

**PENERAPAN PELAYANAN PRIMA KEPADA NASABAH
DI PERUSAHAAN DAERAH BANK PERKREDITAN RAKYAT (BPR)
SARIMADU BANGKINANG**

LAPORAN AKHIR

*Diajukan untuk memenuhi dan melengkapi syarat-syarat
guna mencapai gelar Ahli Madya (A.Md)*



OLEH

SUCI FITRI UTAMI

00826003702

**PRODI D.III PERBANKAN SYARI'AH
FAKULTAS SYARI'AH DAN ILMU HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU**

2011

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul **“Penerapan Pelayanan Prima Kepada Nasabah di Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Sarimadu Bangkinang”**. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan pelayanan prima yang diterapkan di PD. BPR Sarimadu Bangkinang dan untuk mengetahui respon nasabah terhadap pelaksanaan pelayanan di PD. BPR Sarimadu Bangkinang.

Penelitian ini dilakukan di kantor PD. BPR Sarimadu Bangkinang, yang terletak di Jl. DI. Panjaitan No. 96 Bangkinang. Subjek dalam penelitian ini adalah karyawan PD. BPR Sarimadu dan nasabah. Sedangkan yang menjadi objeknya adalah penerapan pelayanan prima kepada nasabah Bank PD. BPR Sarimadu Bangkinang.

Peneliti menggunakan data primer yang diperoleh dari karyawan Bank Sarimadu dan nasabah. Dan data sekunder yaitu data yang diperoleh dari literature, dokumen-dokumen yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

Metode yang digunakan adalah Metode deduktif, yaitu penulis mengemukakan kaidah-kaidah pendapat yang bersifat umum, dianalisa kemudian diambil kesimpulan secara khusus. Dan metode induktif, yaitu penulis mengemukakan fakta-fakta yang bersifat khusus, dianalisa kemudian diambil kesimpulan secara umum. Sedangkan dalam analisa data digunakan metode deskriptif kualitatif.

Adapun dalam proses pelayanan terhadap nasabah dilakukan oleh pihak karyawan Bank PD. BPR Sarimadu Bangkinang, proses pelayanannya dilakukan semaksimal mungkin untuk mencapai tingkat kepuasan para nasabahnya.

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa pelaksanaan pelayanan prima di PD. BPR Sarimadu Bangkinang sudah terlaksana dengan baik, dan para nasabahnya juga sudah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Segala puji bagi Allah yang telah memberikan kesempatan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan akhir ini yang berjudul “**PENERAPAN PELAYANAN PRIMA KEPADA NASABAH DI PERUSAHAAN DAERAH BANK PERKREDITAN RAKYAT (BPR) SARIMADU BANGKINANG**” yang telah diberikan pembimbing penulis Bapak M. Abdi Almaktsur, MA.

Shalawat dan salam penulis sampaikan semoga senantiasa tercurahkan kepada pembimbing umat, Rasulullah SAW., bagi sanak keluarganya, para sahabat dan umat hingga akhir zaman. Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini dapat selesai atas bantuan dari berbagai pihak, atas kerelaan waktu dan tenaganya telah membantu penulis. Dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih kepada:

1. Ayahanda Suhaimi.S., dan Ibunda Nirda, yang selalu mendo'akan penulis,yang selalu mencurahkan kasih sayangnya yang sangat besar kepada penulis, yang senantiasa mendidik dan membimbing serta memberi bekal berupa moral dan material kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan studi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Prof. DR. H. Nazir Karim, MA., selaku Rektor di Universitas Islam Negeri Sultan Ssyarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. H. Akbarizan, MA, M.Pd., selaku Dekan Fakultas Syari'ah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Muhammad Nurwahid M.Ag., selaku ketua Program DIII Perbankan Syari'ah Fakultas Syari'ah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

5. Bapak Khairul Amri, M.Ag., selaku sekretaris jurusan DIII Perbankan Syari'ah Fakultas Syari'ah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak M. Abdi Almaktsur, MA., selaku pembimbing penulis yang telah banyak meluangkan waktu, memberikan petunjuk dan arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan akhir ini.
7. Segenap Dosen Fakultas Syari'ah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, atas dukungan dan bimbingannya selama penulis menempuh kuliah ini.
8. Ucapan terima kasih kepada saudara-saudaraku, Shandy, Putra, Rizki, dan Hafiz yang selalu memberikan semangat dan asa kepada penulis.
9. Ucapan terimakasih juga kepada teman-teman seperjuangan, Hikmah, Nurul Khoiriah, Hasni, Yuli, Fitri, Ayu, Mila, dan yang lainnya yang telah memberikan penulis motivasi dan dorongan.
10. Kepada sahabat-sahabat penulis, suhendri, Ika, Devi dan yang lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan semuanya, terima kasih telah memberikan bantuan, motivasi dan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan laporan akhir ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan laporan akhir ini masih banyak kekurangan dan kesalahan. Semoga karya sederhana ini dapat memberi sumbangan yang berarti bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

Pekanbaru, 18 Oktober 2011

Penulis

SUCI FITRI UTAMI
NIM: 00826003702

DAFTAR ISI

ABSTRAK

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	11
C. Rumusan Masalah	11
D. Tujuan dan Kegunaan	12
E. Metode Penelitian.....	12
F. Sistematika Penelitian	14

BAB II GAMBARAN UMUM BANK PD. BPR SARIMADU

A. Sejarah PD. BPR Sarimadu Bangkinang	16
B. Visi dan Misi	18
C. Produk PD. BPR Sarimadu Bangkinang	19

BAB III KONSEP PELAYANAN PRIMA

A. Pengertian Pelayanan	22
B. Dasar-Dasar Pelayanan Nasabah.....	23
C. Sifat-sifat Nasabah	27
D. Konsep Kualitas Pelayanan.....	29
E. Unsur-unsur Pelayanan Prima	36
F. Ciri-ciri Pelayanan Yang Baik.....	37

BAB IV PENERAPAN PELAYANAN PRIMA

A. Penerapan Pelayanan Prima di PD. BPR Sarimadu Bangkinang.....	41
B. Respon Nasabah Terhadap Pelaksanaan Pelayanan di BPR Sarimadu Bangkinang	42

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	54
B. Saran.....	54

DAFTAR PUSTAKA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank bagi masyarakat yang hidup di negara-negara maju seperti negara-negara di Eropa, Amerika, Jepang sudah merupakan suatu kebutuhan dasar yang harus dipenuhi. Bank merupakan mitra dalam rangka memenuhi semua kebutuhan keuangan sehari-hari. Bank dijadikan sebagai tempat untuk melakukan berbagai transaksi yang berhubungan dengan keuangan seperti, tempat mengamankan uang, melakukan investasi, pengiriman uang, melakukan pembayaran, atau melakukan penagihan.

