

**PENERAPAN PELAYANAN PRIMA OLEH *CUSTOMER SERVICE*
DALAM PENANGANAN KELUHAN PELANGGAN PADA BANK
MUAMALAT INDONESIA**



Disusun Oleh:

Nama: Nugraheny Noor Febrina
No Mahasiswa: 19211005
Program Studi: Manajemen

**Program Studi Manajemen Program Diploma III
Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia**

2022

**PENERAPAN PELAYANAN PRIMA OLEH *CUSTOMER SERVICE*
DALAM PENANGANAN KELUHAN PELANGGAN PADA BANK
MUAMALAT INDONESIA**

Laporan Magang

**Laporan magang ini disusun untuk memenuhi syarat menyelesaikan jenjang
Diploma III Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia**

Nugraheny Noor Febrina

19211005

Program Studi Manajemen Program Diploma III

Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Islam Indonesia

2022

HALAMAN PENGESAHAN

TERM OF REFERENCE

**PENERAPAN PELAYANAN PRIMA OLEH *CUSTOMER SERVICE*
DALAM PENANGANAN KELUHAN PELANGGAN PADA BANK
MUAMALAT INDONESIA**



Disusun Oleh:

Nama : Nugraheny Noor Febrina
No. Mahasiswa : 19211005
Program Studi : Manajemen

Dosen Pembimbing

Kaprodi



Tri Lestari Wahyuning Utami, S.E

Dea Sri Mulyati, M.Si

Dosen Penguji I

Dosen Penguji II

Tri Lestari Wahyuning Utami, S.E

Melisa Fitri Andriyanti M. S.E, MM

PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN

“Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa laporan magang ini ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya akan sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 02 Agustus 2022

Nugraheny Noor Febrina

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan kenikmatan, sehingga saya dapat menyelesaikan laporan magang yang berjudul **“PENERAPAN PELAYANAN PRIMA OLEH CUSTOMER SERVICE DALAM PENANGANAN KELUHAN PELANGGAN PADA BANK MUAMALAT INDONESIA”**. Penulisan laporan tugas akhir ini bertujuan untuk memenuhi syarat menyelesaikan jenjang Diploma III di Universitas Islam Indonesia.

Saya mengucapkan banyak terimakasih kepada pihak pihak yang telah berjasa dan membantu serta pemberi semangat bagi saya dalam penulisan laporan tugas akhir, yaitu:

1. Ibu Dra. Sri Mulyati M.si., CFP., QWP selaku Ketua Program Studi Diploma III Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
2. Ibu Tri Lestari Wahyuning Utami, S.E., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir.
3. Seluruh Dosen Program Studi Diploma III Manajemen atas ilmu dan jasa yang telah diberikan saat saya menempuh pendidikan jenjang Diploma III.
4. Ibu Heni Astiti, Bapak Abdul Basit, Ibu E.S. Sarah Puspito, Mas Asep Darmawan, Bapak Muh. Fendi Novianto, selaku pembina di Bank Muamalat Indonesia KCP Wirobrajan.
5. Mbak Herlyngga Mega Shanti, Mbak Sarah Wilis, Pak Pramono teman sekaligus senior yang sudah mengajari saya tentang ilmu perbankan.

6. Bapak Agung Purwanto dan Ibu Eny Priharyanti selaku orang tua kandung yang selalu memberikan doa dan dukungan bagi saya.
7. Taufik Nugroho selaku orang spesial yang menemani dan membantu saya dalam menyusun tugas akhir.
8. Maharani Armitha Dewi, Amiratul Ghazalah, Cipta Aspradina, Muh. Naufal Yushi, dan Fatkhi Abdie Royan selaku teman yang selalu memberikan semangat.
9. Tis'a Salma Muthia, Nevira Yonanta, Almira Devina, Milla Nur Anissa, Neema Elsavanah Fauzia, Arida Fachriati Khoirunissa selaku teman yang selalu menemani disaat senang dan susah.
10. Seluruh pihak yang telah memberikan bantuan yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Saya menyadari bahwa penulisan laporan Tugas Akhir ini mempunyai banyak kekurangan. Oleh sebab itu saya mengharapkan saran yang membangun untuk kedepannya. Terima kasih.

الجمعة، الأستد الأندو
الجمعة، الأستد الأندو

ABSTRAK

PENERAPAN PELAYANAN PRIMA OLEH *CUSTOMER SERVICE*

DALAM PENANGANAN KELUHAN PELANGGAN PADA BANK MUAMALAT INDONESIA

Penelitian ini dilakukan selama 3 bulan yang bertempat di Bank Muamalat Indonesia Cabang Wirobrajan, dengan membahas tentang *customer service* Bank Muamalat Indonesia dalam menerapkan pelayanan prima dalam menangani keluhan pelanggan. dilandaskan dengan 6 konsep pelayanan prima yang bertujuan untuk mendapatkan citra yang baik dan menggunakan teknik penanganan keluhan pelanggan yang bertujuan untuk mewujudkan kepuasan nasabah. Selain itu mengetahui upaya upaya Bank Muamalat Indonesia dalam memperbaiki kualitas layanan agar dapat mewujudkan SDM yang memiliki pelayanan prima yang berkualitas.

Penelitian ini dilakukan dengan jenis data kualitatif yang berupa data primer dengan menggunakan sumber data dari *customer service* dan *branch manager* dengan kegiatan wawancara dan observasi.

Penelitian ini menunjukkan bahwa adanya keterkaitan penanganan *handling complaint* dengan pelayanan prima, karena dengan penerapan pelayanan prima pada *customer service* maka akan mempermudah proses penanganan komplain/keluhan, sehingga keberhasilan penanganan keluhan dapat menciptakan kepuasan pada nasabah.

Hasil penelitian yang diperoleh melalui wawancara dan observasi menunjukkan bahwa Bank Muamalat Indonesia cabang wirobrajan termasuk memiliki pelayanan yang baik karena dapat dibuktikan dengan tidak adanya *complaint* pelayanan yang buruk dan selebihnya Bank Muamalat Indonesia juga melakukan 6 konsep pelayanan prima dan menggunakan teknik penanganan keluhan pelanggan.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Dasar Pemikiran Magang.....	1
1.2 Tujuan Magang.....	4
1.3 Target Magang	4
1.4 Metode Pelaksanaan Magang.....	5
1.5 Jadwal Magang.....	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Pemasaran	7
2.2 Pelayanan Prima	8
2.3 Kepuasan Pelanggan.....	13

2.4	Menangani Keluhan Pelanggan (Handling Complaint).....	14
BAB III ANALISIS DESKRIPTIF		19
3.1	Data Umum	19
3.2	Data Khusus.....	22
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN		34
4.1	Kesimpulan.....	34
4.2	Saran.....	35



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peta Lokasi Magang.....	5
Gambar 3.1 Bangunan Bank Muamalat Indonesia KCP Wirobrajan	20
Gambar 3.2 Struktur organisasi Bank Muamalat Indonesia (BMI) KC Wirobrajan	21



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jadwal Pelaksanaan Magang..... 6



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Dasar Pemikiran Magang

Bank sebagai lembaga keuangan yang bergerak di bidang jasa keuangan dan dipercaya dapat memberikan fasilitas penuh terhadap kebutuhan manusia dalam menghimpun dana dalam bentuk simpanan seperti giro, tabungan, dan sebagainya. Dalam dunia perbankan banyak persaingan yang bertujuan untuk mendapatkan nasabah. Bank konvensional dan bank syariah bersaing ketat untuk mendapatkan nasabah baru dan mempertahankan kualitas mereka agar nasabah lama tidak beralih dari bank tersebut.

