Terbesar di Indonesia, dari Bank Mandi-ri hingga BTN - Keuangan Katadata.co.id](https://katadata.co.id/mengenal-5-bank-terbesar-di-indonesia-dari-bank-mandi-ri-hingga-btn).

¹⁸ Nasabah Putri, diwawancara oleh peneliti, Jember, 16 Oktober 2022.

terbesar.¹⁹ Dengan ini, peneliti melakukan observasi di Bank Mandiri KCP Universitas Jember yang merupakan bagian dari kantor pusat yang memiliki tempat strategis, yakni di pusat kota Jember. Akan tetapi, meski dilihat dari asetnya yang besar, Bank Mandiri KCP Universitas Jember ini masih terus ingin memberi kehangatan kepada calon nasabah maupun nasabah tetap. Karena diduga pelayanan yang diberikan Bank Mandiri KCP Universitas Jember masih kurang maksimal menurut para nasabahnya. Untuk memenuhi kebutuhan calon nasabah maupun nasabah lama, Bank Mandiri KCP Universitas Jember membuat unit pelayanan informasi yang juga menjadi sarana komunikasi pemasaran bagi bank, yaitu *Customer Service*.²⁰

Gambar 1.1
Rating bintang dari nasabah Bank Mandiri KCP Universitas Jember



Sumber: Rating nasabah pada pelayanan Bank Mandiri Universitas Jember, ULASANTEMPAT.COM, <https://ulasantempat.com/jawa-timur/bank-mandiri-universitas-jember-803198?sortby=gradedown#reviews>.²¹

¹⁹ Al-Amin, "Mengenal 5 Bank", (26 Juli 2022).

²⁰ Observasi di Bank Mandiri KCP Universitas Jember, Jember, 17 Oktober 2022.

²¹ ULASANTEMPAT.COM, Bank Mandiri Universitas Jember, 17 Oktober 2022.

Dari observasi yang dilakukan peneliti pada beberapa penilaian yang diberikan nasabah Bank Mandiri KCP Universitas Jember pada website ulasan tempat (ULASAN.COM), peneliti semakin tertarik untuk meneliti peran *Customer Service* di Bank Mandiri KCP Universitas Jember dalam meningkatkan mutu pelayanan kepada nasabah. Sebab dari hasil observasi yang dilakukan peneliti, menunjukkan rating bintang yang didapat Bank Mandiri KCP Universitas Jember adalah 2,8 dari 5 dan ulasan ini jauh berbeda dengan ulasan yang diberikan nasabah BRI.²² Hal ini dikuatkan oleh hasil dokumentasi dari laman ULASAN.COM terkait ulasan yang diberikan nasabah kepada *Customer Service* Bank Mandiri KCP Universitas Jember:

Gambar 1.2
Ulasan dari nasabah Bank Mandiri KCP Universitas Jember



Sumber: Ulasan pelayanan Bank Mandiri Universitas Jember, ULASAN-TEMPAT.COM, <https://ulasantempat.com/jawa-timur/bank-mandiri-universitas-jember-803198?sortby=gradedown#re-views>.²³

Berdasarkan hasil observasi awal, diketahui bahwa pada Bank Mandiri Kantor Cabang Jember Universitas Jember dalam peningkatan mutu kualitas

²² ULASANTEMPAT.COM, Bank Mandiri Universitas Jember, 17 Oktober 2022.

²³ ULASANTEMPAT.COM, Bank Mandiri Universitas Jember, 17 Oktober 2022.

pelayanan, masih kurang ramah dan sabar dalam melayani nasabah pada suatu kendala-kendala persoalan yang dihadapi, khususnya terkait sistem informasi yang ingin diketahui nasabah, baik dalam bertransaksi ataupun masalah terkait kartu ATM yang sering gangguan ketika hendak dipergunakan. Kemudian kurangnya pelayanan ketanggapan dalam menangani terkait permasalahan nasabah, sehingga mengakibatkan antrean yang panjang dan lama untuk dapat diproses oleh *Customer Service*. Hal ini mengakibatkan penyelesaian masalah tidak tepat pada waktunya. Jadi, tidak jarang nasabah harus memerlukan kesabaran saat menunggu proses penanganan suatu permasalahan yang terjadi. Tidak hanya dari internal, dari eksternal juga sangat mempengaruhi mutu pelayanan, salah satunya nasabah yang sulit untuk memahami informasi terkait persyaratan dalam mengurus suatu permasalahan yang diberikan *Customer Service*, sehingga hal ini juga dapat menjadi penyebab permasalahan yang dialami oleh *Customer Service* Bank Mandiri Kantor Cabang Jember Universitas Jember.²⁴

Dengan demikian agar pelayanan yang diberikan berjalan dengan baik, maka peran *Customer Service* harus memperhatikan proses komunikasi dengan nasabah. Peran *Customer Service* sangat diperlukan dalam meningkatkan mutu pelayanan kepada nasabah atau calon nasabah disaat proses pra transaksi, saat transaksi dan pasca transaksi. Oleh karena itu, *Customer Service* dituntut harus memiliki kemampuan melayani nasabah secara tepat dan cepat serta memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik didukung dengan tersedianya sarana dan

²⁴ Observasi di Bank Mandiri KCP Universitas Jember, Jember, 17 Oktober 2022.

prasarana serta kecepatan, ketepatan, dan keakuratan dalam melayani nasabah sehingga dapat memberikan mutu pelayanan yang terbaik bagi kepuasan nasabah.²⁵

Customer Service harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang ramah, sopan, jelas, mudah dimengerti, dan tidak menggunakan istilah yang sulit dipahami sehingga informasi yang diberikan tidak terjadi kesalahpahaman serta tidak memperlambat pelayanan kepada nasabah. Sebab, dengan adanya mutu pelayanan yang baik itulah yang dapat membuat nasabah merasa senang dan dihargai, sehingga nasabah akan kembali lagi dan melanjutkan hubungan bisnis dengan bank tersebut, kemudian akan menceritakan kepuasan dan kebaikan serta mutu pelayanan yang diperoleh kepada orang lain. Pelayanan nasabah bermutu hanya bisa dipahami dari sudut pandang nasabah, yaitu nasabah cenderung memberikan penilaian terhadap tingkat pelayanan dari dua dimensi: a. Dimensi *procedural*: mencakup sistem dan prosedur yang telah tertata guna menyampaikan produk dan atau pelayanan. b. Dimensi pribadi: berhubungan dengan bagaimana penyedia pelayanan dalam menggunakan sikap, prilaku, dan kemampuan lisan dalam berinteraksi dengan nasabah.²⁶

Berdasarkan dasar pemikiran yang telah diuraikan di atas, maka peneliti tertarik untuk mengkaji tentang **“Peran *Customer Service* dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Nasabah pada Bank Mandiri KCP Universitas Jember”**.

²⁵ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), 65.

²⁶ Permatasari dan Muhajirin, “Peran”, (September 2021).

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian di atas, maka ditemukan beberapa permasalahan dalam penelitian ini:

1. Bagaimana peran *Customer Service* dalam meningkatkan mutu pelayanan nasabah pada Bank Mandiri KCP Universitas Jember?
2. Apa kendala dan solusi *Customer Service* dalam meningkatkan mutu pelayanan nasabah pada Bank Mandiri KCP Universitas Jember?.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui peran *Customer Service* dalam meningkatkan mutu pelayanan nasabah pada Bank Mandiri Kantor Cabang Jember Universitas Jember
2. Untuk mengetahui kendala dan solusi *Customer Service* dalam meningkatkan mutu pelayanan nasabah pada Bank Mandiri Kantor Cabang Jember Universitas Jember

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Secara Teoritis

Dengan adanya hasil penelitian yang telah dilakukan ini, peneliti berharap bisa menjadi tambahan khazanah ilmu pengetahuan dan pengalaman kepada pihak-pihak yang berperan sebagai *Customer Service* dalam meningkatkan mutu pelayanan terhadap nasabah serta

untuk mengetahui kendala *Customer Service* dalam meningkatkan mutu pelayanan terhadap nasabah pada Bank Mandiri KCP Universitas Jember sehingga bisa dijadikan bentuk evaluasi untuk kinerja perbankan ke depannya.

2. Manfaat Secara Praktis

a. Bagi peneliti

Menambah wawasan dan pengalaman bagi peneliti sebagai pedoman dan bahan kajian dalam menyumbangkan pemikiran tentang bagaimana peran *Customer Service* dalam meningkatkan mutu pelayanan terhadap nasabah serta bisa mengetahui kendala yang dihadapi *Customer Service* dalam meningkatkan mutu pelayanan serta cara mengatasinya.

b. Bagi Perusahaan

Dari hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan masukan yang konstruktif dalam meningkatkan kualitas pelayanan bank terhadap nasabah. Selain itu penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan evaluasi kepada perusahaan terkait kendala yang dihadapi *Customer Service* sehingga pihak bank bisa memberikan solusi untuk perbaikan kualitas pelayanan ke depannya.

c. Bagi UIN KHAS Jember

Sebagai tambahan literatur bagi lembaga dan mahasiswa UIN KHAS khususnya prodi perbankansyariah terkait bagaimana peran

Customer Service dalam meningkatkan mutu pelayanan terhadap nasabah.

d. Bagi peneliti lain

Bagi peneliti selanjutnya, dapat dijadikan bahan pertimbangan dan referensi terhadap penelitian yang relevan.

e. Bagi Nasabah

Diharapkan penelitian ini, nasabah dapat memahami bagaimana peran serta *Customer Service* dalam meningkatkan mutu pelayanan sehingga nasabah bisa untuk turut andil dalam mensukseskan peran tersebut dengan cara memberikan kritik dan saran untuk memperbaiki serta meningkatkan kualitas pelayanan *Customer Service* dalam memberikan pelayanan terhadap nasabah.

E. Definisi Istilah

1. Peran *Customer Service*

Customer Service merupakan suatu bagian dari unit organisasi yang berada di *front office* yang berfungsi sebagai sumber informasi dan perantara bagi bank dan nasabah yang ingin mendapatkan jasa-jasa pelayanan maupun produk-produk bank. Peran *Customer Service* yaitu bertugas untuk memberikan pelayanan serta kepuasan kepada pelanggan, memberikan informasi dan menyelesaikan keluhan tentang produk yang dihadapi oleh tamu atau nasabahnya.

2. Mutu

Mutu adalah sesuatu yang memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan. Sebenarnya mutu adalah kepuasan pelanggan. Ekspektasi pelanggan bisa dijelaskan melalui atribut-atribut mutu atau hal-hal yang sering disebut sebagai dimensi mutu. Oleh karena itu, mutu produk atau jasa adalah sesuatu yang memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan. Mutu adalah tingkat baik buruknya sesuatu. Mutu dapat didefinisikan sebagai tingkat keunggulan. Jadi mutu adalah ukuran relatif kebaikan. Secara operasional, produk bermutu adalah produk-produk yang memenuhi harapan pelanggan.

3. Pelayanan

Dalam Kamus Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan adalah sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani yaitu membantu menyiapkan (membantu apa yang diperlukan seseorang). Pelayanan *Customer Service* merupakan setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi.

4. Nasabah

Nasabah adalah pelanggan (*costomer*) yaitu individu atau perusahaan yang mendapatkan manfaat atau produk dan jasa dari sebuah perusahaan perbankan, meliputi kegiatan pembelian, penyewaan serta layanan jasa. Nasabah mempunyai peran penting dalam industri

perbankan, dimana dana yang disimpan nasabah di bank merupakan dana yang terpenting dalam operasional bank untuk menjalankan usahanya.

Jadi maksud dalam penelitian ini adalah bagaimana peran dari *Customer Service* dalam memberikan pelayanan kepada nasabah sehingga ketika peran itu bisa berjalan dengan baik akan berpengaruh kepada peningkatan mutu pelayanan terhadap nasabah. Pelayanan yang dimaksud disini adalah kegiatan atau sikap dari customer service dalam membantu nasabah melakukan kegiatan pembelian, penyewaan atau yang lainnya terhadap produk atau jasa bank. Dengan demikian adanya pelayanan ini diharapkan mampu memberikan kepuasan tersendiri bagi nasabah. Serta adanya peran *Customer Service* bisa meningkatkan mutu pelayanan bank tersebut.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan ini berisi tentang alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup. Format penulisan sistematika pembahasan adalah dalam bentuk deskriptif naratif, bukan seperti daftar isi. Topik yang ingin dibahas, hendaknya disampaikan secara garis besar sehingga nampak penelitian yang akan dilakukan dari awal sampai akhir.²⁷ Secara garis besar skripsi terdiri dari lima bab yaitu pendahuluan, kajian pustaka, metode penelitian, penyajian data dan analisis, dan penutup.

²⁷ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah*, 46.

Bab satu, pendahuluan merupakan dasar dalam melakukan penelitian yang meliputi; konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah dan sistematika pembahasan.

Bab dua, berisi kajian kepustakaan yang terdiri dari penelitian terdahulu dan kajian teori.

Bab tiga, berisi metode penelitian yang menyajikan tentang bagaimana menggali data. Pada bab ini terdapat pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subyek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian.

Bab empat, berisi penyajian data dan analisis yang membahas gambaran objek penelitian, penyajian data dan analisis, pembahasan temuan.

Bab lima, penutup yang membahas kesimpulan dari seluruh hasil penelitian serta saran peneliti berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terkait Peran *Customer Service* dalam meningkatkan mutu pelayanan nasabah pada bank cukup banyak dilakukan oleh para peneliti terdahulu. Kali ini, peneliti memfokuskan pada strategi pelayanan *Customer Service* dalam meningkatkan pelayanan pada Bank Mandiri Kantor Cabang Universitas Jember, Kabupaten Jember. Dan pada bagian inilah, peneliti mempresentasikan beberapa hasil dari penelitian terdahulu yang memiliki beberapa kesamaan dan perbedaan dengan penelitian yang peneliti lakukan sebagai ikhtiar memosisikan fokus penelitian. Perlu disajikan beberapa hasil kajian atau penelitian terdahulu yang fokus penelitiannya berkaitan dengan Peran *Customer Service* dalam meningkatkan mutu pelayanan, beberapa penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Nirwa, dengan judul “Strategi *Customer Service* dalam Meningkatkan Pelayanan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Batua Raya (Pendekatan Manajemen Islam)”, tahun 2018, Program Studi Manajemen Dakwah, UIN Alaluddin Makassar. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif, tempat yang dilakukan penelitian ini di Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Batua Raya dan mengambil *Customer Service* sebagai informan.

Hasil Penelitian ini adalah strategi *Customer Service* dalam memberikan pelayanan ada dua kategori di antaranya: 1. Strategi

pelayanan yang mendasar meliputi karyawan yang bertugas di bagian *Customer Service* harus bersikap ramah, komunikatif, serta *name tag* yang selalu diperlihatkan. 2. Strategi pelayanan yang utama meliputi kompetensi, percaya dan dipercaya, kontribusi, kejujuran, sosial, peduli lingkungan, dan inovasi.²⁸

Persamaan dari penelitian ini dengan peneliti terletak pada metode penelitian yang sama, yaitu menggunakan penelitian kualitatif, yang dikaji juga sama tentang strategi *Customer Service* dalam meningkatkan pelayanan di Bank konvensional. Kemudian untuk perbedaannya terletak pada fokus masalah, yang mana peneliti lebih fokus terhadap strategi *Customer Service* dalam meningkatkan mutu pelayanan dengan menggunakan pendekatan prinsip etos kerja di Bank Mandiri KCP Universitas Jember, sedangkan pada penelitian terdahulu, berfokus pada strategi *Customer Service* dalam meningkatkan pelayanan menggunakan pendekatan manajemen Islam di Bank Rakyat Indonesia, selain itu lokasi penelitian yang dilakukan peneliti di Bank Mandiri KCP Universitas Jember, sedangkan pada penelitian terdahulu dilakukan di Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Batua Raya.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Raodah, dengan judul “Strategi Komunikasi Efektif *Customer Service* Terhadap Peningkatan Pelayanan di Bank Sulselbar Cabang Baru”, pada tahun 2019. Program Studi Perbankan Syariah, IAIN Parepare. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif

²⁸ Nirwa, “Strategi *Customer Service* dalam Meningkatkan Pelayanan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Batua Raya (Pendekatan Manajemen Islam)”, (Skripsi, UIN Alaluddin Makassar, 2018).

yang bersifat deskriptif, tempat penelitian ini dilaksanakan di Bank Sulselbar Cabang Baru, dan *Customer Service* sebagai informan.