Bagi suatu Negara bank dapat dikatakan sebagai darahnya perekonomian suatu negara. Oleh karena itu, peranan perbankan sangat mempengaruhi kegiatan ekonomi suatu negara. Dengan kata lain kemajuan suatu bank di suatu negara dapat pula dijadikan ukuran kemajuan negara yang bersangkutan. Semakin maju suatu negara, maka semakin besar peranan perbankan dalam mengendalikan negara tersebut. Artinya, keberadaan dunia perbankan semakin dibutuhkan pemerintah dan masyarakatnya.

Berbeda dengan negara-negara berkembang, seperti Indonesia, pemahaman tentang bank di negeri ini belum utuh. Sebagian masyarakat hanya memahami bank sebatas tempat menyimpan dan meminjam uang belaka. Bahkan terkadang sebahagian masyarakat sama sekali belum memahami fungsi bank seutuhnya, sehingga tidak heran jika pandangan mereka tentang bank

sering diartikan secara keliru. Selebihnya banyak masyarakat yang tidak paham sama sekali tentang dunia perbankan. Semua ini tentu dapat dipahami karena pengenalan dunia perbankan secara utuh terhadap masyarakat belumlah optimal, terutama melalui ilmu pemasaran bank¹.

Jika ditelusuri lewat sejarah sejak dulu sampai sekarang ini, peranan perbankan dalam memajukan perekonomian suatu negara sangatlah besar. Hampir semua sektor yang berhubungan dengan berbagai kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa bank. Oleh karena itu, saat ini dan masa yang akan datang setiap negara dan individu tidak akan dapat lepas dari dunia perbankan, jika hendak menjalankan aktivitas keuangan, baik perorangan maupun lembaga, baik sosial atau perusahaan.

Begitu pentingnya dunia perbankan, sehingga ada anggapan bahwa bank merupakan “nyawa” untuk menggerakkan perekonomian suatu negara. Anggapan ini tentunya salah, karena fungsi bank sebagai lembaga keuangan sangatlah vital, misalnya dalam hal penciptaan uang, mengedarkan uang, menyediakan uang menunjang kegiatan usaha tempat mengamankan uang, tempat melakukan investasi dan jasa keuangan lainnya.

Pengertian bank pada awal dikenalnya adalah meja tempat menukar uang. Lalu pengertian berkembang yaitu sebagai tempat menyimpan uang dan seterusnya. Pengertian ini tidaklah salah, karena merupakan pengertian pada

¹ Kasmir, *Dasar-dasar Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Perss, 2001), h. 55.

saat itu. Namun semakin modernnya perkembangan dunia perbankan, maka pengertian bank pun berubah pula².

Secara sederhana bank diartikan sebagai *lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut kepada masyarakat serta memberi jasa bank lainnya*³.

Sedangkan pengertian lembaga keuangan adalah *setiap perusahaan yang bergerak di bidang keuangan dimana kegiatan bank hanya menghimpun dana, atau hanya menyalurkan dana atau kedua-duanya, menghimpun dan menyalurkan dana*.

Kemudian pengertian bank menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan adalah :

*Badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak*⁴.

Dari kedua pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa bank merupakan **lembaga keuangan** yang kegiatannya adalah :

1. Menghimpun dana dari masyarakat (*funding*).

Menghimpun dana berarti mengumpulkan dana atau mencari dana dengan cara membeli dari masyarakat luas dalam bentuk simpanan giro, tabungan dan deposito. Pembelian dana dari masyarakat ini dilaksanakan oleh

² Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), Cet. 2, h. 7-8.

³ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2001), Cet. Ke 2, h. 11.

⁴ Martono, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2007), Cet. Ke 4, h. 20.

bank melalui berbagai strategi agar masyarakat tertarik dan mau menginvestasikan dananya melalui lembaga keuangan bank. Alternative simpanan yang bisa dilakukan oleh masyarakat adalah simpanan dalam bentuk giro, tabungan, sertifikat deposito serta deposito berjangka dimana masing-masing jenis produk tersebut memiliki kelebihan dan keuntungan tersendiri. Kegiatan penghimpunan dana ini disebut *funding*.

Strategi bank dalam menghimpun dana adalah dengan memberikan rangsangan berupa imbalan yang menarik dan menguntungkan. Imbalan jasa tersebut dapat berupa perhitungan bunga bagi bank konvensional atau berdasarkan prinsip jual beli dan bagi hasil bagi bank syari'ah (bank islam).

Rangsangan lainnya yang dapat diberikan berupa hadiah, pelayanan yang menarik, atau balas jasa lainnya. Semakin menarik dan menguntungkan imbalan yang diberikan, semakin menambah minat masyarakat untuk menyimpan dananya di bank.

2. Menyalurkan dana ke masyarakat (*lending*).

Menyalurkan dana berarti melemparkan kembali dana yang telah dihimpun melalui simpanan giro, tabungan dan deposito kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman (*lanable fund*) bagi bank konvensional atau pembiayaan bagi bank syari'ah. Bagi bank konvensional dalam memberikan pinjaman disamping dikenakan bunga, juga dikenakan jasa pinjaman bagi penerima pinjaman (debitur) dalam bentuk biaya administrasi serta biaya provisi dan komisi. Sedangkan bagi bank syari'ah didasarkan pada jual beli dan bagi hasil.

Tinggi rendahnya tingkat pinjaman tergantung oleh tinggi rendahnya tingkat bunga simpanan. Semakin tinggi tingkat bunga simpanan, maka semakin tinggi pula tingkat bunga pinjaman dan sebaliknya. Disamping tingkat bunga simpanan, pengaruh tinggi rendahnya tingkat bunga pinjaman juga dipengaruhi oleh keuntungan yang diambil, biaya operasi yang dikeluarkan, cadangan resiko kredit macet, pajak serta pengaruh lainnya.

Bagi bank yang berdasarkan prinsip konvensional, keuntungan utama diperoleh dari selisih bunga simpanan yang diberikan kepada penyimpan dengan bunga pinjaman atau kredit yang diberikan. Keuntungan dari selisih bunga ini di bank dikenal dengan istilah *spread based*. Jika suatu bank mengalami suatu kerugian dari selisih bunga, dimana tingkat bunga simpanan lebih besar dari tingkat bunga kredit yang diberikan (*lanable fund*), maka terjadilah *negative spread*⁵.

3. Memberikan jasa-jasa bank lainnya (*services*).

Tujuan paling utama dari sebuah bank adalah untuk meningkatkan dan mempertahankan keuntungan yang di perolehnya. Suatu system perbankan didefinisikan sebagai suatu pemberian jasa-jasa keuangan. Tetapi bank juga suatu system yang menghasilkan keuntungan. Keduanya jelas dapat di perbandingkan: tidak akan ada usaha memberikan jasa-jasa apabila tidak seorang pun menghendaknya dan jelas bahwa tujuan utama bank adalah memberikan serta mengembangkan jasa-jasa tersebut hingga menghasilkan

⁵ *Ibid.*,h. 24-25.

keuntungan yang selaras dengan operasi bisnis dan kebijaksanaan keuntungan Negara yang aman⁶.