Adapun perbedaan mengenai bank konvensional dan bank syariah seperti halnya bank syariah melakukan investasi sesuai syariat Islam, berprinsip bagi hasil, besarnya disepakati pada akad dengan berpedoman kemungkinan untung atau rugi. Lalu pada bank konvensional melakukan investasi tanpa syariat Islam, memakai bunga, dan besarnya disepakati pada akad dengan berasumsi selalu untung. Ditinjau dari perbedaan yang ada sudah jelas bahwa pelayanan bank syariah lebih baik dari pandangan Islam karena bank syariah menerapkan prinsip sama sama rugi untung dan sudah dengan *basic* syariah., Zakiah (2020).

Oleh karena itu, sebagai bank syariah pertama di Indonesia dan dengan citra yang ditonjolkan yaitu *Islamic*, modern, dan profesional, Bank Muamalat Indonesia menjadi pelopor dalam perbankan syariah dari segi produk, layanan dan sumber daya manusia. Bank Muamalat Indonesia yang menerapkan dasar syariah, telah menjadi jujukan di kalangan masyarakat karena bank ini menawarkan

banyak produk yang menarik seperti Prohajj (pelunasan haji), *Average CASA growth*, *Referral SME*, *Reveral KPR*, *Reveral MG*, dan masih banyak lagi. Dengan banyaknya jujukan nasabah inilah tidak sedikit nasabah yang mengalami masalah atau keluhan. Maka dari itu, perlu penerapan pelayanan prima untuk menjadi dasar dalam melayani keluhan pelanggan. Bank Muamalat Indonesia dapat menjunjung tinggi norma dan *attitude* yang sesuai dengan prinsip syariah sehingga mendapatkan penghargaan peringkat pertama terkait dengan loyalitas nasabah selama bertahun-tahun.

Kualitas sebuah bank dapat dilihat dari pelayanan yang diterapkan. Menurut Parwitasari (2016), pelayanan prima (*service excellence*) merupakan kunci keberhasilan pada bank agar dapat memberikan pelayanan yang tepat untuk dapat memenuhi harapan pelanggan, melalui pelayanan prima dapat meningkatkan kepuasan nasabah karena kepuasan nasabah adalah nilai penting untuk menarik pelanggan lain dan menjaga citra pada bank tersebut.

Menurut Parsaoran (2017), Tujuan utama pada pelayanan prima ini salah satunya adalah untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Jadi, pada saat nasabah berkunjung di sebuah bank pertama kali mereka akan menemui *customer service* yang akan melayani untuk memenuhi kebutuhan nasabah seperti membuka sampai menangani komplain. Dari sini, nasabah dapat menaruh penilaian terkait dengan kepuasan mereka saat berkunjung di sebuah bank, dengan pelayanan optimal yang diberikan oleh *customer service* maka nasabah akan merasa puas, dengan pelayanan yang baik maka dapat menumbuhkan citra yang baik juga terhadap bank.

Sebuah kepuasan pelanggan tumbuh karena adanya kebutuhan yang terlayani dengan baik bahkan sampai dapat menangani keluhan pelanggan. Dalam menangani komplain *customer service* harus menerapkan pelayanan prima (*service excellent*). Menurut Bell dan Luddington (2016 : 78), keluhan pelanggan (*customer complaint*) adalah umpan balik (*feedback*) dari pelanggan yang ditujukan kepada perusahaan yang cenderung bersifat negatif. Umpan balik ini dapat dilakukan secara tertulis atau secara lisan, Dwiya (2018). Lebih sedikit keluhan yang disampaikan lebih baik pula citra pada bank tersebut, artinya jika banyak keluhan yang diterima maka sebuah bank harus melakukan perbaikan pada kualitas dan pelayanan pada bank tersebut. Keluhan pelanggan dapat memberikan penilaian buruk jika tidak bisa terselesaikan.

Menurut Rusyan & Sulistyanyngtyas (2013), *handling complain* dapat teratasi secara sistematis dan dapat terkoordinasi setiap penanganannya dengan strategi komunikasi yang diterapkan, maka dari itu upaya yang harus dilakukan dalam penanganan keluhan pelanggan ini adalah adanya komunikasi yang baik dengan nasabah, mengetahui karakter pelanggan agar *customer service* dapat memiliki strategi dalam menanggapi keluhan, dapat memberikan solusi pada keluhan pelanggan, dan adanya kejelasan dalam hasil penanganan keluhan. Oleh karena itu, pelayanan prima erat kaitannya dengan kepuasan pelanggan sehingga dapat meminimalisir terjadinya keluhan pelanggan. Jika pelayanan yang diberikan kurang bagus, maka pelanggan akan marah dan kecewa sehingga mereka akan memutuskan hubungan dengan perusahaan dan tidak mau lagi menggunakan jasa bank tersebut.

Berdasarkan penjelasan diatas, penulis akan melaksanakan magang di Bank Muamalat Indonesia, dan menulis laporan Tugas Akhir dengan topik Pelayanan Prima yang berjudul **“PENERAPAN PELAYANAN PRIMA OLEH CUSTOMER SERVICE DALAM PENANGANAN KELUHAN PELANGGAN PADA BANK MUAMALAT INDONESIA”**.

1.2 Tujuan Magang

Berdasarkan dasar pemikiran magang yang telah dijelaskan, maka tujuan magang yang ingin dicapai adalah:

1. Mengetahui penerapan pelayanan prima yang dilakukan oleh *customer service* ketika ada keluhan pelanggan pada Bank Muamalat Indonesia.
2. Mengetahui penanganan keluhan pelanggan yang dilakukan oleh *customer service* pada Bank Muamalat Indonesia.

1.3 Target Magang

Berdasarkan tujuan magang yang telah dibuat, maka target magang yang ingin dicapai adalah:

1. Mampu menjelaskan penerapan pelayanan prima yang dilakukan oleh *customer service* ketika ada keluhan pelanggan pada Bank Muamalat Indonesia
2. Mampu menjelaskan penanganan keluhan pelanggan yang dilakukan oleh *customer service* pada Bank Muamalat Indonesia

1.4 Metode Pelaksanaan Magang

Metode pelaksanaan magang meliputi:

1. Bidang Magang

Magang dilakukan dengan bidang pemasaran, khususnya dalam bidang pelayanan (*service*) dan menangani keluhan pelanggan (*handling complaint*)

2. Lokasi Magang

Lokasi magang dilakukan di Bank Muamalat Indonesia yang berada di Jalan Mayor Jenderal Sutoyo No.71B Mantrijeron, Yogyakarta.

Peta lokasi magang ada pada Gambar 1.1



Sumber: google maps

Gambar 1.1 Peta Lokasi Magang

3. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif yang berupa data primer, dengan menggunakan sumber data dari *customer service*.

4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara observasi dan wawancara kepada *customer service* dan *branch manager* Bank Muamalat Indonesia cabang wirobrajan. Menurut Nugroho (2020), observasi adalah kegiatan mengamati di lapangan yang bertujuan untuk mengetahui informasi berdasarkan fakta dari hasil pengamatan secara langsung, sedangkan wawancara merupakan kegiatan tanya jawab oleh dua individu atau kelompok yang bertujuan untuk mendapatkan informasi, pendapat, data, dan keterangan.