Hasil penelitian ini adalah komunikasi efektif yang dilakukan *Customer Service* Bank Sulselbar Cabang Baru dalam memberikan pelayanan, yaitu bersikap ramah, berbicara dengan lemah lembut dengan intonasi, sopan, santun, dengan suara yang pelan agar nasabah dapat memahami apa yang disampaikan. Serta strategi komunikasi *Customer Service* pada Bank Sulselbar Cabang Baru dalam meningkatkan pelayanan pada nasabah, yaitu memberikan pelayanan prima dengan sepenuh hati yang terus-menerus dan menjiwai pekerjaan dengan berperilaku 5S (Senyum, Salam, Sapa, Sopan, Santun) setiap saat yang memberikan nilai tambah kepada nasabah, memberikan solusi layanan yang cepat dan akurat, menjalankan standart layanan yang konsisten, memahami kebutuhan dan keinginan nasabah.²⁹

Persamaan dari penelitian terdahulu ini dengan peneliti terletak pada metode penelitian yang sama menggunakan penelitian kualitatif, objek yang dikaji juga sama yaitu terkait strategi yang dilakukan *Customer Service* di Bank Konvensional. Sedangkan perbedaannya terletak pada fokus masalah yang mana peneliti lebih fokus terhadap strategi *Customer Service* dalam meningkatkan mutu pelayanan di Bank Mandiri KCP Universitas Jember, sedangkan penelitian terdahulu ini lebih fokus pada

²⁹ Raodah, "Strategi Komunikasi Efektif *Customer Service* Terhadap Peningkatan Pelayanan di Bank Sulselbar Cabang Baru", (Skripsi, IAIN PAREPARE, 2019).

strategi komunikasi yang dipakai *Customer Service* dalam meningkatkan pelayanan kepada nasabah di Bank Sulselbar Cabang Baru.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Afriliyani, dengan judul “Peranan *Customer Service* dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Nasabah pada PT Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hampan Perak”, tahun 2019. Program Studi Perbankan Syariah, UIN Sumatera Utara. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif, tempat penelitian ini dilaksanakan di Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hampan Perak dan *supervisor* serta *Customer Service* sebagai informan.

Hasil penelitian ini adalah strategi pelayanan *Customer Service* terhadap nasabah dilakukan oleh karyawan perbankan dengan menerapkan beberapa cara, yaitu dengan bersikap ramah, komunikatif dan *name tag* yang selalu diperlihatkan. Beberapa kendala yang biasa dihadapi Bank Syariah yaitu dengan masalah jaringan atau koneksi internet yang belum maksimal sehingga memperlambat proses transaksi di bank tersebut. Bersikap ramah terhadap nasabah agar nasabah tersebut merasakan kenyamanan ketika melakukan aktifitas yang berhubungan dengan perbankan seperti pembukaan rekening baru, konsultasi tentang produk dan keluhan lainnya. Dengan demikian berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan kepada *Customer Service* Bank Sumut Syariah Cabang

Pembantu Hampan Perak dapat meningkatkan pelayanan yang baik terhadap nasabah.³⁰

Persamaan dari penelitian terdahulu ini dengan peneliti terletak pada metode penelitian yang sama menggunakan penelitian kualitatif, objek yang dikaji juga sama yaitu tentang strategi *Customer Service* dalam meningkatkan mutu pelayanan. Sedangkan perbedaannya terletak pada fokus masalah yang mana peneliti lebih fokus terhadap strategi *Customer Service* dalam meningkatkan mutu pelayanan di Bank konvensional, yaitu di Bank Mandiri KCP Universitas Jember, sedangkan penelitian terdahulu ini lebih fokus strategi *Customer Service* dalam meningkatkan mutu pelayanan di Bank syariah, yaitu Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hampan Perak.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Della Ariska, dengan judul “Strategi Penerapan *Customer Service* dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada BPRS Muamalat Harkat (Studi BPRS Muamalat Harkat Kec. Sukaraja Kab. Seluma Kota Bengkulu)”, pada tahun 2019. Program Studi Perbankan Syariah, IAIN Bengkulu. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif, tempat yang dilakukan penelitian ini di BPRS Muamalat Harkat Kecamatan Sukaraja Kabupaten Seluma Kota Bengkulu, dan mengambil *Customer Service* serta manajer sebagai informan dalam penelitiannya.

³⁰ Afriliyani “Peranan *Customer Service* dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Nasabah pada PT Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hampan Perak”, (Skripsi, UIN Sumatera Utara, 2019).

Hasil penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi *Customer Service* dalam meningkatkan kepuasan nasabah yaitu: 1. dengan cara rutin menghubungi nasabah setiap bulan, sehingga nasabah akan tertarik dan merasa nyaman terhadap pelayanan *Customer Service*. 2. Menghadapi persaingan yang begitu ketat, salah satunya yaitu strategi promosi. 3. Menanyakan kabar nasabah atau berkunjung apabila ada musibah. Dalam teori *Customer Service* hal tersebut dilakukan salah satu usaha untuk mempertahankan atau meningkatkan kondisi fisik, mental dan sikap karyawan agar mereka tetap loyal.³¹

Persamaan dari penelitian terdahulu ini dengan peneliti terletak pada metode penelitian, yaitu sama menggunakan penelitian kualitatif, dan objek yang dikaji juga sama terkait strategi yang dilakukan *Customer Service*. Lalu, perbedaannya terletak di fokus masalah yang mana peneliti lebih fokus terhadap strategi *Customer Service* dalam meningkatkan mutu pelayanan kepada nasabah di Bank konvensional, yaitu Bank Mandiri KCP Universitas Jember, sedangkan hasil penelitian terdahulu ini lebih fokus ke strategi *Customer Service* dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Bank Syariah, yaitu BPRS Muamalat Harkat.

5. Penelitian yang dilaksanakan oleh Hasni, dengan judul “Strategi *Customer Service* dalam Mengatasi Komplain Nasabah Pada Bank Tabungan Negara KCP Parepare (Analisis Manajemen Syariah)”, pada tahun 2019. Program Studi Perbankan Syariah, IAIN Parepare, Penelitian ini merupakan

³¹ Della Ariska, “Strategi Penerapan *Customer Service* dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada BPRS Muamalat Harkat (Studi BPRS Muamalat Harkat Kec. Sukaraja Kab. Seluma Kota Bengkulu)”, (Skripsi, IAIN Bengkulu, 2019).

penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif, tempat yang dilakukan penelitian ini di PT. Bank BTN KCP Parepare dan *Customer Service* sebagai informan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1. Pelaksanaan strategi *Customer Service* dalam mengatasi komplain nasabah pada bank BTN KCP Parepare dalam pelaksanaannya dilakukan sesuai standar layanan yang ada di Bank BTN KCP Parepare dan diimput melalui sistem pengaduan nasabah (SPN) dengan standar layanan. 2. Strategi *Customer Service* dalam mengatasi komplain nasabah ditinjau dari analisis manajemen syariah.³²

Persamaan dari penelitian terdahulu ini dengan peneliti terletak pada metode penelitian yang sama menggunakan penelitian kualitatif yang dikaji juga sama yaitu tentang strategi *Customer Service*. Untuk perbedaannya terletak di fokus masalah yang mana peneliti lebih fokus terhadap strategi *Customer Service* dalam meningkatkan mutu pelayanan pada nasabah di Bank Mandiri KCP Universitas Jember, sedangkan penelitian ini lebih fokus pada strategi *Customer Service* dalam mengatasi komplain nasabah dengan menggunakan pendekatan analisis manajemen syariah di Bank Tabungan Negara KCP Parepare.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Linda Rambe, dengan judul “Strategi Pelayanan *Customer Service* dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Mabrur di PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang

³² Hasni, “Strategi *Customer Service* dalam Mengatasi Komplain Nasabah pada Bank Tabungan Negara KCP Parepare (Analisis Manajemen syariah)”, (Skripsi, IAIN PAREPARE, 2019).

Padangsidempuan”, pada tahun 2019. Program Studi Perbankan Syariah, IAIN Padangsidempuan. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif, tempat yang dilakukan penelitian ini di PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padangsidempuan dan *Customer Service* sebagai informan.

Hasil penelitian ini adalah strategi pelayanan *Customer Service* dalam memberikan pelayanan kepada nasabah yaitu, *competence* (kompetensi), *trusted & trust* (percaya dan dipercaya), *contribution* (kontribusi), *honesty* (kejujuran), *service exxelent* (pelayanan prima), *social & environment care* (sosial dan peduli pada lingkungan), *innovation* (perubahan). Serta upaya yang dilakukan oleh *Customer Service* dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan mabrur adalah pertama memberikan pelayanan prima, kedua *Cross Selling* (penjualan silang), dan ketiga adalah *roll play*.³³

Persamaan dari penelitian ini dengan peneliti terletak pada metode penelitian yang sama menggunakan penelitian kualitatif yang dikaji juga sama yaitu terkait strategi yang dilakukan *Customer Service*. Sedangkan perbedaannya terletak di fokus masalah yang mana peneliti lebih fokus terhadap strategi *Customer Service* dalam meningkatkan mutu pelayanan kepada nasabah di bank konvensional, sedangkan penelitian terdahulu ini lebih fokus pada strategi *Customer Service* dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan mabrur di bank syariah, selain itu lokasi penelitian yang

³³ Linda Rambe, “Strategi Pelayanan *Customer Service* dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Mabrur di PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padangsidempuan”, (Skripsi, IAIN Padangsidempuan, 2019).

dilakukan peneliti di Bank Mandiri KCP Universitas Jember, sedangkan pada penelitian terdahulu dilakukan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padangsidimpuan.

7. Penelitian yang dilakukan oleh Yoga Pradipta, dengan judul “Peranan *Customer Service* dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Nasabah PT Bank Tabungan Negara (Persero) Kantor Cabang Syariah Yogyakarta”, tahun 2020, Program Studi Perbankan dan Keuangan, Universitas Islam Indonesia.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peran *Customer Service* pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Kantor Cabang Syariah Yogyakarta yaitu melayani nasabah dan memberikan informasi dengan menggunakan SOP (Standar Operasional Prosedur). Secara tidak langsung *Customer Service* PT Bank Tabungan Negara (Persero) Kantor Cabang Syariah Yogyakarta juga berperan untuk menarik nasabah baru, dan mempertahankan nasabah lama dengan cara menjaga komunikasi tetap lancar serta selalu menjaga silaturahmi dengan nasabah. Dalam melayani nasabah, petugas *Customer Service* memiliki beberapa kendala yang sering dihadapi, seperti nasabah yang datang secara tiba-tiba dan meminta untuk segera dilayani oleh petugas *Customer Service*, dan juga telepon yang berdering saat sedang melayani nasabah. Selain itu, tingkat pendidikan dan usia nasabah juga bisa menjadi hambatan bagi petugas *Customer Service*

saat sedang melayani nasabah. Hal tersebut membuat layanan sedikit terhambat karena ada beberapa kendala saat melayani nasabah.³⁴

Persamaan dari penelitian terdahulu ini dengan peneliti terletak pada metode penelitian yang sama menggunakan penelitian kualitatif yang dikaji juga sama yaitu tentang strategi *Customer Service* dalam meningkatkan mutu pelayanan. Sedangkan perbedaannya terletak pada fokus masalah yang mana peneliti lebih fokus terhadap strategi *Customer Service* dalam meningkatkan mutu pelayanan di Bank konvensional, yaitu di Bank Mandiri KCP Universitas Jember, sedangkan penelitian terdahulu ini lebih fokus strategi *Customer Service* dalam meningkatkan mutu pelayanan di Bank syariah, yaitu Bank Tabungan Negara (PERSERO) Kantor cabang syariah Yogyakarta.

8. Penelitian yang dilakukan oleh Mila Ropah Siregar, dengan judul “Peran *Customer Service* dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan”, pada tahun 2021. Program Studi Perbankan Syariah, IAIN Padangsidempuan. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif, tempat yang dilakukan penelitian ini di Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan dan *Customer Service* sebagai informan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan, bahwa Tbk KCP Panyabungan itu sangat penting karena nasabah sangat mengharapkan informasi-informasi yang jelas, *Customer Service* harus bisa mengetahui

³⁴ Yoga Pradipta, “Peranan *Customer Service* dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Nasabah PT Bank Tabungan Negara (Persero) Kantor Cabang Syariah Yogyakarta”, (Skripsi, Universitas Islam Indonesia, 2020).

produk-produk yang ada di Bank tersebut. *Customer Service* harus mempunyai bahasa yang komunikatif dalam menyampaikan informasi kepada nasabah. Dalam hal kepribadian seorang *Customer Service* sangat penting mempunyai sikap sopan, ramah, baik, dan sabar dalam melayani nasabah. Nasabah akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan *Customer Service* jika *Customer Service* melayaninya dengan baik.³⁵

Persamaan dari penelitian terdahulu ini dengan peneliti terletak pada metode penelitian yang sama menggunakan penelitian kualitatif yang dikaji juga sama yaitu tentang strategi *Customer Service* dalam meningkatkan mutu pelayanan. Sedangkan perbedaannya terletak pada fokus masalah yang mana peneliti lebih fokus terhadap strategi *Customer Service* dalam meningkatkan pelayanan di Bank Mandiri KCP Universitas Jember, sedangkan penelitian terdahulu ini lebih fokus pada peran *Customer Service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan.

9. Penelitian yang dilakukan oleh Lini Susianti, dengan judul “Pemahaman *Customer Service* Mengenai Tugas dan Tanggung Jawab dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna”, tahun 2021, Program Studi Perbankan Syariah, IAIN Bengkulu. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif, tempat yang dilakukan penelitian ini di Bank

³⁵ Mila Ropah Siregar, “Peran *Customer Service* dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan”, (Skripsi, IAIN Padangsidempuan, 2021).

Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna dan *Customer Service* sebagai informan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1. Peran *Customer Service* Bank Muamalat Cabang Manna sebagai pihak yang langsung menjembatani antara nasabah dengan perusahaan dalam hubungannya dengan transaksi atau operasional sehari-hari. 2. Kendala yang dihadapi oleh *Customer Service* Bank Muamalat Cabang Manna secara garis besar yaitu gangguan sistem dari pusat seperti *offlinenya* jaringan internet, sehingga menghambat data-data nasabah yang masuk.³⁶

Persamaan dari penelitian terdahulu ini dengan peneliti, terletak pada metode penelitian yang sama menggunakan penelitian kualitatif, dan yang dikaji juga sama yaitu terkait strategi *Customer Service*. Sedangkan, perbedaannya terletak pada fokus masalah yang mana peneliti lebih fokus terhadap strategi *Customer Service* dalam meningkatkan mutu pelayanan, sedangkan penelitian terdahulu ini lebih fokus pada tugas dan tanggung jawab *Customer Service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah, lalu lokasi penelitian yang dilakukan peneliti di Bank Mandiri KCP Universitas Jember, sedangkan lokasi pada penelitian terdahulu dilakukan di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna.

10. Penelitian yang dilakukan oleh Eva Wahyuni, dengan judul “Strategi *Customer Service* dalam Meningkatkan Pelayanan Menurut Prinsip Etos Kerja Islam di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Banyuwangi

³⁶ Lini Susanti, “Pemahaman *Customer Service* Mengenai Tugas dan Tanggung Jawab dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna”, (Skripsi, IAIN Bengkulu, 2021).

Rogojampi 1”, tahun 2022, Program Studi Perbankan Syariah, UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif, tempat yang dilakukan penelitian ini di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Banyuwangi Rogojampi 1.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Customer Service* dalam meningkatkan pelayanan di BSI KCP Banyuwangi Rogojampi 1 telah menerapkan prinsip etos kerja Islam dan telah memperhatikan standar kualitas pelayanan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah.³⁷

Persamaan dari penelitian ini dengan peneliti terletak pada metode penelitian yang sama menggunakan penelitian kualitatif, objek yang dikaji juga sama yaitu terkait strategi *Customer Service* dalam meningkatkan pelayanan. Sedangkan perbedaannya terletak pada fokus masalah yang mana peneliti lebih fokus terhadap strategi *Customer Service* dalam meningkatkan mutu pelayanan kepada nasabah di bank konvensional, sedangkan penelitian terdahulu ini lebih fokus pada strategi *Customer Service* dalam meningkatkan pelayanan menurut prinsip etos kerja Islam di Bank Syariah. Selain itu lokasi penelitian yang dilakukan peneliti di Bank Mandiri KCP Universitas Jember, sedangkan penelitian terdahulu dilakukan di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Banyuwangi Rogojampi1.

³⁷ Eva Wahyuni, “Strategi *Customer Service* dalam Meningkatkan Pelayanan Menurut Prinsip Etos Kerja Islam di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Banyuwangi Rogojampi 1”, (Skripsi, UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2022).