Jasa secara bahasa dapat diartikan sebagai perbuatan yang memberikan sesuatu kepada orang lain⁷.

Jasa juga dapat diartikan sebagai barang yang tidak kentara (intangible product) yang dibeli maupun dijual dipasar melalui transaksi pertukaran yang saling memuaskan⁸.

Defenisi lain dari jasa adalah tindakan atau kinerja yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lainnya walaupun prosesnya mungkin terkait dengan produk fisik, kinerjanya pada dasarnya tidak nyata dan biasanya tidak menghasilkan kepemilikan atas factor-faktor produksi⁹.

Sedangkan menurut pendapat William Stanton dan Jetzel J. Walker, jasa adalah kegiatan yang dapat di identifikasikan dan tidak berwujud yang merupakan tujuan penting dari suatu transaksi guna memberikan kepuasan pada konsumen¹⁰.

Dan menurut pendapat Valarie A. Zethaml dan Mary Jo Bitner, jasa pada dasarnya merupakan semua aktifitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan

⁶ Kenneth Toft, penyadur Sinungan, *Teknik Manajemen Bank yang Praktis*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1991), Cet. Ke 2, h. 23.

⁷ Trisno Yuwono, Silvita, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Arkola), h. 169.

⁸ Tony Wijaya, *Manajemen Kualitas Jasa Desain Servqual, QFD, dan Kano Disertai Contoh Aplikasi dalam Kasus Penelitian*, (Jakarta: Indeks, 2011), Cet. Ke 1, h. 16.

⁹ Cristopher H. Lovelock, Luren K. Wright, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Indeks, 2007), Cet. Ke 2, h. 5.

¹⁰ H. Malayu. S.p. Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2005), h. 161.

dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah (misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan, atau kesehatan konsumen).

Dari berbagai defenisi diatas, tampak bahwa di dalam jasa selalu ada aspek interaksi antara pihak konsumen dan pihak produsen (jasa)., meskipun pihak-pihak yang terlibat tidak selalu menyadari. Jasa bukan suatu barang, melainkan suatu proses atau aktifitas yang tidak berwujud¹¹.

Jasa-jasa bank lainnya merupakan jasa pendukung kegiatan bank. Jasa-jasa ini diberikan terutama untuk mendukung kelancaran kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana, baik yang berhubungan langsung maupun tidak langsung terhadap kegiatan penyimpanan dana dan penyaluran kredit. Banyaknya produk jasa yang ditawarkan sangat tergantung pada kemampuan masing-masing bank. Semakin mampu bank tersebut, maka semakin banyak ragam produk yang ditawarkan. Kemampuan bank dapat dilihat dari segi permodalan, manajemen serta fasilitas sarana dan prasarana yang dimiliki.

Produk jasa-jasa perbankan lainnya adalah sebagai berikut:

- a. Jasa setoran seperti setoran telephon, listrik, air atau uang kuliah.
- b. Jasa pembayaran seperti pembayaran gaji, pension atau hadiah.
- c. Jasa pengiriman uang (transfer)
- d. Jasa penagihan (inkaso)
- e. Jasa kliring (clearing)
- f. Jasa penjualan mata uang asing (valas)
- g. Jasa penyimpanan dokumen (safe deposit box)

¹¹ Rambat Lupiyoadi, Hamdani A, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), Edisi 2, h. 5-6.

- h. Jasa cek wisata (travelers cheque)
- i. Jasa kartu kredit (bank card)
- j. Jasa letter of credit (L/C)
- k. Jasa bank garansi dan referensi bank¹².

Inti dari usaha dunia perbankan adalah masyarakat (nasabah). Karenanya sebuah bank dikatakan kuat apabila memiliki kepercayaan dari nasabah. Namun sekuat apapun bank yang di maksud, jika masyarakat (nasabah) kehilangan kepercayaan, bank apapun namanya dan dimanapun tempatnya di dunia serta siapapun pemiliknya tidak akan dapat bertahan hidup.

Dalam hal ini bank juga harus menyadari apa yang menjadi tugas utamanya, yaitu memenuhi kebutuhan nasabah-nasabahnya dan berusaha memuaskan mereka. Untuk mewujudkan dan mempertahankan kepuasan pelanggan (nasabah), suatu organisasi jasa (bank) harus melakukan empat hal:

1. Mengidentifikasi siapa pelanggannya.
2. Memahami tingkat harapan pelanggan atas kualitas.
3. Memahami strategi dari kualitas layanan pelanggan.
4. Memahami siklus umpan pengukuran dan umpan balik dari kepuasan pelanggan.¹³

Selain itu pula bank harus membina hubungan baik yang dinamis dan harmonis selain itu juga diperlukan komunikasi yang efektif. Dan untuk bisa berkomunikasi dengan efektif, selain melalui publikasi lewat media massa, salah satu caranya adalah dengan membentuk customer service yang dapat

¹² Martono, *Op.cit.*, h. 26.

¹³ Fandy Tjiptono, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, (Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2005), Edisi ke-5, h. 129.

menjadi jembatan untuk mempererat hubungan dengan pihak luar perusahaan (publik atau nasabah) demi terciptanya opini publik yang menguntungkan perusahaan.

Sebagai seorang customer service tentu telah ditetapkan fungsi dan tugas yang harus diembannya. Customer service juga harus bertanggung jawab dari awal sampai dengan selesainya suatu pelayanan nasabah. Fungsi dan tugas-tugas customer service harus benar-benar dipahami sehingga dapat menjalankan tugasnya secara prima.

Dalam kata sambutannya, Bupati Kampar Drs. H. Burhanuddin Husin, MM. usai melantik Ir. H. Safri, Msi. Sebagai direktur utama PD. BPR Sarimadu Bangkinang masa bakti 2009-2010, menyampaikan kepada Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Sarimadu Bangkinang agar dapat memberikan pelayanan prima kepada masyarakat, sehingga Bank Sarimadu sebagai Bank Pemerintah Daerah tidak kalah bersaing dengan bank swasta dalam pelayanan jasa bank¹⁴.

Bupati menyampaikan Apresiasi dan penghargaan kepada direktur BPR Sarimadu, sebagai Bank Pemerintah Daerah, BPR Sarimadu telah memperlihatkan kemajuan yang cukup baik, sehingga saat ini BPR Sarimadu Bangkinang dapat meraih prestasi sebagai BPR terbaik ketiga diluar pulau jawa dan bali. Berkaitan dengan hal tersebut Bupati meminta kepada Dirut BPR Sarimadu untuk tidak cepat berpuas diri dengan apa yang telah dicapai, karena

¹⁴ Dokumen Bank PD. BPR Sarimadu Bangkinang

kedepan tantangan berupa tuntutan dan harapan masyarakat sudah pasti semakin berat.