1.5 Jadwal Magang

Jadwal magang dilaksanakan selama 3 bulan, dimulai pada 15 maret 2022 sampai dengan 17 juni 2022. Jadwal magang dapat dilihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1 Jadwal Pelaksanaan Magang

No	Keterangan	Waktu Pelaksanaan																							
		Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Bimbingan TA																								
2	Pelaksanaan Kegiatan Magang																								
3	Penyusunan Laporan Magang dan Bimbingan																								
4	Ujian TA dan Ujian Kompetensi																								

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pemasaran

2.1.1 Pengertian

Menurut Sumarwan (2015), pemasaran adalah suatu proses bagaimana mengidentifikasi kebutuhan konsumen kemudian memproduksi barang atau jasa tersebut, sehingga terjadi transaksi atau penukaran antara produsen dengan konsumen, kemudian menurut Sunyoto (2012), pemasaran merupakan suatu proses manajerial yang memanifestasikan sendiri dalam program yang dirumuskan secara seksama untuk memperoleh tanggapan yang diinginkan.

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain Daryanto (2011). Jadi dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah suatu aktifitas menawarkan, mempromosikan, melayani dan mendistribusikan produk atau jasa untuk memuaskan kebutuhan konsumen yang bertujuan untuk mendapatkan laba.

2.1.2 Fungsi Pemasaran

Menurut Astuti (2021), fungsi pemasaran dibagi menjadi tiga, yaitu:

1. Fungsi Pertukaran

Fungsi pertukaran ini dilakukan dengan pembeli yang membeli produk dari produsen dengan menukar uang atau dengan barter yaitu menukar produk dengan produk untuk dipakai pribadi maupun untuk dijual lagi

2. Fungsi Distribusi Fisik

Fungsi distribusi fisik merupakan kegiatan mengangkut dan menyimpan produk. Kegiatan mengangkut produk yaitu mengangkut produk dari produsen ke tempat yang mendekati kebutuhan konsumen dan penyimpanan produk adalah menjaga pasokan produk agar pasokan tidak habis dan selalu tersedia disaat dibutuhkan.

3. Fungsi Perantara

Fungsi perantara adalah aktivitas pertukaran, disampaikannya produk dari produsen ke konsumen melalui perantara pemasaran seperti pengurangan resiko, pembiayaan, pencarian informasi dan standarisasi/penggolongan produk.

2.2 Pelayanan Prima

2.2.1 Pengertian

Menurut Daryanto & Setyabudi (2014), pelayanan prima merupakan pelayanan yang paling baik dari layanan yang diberikan oleh perusahaan guna memenuhi harapan dan kebutuhan dari pelanggan, baik dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan. Selain itu menurut Rangkuti (2017), pelayanan prima merupakan pelayanan terbaik yang memenuhi standar kualitas yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dan harapan pelanggan. Dari pengertian yang sudah dijelaskan maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan prima adalah

pelayanan terbaik yang telah memenuhi SOP dan standar kualitas pelayanan sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan memuaskan pelanggan.

2.2.2 Konsep Pelayanan Prima

Untuk mencapai pelayanan yang baik perlu memenuhi konsep pelayanan prima. Menurut Barata (2003) dalam Laurena (2015), konsep pelayanan prima ada 6 yaitu *attitude, ability, attention, action, accountability, dan appearance*.

1. *Attitude* (Sikap)

Citra perusahaan berawal dari kesan yang diberikan oleh karyawan perusahaan, terutama adalah *frontliner* atau karyawan yang menangani pihak luar perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung. Karyawan dari perusahaan harus memiliki sikap ramah penuh simpatik dan memiliki profesionalisme yang tinggi pada perusahaan.

2. *Ability* (Kemampuan)

Karyawan harus mempunyai kemampuan dasar untuk melakukan program pelayanan prima seperti:

- a. Komunikasi efektif
- b. Memiliki pengetahuan di bidang pekerjaan yang dijalani
- c. Memahami dan melakukan SOP dasar agar dapat menangani pelanggan dengan baik
- d. Memahami hal apa saja yang harus dirahasiakan dan yang boleh di infokan keluar

- e. Mampu memotivasi diri agar dapat memberikan pelayanan yang baik dan profesional tidak membawa masalah pribadi dalam pekerjaan

3. *Attention* (Perhatian)

Atensi atau perhatian harus dimiliki oleh semua karyawan terutama untuk karyawan yang menangani langsung dengan pelanggan. *Attention* adalah bentuk kepedulian karyawan pada pelanggan yang memenuhi kebutuhan serta keinginan dari pelanggan dan pemahaman kritik dan saran dari pelanggan. Karyawan harus bergegas dan menunjukkan atensi untuk segera melayani pelanggan dengan cepat terlebih pada saat pelanggan menunjukkan tanda untuk membutuhkan bantuan atau layanan dengan melakukan hal-hal berikut ini:

- a. Menyapa dengan sopan, tersenyum ramah, dan mengucapkan salam
- b. Perhatian dengan menanyakan kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan sopan
- c. Mendengarkan dan paham dengan yang disampaikan pelanggan dengan pengertian dan *emphaty*
- d. Mempersilahkan pelanggan yang menunggu untuk duduk di tempat yang sudah disediakan dengan sopan
- e. Cepat dalam melayani keperluan dan keinginan pelanggan dengan ramah
- f. Mendahulukan keperluan dan keinginan pelanggan, menyampaikan permintaan maaf dengan sopan dan sampaikan akan segera melayani disaat ada hal urgent yang harus dikerjakan terlebih dahulu

4. *Action* (Tindakan)

Dalam memberikan perhatian harus dilanjutkan dengan *action* (tindakan) atas apa yang menjadi kebutuhan pelanggan dengan memastikan keperluan dan keinginan pelanggan dengan sopan. Saat permintaan pelanggan beragam dapat melakukan pencatatan jika hal itu adalah bagian dari transaksi maka dapat dicatat di form yang tersedia. Jika kebutuhan/keinginan pelanggan sudah terlayani maka ucapkan terimakasih dan menanyakan apa ada hal lain yang bisa dibantu dengan mengatupkan tangan sebagai tanda menghormati dan menghargai.

5. *Accountability* (Tanggung Jawab)

Accountability atau tanggung jawab adalah sikap keberpihakan karyawan terhadap pelanggan sebagai rasa *emphaty* dan kepedulian yang dilaksanakan dengan sepenuh hati agar dapat meminimalkan ketidakpuasan pelanggan

6. *Appearance* (Penampilan)

Penampilan dari karyawan baik secara fisik maupun non fisik dapat merefleksikan kredibilitas pada perusahaan. Karyawan harus menerapkan dan memahami standar penampilan yang ditetapkan perusahaan.