Tabel 2.1
Tabulasi Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti, Tahun, dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Nirwa, 2018, "Strategi <i>Customer Service</i> dalam Meningkatkan Pelayanan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Batua Raya (Pendekatan Manajemen Manajemen Islam)	Strategi <i>Customer Service</i> dalam memberikan pelayanan ada dua kategori di antaranya: 1. Strategi pelayanan yang mendasar meliputi karyawan yang bertugas di bagian <i>Customer Service</i> harus memiliki <i>nametag</i> yang selalu terlihat, ramah, dan komunikator yang baik. 2. Kompetensi, kepercayaan dan dipercaya, kontribusi, kejujuran, tanggung jawab sosial dan lingkungan, serta inovasi merupakan pendekatan pelayanan yang mendasar.	Metode penelitian sama menggunakan penelitian kualitatif, yang dikaji juga sama terkait strategi <i>Customer Service</i> dalam meningkatkan pelayanan di bank konvensional.	Perbedaannya terletak pada fokus masalah, yang mana peneliti lebih fokus terhadap strategi <i>Customer Service</i> dalam meningkatkan mutu pelayanan dengan menggunakan pendekatan prinsip etos kerja di bank Mandiri, sedangkan penelitian terdahulu ini, strategi <i>Customer Service</i> dalam meningkatkan pelayanan menggunakan pendekatan manajemen Islam di Bank Rakyat Indonesia, selain itu lokasi penelitian yang dilakukan peneliti di Bank Mandiri KCP Universitas Jember, sedangkan pada

				pene-litian terda-hulu dila-kukan di Bank Rak-yat Indo nesia (Per-sero) Tbk. Unit Batua Raya.
2.	Raodah, 2019, “Strategi Komunikasi E-efektif <i>Customer Service</i> Terhadap Peningkatan Pelayanan di Bank Sulselbar Cabang Baru”.	Komunikasi e-efektif yang dilakukan agar klien memahami apa yang dikatakan, <i>Customer Service</i> Bank Sulselbar Cabang Baru ialah penyampaian layanan. Ini termasuk ramah, berbicara lembut dengan intonasi, sopan, dan sopan dengan suara rendah. Selain itu, Bank Sulselbar Cabang Baru memiliki rencana komunikasi layanan pelanggan. dalam meningkatkan pelayanan pada nasabah, yaitu dengan memberikan pelayanan prima sepenuh hati yang terus-menerus dan menjiwai pekerjaan dengan berperilaku 5S (Senyum, Salam, Sapa,	Metode penelitian yang sama menggunakan penelitian kualitatif yang dikaji juga sama yaitu terkait strategi yang dilakukan <i>Customer Service</i> dalam meningkatkan pelayanan di Bank konvensional.	Peneliti lebih fokus terhadap strategi <i>Customer Service</i> dalam meningkatkan pelayanan di Bank Mandiri KCP Universitas Jember, sedangkan penelitian ini lebih fokus pada strategi komunikasi yang di-pakai <i>Customer Service</i> dalam meningkatkan pelayanan kepada nasabah di Bank Sulselbar Cabang Baru.

		Sopan, Santun) setiap saat, memberikan nilai tambah kepada nasabah.		
3.	Afriliyani, 2019, “Peranan <i>Customer Service</i> dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Nasabah pada PT Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hampan Perak”.	Strategi pelayanan <i>Customer Service</i> terhadap nasabah dilakukan oleh karyawan perbankan dengan menerapkan beberapa cara, yaitu dengan bersikap ramah, komunikatif dan <i>name tag</i> yang selalu diperhatikan. Beberapa kendala yang biasa dihadapi Bank Syariah yaitu dengan masalah jaringan atau koneksi internet yang belum maksimal sehingga memperlambat proses transaksi di bank tersebut. Bersikap ramah terhadap nasabah agar nasabah tersebut merasakan kenyamanan ketika melakukan aktifitas yang berhubungan dengan perbankan seperti pembukaan rekening baru, konsultasi tentang produk	Metode penelitian yang sama menggunakan penelitian kualitatif yang dikaji juga sama yaitu tentang strategi <i>Customer Service</i> dalam meningkatkan mutu pelayanan.	Perbedaannya terletak pada fokus masalah yang mana peneliti lebih fokus terhadap strategi <i>Customer Service</i> dalam meningkatkan mutu pelayanan di Bank konvensional, yaitu di Bank Mandiri KCP Universitas Jember, sedangkan penelitian terdahulu ini lebih fokus pada strategi <i>Customer Service</i> dalam meningkatkan mutu pelayanan di Bank syariah, yaitu Bank Sumut Syariah cabang Pembantu Hampan Perak.

		<p>dan keluhan lainnya. Dengan demikian berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan kepada <i>Customer Service</i> Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hampan Perak dapat meningkatkan pelayanan yang baik terhadap nasabah.</p>		
4.	<p>Della Ariska, 2019, “Strategi Penerapan <i>Customer Service</i> dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada BPRS Muamalat Harkat (Studi BPRS Muamalat Harkat Kec. Sukaraja Kab. Seluma Kota Bengkulu)”</p>	<p>Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas strategi customer service dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. dengan sering berhubungan dengan konsumen setiap bulan untuk menarik minat dan membuat mereka nyaman dengan layanan pelanggan. 2. Menghadapi persaingan yang ketat, salah satunya adalah rencana promosi. 3. Menanyakan tentang berita konsumen terkini atau berkunjung selama krisis. 	<p>Penelitian terdahulu ini dengan peneliti terletak pada metode penelitian yang sama menggunakan penelitian kualitatif yang dikaji juga sama terkait strategi yang dilakukan <i>Customer Service</i>.</p>	<p>Peneliti lebih fokus terhadap strategi <i>Customer Service</i> dalam meningkatkan mutu pelayanan kepada nasabah di bank konvensional, yaitu Bank Mandiri KCP Universitas Jember, sedangkan hasil penelitian terdahulu ini lebih fokus ke strategi <i>Customer Service</i> dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di bank syariah, yaitu BPRS Muamalat Harkat.</p>

		Menurut filosofi layanan pelanggan, hal ini dilakukan dalam upaya mempertahankan atau meningkatkan kesehatan dan loyalitas emosional, fisik, dan perilaku karyawan.		
5.	Hasni, 2019, "Strategi <i>Customer Service</i> dalam Mengatasi Komplain Nasabah pada Bank Tabungan Negara KCP Parepare (Analisis Manajemen Syariah)".	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1. Pelaksanaan strategi <i>Customer Service</i> dalam mengatasi komplain nasabah pada bank BTN KCP Parepare dalam pelaksanaannya dilakukan sesuai standar layanan yang ada di Bank BTN KCP Parepare dan diinput melalui sistem pengaduan nasabah (SPN) dengan standar layanan. 2. Strategi <i>Customer Service</i> dalam mengatasi komplain nasabah ditinjau dari analisis manajemen syariah.	Metode penelitian yang sama menggunakan penelitian kualitatif yang dikaji juga sama yaitu tentang strategi yang dilakukan <i>Customer Service</i> pada bank konvensional.	Peneliti lebih fokus terhadap strategi <i>Customer Service</i> dalam meningkatkan mutu pelayanan pada nasabah, sedangkan penelitian ini lebih fokus pada strategi <i>Customer Service</i> dalam mengatasi komplain nasabah dengan menggunakan pendekatan analisis manajemen syariah.
6.	Linda Rambe, 2019 "Strategi Pelayanan	Pelayanan <i>Customer Service</i> dalam membe-	Metode penelitian yang sama meng-	Peneliti lebih fokus terhadap strategi

	<p>nan <i>Customer Service</i> dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Mabrur di PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padangsidimpuan”.</p>	<p>rikan pelayanan kepada nasabah yaitu, <i>competence</i> (kompetensi), <i>trusted & trust</i> (percaya dan dipercaya), <i>contribution</i> (kontribusi), <i>honesty</i> (kejujuran), <i>service exxellent</i> (pelayanan prima), <i>social & environment care</i> (sosial dan peduli pada lingkungan), <i>innovation</i> (perubahan). Serta upaya yang dilakukan oleh <i>Customer Service</i> dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan mabrur adalah pertama memberikan pelayanan prima, kedua <i>Cross Selling</i> (penjualan silang), dan ketiga adalah <i>roll play</i>.</p>	<p>gunakan penelitian kualitatif yang dikaji juga sama yaitu terkait strategi yang dilakukan oleh <i>Customer Service</i>.</p>	<p><i>Customer Service</i> dalam meningkatkan mutu pelayanan kepada nasabah di bank konvensional, sedangkan penelitian terdahulu ini lebih fokus pada strategi <i>Customer Service</i> dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan mabrur di bank syariah, selain itu lokasi penelitian yang dilakukan peneliti di Bank Mandiri KCP Universitas Jember, sedangkan pada penelitian terdahulu dilakukan di Bank Syariah Mandiri kantor cabang Padangsidimpuan.</p>
7.	<p>Yoga Pradipita, 2020, “Peranan <i>Customer Service</i> dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Nasabah PT Bank Tabungan Ne-</p>	<p>Temuan penelitian ini berkaitan dengan fungsi pelayanan nasabah di Kantor Cabang Syariah PT Bank Tabungan Negara (Persero) Yogyakarta yaitu</p>	<p>Persamaan dari penelitian terdahulu ini dengan peneliti terletak pada metode penelitian yang sama menggunakan pe-</p>	<p>Peneliti lebih fokus terhadap strategi <i>Customer Service</i> dalam meningkatkan mutu pelayanan di Bank konvensional, yaitu di Bank</p>

	<p>gara (Persero) Kantor Cabang Syariah Yogyakarta.</p>	<p>pemberian informasi dan pelayanan nasabah menggunakan SOP (Standard Operating Procedures). Dengan memastikan komunikasi berjalan selancar mungkin, PT Bank Tabungan Negara (Persero) Kantor Cabang Syariah Yogyakarta secara tidak langsung berkontribusi untuk mendapatkan klien baru dan mempertahankan yang sudah ada. - dan kemudian menjaga hubungan baik dengan klien. <i>Customer service</i> sering mengalami masalah saat melayani klien, termasuk kedatangan pelanggan yang tiba-tiba yang menginginkan layanan cepat dari perwakilan serta dering telepon di latar belakang. Selain itu, usia dan</p>	<p>nelitian kua- litatif yang dikaji juga sama yaitu tentang stra- tegi <i>Custo- mer Service</i> dalam me ningkatkan mutu pela- yanan.</p>	<p>Man-diri KCP Universitas Jember, sedangkan penelitian terdahulu ini lebih fo-kus pada strategi <i>Customer Service</i> dalam me-ningkatkan mutu pela- yanan di Bank sya-riah, yaitu Bank Tabu- ngan Ne-gara (PER-SERO) Kantor ca-bang sya-riah Yogy- karta.</p>
--	---	---	---	--

		tingkat pendidikan pelanggan dapat menjadi tantangan bagi bisnis. Hal tersebut membuat layanan sedikit terhambat karena ada beberapa kendala saat melayani nasabah.		
8.	Mila Ropah Siregar, 2021, "Peran <i>Customer Service</i> dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan".	Hasil dari penelitian ini menunjukkan, bahwa Tbk KCP Panyabungan itu sangat penting karena nasabah sangat mengharapkan informasi-informasi yang jelas, <i>Customer Service</i> harus bisa mengetahui produk-produk yang ada di Bank tersebut. <i>Customer Service</i> harus mempunyai bahasa yang komunikatif dalam menyampaikan informasi kepada nasabah. Dalam hal kepribadian seorang <i>Customer Service</i> sangat penting mempunyai sikap sopan, ramah, baik, dan sabar dalam melayani nasabah. Nasabah akan	Metode penelitian yang sama menggunakan penelitian kualitatif yang dikaji juga sama yaitu terkait strategi yang dilakukan <i>Customer Service</i> .	Peneliti lebih fokus terhadap strategi <i>Customer Service</i> dalam meningkatkan pelayanan di Bank Mandiri KCP Universitas Jember, sedangkan penelitian terdahulu ini lebih fokus pada peran <i>Customer Service</i> dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan.

		merasa puas dengan pelayanan yang diberikan <i>Customer Service</i> jika <i>Customer Service</i> melayaninya dengan baik.		
9.	Lini Susianti, 2021, "Pemahaman <i>Customer Service</i> Mengenai Tugas dan Tanggung Jawab dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna".	Temuan kajian tersebut antara lain: 1. Fungsi <i>Customer Service</i> Manna Cabang Bank Muamalat sebagai pihak yang menghubungkan langsung nasabah dengan pelaku usaha pada saat transaksi atau kegiatan usaha rutin. 2. Secara umum Layanan nasabah Cabang Bank Muamalat Manna mengalami kesulitan antara lain gangguan sistem dari pusat seperti jaringan internet offline sehingga mengganggu data nasabah yang masuk.	Metode penelitian yang sama menggunakan penelitian kualitatif, dan yang dikaji juga sama yaitu terkait strategi yang dilakukan <i>Customer Service</i> .	Sementara penelitian sebelumnya lebih fokus pada peran dan kewajiban <i>customer service</i> dalam membangun loyalitas pelanggan, penelitian ini lebih fokus pada teknik <i>customer service</i> dalam meningkatkan pelayanan, lalu lokasi penelitian yang dilakukan pe neliti di Bank Man-diri KCP Universitas Jember, sedangkan lokasi pada penelitian terdahulu dilakukan di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna.
10.	Eva Wahyuni, 2022, "Strategi <i>Customer Service</i> dalam Meningkatkan	Hasil penelitian ini adalah <i>Customer Service</i> dalam meningkatkan pelayanan di BSI KCP	Metode penelitian yang sama menggunakan penelitian kualitatif yang	Peneliti lebih fokus terhadap strategi <i>Customer Service</i> dalam meningkatkan

	<p>kan Pelayanan Menurut Prinsip Etos Kerja Islam di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Banyuwangi Rogojampi 1”.</p>	<p>Banyuwangi Rogojampi 1 telah menerapkan prinsip etos kerja Islam dan telah memperhatikan standar kualitas pelayanan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah.</p>	<p>dikaji juga sama yaitu tentang strategi <i>Customer Service</i> dalam meningkatkan pelayanan.</p>	<p>mutu pelayanan kepada nasabah di bank konvensional, sedangkan penelitian terdahulu ini lebih fokus pada strategi <i>Customer Service</i> dalam meningkatkan pelayanan menurut prinsip etos kerja Islam di bank syariah, selain itu lokasi penelitian yang dilakukan peneliti di Bank Mandiri KCP Universitas Jember, sedangkan pada penelitian terdahulu dilakukan di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Banyuwangi Rogojampi 1.</p>
--	--	---	--	---

Sumber: Diolah oleh peneliti.

B. Kajian Teori

1. Peran *Customer Service*

a. Pengertian *Customer Service*

Kata *Customer Service* berasal dari dua kata, yaitu “*Customer*” yang berarti “Pelanggan”, dan “*Service*” berarti “Pelayanan”. Jadi pengertian *Customer Service* adalah seorang karyawan yang ada

diperusahaan tersebut dan bertugas untuk melayani nasabah. *Customer Service* dapat memberikan pelayanan kepada nasabah yaitu berupa informasi kepada nasabah, selain itu *Customer Service* juga dapat memberikan keinginan dan kebutuhan yang diinginkan oleh nasabah.³⁸

Sesuai dengan fungsinya, *Customer Service* diharapkan dapat melakukan “*One Stop Service*”, artinya nasabah cukup menghubungi bagian *Customer Service* saja dalam berhubungan dengan bank. Kemudian *Customer Service* akan menjelaskan dan membantu apa yang dibutuhkan oleh nasabah, serta *Customer Service* juga membantu nasabah untuk menyelesaikan masalahnya dengan pihak lainnya. Hal tersebut dilakukan untuk meningkatkan kepuasan nasabah, karena dengan hal itu nasabah tidak berhubungan dengan banyak pihak dan nasabah juga merasa senang karena kepentingannya dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab. Pekerjaan *Customer Service* merupakan pekerjaan pokok, karena melalui *Customer Service* terdapat langkah awal antara bank dengan nasabah, salah satunya dengan melakukan pembukuan rekening. Dengan melakukan pembukaan rekening ini, dapat memperoleh informasi mengenai produk dan aktivitas bank.³⁹

³⁸ Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola*, 64.

³⁹ Ikatan Bankir Indonesia, 65.

b. Fungsi dan Tugas *Customer Service*

Sebagai 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.⁴⁰ Adapun fungsi *Customer Service* adalah sebagai berikut:

- 1) Sebagai *resepsionis*, artinya seorang *Customer Service* berfungsi sebagai penerima tamu yang datang ke bank. Fungsinya dalam hal melayani pertanyaan yang diajukan nasabah dan memberikan informasi yang diinginkan selengkap mungkin. Dalam hal ini menerima tamu *Customer Service* harus bersikap dengan ramah dan tamah, sopan dan menyenangkan.
- 2) Sebagai *deksmen*, 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 secara lengkap kemudian bermaksud melakukan transaksi, petugas *Customer Service* melayani nasabah untuk mengisi berbagai aplikasi seperti formulir, slip atau lainnya.
- 3) Sebagai *salesman*, artinya *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.

⁴⁰ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2010), 180.