Untuk itu BPR Sarimadu diharapkan dapat selalu memberikan pelayanan prima kepada masyarakat, terutama masyarakat dipedesaan yang memiliki potensi ekonomi yang cukup besar dengan mendirikan kantor-kantor pembantu sampai kepedesaan. Pelayanan Prima yang dimaksud ungkap Bupati yaitu dalam bentuk kepastian waktu penyelesaian urusan, kepastian pembiayaan serta kepastian persyaratan administrasi yang harus dipenuhi, serta penyelesaian permasalahan secara arif dan bijak sana, sehingga masyarakat merasa memiliki dan terbantu oleh BPR sarimadu Bangkinang¹⁵.

Selanjutnya penulis akan menampilkan beberapa tanggapan nasabah mengenai pelayanan yang di berikan pihak Bank Sarimadu terhadap para nasabahnya.

Pelayanan yang diberikan pihak Bank Sarimadu kepada para nasabahnya sudah baik, ini dapat dilihat dari berbagai segi, baik dari segi sikap dan tingkah laku karyawan dalam melayani nasabah, segi pakaian, fasilitas yang disediakan dan lain sebagainya¹⁶.

Saya cukup puas dengan pelayanan yang diberikan para karyawan Bank Sarimadu yang selalu bertanggung jawab terhadap nasabah yang melakukan transaksi dari awal hingga akhir¹⁷.

¹⁵ *Ibid.*,

¹⁶ Nuraina, (Nasabah), *Wawancara, Bank PD. BPR Sarimadu Bangkinang, 18 Agustus 2011.*

¹⁷ Ani Afrida Hamid, (Nasabah), *Wawancara, Bank PD. BPR Sarimadu Bangkinang, 18 Agustus 2011.*

Dari uraian hasil wawancara penulis dengan beberapa orang nasabah Bank Sarimadu dapat dikatakan bahwa pelayanan yang diberikan pihak bank kepada para nasabahnya sudah cukup baik, namun penulis belum puas dengan hasil wawancara tersebut. Oleh karena itu penulis tertarik untuk mengetahuinya lebih lanjut dan dituangkan dalam bentuk tulisan dengan judul “ **Penerapan Pelayanan Prima Kepada Nasabah di Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Sarimadu Bangkinang**”.

B. Batasan Masalah

Untuk lebih terarahnya pembahasan dalam penelitian ini, perlu kiranya dibatasi pokok pembahasannya yaitu mengkaji penerapan pelayanan prima kepada nasabah dan respon nasabah terhadap pelaksanaan pelayanan di PD. BPR Sarimadu Bangkinang.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka, permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana penerapan pelayanan prima kepada nasabah di PD. BPR Sarimadu Bangkinang?
2. Bagaimana respon nasabah terhadap pelaksanaan pelayanan di PD. BPR Sarimadu Bangkinang?

D. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan penelitian

Yang menjadi tujuan laporan ini adalah :

- a. Untuk mengetahui bagaimana penerapan pelayanan prima kepada nasabah di PD. BPR Sarimadu Bangkinang.
- b. Untuk mengetahui bagaimana respon nasabah terhadap pelaksanaan pelayanan di PD. BPR Sarimadu Bangkinang.

2. Kegunaan penelitian

Dari tujuan diatas diharapkan penelitian ini berguna :

- a. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi di fakultas syari'ah UIN SUSKA Pekanbaru.
- b. Untuk menambah wawasan bagi penulis dalam hal penerapan pelayanan prima kepada nasabah di PD. BPR Sarimadu Bangkinang.
- c. Menambah pengetahuan sebagai bahan rujukan dan menambah khazanah kepustakaan.

E. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan dikantor PD. BPR Sarimadu Bangkinang, yang terletak di Jl. DI. Panjaitan No. 96 Bangkinang.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah karyawan PD. BPR Sarimadu dan nasabah. Sedangkan yang menjadi objeknya adalah penerapan pelayanan prima kepada nasabah di PD. BPR Sarimadu Bangkinang.

3. Sumber data

Sumber data dalam hal ini meliputi dua kategori yaitu:

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh dari karyawan Bank Sarimadu dan nasabah.
- b. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari literature, dokumen-dokumen yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

4. Metode Pengumpulan Data.

- a. Observasi

Yaitu penulis juga mengumpulkan data melalui proses pengamatan langsung terhadap atau fenomena yang terjadi di lapangan untuk mendapatkan gambaran secara nyata tentang kegiatan yang diteliti.

- b. Angket

Yaitu sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden tentang responnya terhadap standar pelayanan Bank PD. BPR Sarimadu Bangkinang.

- c. Dokumentasi

Yaitu dalam penelitian ini penulis juga mengumpulkan dokumen-dokumen dari Bank PD. BPR Sarimadu Bangkinang untuk melengkapi data-data yang penulis perlukan.

5. Populasi dan Sample

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank PD. BPR Sarimadu Bangkinang yang berjumlah 13.123 orang, dikarenakan populasinya sangat banyak maka penulis mengambil 100 orang sebagai sample dengan metode pengambilan sample yaitu metode

incidental sample yaitu sample diambil secara kebetulan karena berada ditempat penelitian.

6. Analisis Data

Setelah data terkumpul dilakukan penganalisaan dan untuk mengetahui persentase tingkat pelayanan digunakan rumus:

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

7. Metode Penulisan

- a. Metode deduktif, yaitu penulis mengemukakan kaidah-kaidah pendapat yang bersifat umum, dianalisa kemudian diambil kesimpulan secara khusus.
- b. Metode induktif, yaitu penulis mengemukakan fakta-fakta yang bersifat khusus, dianalisa kemudian diambil kesimpulan secara umum.

F. Sistematika Penulisan

Secara hukum, masalah ini terdiri dari lima bab yang antara satu dengan yang lain memiliki hubungan yang logis dan organis.

BAB I : PENDAHULUAN

Merupakan pendahuluan yang didalamnya diuraikan tentang latar belakang masalah, batasan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, metode penelitian, telaah pustaka dan sistematika penelitian.

BAB II : GAMBARAN UMUM BANK

Dalam bab ini akan diuraikan gambaran umum tentang objek yang akan diteliti dan tempat dimana akan dilakukan penelitian, seperti sejarah kelembagaan PD. BPR Sarimadu Bangkinang, visi dan misi PD. BPR Sarimadu Bangkinang, produk Bank BPR Sarimadu Bangkinang,.

BAB III TINJAUAN TEORITIS

Dalam bab ini akan diuraikan tentang pengertian pelayanan, dasar-dasar pelayanan nasabah, sifat-sifat nasabah, konsep kualitas pelayanan, unsur-unsur pelayanan prima, ciri-ciri pelayanan yang baik.

BAB IV : PENYAJIAN DATA

Dalam bab ini akan diuraikan tentang penerapan pelayanan prima kepada nasabah di PD. BPR Sarimadu Bangkinang dan respon nasabah terhadap pelaksanaan pelayanan di PD. BPR Sarimadu Bangkinang.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan penutup yang didalamnya diuraikan tentang kesimpulan dan saran-saran.