Penampilan fisik karyawan meliputi:

- a. Pakaian formal/seragam
- b. Sepatu formal dengan warna standar (hitam, coklat, atau senada dengan pakaian yang digunakan), sepatu wanita harus ber-hak dengan ketinggian standar

- c. Rambut rapi, rambut pria harus pendek dan rambut wanita tidak lebih dari sebahu/dicepol agar telinga dapat terlihat
- d. Wanita menggunakan *make up* natural agar wajah tampak segar
- e. Tanda pengenal
- f. Membersihkan tubuh, kuku, rambut, dan wajah
- g. Pakaian bersih, rapi dan menggunakan ikat pinggang untuk pria

Penampilan Non fisik meliputi:

- a. Berdiri tegak dan punggung lurus sebagai tanda kepercayaan diri, cara berdiri pria kedua kaki sejajar sedikit terbuka selebar sepatu, dan untuk wanita satu kaki didepan dengan rileks sebagai tanda keterbukaan, persahabatan, dan kesiapan dalam melayani.
- b. Berjabat tangan dengan mengulurkan tangan, dijabat mengenggam dengan mantap, tangan kiri berada di punggung atau disamping dengan tegas untuk menopang siku tangan kanan.
- c. Cara kontak mata dengan menatap pelanggan dan tersenyum sebagai tanda menunjukkan minat atau ketertarikan pada topik pembicaraan.
- d. Ekspresi wajah yang ditunjukkan harus tersenyum dan menatap dengan ramah.

2.3 Kepuasan Pelanggan

2.3.1 Pengertian

Menurut Kotler & Keller (2007), kepuasan konsumen adalah sebagai wujud rasa senang dan kecewa pada seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang di pikirkan terhadap kinerja yang diharapkan, Selain itu menurut Tjiptono (2012), kepuasan konsumen bisa terwujud jika konsumen sadar bahwa kebutuhan dan keinginannya bisa terpenuhi dengan baik sesuai dengan yang diharapkan.

Jadi dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah apa yang di ekspektasikan pelanggan dapat terealisasi melalui kebutuhan dan keinginan yang dapat terpenuhi dan terlayani dengan baik.

2.3.2 Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Perusahaan harus memperhatikan faktor-faktor dari kepuasan pelanggan agar kepuasan pelanggan tersebut dapat tercapai. Kepuasan pelanggan penting karena mempunyai banyak manfaat untuk perusahaan. Berikut faktor faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan:

1. Produk atau Jasa yang dihasilkan

Produk atau jasa yang berkualitas telah melewati proses seleksi quality control yang ketat. Produk atau jasa ini memiliki pengaruh pada kepuasan pelanggan karena disaat pelanggan mendapatkan produk yang berkualitas bagus maka mereka akan merasa puas.

2. Pelayanan

Pelayanan yang berkualitas memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap kepuasan pelanggan. Pelayanan prima dapat mendapatkan loyalitas pelanggan khususnya pada perusahaan jasa. Bagi perusahaan pelayanan merupakan hal yang sangat penting oleh karena itu perusahaan biasanya memiliki *customer service* yang baik sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan karena *customer service* dapat menangani keluhan pelanggan dengan solusi yang tepat.

3. Kemudahan

Sebagian besar pelanggan tidak ingin menunggu lama dalam proses transaksi. Kemudahan yang dimaksud adalah kemudahan dalam mendapatkan produk hingga transaksi pembayaran. Pelanggan tentu tidak ingin menunggu terlalu lama untuk mendapatkan produk atau jasa yang diinginkan, LinovHR (2020).

2.4 Menangani Keluhan Pelanggan (*Handling Complaint*)

2.4.1 Pengertian

Menurut Tjiptono (2014), komplain adalah ungkapan ketidakpuasan atau bisa diartikan dengan rasa kecewa yang dirasakan oleh pelanggan. Ada berbagai cara untuk mengumpulkan komplain pelanggan seperti saran, formulir komplain pelanggan, saluran telepon khusus, *website*, kartu komentar, survei kepuasan pelanggan dan *customer exit surveys*. Ada pendapat lain oleh Suchaeri (2012), keluhan pelanggan sebagai sumber informasi yang berharga untuk evaluasi peningkatan

kinerja perusahaan dari sumber daya manusia atau produknya. Keluhan pelanggan dapat menjadi perbaikan masalah bagi perusahaan. Oleh karena itu perusahaan dapat mendapat ide-ide dari inovasi produk, pemasaran, meningkatkan pelayanan, dan membangun produk. Dapat disimpulkan bahwa keluhan pelanggan merupakan ungkapan kekecewaan pelanggan atas produk ataupun layanan dari perusahaan. Keluhan pelanggan dapat menjadi suatu kesempatan untuk mengevaluasi pekerjaan pada karyawan guna memperbaiki kualitas perusahaan.

2.4.2 Tipe Keluhan Pelanggan

Menurut Arum (2015), ada 6 faktor penyebab timbulnya keluhanpelanggan yang dapat mempengaruhi keyakinan pelanggan dan dapat mempengaruhi kredibilitas perusahaan, antara lain sebagai berikut:

1. Produk

Keluhan ini disebabkan oleh kualitas produk yang buruk bisa cacat, *finishing* yang kurang sempurna ataupun bahan baku yang tidak baik.

2. Komunikasi internal

Hubungan komunikasi internal yang kurang baik dan tidak efektif, seperti *customer service* yang menggunakan prosedur yang tidak jelas dalam penanganan masalah pelanggan.

3. Komunikasi eksternal

Hal ini dapat disebabkan oleh faktor eksternal seperti strategi yang diterapkan kurang maksimal sehingga tidak mencapai target dan tidak tepat sasaran, serta dukungan dari pemasaran tidak optimal. Dapat menyebabkan kurangnya informasi dan ketidakpuasan pelanggan.

4. Aspek manusia

Aspek ini sering menjadi penyebab utama dalam ketidakpuasan pelanggan yaitu karyawan yang tidak profesional seperti kurang cepat dalam menanggapi respon keluhan pelanggan, tidak bisa menepati janji, kurangnya *product knowledge* pada produk atau jasa yang ditawarkan, dan kurang terampil dalam bekerja.

5. Aspek sistem

Aspek ini disebabkan pada proses yang berlangsung, mulai persiapan produk atau jasa, transaksi, hingga evaluasi.

6. Jasa atau pelayanan

Layanan adalah kesan pertama yang ada di benak pelanggan layanan yang tidak memuaskan, tidak berorientasi pada pelanggan, layanan yang diberikan tidak sesuai dengan slogan yang ditonjolkan, dan tidak cepat tanggap dalam menangani keluhan pelanggan.

2.4.3 Teknik Menangani Keluhan Pelanggan

Menurut Kartajaya (2009), teknik yang harus dilakukan untuk menangani keluhan pelanggan sebagai berikut:

1. *Listen*

Mendengarkan keluhan pelanggan dengan tenang, penuh simpatik, memberikan perhatian penuh dan melakukan *eye contact*. Dari hal ini karyawan dapat langsung menganalisa permasalahan yang terjadi.

2. *Clarify*

Menyimpulkan dan mengklarifikasi kembali masalah yang ada pada pelanggan untuk menjamin bahwa keluhan yang disampaikan telah dipahami dengan baik

3. *Explain*

Menjelaskan kembali penyebab masalah yang dikeluhkan pelanggan hingga pelanggan mendapat pengalaman layanan buruk. Dengan tidak menyalahkan maupun menyudutkan pelanggan.

4. *Apologize*

Meminta maaf dengan tulus atas kesalahan yang terjadi secara internal maupun eksternal perusahaan sehingga telah mengecewakan pelanggan.

5. *Agree*

Menyetujui tahap penyelesaian dari pelanggan dan memberikan alternatif solusi sesuai dengan kebijakan perusahaan sebagai evaluasi dan tidak menyalahi kebijakan serta memperbaiki hubungan.

6. *Take action*

Melaksanakan solusi yang telah disetujui agar dapat menciptakan kepuasan antar kedua belah pihak.