- 4) 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.
- 5) Sebagai *komunikator*, artinya *Customer Service* berfungsi sebagai orang yang menghubungi nasabah dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungannya antara bank dengan nasabah.⁴¹

c. Peranan *Customer Service*

Customer Service berperan dalam memberikan pelayanan yang terbaik pada nasabah yang ingin bertansaksi dengan bank. Secara umum, peranan *Customer Service* bank adalah sebagai berikut:

- 1) Mempertahankan nasabah lama agar tetap setia menjadi nasabah bank melalui pembinaan hubungan yang lebih akrab dengan nasabah.
- 2) Berusaha untuk mendapat nasabah baru, melalui berbagai pendekatan. Misalnya meyakinkan nasabah untuk menjadi nasabah bank dan mampu meyakinkan nasabah tentang kualitas produk bank tersebut.⁴²

⁴¹ Kasmir, 180-181.

⁴² Kasmir, *Etika Customer*, 181.

d. Standar Sikap dan Dasar-Dasar Pelayanan *Customer Service*

Standar penampilan ditumbuhkan untuk menumbuhkan kepercayaan nasabah kepada bank sehingga nasabah dapat terlayani dengan baik dan membuat nasabah puas. Standar penampilan *Customer Service* meliputi standar dalam berpakaian dengan penampilan fisik. Berikut ini adalah penampilan petugas *Customer Service* yang biasanya diatur dalam standar pada masing-masing bank.⁴³

Berpakaian dan Berpenampilan Rapi dan Bersih. Seorang petugas *Customer Service* harus mengenakan pakaian yang sepadan dengan kombinasi yang menarik. Penampilan seorang *Customer Service* harus mengenakan pakaian yang rapi, bersih, terlihat menarik dan terkesan pakaian yang dikenakan benar-benar dapat memikat hati nasabah.⁴⁴ Adapun penampilan diri seorang *Customer Service* yang biasanya diatur secara internal bank, hal ini dapat dilihat sebagaimana berikut:

Pria:

- 1) Menggunakan seragam sesuai ketentuan bank (antara lain: kemeja lengan panjang, menggunakan dasi, *name tag*, bukan celana jeans, tidak kumal, tidak kusut, dan tidak ada noda).
- 2) Rambut pendek, tidak melebihi kerah baju dan tersisir rapi serta jika menggunakan cat rambut, harus dengan warna hitam.

⁴³ Kasmir, *Pemasaran*, 70.

⁴⁴ Kasmir, 70,

- 3) Jika berkumis dicukur rapi dan tidak boleh bercambang.
- 4) Menggunakan sepatu formal berwarna hitam model pantopel.
- 5) Asesoris berupa jam tangan dan maksimal 1 cincin.⁴⁵

Wanita:

- 1) Menggunakan seragam sesuai ketentuan bank (antara lain: rok, celana, *blouse* dan *blazer* serta *name tag*).
- 2) Rambut kering, tersisir rapi atau digulung atau dicepol dan jika dicat, harus dengan warna hitam.
- 3) Rias wajah menggunakan bedak dan *lipstick* dengan warna yang tidak mencolok. Jika menggunakan jilbab tanpa ada motif (polos) sesuai dengan warna *blouses*.
- 4) Menggunakan sepatu formal berwarna hitam model pantopel dengan hak minimal 3 cm dan maksimal 7 cm.
- 5) Tidak boleh memakai lebih 1 asesoris dalam 1 (satu) titik dan maksimal 7 titik (telinga 2 titik, leher atau dada 1 titik, jari tangan 2 titik untuk jari kanan dan jari kiri, pergelangan tangan 2 titik, untuk kanan dan kiri yang salah satunya jam tangan).
- 6) Percaya diri, bersikap akrab, dan penuh dengan senyum dalam melayani nasabah.⁴⁶

Seorang nasabah akan merasa nyaman dan terpuaskan apabila dilayani dengan sikap yang bersahabat, akrab, dan penuh percaya diri, oleh karena itu seorang petugas *Customer Service* harus optimis serta

⁴⁵ Kasmir, 71.

⁴⁶ Kasmir, 72.

tidak ragu-ragu dalam bertindak, memiliki kepercayaan diri yang tinggi sehingga mampu memberikan layanan yang optimal. Dalam melayani nasabah, petugas *Customer Service* haruslah murah senyum dengan raut muka yang menarik hati serta, alami dan tidak dibuat-buat.⁴⁷

- 1) Menyapa dengan lembut, dan berusaha menyebutkan nama jika kenal.

Seseorang yang disapa dengan menggunakan dengan nama akan merasa tersanjung dan dihormati serta dihargai, oleh karena itu pada saat nasabah datang, petugas *Customer Service* harus segera menyapa dan usahakan menyapa dengan menyebutkan ibu atau bapak disertai dengan namanya.

- 2) Bersikap, tenang, sopan, hormat, dan serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan.

Seorang *Customer Service* harus berusaha melayani nasabah dalam keadaan tenang, tidak terburu-buru, sopan santun dalam bersikap, menghormati nasabah atau konsumen serta tekun mendengarkan sekaligus berusaha memahami keinginan konsumennya.

- 3) Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar.

Dalam berkomunikasi dengan nasabah, seseorang petugas *Customer Service* dituntut untuk menggunakan bahasa yang baik dan benar. Suara yang digunakan harus jelas, dalam arti mudah

⁴⁷ Kasmir, 73.

dipahami serta tidak menggunakan istilah-istilah yang sulit dipahami dan dimengerti oleh nasabah.⁴⁸

2. Standar Kualitas Pelayanan

Ada lima dimensi layanan yang harus dipenuhi dalam pelayanan menurut Zeithaml, Parasurahman dan Berry, yaitu *Tangible*, *Responsiveness*, *Reliability*, *Assurance*, dan *Empaty*. Kelima dimensi tersebut dapat disebut juga dengan dimensi *Service Quality*, dimana kelimanya dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan nasabah dengan metode *Service Quality*. Sehingga dari kelima dimensi tersebut memiliki peran dalam mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah,⁴⁹ kelima dimensi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. *Tangible* (Bukti Langsung)

Tangible yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensi kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanana yang diberikan oleh pemberi jasa, yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi, serta penampilan pegawainya).⁵⁰

⁴⁸ Kasmir, 73-75.

⁴⁹ Christoper H. Lovelock dan Lauren K. Wright, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Indeks, 2005), 98.

⁵⁰ Lovelock dan Wright, 98.

b. *Realibility* (Kehandalan)

Realibility adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang telah dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.⁵¹

c. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Responsiveness yaitu suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.⁵²

d. *Assurance* (Jaminan)

Assurance yaitu pengetahuan, kesopanan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.⁵³

e. *Empaty* (Empati)

Empaty adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang

⁵¹ Lovelock dan Wright, 98.

⁵² Lovelock dan Wright, 98-99.

⁵³ Lovelock dan Wright, 98-99.

pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.⁵⁴



⁵⁴ Lovelock dan Wright, 99.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan penelitian ini diartikan sebagai metode yang menggambarkan semua data atau keadaan subjek/objek penelitian yang kemudian dianalisis dan dibandingkan berdasarkan kenyataan yang sedang berlangsung saat ini. Penelitian ini dimaksud untuk menggambarkan keadaan yang sebenarnya berdasarkan fakta-fakta atau kejadian yang ada dan kemudian diolah, dianalisis hingga menghasilkan suatu kesimpulan atau hasil.⁵⁵ Peneliti mengambil metode kualitatif deskriptif, karena peneliti ingin mendeskripsikan peran *Customer Service* dalam meningkatkan mutu pelayanan nasabah pada Bank Mandiri KCP Universitas Jember.

Dilihat dari jenisnya, penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*Field Research*). Penelitian lapangan ini dianggap sebagai pendekatan yang luas dalam penelitian kualitatif atau sebagai metode untuk mengumpulkan data kualitatif.⁵⁶ Peneliti mengambil jenis penelitian lapangan karena peneliti ingin terjun langsung ke lapangan untuk memperoleh informasi dan data terkait topik yang dibahas.

⁵⁵ Restu Kartiko Widi, *Asas Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), 84.

⁵⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Alfabeta: Bandung, 2018). 65.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi adalah tempat yang akan kita tuju untuk dijadikan penelitian, lokasi penelitian menjelaskan dimana penelitian ini akan dilakukan.⁵⁷ Wilayah penelitian berisi lokasi seperti: desa, organisasi, peristiwa, teks, dan lainnya. Penelitian ini akan dilaksanakan di Bank Mandiri KCP Universitas Jember yang terletak di Jl. Kalimantan No.52, Krajan Timur, Sumbersari, Kec. Sumbersari, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68121. Lokasi ini sangat strategis dan mudah dijangkau, karena letaknya yang berada di tepi jalan dan dekat dengan kampus Universitas Jember, Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea Cukai, serta kantor DPRD Kabupaten Jember, jadi memudahkan masyarakat untuk dapat menemukan lokasi ini.

C. Subyek Penelitian

Penentuan Subjek Penelitian menggunakan teknik purposive, yaitu teknik penentuan informan dengan pertimbangan tertentu.⁵⁸ Dalam pertimbangan tertentu inilah, informan ditentukan dari penilaian yang dianggap paling paham mengenai strategi *Customer Service* dalam meningkatkan mutu pelayanan di Bank Mandiri KCP Universitas Jember, sehingga dalam penelitian ini, subjek penelitian atau informan yang terlibat yaitu *Branch Operation Supervisor* Bank Mandiri KCP Universitas Jember, Dhina Normalia Pravita.

⁵⁷ Tim Penyusun, *Pedoman penulisan Karya Tulis Ilmiah IAIN Jember*, (Jember: IAIN Jember Press, 2019), 47.

⁵⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2020), 195.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada jenis kualitatif menggunakan peneliti sebagai instrument utama untuk mencari data dengan berinteraksi secara simbolik dengan informan atau subjek yang diteliti. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah:

1. Observasi

Jenis observasi yang digunakan oleh peneliti adalah menggunakan metode observasi terus terang. Observasi jenis ini merupakan cara pengumpulan data dengan pengamatan dimana peneliti menyatakan secara terus terang kepada sumber data bahwa sedang melakukan penelitian. Sehingga sumber data yang diteliti mengetahui sejak awal sampai akhir tentang aktivitas yang dilakukan oleh peneliti.⁵⁹ Observasi ini dilakukan untuk memperoleh data secara langsung berupa:

- a. Letak geografis Bank Mandiri KCP Universitas Jember.
- b. Gambaran dan kondisi Bank Mandiri KCP Universitas Jember.

2. Wawancara

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik wawancara semiterstruktur. Wawancara semiterstruktur dalam pelaksanaannya lebih bebas dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, di mana pihak yang diwawancara dimintai pendapat, dan idenya. Dalam melakukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan

⁵⁹ Sugiono, 108.

secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan.⁶⁰

Adapun informasi yang ingin diketahui oleh peneliti ialah:

- a. Kendala dan solusi yang dihadapi *Customer Service* dalam meningkatkan mutu pelayanan terhadap nasabah pada Bank Mandiri KCP Universitas Jember.
- b. Peran dan strategi pelayanan *Customer Service* dalam meningkatkan mutu pelayanan terhadap nasabah pada Bank Mandiri KCP Universitas Jember.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang untuk dimanfaatkan sebagai bahan pengujian, penafsiran, serta memperluas pengetahuan terhadap sesuatu yang diselidiki.⁶¹ Metode dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen, rapat, agenda, dan lain sebagainya. Data-data yang ingin didapat dari metode dokumentasi ini adalah:

- a. Sejarah berdirinya Bank Mandiri KCP Universitas Jember.
- b. Visi dan Misi Bank Mandiri KCP Universitas Jember.
- c. Struktur Organisasi Bank Mandiri KCP Universitas Jember.
- d. Foto-Foto yang pendukung dan berkaitan dengan penelitian.

⁶⁰ Sugiono, 115-116.

⁶¹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2019), 217.

E. Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis data lapangan.⁶² Miles, Huberman, dan Saldana mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas. Aktivitas dalam analisis data berupa:

1. Reduksi data (*Data Reduction*)

Reduksi data adalah merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting mencari tema dan polanya. Sebelum melakukan langkah reduksi data, peneliti telah melakukan pengumpulan data dari lapangan. Data-data yang sudah terkumpul melalui pencatatan yang teliti dan rinci, maka akan menghasilkan data yang banyak, kompleks, dan rumit menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dengan begitu, peneliti perlu melakukan reduksi data agar data-data tersebut dapat memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk dapat melakukan pengumpulan data serta melengkapinya.

⁶² Sugiyono, *Metode Penelitian*, 321.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data atau mendisplaykan data. Hal ini dimaksud agar peneliti lebih mudah memahami apa yang sedang terjadi, dan merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami. Penyajian data merupakan informasi yang sudah tersusun dan dapat berupa narasi, grafik dan tabel.

3. Penarikan kesimpulan (*conclusion drawing/verification*)

Langkah terakhir yaitu penarikan kesimpulan dan verifikasi. Pada dasarnya tahap ini peneliti berusaha mencari makna dari data yang telah direduksi maupun yang sudah terkumpul dengan cara membandingkannya, mencari tema, pola, persamaan, pengelompokan, dan memeriksa hasil yang telah diperoleh penelitian.⁶³

F. Keabsahan Data

Teknik Keabsahan data dalam penelitian ini berupa triangulasi dalam pengujian kebenaran data diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Peneliti menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber sendiri merupakan teknik untuk menguji kebenaran data dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber. Sedangkan

⁶³ Matthew B. Miles, A Michael Huberman, dan Johnny Saldana, *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook*, (Amerika Serikat: Library of Congress Cataloging-in-Publication Data, 2014), 10.

triangulasi teknik merupakan uji kebenaran data dengan menggunakan cara wawancara, observasi, maupun dokumentasi.⁶⁴

G. Tahap-Tahap Penelitian

Bagian ini menguraikan rencana pelaksanaan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, mulai dari penelitian pendahuluan, pengembangan desain, penelitian sebenarnya, dan sampai pada penulisan skripsi.⁶⁵ Adapun tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Tahap Pra-lapangan

Ada enam tahap kegiatan yang harus dilakukan oleh peneliti dalam tahapan ini. Ditambah dengan satu pertimbangan yang perlu dipahami, yaitu etika penelitian lapangan. Kegiatan dan pertimbangan tersebut meliputi:

- a. Menyusun rencana penelitian
- b. Memilih lapangan penelitian
- c. Mengurus perizinan
- d. Menjajaki dan menilai lapangan
- e. Menentukan informan
- f. Menyiapkan perlengkapan penelitian

2. Tahap Pekerjaan Lapangan

Uraian tentang tahap pekerjaan lapangan dibagi atas tiga bagian, yaitu:

⁶⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian*, 125.

⁶⁵ Tim Penyusun, *Pedoman*, 48.

- a. Memahami latar penelitian dan persiapan diri
 - b. Memasuki lapangan
 - c. Berperan serta sambil menggali data.
3. Tahap Analisis Data

Tahap analisis data dilakukan dengan memilih dan memilah data yang diperoleh peneliti dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi. setelah data disesuaikan dengan rumusan penelitian, maka data akan disajikan dalam bentuk rangkuman, uraian singkat yang didukung oleh data dan dokumen yang diperoleh peneliti, selanjutnya akan ditarik kesimpulan dari penelitian dan hasil laporan.⁶⁶



⁶⁶ Moleong, *Metodologi*, 127-148.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Bank Mandiri Tbk⁶⁷

Pada saat bersamaan, pemerintah melakukan penggabungan (merger) empat bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim, dan Bapindo) menjadi 1 bank baru bernama PT Bank Mandiri (Persero) pada tanggal 31 Juli 1999 kebijakan penggabungan tersebut juga menempatkan dan menetapkan PT Bank mandiri (Persero) Tbk. sebagai pemilik mayoritas baru BSB. Sebagai tindak lanjut dari keputusan merger, Bank mandiri melakukan konsolidasi serta membentuk tim pengembangan perbankan Syariah. Pembentukan tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok perusahaan Bank mandiri sebagai respon atas diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi Syariah (dual banking system).

Tim pengembangan perbankan Syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT Bank Susila Bakti dari bank konvensional menjadi Bank Syariah. Oleh karenanya, tim pengembangan perbankan Syariah segera mempersiapkan sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha BSB berubah dari bank konvensional menjadi bank yang beroperasi

⁶⁷ Sejarah Bank Syariah Mandiri diakses di www.mandirisyariah.co.id,

berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam akta notaris: Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 september 1999. Perubahan kegiatan usaha BSB menjadi Bank umum Syariah dikukuhkan oleh gubernur Bank Indonesia melalui SK gubernur BI No. 1/24/KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya melalui surat keputusan Deputi Gubernur senior Bank Indonesia nomor. 1/1/KEP.DGS/1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT Bank Syariah Mandiri. Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999.