DAFTAR PUSTAKA

BAB II

GAMBARAN UMUM BANK PD. BPR SARIMADU BANGKINANG

A. Sejarah PD. BPR Sarimadu Bangkinang

Bank Sarimadu berasal dari Badan Kredit Kecamatan (BKK) Ujungbatu, Surat Keputusan Gubernur Riau No. 609/IX/1986, dan Surat Keputusan Bupati Kampar Nomor:41/V/Perek/1987, tentang Badan Kredit Kecamatan di Kabupaten Kampar yang ditempatkan di Ujungbatu.

Modal Awal BKK Ujungbatu berasal dari pinjaman kepada Bank Riau sebesar Rp.10.000.000,- yang dijamin oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Kampar. Pada mulanya BKK Ujungbatu dikelola oleh 3 orang yang berkantor di Kantor Camat Tandun dan diresmikan oleh Bupati Kampar H.Saleh Djasit,SH pada tanggal 27 Juni 1987¹.

Dengan adanya deregulasi perbankan yang dikenal dengan paket kebijaksanaan Perbankan (Deregulasi Perbankan tanggal 28 Oktober 1988) maka BKK Ujungbatu dipersiapkan untuk menjadi BPR Ujungbatu.

Gubernur Propinsi Riau dengan Surat Keputusannya Nomor 539/PSD/86.18 tanggal 18 Desember 1988 menginstruksikan kepada Bupati untuk mempersiapkan pendirian PD. Bank Perkreditan Rakyat dalam wilayah masing-masing Kabupaten. Dengan adanya Surat Gubernur Riau yang ditanda tangani oleh Soeripto, maka PEMDA Kampar mempersiapkan pendirian PD.

¹ Dokumen Bank PD. BPR Sarimadu Bangkinang.

BPR Ujungbatu dengan langkah-langkah administrasi (Perda Pendirian, Sisdur, Modal, dan SDM).

Dengan Izin dari Menteri Keuangan dan Rekomendasi Bank Indonesia status BKK Ujungbatu berubah menjadi PD. BPR Ujungbatu yang diresmikan pada tanggal 23 Mei 1992.

Total aset dengan ditambahkan modal sebesar Rp.50.000.000,- menjadi Rp.96.000.000,- dengan pegawai berjumlah 6 orang. Peningkatan status dari BKK menjadi PD. BPR Ujungbatu tidak terlepas dari pembinaan umum oleh Pemda Kabupaten Kampar dan Pembinaan teknis dari Bank Indonesia Pekanbaru serta Bank Pembangunan Daerah Riau yang sekarang berubah nama dengan Bank Riau.

Dengan dilakukannya pemekaran wilayah Kabupaten Kampar, maka Kantor Pusat BPR yang di Ujungbatu yang berada dalam wilayah pemekaran yaitu Kabupaten Rokan Hulu , dipindah statuskan menjadi Kantor Cabang Ujungbatu dan Kantor Cabang Bangkinang ditingkatkan statusnya menjadi Kantor Pusat di Bangkinang Kab. Kampar pada tanggal 2 September 2002.

Nama PD. BPR Ujungbatu diubah menjadi Bank PD. BPR Sarimadu dengan izin Bank Inonesia Nomor 6/1/KEP.PBI/PBR/2004 tanggal 3 Februari 2004 tentang perubahan nama Bank PD. BPR Ujungbatu menjadi Bank PD. BPR Sarimadu serta Perda Kabupaten Kampar No. 09 Tahun 2000 tentang Bank PD. BPR Sarimadu².

²*ibid.*,

B. Visi dan Misi

Visi

Bank PD. BPR Sarimadu merupakan wahana pengembangan ekonomi daerah yang berbasis kerakyatan melalui optimalisasi pelayanan perbankan.

Misi

1. Peningkatan mutu sumber daya manusia secara professional, memiliki kemauan, kemampuan dan kejujuran serta berakhlak mulia dan memiliki loyalitas yang tinggi.
2. Sistem manajemen dan operasional bank yang menuju kepada peningkatan pelayanan yang berkualitas dengan berpedoman kepada manajemen resiko.
3. Penyediaan kredit untuk menumbuh kembangkan usaha ekonomi masyarakat yang berbasis kerakyatan secara sehat dan wajar.
4. Memberikan rasa aman, nyaman dan menguntungkan kepada masyarakat sebagai pemegang amanah dan kepercayaan penyimpan dana.
5. Pemupukan permodalan yang dibaringi dengan peningkatan kontribusi bagian laba sebagai Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Kampar baik langsung maupun tidak langsung sebagai implementasi dari pembinaan yang berkelanjutan.
6. Perluasan wilayah kerja dengan merealisasikan pembukaan kantor cabang dan kantor kas pada lokasi yang potensial, strategis dan dekat dengan nasabah³.

³ *ibid.*,

C. Produk PD. BPR Sarimadu Bangkinang

Adapun produk-produk yang ada pada bank sarimadu yaitu:

1. Perkreditan

- a. Kredit Wira Usaha, Kredit ini diberikan kepada nasabah yang membutuhkan tambahan modal kerja untuk mengembangkan usaha yang telah ada. Kredit diarahkan bagi nasabah yang bergerak dibidang perdagangan dan jasa.
- b. Kredit Mikro/Bakulan, Kredit ini diberikan kepada nasabah yang menjalankan usahanya dalam bentuk usaha kecil dan lebih dikhususkan untuk memenuhi kebutuhan modal pedagang kecil dan pedagang kaki lima.
- c. Kredit PHBK (Kredit Pola Hubungan Bank dan Kelompok), Kredit ini diberikan kepada kelompok-kelompok usaha masyarakat dan menggunakan system tanggung renteng.
- d. Kredit Agribisnis / Perkebunan, Kredit ini diberikan kepada nasabah yang membutuhkan dana untuk mengelola usaha pertanian atau perkebunan yang dimiliki dan di fokuskan untuk petani baik bidang perkebunan, pertanian, perikanan, maupun peternakan.
- e. Kredit Anggota Koperasi, Kredit ini diberikan kepada masyarakat yang tergabung pada sebuah koperasi dan membutuhkan tambahan modal usaha yang dikembangkan oleh masing-masing anggotanya.
- f. Kredit Investasi (Visha), Kredit ini diberikan pada masyarakat untuk kegunaan investasi.

- g. Kredit Graha Sarimadu, Kredit ini diberikan pada masyarakat untuk tujuan pembelian atau pembangunan rumah tempat tinggal.
- h. Kredit Jaminan Emas, Skim kredit jaminan emas diberikan kepada masyarakat yang mempunyai barang berharga atau emas yang dijadikan jaminan untuk mendapatkan pinjaman uang.
- i. Kredit Kesejahteraan, Skim kredit ini diperuntukkan khususkan bagi pegawai Bank Sarimadu. Sebelumnya Kredit ini disebut dengan kredit Karyawan, sejak Bulan Mei 2008 diubah dengan nama kredit Kesejahteraan.
- j. Kredit Sarimadu, Skim kredit ini diperuntukkan bagi nasabah dengan status Pegawai Negeri, BUMN, BUMD, Perusahaan dan Lembaga lainnya yang sehat.
- k. Kredit Konsumtif Anggota Koperasi, Kredit Anggota Koperasi diberikan khusus untuk anggota koperasi yang akuntabel dan mempunyai badan hukum minimal telah berjalan dua tahun⁴.