BAB III

ANALISIS DESKRIPTIF

3.1 Data Umum

3.1.1 Sejarah Bank Muamalat Indonesia

Bank Muamalat Indonesia (BMI) berdiri atas gagasan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan pengusaha muslim yang mendapat dukungan dari Pemerintah Republik Indonesia. Bank Muamalat Indonesia (BMI) dengan resmi beroperasi berdasarkan pada prinsip syariah pertama di Indonesia pada 1 Mei 1992 atau 27 Syawal 1412 H. Pada 27 Oktober 1994, Bank Muamalat Indonesia (BMI) mendapat izin sebagai Bank Devisa setelah setahun sebelumnya terdaftar sebagai perusahaan publik yang tidak *listing* di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Dengan kapasitas Bank yang semakin besar dan diakui, Bank Muamalat Indonesia (BMI) semakin eksis dan terus menambah jaringan kantor cabang hingga ke luar negeri. Pada 2009, Bank mendapatkan izin untuk membuka cabang di Kuala Lumpur Malaysia dan menjadi bank pertama di Indonesia yang mewujudkan ekspansi bisnis di Malaysia. Hingga saat ini, Bank telah memiliki 240 kantor layanan termasuk 1 kantor cabang di Malaysia.

Bank Muamalat Indonesia (BMI) melakukan *rebranding* pada logo Bank untuk semakin meningkatkan *awareness* terhadap *image* sebagai Bank Syariah Islami, Modern, dan Profesional. Bank terus merealisasikan

berbagai pencapaian serta prestasi yang diakui secara nasional maupun internasional dan tidak pernah berhenti berkembang terus bermetamorfosa untuk menjadi entitas yang semakin baik dan meraih pertumbuhan panjang. Dengan strategi bisnis yang terarah maka akan terus melaju mewujudkan visi menjadi *“The Best Islamic Bank and Top 10 Bank in Indonesia with Strong Regional Presence”*.



Gambar 3.1 Bangunan Bank Muamalat Indonesia KCP Wirobrajan

3.1.2 Visi dan Misi

1. Visi

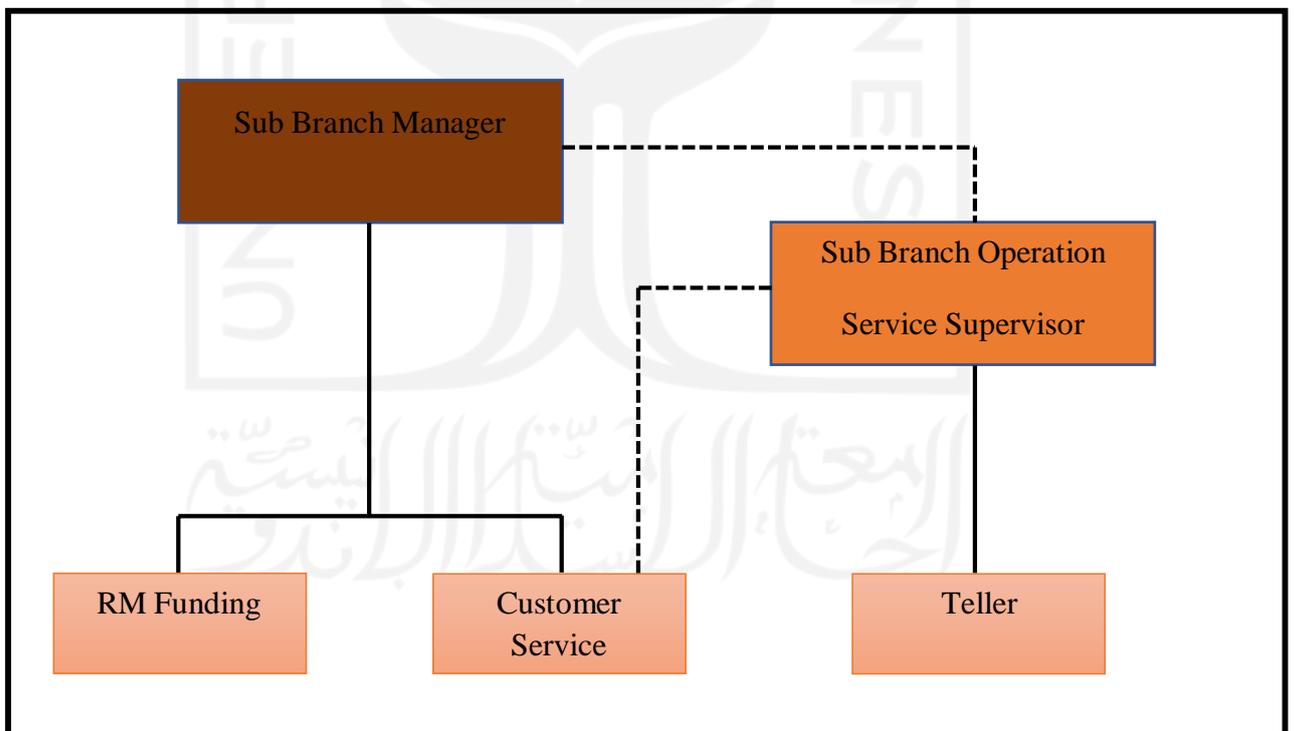
Menjadi Bank syariah terbaik dan termasuk dalam 10 besar bank di Indonesia dengan eksistensi yang diakui di tingkat regional.

2. Misi

Membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang islami dan professional serta orientasi investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.

3.1.3 Struktur Organisasi

Struktur organisasi Bank Muamalat Indonesia (BMI) KC Wirobrajan dapat dilihat pada gambar 3.2



Gambar 3.2 Struktur organisasi Bank Muamalat Indonesia (BMI) KC

Wirobrajan

3.1.4 Persebaran Bank Muamalat Indonesia (BMI)

Bank Muamalat Indonesia tersebar di 34 Provinsi dan 96 Kota di Indonesia dengan konsep dan standar syariah yang sama, pada Provinsi DIY Kota Yogyakarta memiliki 4 cabang yaitu KK Bantul yang berada di RSUD PKU Muhammadiyah Bantul Jl. Jend. Sudirman No. 124, KK UGM yang berada di Masjid Kampus UGM Jl. Ferifisial Bulaksumur Yogyakarta, KK UII yang berada di Kampus Terpadu Gedung Rektorat UII Kaliurang Km. 14,4 Yogyakarta, dan salah satunya KC Wirobrajan yang berada di Jalan Mayor Jenderal Sutoyo No.71B Mantrijeron Yogyakarta tempat dilaksanakannya magang.

Sumber: Alamatbank.com

3.2 Data Khusus

3.2.1 Penerapan pelayanan prima yang dilakukan oleh *customer service* ketika ada keluhan pelanggan pada Bank Muamalat Indonesia.

Customer service Bank Muamalat Indonesia memiliki jobdesk yang terbagi menjadi 3 bagian yaitu saat awal hari, tengah hari, dan akhir hari. Pada awal hari, tugas *customer service* adalah melakukan persiapan untuk memperlancar proses jalannya layanan seperti menyiapkan visit, mengambil *cash box* (berisi *bilyet deposito*, kartu ATM, dll), memastikan jaringan komputer lancar dan aman, memastikan alat tulis nasabah lengkap, memastikan meja bersih dan rapi (*clean desk*), menyiapkan cap, tinta, bolpen, dan kertas tersedia. Semua ini dipersiapkan agar kegiatan

operasional berjalan dengan lancar. Pada tugas tengah hari *customer service* mulai melakukan pelayanan kepada nasabah seperti pembukaan *rekening*, pembukaan deposito, dan *handling complain* selanjutnya pada tugas akhir hari dilakukan pada saat bank sudah tutup yaitu membereskan berkas pada hari itu dan meminta tanda tangan supervisor operasional memastikan tidak ada yang kurang sudah di cap, tanda tangan, paraf, dll setelah itu dirapikan dan diletakkan ditempatnya, membersihkan dan merapikan meja (*clean desk*) seperti *keyboard* sudah berada ditempat, laci-laci sudah terkunci dan memastikan listrik dalam keadaan mati.