Saat ini Mandiri Syariah memiliki 1 kantor pusat dan 1.736 jaringan kantor yang terdiri dari 129 kantor cabang, 398 kantor cabang pembantu, 50 kantor kas, 1000 layanan Syariah bank di Bank Mandiri dan jaringan kantor lainnya, 114 payment point, 36 kantor layanan gadai, 6 kantor mikro dan 3 kantor non operasional di seluruh provinsi di Indonesia lebih dari 200.000 jaringan ATM.

2. Visi dan Misi Bank Mandiri Tbk⁶⁸

a. Visi

Tantangan ke depan yang semakin kompleks dan kebutuhan untuk terus meningkatkan kinerja secara berkesinambungan serta memberikan kualitas layanan terbaik kepada nasabah membuat Bank Mandiri perlu melakukan transformasi bisnis dan pengelolaan

⁶⁸ Visi dan Misi Bank Mandiri diakses di www.mandiri.co.id

organisasi secara berkelanjutan. Untuk itu, Bank Mandiri telah mencanangkan transformasi Tahap III 2015-2025. Visi jangka panjang Bank Mandiri adalah “To be The Best Bank in ASEAN by 2025”, atau menjadi Bank terbaik di ASEAN tahun 2025. Rumusan visi tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

- 1) Bank Mandiri bertekad menjadi institusi keuangan terbaik di ASEAN, dalam segi pelayanan, produk, dan imbal hasil kepada pemegang saham, serta manfaat yang diterima oleh masyarakat secara luas. Keunggulan ini dicapai dengan menyediakan layanan jasa dan produk yang terintegrasi, solusi keuangan yang didasari oleh pemahaman sektor industri yang mendalam dengan ditopang kemajuan teknologi, kualitas manusia dan sinergi bisnis hingga ke perusahaan anak.
- 2) Menjadi kebanggaan negeri dan setiap insan yang bekerja di Bank Mandiri memiliki tanggung jawab yang harus direalisasikan melalui pengelolaan manajemen dan tata kelola perusahaan yang baik.
- 3) Dengan sasaran mencapai kapitalisasi pasar USD55 miliar dan Return on Equity 23%-27% pada tahun 2020, Bank Mandiri bertekad menjadi ikon perbankan Indonesia di ASEAN.

b. Misi

Untuk mencapai visi tersebut, strategi pertumbuhan Bank Mandiri ke depan akan difokuskan pada 3 (tiga) misi utama sebagai berikut:

- 1) Memperkuat leadership di segmen wholesale dengan melakukan pendalaman relationship dengan nasabah. Strategi ini bertujuan agar Bank Mandiri dapat meningkatkan share of wallet dan rasio crosssell revenue dari nasabah wholesale Mandiri, melalui penyediaan solusi produk wholesale yang terintegrasi, solusi yang berbasis ekspertis di sektor usaha nasabah, dan berperan aktif mendukung aktivitas nasabah Mandiri yang melakukan ekspansi bisnis ke negara lain dengan penyediaan solusi yang bersifat cross border.
- 2) Menjadi Bank pilihan nasabah di segmen retail, dengan akselerasi bisnis di segmen-segmen utama yang menjadi pendorong utama pertumbuhan bisnis Bank Mandiri, yaitu: (-) Di segmen mikro, Bank Mandiri ingin menjadi penantang terkuat di pasar, melalui kemudahan akses nasabah mikro ke jaringan distribusi Bank Mandiri. (-) Di segmen Small Medium Enterprise (SME), Bank Mandiri ingin menjadi Bank Utama pilihan nasabah SME, melalui penetrasi dan akuisisi nasabah yang difokuskan pada sektor-sektor potensial, untuk memenuhi seluruh kebutuhan nasabah SME. (-) Sedangkan di segmen Individual, Bank Mandiri fokus pada

membangun kepemimpinan melalui penawaran produk consumer yang lengkap dan berdaya saing, memiliki inovasi untuk memperkuat dominasi di retail payment.

- 3) Mengintegrasikan bisnis di semua segmen yang ada di Bank Mandiri, termasuk dengan Perusahaan Anak. Melalui strategi ini, Bank Mandiri ingin mendorong budaya cross-sell, baik antar unit kerja yang menangani segmen wholesale dan retail, termasuk dengan perusahaan anak, serta mendorong regionalisasi bisnis dan mengoptimalkan jaringan distribusi di wilayah.

Ketiga misi fokus tersebut juga akan didukung dengan penguatan organisasi untuk memberikan solusi layanan terpadu, peningkatan infrastruktur (kantor cabang, IT, operations, risk management) serta penguatan sumber daya manusia.

3. Struktur Organisasi Bank Mandiri KCP Universitas Jember⁶⁹

Tabel 4.1
Struktur Organisasi Perusahaan

No	Nama Pegawai	Jabatan
1	Riyandi Satya Greha	Branch Manager
2	Riswati Dian A.	Micro Branch Manager
3	Dhina Normalia P.	BOS
4	Dianny Indah Pratiwi	Customer Service
5	Nagest Dwi Harsono	Teller
7	Dwi Hana Rosida	Customer Service
8	Hilda Nindya	Teller
9	Devi Angelia Putri	Mikro Kredit Analis

⁶⁹ Struktur Organisasi Bank Mandiri KCP Universitas Jember

10	Mochamad Bagus Santoso	Salas Generalist Productive
11	Ainnur Rohman	Salas Generalist Productive
12	Abdul Wafi Arief Siswanto	Salas Generalist Productive
13	Aditya Kristanto	Salas Generalist Productive
14	Gufron Nawawi Catur P.	Collection
15	Zuhrotul Vikriyah	Salas Generalist Komsumtif
16	Rosalina Ambarsari	Salas Generalist Komsumtif
17	Albram febrianto	Security
18	Moh Fauzi	Security
19	Noval Bagus Pribadi	Driver

Sumber : dokumen perusahaan

B. Penyajian Data dan Analisis

Dalam pelaksanaannya, seorang *customer service* menjadi tonggak utama membantu pelayanan kepada urusan masyarakat. Maka berikut ini disajikan berbagai temuan hasil wawancara dan observasi yang peneliti peroleh mengenai peran, kendala, serta solusi yang ditawarkan *customer service* dalam meningkatkan mutu pelayanan kepada nasabah di Bank KCP Mandiri Universitas Jember.

1. Peran *Cutomer Service* dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Nasabah pada Bank Mandiri Kantor Cabang Jember Universitas Jember

Informan dalam penelitian ini meliputi seorang *branch manager* / BM (Riyandi Satya Greha / RSG), *branch operation supervisor* / BOS (Dhina Normalia Pravita / DNP) dan dua orang *customer service* / Customer Service (Dianny Indah Pratiwi / DIP dan Dwi Hana Rosida / DHR). Dalam konteks peran *customer service* ini, menjadikan dua komponen utama seorang *customer service*, bisa menjalankan perannya

dengan baik. Yakni bisa menjalankan tugas pokok dan fungsinya dengan baik. Dua hal tersebut menjadi hal dasar eksistensi dan keberadaan *customer service* dapat mempengaruhi kualitas layanan hingga peningkatan daya tarik nasabah. Hal ini rupanya disampaikan dengan tegas oleh RSG berikut ini.

Peran dasar seorang *customer service* itu bisa menguasai tugas dan fungsinya kepada masyarakat sebagai nasabah. Totalitas atas kedua hal tersebut yang harus dipertahankan sampai kapanpun dia bertugas. Ya intinya cuma satu, bisa mempertahankan nasabah dan mendapatkan nasabah.⁷⁰

Selain pernyataan di atas, rupanya DIP juga menyampaikan:

Peran saya di sini ya melayani nasabah dan memenuhi keluhan dan kebutuhan mereka. Tentu semua ini saya jalankan berdasarkan tupoksi. Adalagi untuk mempertahankan nasabah juga menambah peningkatan nasabah.⁷¹

Selaras dengan dua pernyataan di atas, DHR selaku *customer service* mengungkapkan:

Kan peran kita di sini sama dan sesuai dengan tupoksinya. Dari sejak awal kita melamar diri sebagai *customer service*, direkrut, hingga kemudian sudah teken kontrak, ya harus bisa menjadi pelayan masyarakat. Sehingga nasabah yang lama tetap setia dengan bank kita dan menarik perhatian nasabah baru. Dan semua peran kita di sini jelas mencoba mengaplikasikan tupoksi kepada nasabah.⁷²

Sementara DNP juga menambahkan :

Bicara masalah peran, *Customer Service* itu perannya sebagai garda terdepan keluhan, kebutuhan, serta pemenuhan harapan nasabah. Jadi penyalur utama bank berada di tangan *Customer*

⁷⁰ Wawancara dengan bapak Riyandi Satya Greha (*Branch Manager*), pada tanggal 14 April 2023 Jam 09.00 WIB

⁷¹ Wawancara dengan Dianny Indah Pratiwi (*Customer Service*), pada tanggal 14 April 09.30 WIB

⁷² Wawancara dengan Dwi Henna Rosida (*Customer Service*), pada tanggal 14 April 2023, 10.00 WIB

Service Tentunya harus bisa mempunyai *product knowledge* dan paham atas tupoksinya.⁷³

Berdasar pada hasil wawancara di atas menjelaskan bahwa peran *customer service* haruslah menyesuaikan dengan tugas pokok dan fungsinya sebagai petugas pelayanan nasabah.

RSG menyebutkan bahwa ada beberapa tugas utama yang pokok yang perlu diperhatikan dan dipertahankan oleh seorang *customer service*.

Tugasnya pertama, membantu kebutuhan dan permasalahan nasabah. Kedua, memperkenalkan informasi jasa, produk, fitur, dan layanan bank. Ketiga ya mempertahankan nasabah dan mendapatkan nasabah baru tiap tahunnya.⁷⁴

Hal ini dibenarkan oleh pernyataan DIP yang menjelaskan:

Masalah tugas, yang paling utama ya melayani nasabah. Itu yang terpenting. Misalnya seperti memberi informasi mengenai produk-produk, jasa, layanan apa saja, dan fitur apa saja kepada nasabah. Tugas yang lain yang cukup berat ya mempertahankan nasabah dan meningkatkan daya tarik nasabah dengan percaya dengan kualitas bank kita.⁷⁵

Selain itu, lebih detail mengenai tugas yang dilakukan *customer service* diungkapkan oleh DNP ialah:

Tugasnya itu, jika ada nasabah baru, mengantarkan pemahaman mereka mengenai kebutuhan mereka dulu. Kemudian, kami memberi tahu apa saja informasi yang dibutuhkan dan produk yang kami tawarkan. Selanjutnya yah mengisi formulir sesuai identitas nasabah dan membuatkan mereka buku tabungan beserta ATM nya. Untuk mempertahankan nasabah itu tugas kami biasanya menyediakan fitur dan layanan tambahan kepada nasabah yang lebih memudahkan mereka bertransaksi dalam hal apapun. Tentu saja fitur atau layanan yang kami tawarkan, kami atur aktivasi serta

⁷³ Wawancara dengan Dhina Normalia Pravita (*Branch Operation Supervisor*), pada tanggal 13 April 10.00 WIB

⁷⁴ Wawancara dengan bapak Riyandi Satya Greha (*Branch Manager*), pada tanggal 14 April 2023 Jam 09.00 WIB

⁷⁵ Wawancara dengan Dianny Indah Pratiwi (*Customer Service*), pada tanggal 14 April 09.30 WIB

penggunaannya. Jadi tidak ada kesusahan di kemudian hari bagi nasabah.⁷⁶

Tentu pernyataan DHR menjadi penguat dari semua pernyataan di atas.

Tugas Seorang *customer service* harus bertanggung jawab dari awal sampai selesainya suatu pelayanan. Selain itu juga harus bisa menjalankan pelayanan secara prima.⁷⁷

Beberapa temuan hasil wawancara di atas menyatakan bahwa tugas *customer service* mencakup beberapa hal, bertanggung jawab atas pelayanan yang dibutuhkan nasabah, membantu permasalahan nasabah, memberikan informasi mengenai produk, jasa, serta fitur layanan yang dimiliki, dan mempertahankan kepercayaan dan kesetiaan nasabah.

Mengenai fungsi, fungsi ialah kegunaan suatu hal, daya guna, dan pekerjaan yang dilakukan. Maka dalam hal ini, fungsi *customer service* ialah diungkapkan oleh DHR berikut ini.

Kalau fungsi Customer Service itu umumnya jadi resepsionis penerima tamu kan. Tapi kalau di dunia perbankan, menerima setiap nasabah. Kemudian, jadi sales dan komunikator perwakilan bank.⁷⁸

Customer service memang menjadi pelayan yang selalu siaga menerima nasabah. Jadi benar saja jika dikatakan selayaknya sebagai resepsionis. Hal ini juga dijelaskan oleh DNP.

Kalau fungsi itu kegunaan yah. Jadi gunaya Customer Service itu jadi sales iya, jadi fasilitator iya, jadi komunikator juga,

⁷⁶ Wawancara dengan Dhina Normalia Pravita (*Branch Operation Supervisor*), pada tanggal 13 April 10.00 WIB

⁷⁷ Wawancara dengan Dwi Henna Rosida (*Customer Service*), pada tanggal 14 April 2023, 10.00 WIB

⁷⁸ Wawancara dengan Dwi Henna Rosida (*Customer Service*), pada tanggal 14 April 2023, 10.00 WIB

resepsionis, dan pemberi tahu cara kerja produk, jasa atau fitur layanan.⁷⁹

Pernyataan dari DNP, menguak lebih banyak fungsi Customer Service yang dijelaskan oleh DHR. Namun berikut ini pernyataan dari RSG yang menjadi pelengkap dari fungsi *customer service* lebih detail.

Fungsinya itu jadi resepsionis itu sudah jelas yah. Terus jadi perwakilan bank (komunikator), jadi *public relation* dengan nasabah, *deskman*, dan sales juga. Fungsi itu yang membuat tugas Customer Service itu lebih kompleks jadi pelayan nasabah.⁸⁰

Menurut hasil wawancara dari semua informan di atas, mengungkapkan fungsi *customer service* yakni sebagai resepsionis (penerima nasabah), *deskman* (pelayan permohonan nasabah), sales (penjual produk dan jasa), komunikator (penyalur informasi), dan *public relation* (hubungan masyarakat). Maka, dalam hal ini fungsi *customer service* secara lengkap menjadikan posisinya yang sentral dalam pelaksanaan pelayanan dan peningkatan mutu pelayanan.

2. Kendala dan Solusi *Customer Service* dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Nasabah pada Bank Mandiri Kantor Cabang Jember Universitas Jember

Sebab penelitian ini mengkaji mengenai mutu pelayanan yang diberikan *customer service* kepada para nasabah, maka informan juga diambil dari wawancara kepada dua orang nasabah Bank Mandiri KCP Universitas Jember. Di antaranya bapak Kusniadi dan Ibu Murniati.

⁷⁹ Wawancara dengan Dhina Normalia Pravita (*Branch Operation Supervisor*), pada tanggal 13 April 10.00 WIB

⁸⁰ Wawancara dengan bapak Riyandi Satya Greha (*Branch Manager*), pada tanggal 14 April 2023 Jam 09.00 WIB

Berdasarkan hasil wawancara dari RSG menjelaskan:

Setiap nasabah bisa saja menuangkan kendalanya langsung kepada Customer Service. Namun, selama ini seperti tidak ada kendala yang tidak bisa para Customer Service tangani. Kendalanya mungkin cuma waktu mengantre nasabah itu saja. Karena kebutuhan dan layanan tiap customer itu kan berbeda. Jadi membutuhkan waktu yang berbeda juga. Namun namanya customer yang sudah terbiasa dengan kondisi dan pelayanan Customer Service, tidak akan merasa kecewa karena durasi waktu mengantre sesuai dengan pelayanan yang diberikan.⁸¹

Pernyataan di atas diungkap serupa oleh DHR yang menyatakan:

Customer jarang yah mengeluhkan sesuatu. Dan hampir semua permasalahan bisa kami atasi. Masalah durasi lamanya mengantre itu bukan kendala sebenarnya. Tapi semua customer memang dilayani dan diberi waktu pelayanan sesuai kecepatan kami bekerja tanpa mengulur waktu. Karena kasian customer lain jika kami tidak sigap.⁸²

Mungkin waktu mengantre bagi sebagian customer yang terburu-buru kebutuhan dan urusannya ditangani oleh *customer service*, biasanya akan mengeluhkan itu sebagai kendala. Namun, menurut para customer service menyebutkan bahwa itu meruoakan suatu keharusan setiap customer untuk bisa menghargai customer lain yang lebih dahulu dalam antrean. Hal ini jelas disampaikan oleh DIP berikut ini.