2. Tabungan.

- a. Tabungan Tamasa (tabungan masyarakat sarimadu).
- b. Tabungan Vista (tabungan untuk suatu badan usaha)
- c. TabunganKu (Simpanan Pelajar)⁵.

3. Deposito Sarimadu (deposito berjangka)⁶.

⁴ *Ibid.*,

⁵ Eka, (Customer Service), Wawancara, Bank PD. BPR Sarimadu Bangkinang, 29 September 2011.

⁶ Ayang Sari, (Customer Service), Wawancara, Bank PD. BPR Sarimadu Bangkinang, 29 September 2011.

Deposito Sarimadu	
Jangka Waktu	Suku Bunga
1 Bulan	6,75% pa
3 Bulan	6,75% pa
6 Bulan	7,25% pa
12Bulan	7,25% pa

Bank PD. BPR Sarimadu Bangkinang saat ini tentu semakin meningkat perkembangannya, hal ini bisa dilihat dari segi penambahan nasabah yang semakin banyak terutama nasabah pada produk tabunganku, ada juga penambahan penerimaan karyawan terakhir sebanyak 18 orang, dan saat ini pihak bank sudah banyak mengadakan kerjasama seperti kerja sama dengan STIE, YPTT dan lain sebagainya⁷.

Perkembangan Bank sarimadu juga dapat dilihat dari bertambahnya kantor kas di kuok dan kota lama, serta kantor kas di flamboyan menjadi kantor cabang. Selanjutnya untuk rencana kedepan, tiap kecamatan akan dibuat satu kantor kas Bank Sarimadu⁸.

⁷ Cut Mustabsyirah, (Kasi Dana), Wawancara, Bank PD. BPR Sarimadu Bangkinang, 29 September 2011.

⁸ Ila, (Kasir), Wawancara, Bank PD. BPR Sarimadu Bangkinang, 29 September 2011.

BAB III

KONSEP PELAYANAN PRIMA

A. Pengertian Pelayanan

Layan atau melayani secara bahasa berarti membantu untuk mengurus sesuatu¹.

Pelayanan (service) adalah kegiatan pemberian jasa dari satu pihak kepada pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya (Drs. H. Malayu S.P Hasibuan)².

Sedangkan menurut Philip Kotler, pelayanan atau service adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik³.

Pelayanan Nasabah atau yang sering kita dengar sebagai Customer Service Officer berasal dari dua kata yaitu Customer yang berarti pelanggan dan Service yang berarti pelayanan.

Customer Service Officer yang baik harus diikuti dengan tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan, ketepatan, dan keakuratan pekerjaannya. Selain itu, Customer Service Officer dituntut untuk memberikan

¹ Trisno Yuwono, Silvita, *Op.cit.*, h. 217.

² H. Malayu. S.p. Hasibuan, *Op.cit.*, h. 152.

³ *Ibid.*,

pelayanan yang prima kepada nasabahnya, agar pelayanan yang diberikan dapat memuaskan nasabah.

Pelayanan prima adalah layanan yang bermutu tinggi, layanan yang istimewa yang terbaik dan layanan yang prima. Service Excellent menggambarkan etos/budaya kerja suatu perusahaan/bank/organisasi dan karyawannya. Apapun pelayanan kepada masyarakat tentunya telah ada suatu ketetapan tata laksananya, prosedur dan kewenangan sehingga penerima pelayanan puas dengan apa yang telah diterimanya⁴.

Pada prinsipnya, ada tiga kunci memberikan layanan pelanggan yang unggul:

1. Kemampuan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan. Termasuk didalamnya memahami tipe-tipe pelanggan.
2. Pengembangan database yang lebih akurat dari pada pesaing (mencakup data kebutuhan dan keinginan setiap segmen pelanggan dan perubahan kondisi persaingan.
3. Pemanfaatan informasi-informasi yang diperoleh dari riset pasar dalam suatu kerangka strategic⁵.

B. Dasar-Dasar Pelayanan Nasabah

Seorang karyawan khususnya petugas CS dituntut untuk memberikan pelayanan yang prima kepada nasabahnya. Agar pelayanan yang diberikan dapat memuaskan nasabah, maka seorang CS harus memiliki dasar-dasar

⁴ <http://iwandah.blogspot.com/2010/03/customer-service-pelayanan-nasabah.html>

⁵ Fandy Tjiptono, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, Op.cit., h. 128.

pelayanan yang kokoh. Pelayanan yang diberikan akan berkualitas jika setiap CS dibekali dasar-dasar pelayanan.

Berikut ini dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami dan dimengerti seorang karyawan atau CS:

1. Berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih.

Artinya petugas CS harus mengenakan baju dan celana yang sepadan dengan kombinasi yang menarik. CS juga harus berpakaian necis tidak kumal dan baju lengan panjang jangan digulung. Terkesan pakaian yang dikenakan benar-benar memikat konsumen. Gunakan pakaian seragam jika petugas CS diberikan pakaian seragam sesuai waktu yang telah ditetapkan.

2. Percaya diri, bersikap akrab, dan penuh dengan senyum.

Dalam melayani nasabah petugas CS tidak ragu-ragu, yaki dan percaya diri yang tinggi. Petugas CS juga harus bersikap akrab seolah-olah sudah kenal lama. Dalam melayani nasabah petugas CS haruslah murah senyum dengan raut muka yang menarik hati, serta tidak dibuat-buat.

3. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika kenal.

Pada saat nasabah datang petugas CS harus segera menyapa dan kalau sudah pernah bertemu sebelumnya usahakan menyapa dengan menyebutkan namanya. Namun jika belum kenal dapat menyapa dengan sebutan Bapak/Ibu, apa yang bisa kami bantu.

4. Tenang, sopan, hormat serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan.

Usahakan pada saat melayani nasabah dalam keadaan tenang, tidak terburu-buru, sopan santun dalam bersikap. Kemudian tunjukkan sikap menghormati tamu, tekun mendengarkan sekaligus berusaha memahami keinginan konsumennya.

5. Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar.

Artinya dalam berkomunikasi dengan nasabah gunakan bahasa Indonesia yang benar atau bahasa daerah yang benar pula. Suara yang digunakan harus jelas dalam arti mudah dipahami dan jangan menggunakan istilah-istilah yang sulit dipahami oleh nasabah.

6. Bergairah dalam melayani nasabah dan tunjukkan kemampuannya.

Dalam melayani nasabah jangan terlihat loyo, lesu, atau kurang semangat. Tunjukkan pelayanan yang prima seolah-olah memang anda sangat tertarik dengan keinginan dan kemauan nasabah.