Customer service merupakan garda depan dalam melayani nasabah. Dalam melakukan pelayanan prima tidak terlepas dari melaksanakan SOP yang sudah ditentukan oleh Bank Muamalat Indonesia antara lain melayani nasabah berkaitan dengan aktifitas transaksional dengan produk yang sudah dimiliki, pembukaan *rekening*, mengakusisi *rekening* baru, mengaktifkan *mobile banking*, *handling complaint*, dan mengejar target KPI (*key performance indicator*) salah satunya prohaji. Selain itu, *customer service* juga mengejar nilai kualitas pelayanan sehingga jika ada temuan audit/kesalahan dalam administrasi semua itu akan mempengaruhi KPI *customer service*. *Customer service* bank muamalat semi operasional dan semi bisnis sehingga berada dibawah tanggung jawab *branch manager*, Oleh karena itu, *customer service* mempunyai target penjualan seperti menjual produk prohaji dan menjual produk asuransi syariah dengan harga terjangkau.

Penilaian pelayanan prima pada *customer service* dapat dilihat dari 6 konsep pelayanan prima yaitu *attitude, ability, attention, action, accountability, dan appearance*

1. *Attitude* (sikap)

Citra layanan pada Bank Muamalat Indonesia adalah tanggap, kompeten, dan layanan prima. Sikap *customer service* untuk mewujudkan citra tersebut yaitu responsif dalam memberikan pelayanan yang cepat sehingga dapat cepat tanggap saat nasabah membutuhkan solusi soal komplain dan saat nasabah membutuhkan sesuatu. Memiliki kemampuan dalam menguasai produk dan mempunyai skill komunikasi yang baik agar dapat menyampaikan informasi produk dengan baik sehingga nasabah dapat langsung paham dan percaya kepada produk Bank Muamalat Indonesia. Dalam penerapan layanan prima, *customer service* dapat *all out* untuk membantu dalam melayani nasabah dari pembukaan rekening, membantu aktivasi rekening dan membantu menawarkan produk produk untuk memenuhi kebutuhan nasabah dengan baik. Disamping itu *customer service* juga harus melakukan pelayanan sesuai SOP dan jangan membeda-bedakan nasabah harus melayani semua nasabah dengan adil.

2. *Ability* (kemampuan)

Kemampuan dasar yang harus dimiliki oleh *customer service* untuk melakukan pelayanan prima dalam menghadapi keluhan nasabah Pertama adalah *customer service* harus menguasai produk dan sistem dengan baik sehingga *product knowledge* yang diberikan ke nasabah dapat meyakinkan sehingga nasabah bisa percaya dan yakin untuk menggunakan produk Bank Muamalat Indonesia, Kedua, *customer service* harus memiliki komunikasi *skill* yang bagus agar dapat memberikan *problem solving* dengan lebih profesional dan dapat memberikan informasi produk dengan baik, Ketiga, *customer service* harus tau bagaimana kita melakukan *problem solving* (penyelesaian masalah) dengan penyampaian yang bisa menenangkan nasabah, cara bertutur kata, sopan santun, dan dengan penguasaan produk dan sistem, Keempat *customer service* memiliki kemampuan berempati ke nasabah terkadang keluhan nasabah bukan dari kesalahan banknya tetapi berasal dari nasabah itu sendiri, misalkan nasabah lupa PIN, tetapi sebagai seorang *customer service* harus tetap merendahkan/menurunkan ego untuk memohon maaf, tetap sabar, berempati, dan mendengarkan keluhan nasabah dengan baik tidak dengan emosi serta memposisikan diri kita saat menjadi nasabah. Keempat kemampuan tersebut saling terikat jika keempat kemampuan tersebut dimiliki oleh seorang *customer service* maka penanganan keluhan pelanggan dapat dilakukan dengan mudah.

3. *Attention* (Perhatian)

Atensi/perhatian yang diberikan saat pelanggan komplain atau membutuhkan sesuatu adalah menekankan bahwa nasabah tidak perlu berlebihan dalam khawatir. Dengan komunikasi skill yang dimiliki, *customer service* dapat membuat nasabah tenang dalam menyampaikan keluhannya sehingga berkesan seperti curhat. Dengan perhatian yang diberikan, *customer service* dapat menjadi mitra, teman, dan *financial advicer* nasabah serta sabar dalam menangani *complaint* nasabah dan menjadi pendengar yang baik.

4. *Action* (Tindakan)

Action/tindakan yang dilakukan saat nasabah *complaint* atau membutuhkan sesuatu harus cepat tanggap (*fast respon*). Dalam hal ini *customer service* harus langsung menghubungi nasabah (*Follow Up*) dan jangan dibiarkan (cuek) agar keluhan yang dimiliki nasabah langsung tertangani dan nasabah tidak emosi. Kenali kendala yang dikeluhkan oleh nasabah, nasabah *complaint* bukan hanya butuh ditenangkan tapi membutuhkan informasi segera, informasi dijelaskan secara detail dan lengkap setelah itu langsung berikan solusi. Solusi terbagi menjadi dua yaitu solusi yang dapat langsung diselesaikan dan membutuhkan proses yang biasanya membutuhkan eskalasi ke kantor pusat, jika membutuhkan proses maka sampaikan kepada nasabah untuk sabar dan jangan khawatir karena akan segera terselesaikan dan setelah mendapatkan informasi dari kantor pusat

akan langsung disampaikan kepada nasabah terkait informasi terbaru. Intinya tindakan respon yang cepat sangat penting dalam penanganan keluhan pelanggan karena nasabah merasa diperhatikan dan dapat langsung ditangani meskipun membutuhkan proses.

5. *Accountability* (Tanggungjawab)

Tanggungjawab *customer service* dalam melayani pelanggan adalah dapat melayani pelanggan dengan baik dan lancar, dengan memberikan solusi (*problem solving*) hingga selesai. Jika keluhan membutuhkan proses yang lama *customer service* bertanggung untuk control proses penanganan keluhan dan *follow up* ke nasabah sampai keluhan selesai ditangani dengan baik.

6. *Appearance* (Penampilan)

Standar penampilan fisik yang ditetapkan oleh Bank Muamalah Indonesia untuk *customer service* sebagai berikut:

- a. Seragam: ditetapkan oleh kantor pusat, tidak ketat, menutup aurat, memakai jilbab yang harus memenuhi ketentuan dari kantor pusat
- b. *Make up* Tidak tebal (natural)
- c. Perhiasan yang digunakan tidak terlalu banyak, cukup cincin tangan kanan dan kiri masing-masing
- d. Bersepatu *heels* - 5cm dan berkaos kaki hitam
- e. Rapi dan Wangi

Standar penampilan non fisik yang harus dilakukan oleh *customer service* Bank Muamalat Indonesia sebagai berikut:

- a. sopan santun dengan nada bicara yang sopan dan ramah karena nada bicara dapat menyentuh hati nasabah sehingga nasabah tauulus atau tidaknya seorang *customer service*
- b. *Attitude* dari tatapan mata yang menantap ramah nasabah *gesture* yang baik dankomunikasi skill yang baik dengan tidak memotong pembicaraan.