Customer biasanya mengeluhkan lamanya waktu mengantre. Sedangkan customer yang lebih dahulu datang berhak mendapatkan pelayanan terlebih dahulu dan berhak mendapatkan pelayanan terlebih dahulu. Menurut kami, tetap semuanya bisa kami atasi dan berikan pelayanan dengan baik tanpa ada perbedaan karakteristik customer.⁸³

Sementara DNP lebih jelas menerangkan:

⁸¹ Wawancara dengan bapak Riyandi Satya Greha (*Branch Manager*), pada tanggal 14 April 2023 Jam 09.00 WIB

⁸² Wawancara dengan Dwi Henna Rosida (*Customer Service*), pada tanggal 14 April 2023, 10.00 WIB

⁸³ Wawancara dengan Dianny Indah Pratiwi (*Customer Service*), pada tanggal 14 April 09.30 WIB

Kendalanya tidak ada yah menurut saya. Para Customer service bisa mengatasi semua permasalahan customer. Dengan hanya ada 2 Customer Service tidak menutup keberhasilan pelayanan. Nasabah biasanya kan mengantre untuk mendapatkan pelayanan. Antrean itu bukan karena Customer Service yang lama melayani, namun proses dari pemenuhan kebutuhan dan layanan yang dibutuhkan tiap customer berbeda.⁸⁴

Rupanya pendapat dari bapak Kusniadi selaku nasabah menuturkan:

Kendalanya tidak ada menurut saya. Kalau dibilang lama karena mengantre, itu hal biasa. Namanya juga lagi mau memperbaiki atau melakukan suatu layanan perbankan, jadi maklum memerlukan waktu. Bukan mengulur waktu yah, saya melihat sudah tepat dan tanggap dalam melayani.⁸⁵

Berjalan lurus dengan ungkapan di atas, pendapat ibu Murniati pun membenarkan.

Yang jadi kendala mungkin hanya dari segi waktu mengantre yah. Tapi tetap akhirnya akan dilayani sesuai nomor antrean dan kebutuhan nasabah. Cuma mungkin harus bisa menghargai kepentingan dan giliran antrean yang lebih dulu. Masih bisa ditolerir dan tidak mengganggu kami sebagai nasabah.⁸⁶

Sesuai dari beberapa hasil wawancara di atas, tentu menjelaskan bahwa kendala yang dialami para customer service sejauh ini tidak mengalami kendala yang krusial atau memberatkan. Bersyukur para *customer service* mampu melayani semua kebutuhan dan permasalahan para customer.

Kendala di atas sebenarnya mengisyaratkan bahwa pelayanan yang telah diberikan dan disuguhkan para *customer service* dikatakan bermutu

⁸⁴ Wawancara dengan Dhina Normalia Pravita (*Branch Operation Supervisor*), pada tanggal 13 April 10.00 WIB

⁸⁵ Wawancara dengan bapak Kusniadi (Nasabah), pada tanggal 17 April 2023, 09.30 WIB

⁸⁶ Wawancara dengan Murniati (Nasabah), pada tanggal 17 April 2023, 10.15 WIB

dan berkualitas. Membangun dan mempertahankan pelayanan yang berkualitas menjadi solusi yang penting bagi *customer service*. Maka berikut ini, dijelaskan mengenai aspek-aspek penunjang kualitas pelayanan yang diberikan *customer service* Bank Mandiri KCP Universitas Jember kepada para nasabah.

Pelayanan yang bermutu biasanya cenderung dirasakan dari hal-hal yang nyata nampak terlihat oleh indra para nasabah. Hal yang paling mendasar yakni fasilitas yang diberikan, dan penampilan pada *customer service* sebagai pelayan nasabah. Hal ini dinyatakan langsung oleh bapak Kusniadi.

Biasanya hal yang baik itu yang nampak terlihat oleh kita. Seperti fasilitas ruang antre, ruangan yang memadai untuk para nasabah bergerak, dan kenyamanan ruangan juga yang dirasakan. Secara kalau menunggu dengan waktu yang relatif lama, tidak bakal mau nasabah menunggu dalam kondisi ruangan panas atau berdesakan.⁸⁷

Kemudian hal ini diperkuat oleh pernyataan dari ibu Murniati. Ia menjelaskan:

Bukti pelayanan yang baik saya rasakan dari segi fasilitasnya. Baik dari kursi yang disediakan untuk nasabah, ruangan yang luas, kenyamanan ruangan, dan para karyawan CS nya yang ramah dalam melayani. Bukan cuma itu, penampilan para CS juga rapi dan proporsional sehingga nampak profesionalitasnya sebagai pelayan nasabah.⁸⁸

Kedua pendapat dari para nasabah tersebut rupanya sejalan dengan ungkapan dari DIP selaku *customer service*.

Tentu kalau dari segi bukti langsung yang diberikan pihak kami kepada para nasabah, itu ditunjukkan dengan ruangan berAC

⁸⁷ Wawancara dengan bapak Kusniadi (Nasabah), pada tanggal 17 April 2023, 09.30 WIB

⁸⁸ Wawancara dengan Murniati (Nasabah), pada tanggal 17 April 2023, 10.15 WIB

sehingga membuat para nasabah tidak merasa tertekan dengan kondisi panas luar ruangan. Selain itu, ruangan yang relatif lebih luas sehingga ruang pergerakan lebih nyaman. Dan kursi bagi nasabah ketika menunggu antrean, dan tentu yang terpenting di kami itu pelayanan yang memprioritaskan kedisiplinan secara lahir dan batin.⁸⁹

Pernyataan di atas sangat detail dijelaskan, sehingga penjelasan

DHR di bawah ini menjadi penyempurna dari rincian aspek *tangibles* ini.

Yang pertama itu penampilan yang baik seperti kerapian, gaya bicara, dan gerak tubuh yang harus proporsional dengan prosedur kantor. Selanjutnya demi kenyamanan para nasabah, tempat duduk, ruangan yang luas dan berAC, dan dijaga stabilitas nomor antrean tiap nasabahnya.⁹⁰



Gambar 4.1 Tampak Ruangan Bank Mandiri KCP UNEJ

Berdasar uraian hasil wawancara di atas, diketahui bahwa bukti nyata pelayanan yang diberikan oleh *customer service* yakni menyediakan ruangan berAC dan luas, kursi untuk nasabah, dan penampilan para *customer service* yang menunjukkan kedisiplinan secara personalnya.

Salah satu tolak ukur lainnya apakah suatu pelayanan bisa berkualitas di mata para nasabah yakni keandalan. Berikut ini dijelaskan selengkapnya oleh bapak kusniadi mengenai keandalan Customer service.

⁸⁹ Wawancara dengan Dianny Indah Pratiwi (*Customer Service*), pada tanggal 14 April 09.30 WIB

⁹⁰ Wawancara dengan Dwi Henna Rosida (*Customer Service*), pada tanggal 14 April 2023, 10.00 WIB

Mengandalkan *customer service* dalam hal keuangan sudah barang tentu hal yang wajib dipercaya di dunia perbankan. Secara mereka yang lebih tahu mengenai prosedur dan alur penyimpanan uang maupun untuk transaksi atau kebutuhan nasabah lainnya. Kami juga diberikan bukti tanda terima atau struk setiap kali melakukan transaksi. Jika tidak ada alasan untuk tidak mengandalkan Customer Service dalam hal ini, kenapa harus ke Customer Service jika nasabah masih ragu terhadap mereka. Kan begitu.⁹¹

Ibu Murniati juga menerangkan:

Para *customer service* tentu sudah dilatih dan dibina yah sebelum melakukan tugasnya. Yah pasti sudah tahu bahwa nasabah hanya bisa mengandalkan Customer Service untuk kepentingan perbankan kan. Tugas mereka kan melayani, jadi keandalan mereka sangat dibutuhkan sehingga sama-sama menguntungkan.⁹²

Lebih jelasnya, memang sudah seharusnya seorang *customer service* memprioritaskan dirinya sebagai seseorang yang bisa diandalkan dan tentunya juga disesuaikan dengan SOP (standar operasional prosedur) kantor. Hal ini jelas disampaikan oleh DHR berikut ini.

Yang kami andalkan yakni kinerja kami yang disesuaikan dengan SOP dan kebutuhan para nasabah. Nasabah perlu dilayani dan tugas kami sebagai orang bisa diandalkan yang bisa membantuk memenuhi kebutuha dan permasalahan mereka.⁹³

Mengenai SOP yang dimaksud di atas, DIP menegaskan:

Pelayanan yang baik itu kan bisa menempatkan pelayan sebagai orang yang bisa diandalkan. Salah satunya yang bisa diandalkan yakni *customer service*. Dan *customer service* tidak serta merta melayani sembarangan namun sudah terstruktur dengan adanya SOP. Jadi semua kinerja dan pelayanan yang diberikan harus sesuai dengan tupoksi itu tadi dan SOP yang berlaku demi kenyamanan nasabah. SOP itu biasanya berisi mengenai keharusan Customer Service untuk bisa menguasai jenis-jenis produk, jasa layanan yang dimiliki, fitur, dan berbagai layanan lainnya.

⁹¹ Wawancara dengan bapak Kusniadi (Nasabah), pada tanggal 17 April 2023, 09.30 WIB

⁹² Wawancara dengan Murniati (Nasabah), pada tanggal 17 April 2023, 10.15 WIB

⁹³ Wawancara dengan Dwi Henna Rosida (*Customer Service*), pada tanggal 14 April 2023, 10.00 WIB

Tujuannya yah agar customer tidak kecewa dan menjawab apa menjadi keluhan mereka.⁹⁴

Berdasarkan beberapa ungkapan tersebut, menyebutkan bahwa benar posisi customer service menjadi subjek yang bisa diandalkan para nasabah dalam pelayanan yang dibutuhkan. Tentu saja para customer service menjadikan SOP dan Tupoksi sebagai acuan dalam memberikan layanan kepada nasabah.

Selanjutnya, aspek daya tanggap sering menjadi hal krusial sebab perhatian dan loyalitas nasabah bisa saja terpengaruh dengan respon dari customer service terhadap nasabah. DHR menjelaskan:

Responsifitas tetap kami perhatikan. Sebab bukti keluhan atau kebutuhan nasabah terjawab atau terpenuhi dari segi respon yang kami berikan kepada mereka. Dan itu yang akan berdampak pada kesetiaan nasabah pada bank kami.⁹⁵

Kemudian DIP menambahkan:

Bentuk respon yang kami berikan dengan mendengar dan menerima setiap keluhan dan permasalahan para nasabah. Mereka menceritakan dan kami menawarkan solusi atau mereka meminta bantuan dan kami berikan mereka bantuan. Senyaman mungkin kami menggunakan bahasa yang mudah dipahami nasabah dan dapat diterima di hati para nasabah.⁹⁶

Rupanya hal ini juga sejalan dengan ungkapan dari ibu Murniati:

Biasanya mereka setelah mendengar permintaan bantuan atau keluhan kami, mereka dengan sigap memberikan jawaban dan solusi bagi kami. Jadi terkadang tidak butuh waktu lama kami sudah bisa mendapatkan pelayanan sesuai kebutuhan kami.⁹⁷

⁹⁴ Wawancara dengan Dianny Indah Pratiwi (*Customer Service*), pada tanggal 14 April 09.30 WIB

⁹⁵ Wawancara dengan Dwi Henna Rosida (*Customer Service*), pada tanggal 14 April 2023, 10.00 WIB

⁹⁶ Wawancara dengan Dianny Indah Pratiwi (*Customer Service*), pada tanggal 14 April 09.30 WIB

⁹⁷ Wawancara dengan Murniati (Nasabah), pada tanggal 17 April 2023, 10.15 WIB

Sementara bapak Kusniadi juga menerangkan:

Respon mereka cukup cepat dan sudah tepat sama dengan apa yang kami maksud dan butuhkan. Permasalahan teratasi dan mereka mau mendengar keluhan kami. Fast respon juga bisa didapat lewat Mandiri Call itu kan. Jadi tidak perlu lagi khawatir jika ada permasalahan.⁹⁸

Dari keempat informan di atas menyatakan hal serupa bahwa memang kecepatan, ketepatan, dan daya tangkap *customer service* berikan terhadap permasalahan, keluhan, ataupun kebutuhan nasabah sudah terbilang baik.

Jaminan dalam penentuan mutu suatu pelayanan dianggap penting. Sebab jaminan menjadi suatu garansi jika di kemudian hari akan mendapatkan permasalahan. Hal ini dijelaskan oleh bapak Kusniadi secara singkat.

Kalau masalah jaminan itu, jaminan yang diberikan kalau transaksi itu kan langsung ada struk atau tanda terima/transaksi kan. Jadi transaksi sudah tercatat langsung di bank dan kami juga bisa mendapatkan tanda terimanya. Jika suatu waktu dibutuhkan kan.⁹⁹

Selanjutnya ibu Murniati menjelaskan:

Jaminannya itu ada bukti transaksi. Terus ada yang namanya print transaksi selama sebulan tertentu (jika mau). Jadi ketahuan dan tercatat dengan jelas bukti semua transaksi dengan jelas kan. Itu saja menurut saya jaminan yang diberikan.¹⁰⁰

Kemudian DIP menambahkan pernyataan bapak Kusniadi dan ibu Murniati sebagaimana berikut.

Customer jika melakukan transaksi kami berikan struk transaksinya. Dan jika ada permasalahan mengenai suatu pelayanan

⁹⁸ Wawancara dengan bapak Kusniadi (Nasabah), pada tanggal 17 April 2023, 09.30 WIB

⁹⁹ Wawancara dengan bapak Kusniadi (Nasabah), pada tanggal 17 April 2023, 09.30 WIB

¹⁰⁰ Wawancara dengan Murniati (Nasabah), pada tanggal 17 April 2023, 10.15 WIB

yang diberikan, atau tidak mengerti suatu penggunaan aplikasi atau layanan kami, bisa kembali ke sini tanpa dipungut biaya.¹⁰¹

Kemudian DHR juga menyebutkan hal sama berikut ini.

Setiap nasabah bisa berkunjung ke sini untuk menanyakan atau meminta bantuan tanpa ada biaya atau gratis. Namun, seperti pembuatan buku tabungan dan ATM itu kan memang produk atau jasa yang akan digunakan nasabah, dan jelas itu berbayar.¹⁰²

Jaminan yang diberikan yakni adanya semua bukti transaksi yang dilakukan para nasabah, dan tidak adanya pungutan biaya pada pelayanan untuk permasalahan yang terjadi pada nasabah. Tidak hanya itu, para nasabah bisa datang kembali jika ada kemungkinan ada layanan kurang dimengerti atau terjadi permasalahan.

Bapak Kusniadi menjelaskan mengenai empati yang juga diberikan kepada nasabah berupa :

Biasanya *customer service* itu tidak membedakan nasabah. Baik itu nasabah dengan status sosial yang tinggi ataupun dengan status sosial yang disabilitas. Jadi bentuk perhatian mereka tidak terpusat pada satu klasifikasi nasabah. Tapi menyamakan semua nasabah sebagai orang mempunyai kebutuhan yang sama dan patut untuk dilayani semua.¹⁰³

Dilanjutkan dengan ungkapan ibu Murniati yang menambahkan beberapa bentuk perhatian *customer service* lainnya kepada nasabah.

Benar perhatian itu penting diberikan kepada kita sebagai nasabah. Tanpa perhatian maka tidak akan mendapatkan kepuasan pelayanan kan. Perhatian yang biasanya diberikan itu seperti tidak ada bentuk diskriminatif nasabah, dan terlebih lagi pada jam makan siang misalnya, para petugas terutama *customer service* rela

¹⁰¹ Wawancara dengan Dianny Indah Pratiwi (*Customer Service*), pada tanggal 14 April 09.30 WIB

¹⁰² Wawancara dengan Dwi Henna Rosida (*Customer Service*), pada tanggal 14 April 2023, 10.00 WIB

¹⁰³ Wawancara dengan bapak Kusniadi (Nasabah), pada tanggal 17 April 2023, 09.30 WIB

bergantian untuk isihoman demi menjaga keutuhan dalam pelayanan. Saya rasa itu saja.¹⁰⁴

Rupanya hal tersebut dibenarkan oleh ungkapan DHR selaku salah satu *customer service*.

Perhatiannya itu kami berikan sikap ramah, bertutur yang sopan dan sesuai dengan etika pelayanan. Kemudian bentuk perhatian lain itu kami tidak membedakan kebutuhan atau status nasabah.¹⁰⁵

Kemudian DIP juga menyatakan dengan singkat:

Empati yang diberikan berupa sopan santun, ramah dalam melayani, tidak mendahulukan kehendak pribadi dan tidak memilih nasabah berdasarkan karakteristik status sosialnya.¹⁰⁶

Disajikan temuan beberapa hasil wawancara di atas menampilkan empati atau perhatian yang diberikan *customer service* kepada nasabah berupa tidak ada bentuk diskriminasi ataupun mendahulukan kehendak, dan memberikan perlakuan yang sopan santun serta ramah.