7. Jangan menyela atau memotong pembicaraan.

Pada saat nasabah sedang berbicara usahakan jangan memotong atau menyela pembicaraan. Kemudian hindarkan kalimat yang bersifat teguran atau sindiran yang dapat menyinggung perasaan nasabah. Kalau terjadi sesuatu usahakan jangan berdebat.

8. Mampu meyakini nasabah serta memberikan kepuasan.

Setiap pelayanan yang diberikan harus mampu memberikan meyakinkan nasabah dengan argument-argumen yang masuk akal. Petugas CS juga harus mampu memberikan kepuasan atas pelayanan yang diberikan.

9. Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, minta bantuan.

Artinya, jika ada pertanyaan atau permasalahan yang tidak sanggup dijawab atau diselesaikan oleh petugas CS, maka harus meminta bantuan kepada petugas yang mampu.

10. Bila belum dapat melayani, beritahukan kapan akan dilayani.

Artinya, jika pada saat tertentu, petugas CS sibuk dan tidak dapat melayani salah satu nasabah, maka beritahukan kepada nasabah kapan akan dilayani dengan simpatik⁶.

Orang yang berhasil dalam pelayanan adalah:

1. Orang dengan sikap positif dan pandangan riang.
2. Orang yang secara tulus senang bekerja dengan dan untuk orang lain.
3. Orang dengan kemampuan untuk menempatkan pelanggan pada “pentas pusat” ketimbang diri mereka sendiri.
4. Orang dengan tingkat energy yang tinggi dan senang akan langkah yang cepat.
5. Orang yang memandang pekerjaan mereka terutama sebagai profesi hubungan manusia.
6. Orang yang fleksibel dan menyukai tuntutan dan pengalaman baru.
7. Orang yang dapat membiarkan pelanggan untuk benar (walaupun mereka tidak demikian), dan lain sebagainya⁷.

⁶ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2004), h. 204-206.

⁷ William B. Martin, *Pelayanan Pelanggan yang Bermutu*, (Jakarta: Binarupa Aksara, 1991), h. 3.

C. Sifat-Sifat Nasabah

Dalam melayani nasabah sebaiknya seorang karyawan mampu memahami dan mengerti akan sifat-sifat masing-masing nasabahnya. Dan secara umum setiap nasabah memiliki keinginan yang sama, yaitu ingin dipenuhi keinginan dan kebutuhannya serta selalu ingin memperoleh perhatian.

Berikut ini sifat-sifat nasabah yang harus dikenal oleh setiap karyawan bank yakni antara lain:

1. Nasabah dianggap sebagai raja.

Layaknya seorang raja yang semua keinginan dan kebutuhannya harus dipenuhi, maka pelayanan yang diberikan kepada nasabah haruslah seperti melayani seorang raja dalam arti masih dalam batas-batas etika dan moral dengan tidak merendahkan derajat Bank atau derajat karyawan itu sendiri.

2. Mau dipenuhi keinginan dan kebutuhannya.

Kedatangan seorang nasabah ke Bank adalah agar hasrat atau keinginannya terpenuhi, baik berupa informasi, pengisian aplikasi, atau keluhan-keluhan. Jadi, sudah menjadi tugas seorang karyawan untuk berusaha memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabahnya.

3. Tidak mau didebat dan tidak mau disinggung.

Sudah merupakan hukum alam bahwa nasabah paling tidak suka dibantah atau didebat. Maka, usahakan agar setiap pelayanan dilakukan melalui diskusi yang santai dan rileks. Karyawan harus pandai-pandai dalam mengemukakan pendapat sehingga nasabah tidak mudah tersinggung.

4. Nasabah mau diperhatikan.

Nasabah yang datang ke Bank pada hakikatnya ingin memperoleh perhatian. Jadi, jangan sekali-kali menyepelkan atau membiarkan nasabah, berikan perhatian secara penuh sehingga nasabah benar-benar merasa diperhatikan.

5. Nasabah merupakan sumber pendapatan Bank.

Pendapatan utama Bank adalah dari transaksi yang dilakukan oleh nasabahnya. Oleh karena itu, jika membiarkan nasabah berarti menghilangkan pendapatan. Nasabah merupakan sumber pendapatan yang harus dijaga⁸.

Empat kebutuhan dasar pelanggan yaitu:

1. Kebutuhan untuk dimengerti.

Orang yang memilih pelayanan anda perlu merasa mereka berkomunikasi secara efektif. Ini berarti pesan yang mereka sampaikan harus ditafsir secara benar. Penghalang emosi atau bahasa dapat merintangi pengertian yang tepat.

2. Kebutuhan untuk merasa disambut baik.

Siapa saja yang mengadakan bisnis dengan anda dan merasa seperti orang luar, pasti tidak akan kembali. Orang perlu merasa bahwa anda senang menemui mereka dan bahwa bisnis mereka penting bagi anda.

3. Kebutuhan untuk merasa penting.

⁸ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010), Cet. Ke 9, h. 230-231.

Ego dan harga diri adalah kebutuhan manusia yang kuat. Kita semua perlu merasa penting. Apa saja yang dapat anda lakukan untuk membuat tamu merasa istimewa adalah salah satu langkah ke arah yang benar.

4. Kebutuhan akan kenyamanan.

Pelanggan memerlukan kenyamanan fisik, tempat untuk menunggu, beristirahat, berbicara, atau mengadakan bisnis. Mereka juga memerlukan kenyamanan psikologis, kepastian bahwa mereka akan dilayani secara semestinya, dan kepercayaan bahwa anda akan memenuhi kebutuhan mereka⁹.

D. Konsep Kualitas Pelayanan

Modernitas dengan kemajuan teknologi akan mengakibatkan persaingan yang sangat ketat untuk memperoleh dan mempertahankan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality*.

SERVQUAL (service quality) dibangun atas adanya perbandingan dua factor utama, yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya di harapkan (*expected service*).

⁹ William B. Martin, *Op.cit.*, h. 37.

Jika kenyataannya lebih dari yang diharapkan maka layanan dapat dikatakan berkualitas, dan sebaliknya. Singkat kata, kualitas jasa dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima (parasuraman dkk). Harapan para pelanggan pada dasarnya sama dengan layanan seperti apakah yang seharusnya diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan¹⁰.

Kualitas layanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas layanan. Sebagai pihak yang membeli dan mengonsumsi produk/jasa, pelanggan yang menilai tingkat kualitas layanan sebuah perusahaan. Namun tantangannya adalah penilaian konsumen terhadap kinerja layanan yang diterimanya bersifat subyektif, karena bergantung pada persepsi masing-masing individu¹¹.

Jadi kualitas dari pelayanan berpusat pada suatu kenyataan yang ditentukan oleh pelanggan. Interaksi strategi pelayanan, sistem pelayanan dan sumber daya manusia serta pelanggan akan sangat menentukan keberhasilan dari manajemen perusahaan. Oleh karena itu perlu menerapkan strategi untuk membentuk kualitas pelayanan yang terbaik¹².