Dalam menangani keluhan nasabah juga tidak terlepas dari adanya kendala yaitu berhadapan dengan nasabah yang kurang bisa diajak kerja sama seperti emosian dan tidak bisa mengerti alur proses.

Misalkan saat nasabah *complaint* dan membutuhkan solusi pihak Bank sudah menjelaskan bahwa solusi harus diselesaikan dalam beberapa hari karena memerlukan proses hingga eskalasi ke kantor pusat atau eskalasi ke pihak eksternal (atm tertelan di bank lain) tetapi nasabah menginginkan proses yang cepat hal ini membutuhkan kesabaran dan pengemasan bahasa yang baik untuk mendapatkan pengertian dari nasabah.

3.1.4 Penanganan keluhan pelanggan yang dilakukan oleh *customer service* pada Bank Muamalat Indonesia

Kendala yang paling sering dikeluhkan oleh nasabah di BankMuamalat Indonesia bahwa jaringan atm tidak banyak, jadi dengan adanya hal ini nasabah harus datang ke kantor untuk bertransaksi atau harus menarik atm di bank lain. Walaupun Bank Muamalat Indonesia

jaringan kantornya tidak banyak seperti bank plat pemerintah atau bank besar lain, tetapi ada solusi bahwa Bank Muamalat Indonesia menyediakan subsidi sepuluh kali *free* tarik tunai di bank lain ini adalah salah satu fitur untuk *counter* masalah jaringan kantor yang tidak banyak. Selain itu kendala yang dialami oleh nasabah juga ada terkait dengan sistem mesin atm yang *error* seperti saat nasabah ingin menarik tunai melalui mesin atm uang tidak keluar tetapi kartu nasabah telah terdebit, dalam hal ini nasabah harus mengisi formulir dan menunggu proses dari Bank Muamalat Indonesia.

Pelayanan Bank Muamalat Indonesia termasuk mempunyai *problem solving* dan pelayanan yang baik hal ini dibuktikan dengan tidak ada pelayanan yang dikeluhkan oleh nasabah dan rata-rata komplain pelanggan paling banyak didasari oleh kedua hal itu.

Dalam menangani keluhan pelanggan seperti yang sudah dijelaskan pada BAB II didalam buku (Kartajaya, 2009), Bank Muamalat Indonesia menerapkan 6 teknik untuk menangani keluhan pelanggan

Salah satunya dengan kasus yang sering dikeluhkan yaitu kartu atm yang terdebit di mesin atm dan uangnya tidak keluar seperti sebagai berikut:

1. *Listen*

Menjadi pendengar yang baik dengan menatap mata nasabah dengan santun dan *gesture* tubuh yang baik, pada saat nasabah menceritakan keluhannya *customer service* dapat menganalisa

permasalahan yang terjadi. Hal pertama yang dilakukan adalah berdiri menyambut nasabah dengan greeting muamalat (tangan kanan ditempel dipundak kiri) dan mempersilahkan duduk “Assalamualaikum ibu selamat siang silahkan duduk” jangan duduk dulu sebelum nasabah duduk, lalu memperkenalkan diri “dengan saya ... mohon maaf dengan ibu siapa?” selalu merespon dengan jawaban yang nasabah berikan “baik ibu, ada yang bisa saya bantu?” persilahkan nasabah untuk menceritakan keluhannya tanpa memotong pembicaraan, anggukan kepala agar menandakan bahwa kita paham dengan keluhan yang terjadi, dan tetaptersenyum ramah.

2. *Clarify*

Setelah nasabah sudah menceritakan keluhan yang dialami, simpulkan kembali inti dari permasalahan yang terjadi “baik ibu, jadi dapat saya simpulkan bahwa kartu atm ibu terdebit di atm Bank Muamalat wirobrajan di tanggal 28 juni 2022 pada pukul 08.30 dengan nominal 300.000 betul ya ibu?” tunjukkan bahwa kita paham dengan permasalahan yang telah terjadi

3. *Explain*

Jika sudah ditemukan inti dari permasalahan yang dialami oleh nasabah maka jelaskan secara detail penyebab masalah tersebut “jadi pada saat tanggal 28 juni 2022 pukul 08.30 mesin atm Bank Muamalat Indonesia mengalami sedikit gangguan dan akan kami

usahakan bahwa segera memperbaiki mesin atm agar tidak mengganggu kenyamanan nasabah”

4. *Apologize*

Memohon maaf dengan tulus dengan apa yang telah terjadi tetap rendah hati dan juga tersenyum dengan mengatupkan kedua tangan “mohon maaf ibu..., atas ketidaknyamanannya. Hal ini akan menjadi evaluasi pada pihak kami agar bisa menjadi lebih baik dikemudian hari. Sekali lagi kami dari pihak bank memohon maaf sebesar besarnya”

5. *Agree*

Memberikan alternatif solusi sesuai dengan kebijakan perusahaan dan menjelaskan secara detail tahap penyelesaian kendala yang dialami, sampaikan dengan pengemasan bahasa yang baik agar nasabah lebih tenang dan percaya pada pihak bank serta dapat memperbaiki hubungan dengan nasabah “baik ibu semua akan baik baik saja, dan kami akan mengusahakan semaksimal mungkin agar uang ibu bisa segera kembali secepatnya. Sebelumnya kami mohon maaf ya ibu..., untuk prosesnya kurang lebih selama 14 hari tetapi kami akan mengusahakan kurang dari 14 hari masalah ini selesai. Hari ini akan kami eskalasikan ke kantor pusat dan kami akan menghubungi ibu terkait dengan perkembangannya”.

6. *Take action*

Jika solusi sudah disepakati oleh kedua belah pihak maka solusi tersebut dapat langsung ditangani, kenali kondisi nasabah jika nasabah dalam posisi tenang diminta untuk mengisi formulir dan jika dalam keadaan marah cukup untuk mengisi tanda tangan saja, dan kumpulkan syarat seperti ktp dan buku tabungan. Lalu tanyakan kembali apakah masih ada kebutuhan lain pada nasabah “baik bu..., apakah ada yang bisa saya bantu lagi ibu?” jika tidak, ditutup dengan permohonan maaf dan tidak lupa untuk menginformasikan saat uangnya sudah kembali atau masalah sudahtertangani “mohon maaf atas ketidaknyamanannya ya ibu..., sehingga transaksi jadi terganggu di bank muamalat ini akan menjadi evaluasi bagi pihak bank semoga kedepannya kita bisa memperbaiki sistem. Saya akan menginformasikan perkembangannya dan akan saya kabari segera jika uang ibu sudah kembali”. Lalu ucapkan terimakasih “terimakasih ibu, hati hati di jalan assalamualaikum”.

Setelah menerapkan 6 teknik penanganan keluhan pelanggan seperti diatas maka keluhan nasabah dapat teratasi dengan mudah sehingga dapat menciptakan kepuasan pelanggan.

Dalam menangani keluhan nasabah *customer service* juga menjalani program kualitas pelayanan yang ada pada Bank Muamalat Indonesia.