C. Pembahasan Temuan

1. Peran *Cutomer Service* dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Nasabah pada Bank Mandiri Kantor Cabang Jember Universitas Jember
 Sebagaimana teori yang dikemukakan oleh Kasmir, bahwa peran seorang *customer service* mencakup dua peran pokok, yakni:¹⁰⁷

- a. Berusaha Mempertahankan Nasabah

Artinya nasabah lama tetap setia menjadi nasabahnya dan tidak lari ke perusahaan lain, nasabah lama juga dipengaruhi untuk

¹⁰⁴ Wawancara dengan Murniati (Nasabah), pada tanggal 17 April 2023, 10.15 WIB

¹⁰⁵ Wawancara dengan Dwi Henna Rosida (*Customer Service*), pada tanggal 14 April 2023, 10.00 WIB

¹⁰⁶ Wawancara dengan Dianny Indah Pratiwi (*Customer Service*), pada tanggal 14 April 09.30

¹⁰⁷ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2010), 180.

menambah jumlah transaksinya. Mempertahankan nasabah lama melalui pelayanan yang lebih baik dan pembinaan hubungan yang lebih akrab dengan nasabah.

b. Berusaha Mendapat Nasabah Baru

Artinya *customer service* melalui berbagai pendekatan, missal merayu nasabah yang baru datang pertama kali untuk menjadi nasabah kita seterusnya. Caranya mampu meyakinkan nasabah baru tentang kualitas produk yang kita tawarkan dan tunjukkan dengan layanan terbaiknya, sehingga nasabah merasa yakin dan memutuskan menjadi nasabah baru.

Rupanya peran para *customer service* di Bank Mandiri KCP Universitas Jember, sesuai dengan temuan teori Kasmir tersebut. Hasil analisis data sebelumnya menunjukkan bahwa peran *customer service* mampu meningkatkan mutu pelayanan di Bank Mandiri KCP Universitas Jember dengan tetap berusaha mempertahankan dan mendapatkan nasabah baru. Tentu saja, dalam mencapai peran tersebut, realisasi kinerja yang dilakukan disesuaikan dengan tugas pokok dan fungsi *customer service*. Fungsi dan Tugas *Customer Service* adalah memberikan pelayanan dan membina hubungan baik dengan masyarakat, sehingga harus ditekuni dengan penuh kemampuan, kecekatan, ketekunan. Seorang *customer service* juga harus bertanggung jawab dari awal sampai selesainya suatu pelayanan. Fungsi dan tugas-tugas *customer service* harus benar-benar

dipahami sehingga seorang *customer service* dapat menjalankan tugasnya secara prima.

Kasmir dengan tegas menyebutkan teori mengenai tugas pokok dan fungsi dari seorang *customer service*. Berikut ini penjelasannya:¹⁰⁸

a. Sebagai Resepsionis

Sebagai Resepsionis, *customer service* berfungsi sebagai penerima tamu yang datang ke perusahaan. Tamu di sini bisa siapa saja, entah pelanggan, calon pelanggan, *supplier*, atau pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan. Dalam hal ini *customer service* harus bersikap ramah, sopan dan menyenangkan.

b. Sebagai *Deskman*

Sebagai *Deskman*, fungsi *customer service* adalah sebagai orang yang melayani berbagai macam aplikasi (permohonan) yang diajukan pelanggan atau calon pelanggan. Permohonan mulai dari pengisian formulir sampai dengan kelengkapan data yang dibutuhkan atau dipersyaratkan.

c. Sebagai *Salesman*

Sebagai *Salesman*, *customer service* merupakan seorang yang menjual produk kepada pelanggan atau calon pelanggan. Dalam hal ini, *customer service* harus dapat menjelaskan sesuatu yang berkaitan dengan produk. Tujuannya adalah agar pelanggan atau calon pelanggan

¹⁰⁸ Kasmir, *Pemasaran Bank*, 180-181.

tertarik hingga akhirnya membeli. Dalam fungsi ini, *customer service* juga sekaligus sebagai pelaksana *cross selling* terhadap pelanggan.

d. Sebagai *Customer Relation Officer*

Sebagai *customer service relation officer*, tugas *customer service* sebagai orang yang dapat membina hubungan baik dengan semua pelanggan, termasuk membujuk atau merayu agar pelanggan bertahan, tidak lari dari perusahaan yang bersangkutan apabila menghadapi masalah.

e. Sebagai Komunikator

Sebagai Komunikator, CS merupakan penghubung antara perusahaan dengan pelanggan atau pihak lain yang berkepentingan terhadap perusahaan. Dalam hal ini, fungsi CS adalah menghubungi pelanggan dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungannya antara perusahaan dengan pelanggan.

Sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kasmir di atas, rupanya adanya relevansi antara data teoritis dengan data empiris yang didapat peneliti di Bank Mandiri KCP Universitas Jember. Dapat diformulasikan bahwa tugas pokok dan fungsi *customer service* di Bank Mandiri KCP Universitas Jember memang menjadi acuan mereka dalam menjalankan perannya sebagai *customer service*. Diketahui bahwa fungsi utama adanya perbankan yakni sebagai penghimpun dan penyalur dana masyarakat serta bertujuan untuk menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan pembangunan dan hasil-

hasilnya, pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional, ke arah peningkatan taraf hidup rakyat banyak. Sedangkan perbankan yang berada lingkup sebuah Perguruan Tinggi sebagai penunjang kredit peningkatan dan pembangunan ekonomi Perguruan Tinggi.

Data empiris yang diperoleh peneliti dari tugas pokok dan fungsi *customer service* di Bank Mandiri KCP Universitas Jember, sebagaimana berikut ini.

a. Tugas Pokok *Customer Service*

- 1) Membantu pelanggan untuk memberikan informasi dan formulir
- 2) Membantu menyelesaikan pengaduan pelanggan
- 3) Memperkenalkan produk-produk atau jasa-jasa perusahaan.
- 4) Memberikan informasi mengenai fitur dan layanan perusahaan
- 5) Mempertahankan pelanggan agar tetap setia pada perusahaan dan mencari pelanggan yang baru

b. Fungsi *customer service* adalah sebagai berikut:

- 1) Sebagai resepsionis
- 2) Sebagai *public relation*
- 3) Sebagai komunikator
- 4) Sebagai fasilitator
- 5) Sebagai sales
- 6) Sebagai *deskman*

Data teoritis dan empiris yang peneliti temukan ini menunjukkan bahwa memang sejatinya seorang *customer service* merupakan seseorang

yang memberikan pelayanan secara siaga dan prima atas kebutuhan, keinginan, ataupun keluhan pelanggan. Tidak hanya itu, posisi CS juga menjadi garda terdepan bagi Bank Mandiri KCP Universitas Jember untuk menjalin komunikasi, interaksi, dan jalinan kerja sama dengan para customer. Kerap kali, peran CS ini menjadi andalan baik perusahaan sebagai komunikator aktif dan sebagai fasilitator bagi para nasabah.

2. Kendala dan Solusi *Customer Service* dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Nasabah pada Bank Mandiri Kantor Cabang Jember Universitas Jember

Sementara mengenai kendala yang dialami dan solusi yang ditawarkan oleh *customer service* kepada para nasabah di Bank Mandiri KCP Universitas Jember, disajikan sebagaimana berikut ini:

a. Kendala *Customer Service* dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Nasabah

Sesuai temuan data, kendala yang dirasakan *customer service* maupun nasabah hampir tidak ada. Dan semua hal yang menjadi permasalahan dan keluhan nasabah, semuanya selalu bisa diatasi. Hal ini yang menjadi isyarat bahwa pelayanan yang diberikan sudah dilakukans secara prima dan baik. Mengenai waktu lama mengantre bagi para nasabah, sebetulnya hal tersebut lumrah adanya. Sebab pelayanan diberikan sesuai kebutuhan setiap nasabah dan para *customer service* tidak melebih-lebihkan atau mengulur waktu pelayanan.

b. Solusi yang Ditawarkan *Customer Service* dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Nasabah

Sebab kendala yang dirasa hampir tidak ada, berarti peran, tugas dan fungsi *customer service* sudah dijalankan dengan baik dan mampu memberikan solusi sesuai SOP yang berlaku. Maka beberapa solusi yang ditawarkan rupanya sesuai dengan lima dimensi pelayanan yang bermutu. Dimensi mutu layanan yang mencakup 5 dimensi pokok ini nyata dinyatakan oleh Taufiqurokhman dan Evi Satispi yang berupa:¹⁰⁹

- 1) Bukti langsung (*tangibles*), berupa fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan komunikasi.
- 2) Keandalan (*reliability*), yakni penyedia layanan mampu melayani secara cepat, akurat serta memberikan kepuasan.
- 3) Daya tanggap (*responsiveness*), meliputi kemauan para penyedia layanan untuk membantu para pengguna layanan serta melayani dengan tanggap.
- 4) Jaminan (*assurance*), meliputi pengetahuan, kemampuan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para penyedia layanan, bebas dari bahaya atau keraguan.
- 5) Empati (*emphaty*), mencakup kemudahan dalam melakukan interaksi yang baik, perhatian pribadi serta mengetahui kebutuhan pengguna layanan.

¹⁰⁹ M. Hamdani Pratama, “Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik (Studi Deskriptif tentang Strategi UPTD Pengujian Kendaraan Bermotor Tandes Kota Surabaya dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pengujian Kendaraan Bermotor)”, *Kebijakan dan Manajemen Publik*, 3 (September – Desember, 2015), 94.

Di antara dimensi yang dimaksudkan oleh Taufiqurokhman dan Evi Satsipi tersebut, rupanya selaras dengan data empiris yang terjadi di Bank Mandiri KCP Universitas Jember. Diketahui bahwa mutu layanan yang diberikan, dibentuk dan disuguhkan CS kepada para nasabah untuk bisa memberikan pelayanan prima dan menutup kemungkinan adanya kendala pelayanan di Bank Mandiri KCP Universitas Jember. Berikut ini disajikan bagian dari kualitas pelayanan yang diberikan *customer service* kepada para nasabah.

- 1) *Tangible*. Bukti nyata pelayanan yang diberikan yakni memberikan fasilitas yang nyaman bagi nasabah seperti, ruangan yang berAC, ruangan dengan kursi tunggu untuk tempat nyaman mengantre, dan ruangan yang cukup luas untuk bergerak. Selain itu penampilan dan kedisiplinan pegawai dalam melayani juga cukup terampil dan rapi.
- 2) *Reliability*. *Customer service* sebagai *public relation* dan komunikator mampu membangun citra dan hubungan yang baik dengan para nasabah. Tentu para nasabah mempercayakan kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi kepada para CS untuk bisa diatasi dan dibantu.
- 3) *Responsiveness*. Daya tanggap *customer service* meliputi kecepatan, ketepatan, dan respon *customer service* yang diberikan terhadap permasalahan, keluhan, ataupun kebutuhan nasabah sudah

terbilang baik. Sebab, aspek responsif ini menjadi suatu aspek yang cukup krusial untuk mempertahankan loyalitas nasabah.

- 4) *Assurance*. Jaminan yang diberikan yakni tidak adanya pungutan biaya untuk konsultasi dengan *customer service* dan adanya bukti transaksi yang bisa digunakan sebagai tanda terima dari pelayanan yang diberikan.
- 5) *Empathy*. Juga sama halnya dengan aspek responsifitas di atas, empati menjadi salah satu aspek yang paling diperhatikan oleh pelayanan yang diperoleh nasabah. Bentuk perhatian yang diberikan *customer service* yakni tidak membedakan status atau karakteristik suatu nasabah, tidak diskrimintaif, dan tidak mendahulukan kepentingan pribadi demi mempertahankan profesionalitas perusahaan.

Sementara *Standard Operasional Procedure* (SOP) dalam melayani pelanggan yang dimaksud di atas dapat dilihat bahwa *customer service* harus melakukan pelayanan dengan semaksimal mungkin dengan beberapa SOP dasar berikut ini:

- 1) *Customer service* harus merespon pengaduan pelanggan paling lama 1 menit (pengaduan via telephone, e-mail, atau nasabah yang datang ke perusahaan).
- 2) *Customer service* harus segera “follow up” dan menyampaikan permasalahan ke bagian-bagian yang terkait.

- 3) *Customer service* harus segera merespon dan menyampaikan hasil investigasi atau penyelesaian masalah kepada nasabah.
- 4) *Customer service* tidak boleh berbicara dengan nada keras atau tinggi.
- 5) *Customer service* harus menunjukkan bahasa tubuh yang baik
- 6) *Customer service* harus mampu menampilkan kualitas perusahaan dengan menunjukkan berbagai pelayanan terbaik yang telah diatur dalam peraturan perusahaan.

Maka bisa disimpulkan dari peran, tugas pokok, fungsi yang telah dilaksanakan, kendala yang hampir tidak pernah terjadi, dan solusi yang diberikan kepada nasabah, menunjukkan bahwa peran *customer service* memang mampu meningkatkan mutu pelayanan kepada nasabah di Bank Mandiri KCP Universitas Jember.

BAB V

PENUTUP

A. SIMPULAN

Setelah melakukan serangkaian penelitian, pemaparan data, dan analisis yang peneliti lakukan pada peran *customer service* dalam meningkatkan mutu pelayanan nasabah di Bank Mandiri KCP Universitas Jember, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Peran *customer service* dalam melaksanakan mutu pelayanan kepada nasabah sudah dijalankan dengan baik dengan (1) tetap mempertahankan nasabah dan (2) berusaha sebaik mungkin mendapatkan nasabah baru. Tidak hanya itu, peran yang dilakukan *customer service* juga mengacu pada tugas pokok dan fungsi seorang *customer service* pada umumnya yakni sebagai resepsionis, komunikator, *salesman*, *deskman*, dan *public relation*. Selanjutnya, *customer service* juga dalam melaksanakan perannya, selalu mengedepankan SOP pelayanan yang berlaku di Bank Mandiri KCP Universitas Jember.
2. Sedangkan kendala yang dialami *customer service* Bank Mandiri KCP Universitas Jember dalam melaksanakan perannya, yakni layanan transaksi ataupun masalah terkait kartu ATM yang sering gangguan ketika hendak dipergunakan. Kemudian kurangnya pelayanan ketanggapan dalam menangani terkait permasalahan nasabah, sehingga mengakibatkan antrean yang panjang dan lama untuk dapat diproses oleh *Customer Service*. Hal ini mengakibatkan penyelesaian masalah tidak tepat pada waktunya. Jadi,

tidak jarang nasabah harus memerlukan kesabaran saat menunggu proses penanganan suatu permasalahan yang terjadi.

B. SARAN

Dengan memperhatikan hasil penelitian dan beberapa kesimpulan, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Untuk pihak kantor Bank Mandiri KCP Universitas Jember sebaiknya menambahkan sarana dan prasarana seperti penambahan kursi untuk ruang tunggu nasabah untuk memudahkan proses pelayanan.
2. Untuk pihak pegawai pelayanan (*customer service*) agar selalu memperhatikan tugas serta tanggung jawab individu masing-masing dan berusaha selalu mempertahankan citra yang sudah baik di mata masyarakat atau nasabah.
3. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya yang ingin membuat penelitian sejenis dengan menambah teori, di samping teori yang telah dipakai pada penelitian ini, dengan harapan untuk menyempurnakan penelitian ini. Peneliti sadar dengan segala kekurangan pada penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti harap untuk penelitian yang akan datang, agar dapat memberikan penyempurnaan dari penelitian yang sudah ada ini, untuk dapat dikembangkan menjadi lebih sempurna.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriliyani. "Peranan *Customer Service* dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Nasabah pada PT Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Hamparan Perak." Skripsi, UIN Sumatera Utara, 2019.
- Al-Amin, Muhammad Irfan. "Mengenal 5 Bank Terbesar di Indonesia, dari Bank Mandiri hingga BTN", Katadata.co.id, (26 Juli 2022), [Mengenal 5 Bank Terbesar di Indonesia, dari Bank Mandiri hingga BTN - Keuangan Katadata.co.id](#).
- Al-Arif, M. Nur Rianto. 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Ariska, Della. "Strategi Penerapan *Customer Service* dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada BPRS Muamalat Harkat (Studi BPRS Muamalat Harkat Kec. Sukaraja Kab. Seluma Kota Bengkulu)." Skripsi, IAIN Bengkulu, 2019.
- Departemen Agama RI, *Al-Quran Dan Terjemahannya*.
- Febriana, Nina Indah. "Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung". *An-Nisbah* 3, no. 1 (2016), 150.
- H, Yuniarta, Hutabalian dan Johnny Samuel Kalang. "Peran *Customer Service* dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Politeknik". *e-journal, Acta diurna* 4, no. 3 (2015).
- Hasni. "Strategi *Customer Service* dalam Mengatasi Komplain Nasabah pada Bank Tabungan Negara KCP Parepare (Analisis Manajemen syariah)." Skripsi, IAIN PAREPARE, 2019.
- Ikatan Bankir Indonesia. 2014. *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Karimoy, Marlen Yollanda. "Peranan *Customer Service* dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Terhadap Nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia Tbk Kantor Cabang Tanjung Perak-Surabaya", *Artikel Ilmiah: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya*, 2019.
- Kasmir. 2010. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.
- Kasmir. 2011. *Etika Customer Service*. Jakarta: Penerbit PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. 2013. *Kewirausahaan*. Jakarta: Rajawali Pers.