Upaya upaya dari bank muamalat untuk memperbaiki kualitas layanan:

1. *Program Internal learning development program (ILDLP)*

Internal learning development program adalah semacam *training* dengan adanya pilihan materi, dan untuk *customer service* materi yang diambil *linear* ke layanan dan *handling complain*. Pelatihan *training* dilakukan dengan adanya diskusi kasus kasus tertentu, *handling complaint*, dan *role play* jadi *customer service* bisa belajar menyelesaikan atau menangani kasus yang nyata.

2. *Program Forum Grup Discussion (FGD)*

Program Forum Grup Discussion dilakukan melalui wa grub, di grub wa sering di share materi materi seperti *handling complaint* yang berkaitan dengan kualitas layanan, sesi *coaching* antara BM dengan CS yang dilakukan secara periodik minimal 1 tahun 2 kali untuk mengetahui kinerja, dan poin-poin yang ditingkatkan dalam hal ini *customer service* di dilayanan.

Biasanya program perbaikan kualitas layanan dilaksanakan di kantor pusat dengan memperlihatkan pemaparan materi yang dilakukan pada hari sabtu atau setelah jam layanan berakhir tetapi setelah ada pandemi *covid 19* program dilakukan secara *online* selain itu juga ada *refreshment* yang dilakukan Bank Muamalat indonesia agar dapat melatih *hard skill* dan *soft skill* dalam melayani nasabah agar dapat meningkatkan kualitas.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dijelaskan terkait dengan pelayanan prima yang dilakukan *customer service* Bank Muamalat Indonesia, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Seorang *customer service* Bank Muamalat Indonesia dalam melakukan pelayanan prima menerapkan 6 konsep pelayanan prima, yaitu:
 - a. *Attitude* (sikap) menunjukkan sikap yang baik agar sesuai dengan citra yang sudah ditonjolkan yaitu tanggap, kompeten, dan layanan prima
 - b. *Ability* (kemampuan) memiliki kemampuan dasar menguasai produk dan sistem, komunikasi skill yang baik, *problem solving* dan berempati dalam melakukan jobdesknya
 - c. *Attention* (perhatian) memberikan perhatian dengan sopan kepada nasabah yang membutuhkan sesuatu dan komplain
 - d. *Action* (tindakan) melakukan tindakan yang *fast respon* pada kebutuhan nasabah dan menangani komplain
 - e. *Accountability* (tanggung jawab) bertanggung jawab dalam melayani nasabah dengan pelayanan yang prima dan memberikan *problem solving* hingga komplain pelanggan tuntas, dan yang terakhir

- f. *Appearance* (penampilan) melakukan pekerjaan dengan SOP dan penampilan fisik yang sudah ditentukan oleh kantor pusat serta melakukan penampilan non fisik dengan maksimal untuk menunjang pelayanan prima.
2. Penanganan *handling complaint* saling berkaitan dengan pelayanan prima, dengan penerapan pelayanan prima pada *customer service* maka akan mempermudah proses penanganan komplain/keluhan, sehingga keberhasilan penanganan keluhan dapat menciptakan kepuasan pada nasabah.
3. *Customer service* Bank Muamalat Indonesia saat menghadapi dan menangani komplain nasabah menggunakan teknik penanganan keluhan pelanggan seperti *listen* (mendengarkan keluhan pelanggan), *clarify* (menyimpulkan kembali masalah yang dikeluhkan nasabah), *explain* (menjelaskan secara detail penyebab masalah terhadap keluhan nasabah), *aplogize* (meminta maaf dengan tulus), *agree* (menyetujui tahap penyelesaian), dan *take action* (melaksanakan solusi yang telah disepakati).

4.2 Saran

Berdasarkan pembahasan yang sudah dijelaskan di atas, berikut ini merupakan saran untuk Bank Muamalat Indonesia dalam melakukan pelayanan prima untuk penanganan keluhan pelanggan.

1. Melakukan pendataan komplain nasabah untuk keperluan evaluasi, karena dengan adanya pendataan masalah yang dialami nasabah dapat

mengevaluasi dan menjadi perbaikan kualitas pelayanan ataupun sistem pada Bank Muamalat Indonesia.

2. Melakukan *survey* pada nasabah dengan menggunakan kotak saran untuk secara *offline* dan menggunakan *google form* untuk secara *online*. Sehingga kita menjadi tau seberapa puas nasabah terhadap pelayanan dan produk yang sudah dimiliki.
3. Melakukan pelatihan pelayanan prima dan *handling complaint* pada *customer service* dan *frontliner*



DAFTAR PUSTAKA

- Arum, N. S. (2015, October 21). *Ini 6 Tipe Keluhan Pelanggan yang harus diwaspadai*. Dipetik July 28, 2022, dari Bisnis.com: <https://m.bisnis.com>
- Astuti, N. F. (2021, April 29). Pengertian Pemasaran Menurut Para Ahli, Berikut Strategi dan Fungsinya.
- Daryanto. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Satu Nusa.
- Daryanto, & Setyabudi. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Dwiya, K. S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penanganan Komplain Terhadap Kepercayaan Pelanggan: Studi Kasus Pada Honda Astra Motor . *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*, 77.
- Kartajaya, H. (2009). *On Service Seri 9 Elemen Marketing*. Bandung: Mizan Pustaka.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran, jilid 1, Edisi kedua belas*. Jakarta: PT. Indeks.
- Laurena, D. J. (2015). Analisis Pelayanan Prima dengan konsep A6 pada Perpustakaan Tinggi Negeri di Surabaya. *journal.unair.ac.id*, 6-7.
- LinovHR, A. (2020, September 7). *Kepuasan Pelanggan: Pengertian, Manfaat, dan Cara Meningkatkan*. Dipetik may 31, 2022, dari LinovHR.com: <https://www.linovhr.com/kepuasan-pelanggan/>

- Nugroho, F. T. (2020, september 14). *pengertian dan jenis-jenis wawancara yang perlu diketahui*. Dipetik july 28, 2022, dari BOLA.COM: <https://www.bola.com>
- Parsaoran, J. A. (2017, 11 14). *Dasar dasar pelayanan publik dalam rangka memenuhi pelayanan prima di sektor pemerintahan*. Dipetik 07 26, 2022, dari bkpsdmd.babelprov.go id: <https://bkpsdmd.babelprov.go.id>
- Parwitasari, G. (2016). Pengaruh Pelayanan Prima, Kepercayaan, dan Keuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol 12, No1b, h.2, 12*.
- Rangkuti, F. (2017). *Customer Care Excellent Meningkatkan Kinerja Perusahaan melalui Pelayanan Prima Plus Analisis Kasus Jasa Raharja*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rusyan, S. A., & Sulistyaningtyas, I. D. (2013). Strategi Komunikasi Dalam Penanganan Keluhan Pelanggan Di PT. Nasmoco Bahtera Motor. 12.
- Suchaeri, H. (2012). *Total Customer: Percepatan Laba Sepanjang Masa*. Solo: Metamograf.
- Sumarwan, U. (2015). *Perilaku Konsumen, Teori Penerapannya dalam Pemasaran, Edisi Kedua*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sunyoto, D. (2012). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen, Edisi 1*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.

Tjiptono, F. (2012). *Service Manajemen, Mewujudkan Layanan Prima* .
Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa, Edisi Pertama*. Yogyakarta : Banyumedia
Publishing.

Zakiah, N. (2020). analisis perbandingan pelayanan perbankan syariah dan
perbankan konvensional. *jurnal masharif al-syariah: jurnal ekonomi dan
perbankan syariah*, 52.