- Kasmir. 2014. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip & Gery Armstrong. 1997. *Dasar-dasar Pemasaran, Alih Bahasa: Alexander Sindoro, Penyunting: Benyamin Molan, Edisi Jilid dua*. Jakarta: Prenhalindo.
- Lovelock, Christopher H. dan Lauren K. Wright. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Indeks.
- Lupiyoadi, Rambat. 2006. *Manajemen Pemasaran Pelayanan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Miles, Matthew B., A Michael Huberman, dan Johnny Saldana. 2014. *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook*. Amerika Serikat: *Library of Congress Cataloging-in-Publication Data*.
- Moleong, Lexy J. 2019. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muhammad. 2014. *Manajemen Dana Bank Syariah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Nirwa. “Strategi *Customer Service* dalam Meningkatkan Pelayanan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Batua Raya (Pendekatan Manajemen Islam)”. Skripsi, UIN Alaluddin Makassar, 2018.
- Permatasari, Ita dan Muhajirin. “Peran *Customer Service* dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Bima”. *Disrupsi Bisnis* 4, no. 5. (September, 2021).
- Pradipta, Yoga. “Peranan *Customer Service* dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Nasabah PT Bank Tabungan Negara (Persero) Kantor Cabang Syariah Yogyakarta.” Skripsi, Universitas Islam Indonesia, 2020.
- M. Hamdani Pratama. “Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik (Studi Deskriptif tentang Strategi UPTD Pengujian Kendaraan Bermotor Tandes Kota Surabaya dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pengujian Kendaraan Bermotor)”. *Kebijakan dan Manajemen Publik*, 3 (September – Desember, 2015)
- Rambe, Linda. “Strategi Pelayanan *Customer Service* dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Mabrur di PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padangsidempuan.” Skripsi, IAIN PADANGSIDIMPUAN, 2019.
- Raodah. “Strategi Komunikasi Efektif *Customer Service* Terhadap Peningkatan Pelayanan di Bank Sulselbar Cabang Baru.” Skripsi, IAIN PAREPARE, 2019.

- Ratminto dan Atik. 2005. *Manajemen Pelayan*. Jakarta: Pustaka Belajar.
- Revida, Erika, dkk. 2021. *Manajemen Pelayanan Publik*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sekretariat Negara RI. Undang-Undang No. 10, Pasal 1 Ayat 2, Tahun 1998 Tentang Perbankan.
- Siregar, Mila Ropah. "Peran *Customer Service* dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan." Skripsi, IAIN Padangsidempuan, 2021.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta: Bandung.
- Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanti, Lini. "Pemahaman *Customer Service* Mengenai Tugas dan Tanggung Jawab dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Manna." Skripsi, IAIN BENGKULU, 2021.
- Tarsani, "Peran *Customer Service* dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Melalui Pendekatan Komunikasi Antar Pribadi (Studi Kasus pada *Customer Service GraPARI Telkomsel Gandaria*)", *Bricolage 2*, no.1 (September, 2016).
- Telpon.info, "Bank di Kota Jember", direktori bisnis anda, <http://telpon.info/bank-bank/jember/page-3.html>
- Tim Penyusun. 2019. *Pedoman penulisan Karya Tulis Ilmiah IAIN Jember*. Jember: IAIN Jember Press.
- ULASANTEMPAT.COM, "Bank Mandiri Universitas Jember", <https://ulasantempat.com/jawa-timur/bank-mandiri-universitas-jember-803198?sortby=gradedown#reviews>
- Wahyuni, Eva. "Strategi *Customer Service* dalam Meningkatkan Pelayanan Menurut Prinsip Etos Kerja Islam di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Banyuwangi Rogojampi 1." Skripsi, UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2022.
- Widi, Restu Kartiko. 2010. *Asas Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Yanuarsi, Susi, "Akuisisi Bank Asing Terhadap Perbankan Nasional Ditinjau dari Aspek Hukum Persaingan Usaha", *Solusi 18*, no.3 (September, 2020), 421.

PEDOMAN WAWANCARA

PERAN CUSTOMER SERVICE DALAM MENINGKATKAN MUTU PELAYANAN NASABAH PADA BANK MANDIRI KCP UNIVERSITAS JEMBER

A. Pedoman wawancara kepada *Branch Operation Supervisor*

1. Apa fungsi posisi *customer service* di Bank Mandiri KCP Universitas Jember?
2. Apakah dengan fungsi tersebut para *customer service* memposisikan dirinya sebagaimana fungsinya untuk setiap nasabah? Tolong jelaskan!
3. Apa peran *Customer Service* dalam pelayanan kepada nasabah Bank Mandiri KCP Universitas Jember?
4. Apakah dari peran *customer service* tersebut selama 3 tahun terakhir bisa mempertahankan nasabah lama bagi perusahaan? Tolong jelaskan!
5. Apakah dari peran *customer service* tersebut selama 3 tahun terakhir juga bisa menambah nasabah baru bagi perusahaan? Tolong jelaskan!
6. Selain peran yang diemban, hal apa saja yang diberikan *customer service* untuk bisa meningkatkan mutu pelayanan di Bank Mandiri KCP Universitas Jember?
7. Selanjutnya, kenyamanan dan kemudahan apa yang diberikan *customer service* sehingga para nasabah bisa merasakan kepuasan terhadap kualitas pelayanan?
8. Apakah sikap semua *customer service* di Bank Mandiri KCP Universitas Jember sudah bisa menampilkan figur yang ramah lembut dan sopan kepada para nasabah?
9. Apakah bahasa yang digunakan *customer service* sudah bisa menyesuaikan dengan bahasa para nasabah untuk memudahkan mereka memahami kebutuhan nasabah?
10. Apa kendala yang dialami *Customer Service* dalam melayani nasabah Bank Mandiri KCP Universitas Jember?
11. Apa solusi yang ditawarkan atau diberikan *Customer Service* dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah Bank Mandiri KCP Universitas Jember?

B. Pedoman Wawancara kepada *Customer Service*

1. Menurut anda, Apa fungsi anda sebagai *customer service* di Bank Mandiri KCP Universitas Jember?
2. Apakah dengan fungsi tersebut para *customer service* memposisikan dirinya sebagaimana fungsinya untuk setiap nasabah? Tolong jelaskan!
3. Apa peran *Customer Service* dalam pelayanan kepada nasabah Bank Mandiri KCP Universitas Jember?

4. Apakah dari peran *customer service* tersebut selama 3 tahun terakhir bisa mempertahankan nasabah lama bagi perusahaan? Tolong jelaskan!
5. Apakah dari peran *customer service* tersebut selama 3 tahun terakhir juga bisa menambah nasabah baru bagi perusahaan? Tolong jelaskan!
6. Selain peran yang diemban, hal apa saja yang diberikan *customer service* untuk bisa meningkatkan mutu pelayanan di Bank Mandiri KCP Universitas Jember?
7. Selanjutnya, kenyamanan dan kemudahan apa yang diberikan *customer service* sehingga para nasabah bisa merasakan kepuasan terhadap kualitas pelayanan?
8. Apakah sikap semua *customer service* di Bank Mandiri KCP Universitas Jember sudah bisa menampilkan figur yang ramah lembut dan sopan kepada para nasabah?
9. Apakah bahasa yang digunakan *customer service* sudah bisa menyesuaikan dengan bahasa para nasabah untuk memudahkan mereka memahami kebutuhan nasabah?
10. Apa kendala yang dialami *Customer Service* dalam melayani nasabah Bank Mandiri KCP Universitas Jember?
11. Apa solusi yang ditawarkan atau diberikan *Customer Service* dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah Bank Mandiri KCP Universitas Jember?

C. Pedoman Wawancara kepada Nasabah

1. Menurut anda, tugas *customer service* di Bank Mandiri KCP Universitas Jember itu apa?
2. Apakah dengan fungsi tersebut para *customer service* memposisikan dirinya sebagaimana fungsinya untuk setiap nasabah? Tolong jelaskan!
3. Apakah dari peran dan fungsi *customer service* tersebut selama 3 tahun terakhir bisa mempertahankan anda sebagai nasabah bertahan lama di Bank Mandiri KCP Universitas Jember? Tolong jelaskan!
4. Selain peran yang diemban, hal apa saja yang diberikan *customer service* untuk bisa meningkatkan mutu pelayanan kepada anda sebagai nasabah di Bank Mandiri KCP Universitas Jember?
5. Selanjutnya, kenyamanan dan kemudahan apa yang diberikan *customer service* sehingga para nasabah bisa merasakan kepuasan terhadap kualitas pelayanan?
6. Apakah sikap semua *customer service* di Bank Mandiri KCP Universitas Jember sudah bisa menampilkan figur yang ramah lembut dan sopan kepada para nasabah?

7. Apakah bahasa yang digunakan *customer service* sudah bisa menyesuaikan dengan bahasa para nasabah untuk memudahkan mereka memahami kebutuhan nasabah?
8. Apa kendala yang dialami *Customer Service* dalam melayani nasabah Bank Mandiri KCP Universitas Jember?
9. Apa solusi yang biasanya ditawarkan atau diberikan *Customer Service* dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah Bank Mandiri KCP Universitas Jember?

PEDOMAN DOKUMENTASI

1. Sejarah berdirinya Bank Mandiri KCP Universitas Jember
2. Profil Bank Mandiri KCP Universitas Jember
3. Visi, Misi dan tujuan Bank Mandiri KCP Universitas Jember
4. Struktur organisasi Bank Mandiri KCP Universitas Jember
5. Data para pegawai *customer service* Bank Mandiri KCP Universitas Jember
6. Data semua pegawai di Bank Mandiri KCP Universitas Jember
7. Dokumentasi foto ruangan kerja *customer service* Bank Mandiri KCP Universitas Jember
8. Dokumentasi saat wawancara peneliti dengan kepala dan *customer service* Bank Mandiri KCP Universitas Jember
9. Dokumentasi fasilitas untuk nasabah yang disuguhkan Bank Mandiri KCP Universitas Jember

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sulistiyowati

NIM : E20191023

Prodi/Jurusan : Perbankan Syariah/ Ekonomi dan Bisnis Islam

Alamat : Dusun renes, Rt05 Rw06 desa wirowongso kec Ajung Kabupaten Jember.

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **"Peran Customer Service Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Nasabah Pada Bank Mandiri KCP Universitas Jember"**. Adalah benar-benar hasil karya saya kecuali kutipan-kutipan yang disebut sumbernya. Apabila terdapat kesalahan di dalamnya, maka sepenuhnya akan menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dan dapat digunakan sebagaimana semestinya.

Jember , 03 Juni 2023



Sulistiyowati
NIM. E20191023

LAMPIRAN 2

MATRIK PENELITIAN

JUDUL	VARIABEL	FOKUS PENELITIAN	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	TUJUAN PENELITIAN
Peran <i>Customer Service</i> dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Nasabah pada Bank Mandiri KCP Universitas Jember.	<p>1. Variabel Bebas Peran Customer Service</p> <p>2. Variabel Terikat Mutu Pelayanan Nasabah</p>	<p>1. Bagaimana peran <i>Customer Service</i> dalam meningkatkan mutu pelayanan nasabah pada Bank Mandiri KCP Universitas Jember?</p> <p>2. Apa kendala dan solusi <i>Customer Service</i> dalam meningkatkan mutu pelayanan nasabah pada Bank Mandiri KCP Universitas Jember?</p>	<p>1. Lokasi penelian :</p> <p>2. Subjek penelitian : <i>Branch Manager, Branch Operation Supervisor,</i> dan dua staff Customer Service Bank Mandiri KCP Universitas Jember</p>	<p>1. Pendekatan penelitian : penelitian kualitatif</p> <p>2. Jenis penelitian : Deskriptif</p> <p>3. Metode pengumpulan data: - Observasi - Wawancara - Dokumentasi</p> <p>4. Metode analisis data : Analisis deskriptif dengan model interaktif oleh Miles dan Huberman</p> <p>5. Keabsahan data dilakukan dengan tekni triangulasi sumber dan teknik.</p>	<p>1. Untuk mengetahui peran <i>Customer Service</i> dalam meningkatkan mutu pelayanan nasabah pada Bank Mandiri Kantor Cabang Jember Universitas Jember.</p> <p>2. Untuk mengetahui kendala dan solusi <i>Customer Service</i> dalam meningkatkan mutu pelayanan nasabah pada Bank Mandiri Kantor Cabang Jember Universitas Jember.</p>



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550 Fax
(0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://uinkhas.ac.id>

Nomor : B-1620/Un.22/7.a/PP.00.9/09/2022 26 September 2022
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : **Permohonan Ijin Penelitian**

Kepada Yth.
Kepala Bank Mandiri Kantor Cabang Jember Universitas Jember
Jl. Kalimantan No. 52, Krajan Timur, Sumbersari

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diijinkan mahasiswa berikut :

Nama : Sulistiyowati
NIM : E20191023
Semester : VII (Tujuh)
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Perbankan Syariah

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Peran Customer Service Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Nasabah Pada Bank Mandiri Kantor Cabang Jember Universitas Jember di lingkungan wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

a.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,

Nurul Widyawati Islami Rahayu

SURAT KETERANGAN

Assalamualaikum Wr. Wb

PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk KCP Universitas Jember menerangkan bahwa mahasiswi dengan data sebagai berikut:

Nama : Sulis Tiowati

NIM : E20191023

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Perbankan Syariah

Universitas : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Yang bersangkutan telah menyelesaikan penelitian di KCP Universitas Jember dengan judul **“Peran CUSTOMER Service dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Nasabah Pada Bank Mandiri KCP Universitas Jember”**

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Jember, 30 Mei 2023

PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk
KCP Universitas Jember



PT. BANK MANDIRI (PERSERO) Tbk
UNIVERSITAS JEMBER





Dhina Normalia Pravita
Branch Operasional Supervisor

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

Nama : Sulistiyowati
 NIM : E20191023
 Prodi/Jurusan : Perbankan Syariah/Ekonomi Islam
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
 Institusi : Universitas Islam Negeri KH Achmad Siddiq Jember

Lokasi Penelitian :

Kantor Bank Mandiri kantor Cabang Jember Universitas Jember
 Jl. Kalimantan No. 52, Krajan Timur, Sumbersari

No	Hari/tanggal	Kegiatan	Nama	Keterangan	Paraf
1	27/09 2022	memasukkan surat izin penelitian ke mandiri kcp Universitas Jember.			
2	29/09 2022	menembusi sekaligus mewawancarai perihal judul kepada pimpinan Bank mandiri			
3	3/09 2023	mewawancarai semua CS beserta kepala pimpinan.			
4	17/09 2023	mewawancarai CS.			

5	24/05 2023	Meminta surat ket selesai Penelitian.			
6					

Jember, 30 Mei 2023

PT. Bank Mandiri (Persero),tbk

KCP Universitas Jember

PT. BANK  (PERSERO) Tbk
UNIT KCP UNIVERSITAS JEMBER

Riyandi Satya Greha
Branch Manager

DOKUMENTASI LAPANGAN



DOKUMENTASI WAWANCARA



SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Nomor : B-22.PS/Un.22/7.d/PP.00.9/06/2023

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Sulistiyowati
NIM : E20191023
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul : PERAN CUSTOMER SERVICE DALAM
MENINGKATKAN MUTU PELAYANAN NASABAH
PADA BANK MANDIRI KCP UNIVERSITAS JEMBER.

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 30%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 12 Juni 2023

An. Dekan

Kepala Bagian Akademik

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Syaiful Mulyadi

SURAT KETERANGAN

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Sulistiyowati

NIM : E20191023

Semester : VIII

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 09 Juni 2023

Koordinator Prodi. Perbankan Syariah,



(t) Nurul Setyaningrum, SE, M.M

BIODATA PENULIS



Nama : Sulistiyowati
NIM : E20191023
TTL : Jember, 14 Desember 2000
Alamat : Dusun Renes Rt 05 Rw 06, Desa Wirowongso
Jurusan/ Prodi : Perbankan Syariah

Riwayat Pendidikan Formal

1. TK/RA : 2006-2007
2. SDN/MI : 2007-2016
3. SMP/MTS : 2016-2019
4. SMK/SMA : 2019-Sekarang

Pengalaman Organisasi

1. Anggota Ikatan Mahasiswa Jember
2. Anggota Koperasi Mahasiswa UIN KHAS Jember
3. Anggota PMII Rayon Febi UIN KHAS Jember