Sasaran dari suatu pelayanan adalah kepuasan. Kepuasan pelanggan menentukan keberhasilan dan kegagalan perusahaan, sehingga penting untuk

¹⁰ Rambat Lupiyoadi, Hamdani A, *Op.cit.*, h. 181.

¹¹ Fandy Tjiptono, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, (Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2008), Edisi 1, h. 85.

¹² <http://egarmarcellina.blogspot.com/2010/11/bab-ii.html>

mengetahui dan memahami bagaimana sesungguhnya para pelanggan dipuaskan¹³.

Maka dengan kualitas pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Factor utama penentu kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa (Zeithaml dan Bitner)¹⁴. Kepuasan pelanggan tercapai bila kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan terpenuhi¹⁵.

Apabila ditinjau lebih lanjut pencapaian kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan dapat ditingkatkan dengan beberapa pendekatan sebagai berikut (kotler):

1. Memperkecil kesenjangan-kesenjangan yang terjadi antara pihak manajemen dan pelanggan. Misalnya melakukan penelitian dengan metode focus pada konsumen, yang mengedarkan kuisisioner dalam beberapa periode untuk mengetahui persepsi pelayanan menurut pelanggan. Demikian juga penelitian dengan metode pengamatan bagi pegawai perusahaan tentang pelaksanaan pelayanan.
2. Perusahaan harus mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi didalam perbankan proses pelayanan. Yang termasuk didalamnya adalah proses memperbaiki cara berpikir, berperilaku, kemampuan, dan pengetahuan dari semua sumber daya manusia yang ada.
3. Member kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan dengan membentuk system saran dan kritikan.

¹³ Tony wijaya, *Op.cit.*, h. 43

¹⁴ Rambat Lupiyoadi, Hamdani A, *Op.cit.*, h. 192.

¹⁵ Fandy Tjiptono, *Prinsi-Prinsip Total Quality Service, Op.cit.* h. 129.

4. Mengembangkan dan menerapkan *accountable*, *proactive* dan *partnership marketing* sesuai dengan situasi pemasaran. Perusahaan menghubungi pelanggan setelah proses pelayanan terjadi untuk mengetahui kepuasan dan harapan pelanggan (*accountable*). Perusahaan menghubungi pelanggan dari waktu ke waktu untuk mengetahui perkembangan pelayanan (*proactive*). Sedangkan *partnership marketing* adalah pendekatan dimana perusahaan membangun kedekatan dengan pelanggan yang bermanfaat untuk meningkatkan citra dan posisi perusahaan di pasar¹⁶.

Pengukuran kepuasan pelanggan dilakukan dengan berbagai macam tujuan, diantaranya:

1. Mengidentifikasi keperluan pelanggan, yakni aspek-aspek yang dinilai penting oleh pelanggan dan mempengaruhi apakah ia puas atau tidak.
2. Menentukan tingkat kepuasan pelanggan terhadap kinerja organisasi pada aspek-aspek penting.
3. Membandingkan tingkat kepuasan pelanggan terhadap perusahaan dengan tingkat kepuasan pelanggan terhadap organisasi lain, baik pesaing langsung maupun tidak langsung.
4. Mengukur indeks kepuasan pelanggan yang bisa menjadi indikator andal dalam memantau kemajuan perkembangan dari waktu ke waktu¹⁷.

Kebanyakan pelanggan yang merasa tidak puas tidak melakukan pengaduan, tetapi mereka tidak datang kembali ataupun melakukan pembelian kembali. Perusahaan harus menemukan apa yang membuat para pelanggan

¹⁶ Rambat Lupiyoadi, Hamdani A, Loc.cit.

¹⁷ Fandy Tjiptono, *Service Management Mewujudkan Pelayanan Prima, Op.cit.*, h.

merasa puas dan kemudian meletakkan system yang menjamin dan menjaga agar pelanggan tetap puas¹⁸.

Dalam era globalisasi ini, perusahaan akan selalu menyadari pentingnya factor pelanggan. Oleh karena mengukur tingkat kepuasan pelanggan sangatlah perlu, walaupun hal tersebut tidaklah semudah mengukur berat badan atau tinggi badan pelanggan yang bersangkutan¹⁹.

Kotler mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu sebagai berikut :

a. System keluhan dan saran.

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (customer-oriented) perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Dalam system ini media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang ditempatkan di lokasi-lokasi strategis, saluran bebas pulsa, website, dll. Berdasarkan karakteristiknya, metode ini bersifat pasif, karena perusahaan menunggu inisiatif pelanggan untuk menyampaikan keluhan atau pendapat. Oleh karena itu, sulit mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan mengenai cara ini semata.

b. Ghost shopping.

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan memperkerjakan beberapa orang (ghost shopper) untuk berperan atau bersikap sebagai calon pelanggan atau pembeli produk

¹⁸ Tony Wijaya, *Op.cit.*, h. 44.

¹⁹ Rambat Lupiyoadi, Hamdani A, *Op.cit.*, h. 192.

perusahaan dan pesaing. Kemudian mereka melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.

c. Lost customer analysis.

Metode ini dilakukan dengan cara menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan agar dapat mengambil kebijakan perbaikan / penyempurnaan selanjutnya²⁰.

d. Survey kepuasan pelanggan.

Pelanggan mengalami berbagai tingkat kepuasan atau ketidakpuasan setelah mengalami masing-masing jasa sesuai dengan sejauh mana harapan mereka terpenuhi atau terlampaui. Karena kepuasan adalah keadaan emosional, reaksi pasca pembelian mereka dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan atau kesenangan²¹.

Melalui survey, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik (feedback) secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (signal) positif bahwa perusahaan menaruh perhatiannya terhadap para pelanggannya²².

Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. Tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mencegah perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi

²⁰ Tony Wijaya, *Op.cit.*, h. 154.

²¹ Christopher H. Lovelock, Lauren K. Wright, *Op.cit.*, h. 102.

²² Tony Wijaya, *Loc.cit.*,

biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan dan meningkatkan reputasi bisnis (Fornell)²³.

Dalam jangka panjang, akan lebih menguntungkan mempertahankan pelanggan yang baik dari pada terus menerus menarik dan membina pelanggan baru untuk menggantikan pelanggan yang pergi. Pelanggan yang puas akan menyebarkan cerita positif dari mulut ke mulut malah akan menjadi iklan berjalan dengan berbicara bagi suatu perusahaan, yang akan menurunkan biaya untuk menarik pelanggan baru. Hal ini penting bagi penyedia jasa profesional, karena nama baik dan cerita dari mulut ke mulut merupakan sumber informasi utama bagi klien baru.

Kepuasan yang tinggi merupakan polis asuransi terhadap sesuatu yang salah, yang tidak akan terhindarkan karena adanya keragaman yang terkait dengan produksi jasa. Pelanggan jangka panjang dalam situasi seperti ini akan lebih memaafkan karena pengalaman buruk yang kadang-kadang terjadi akan di imbangi oleh pengalaman positif sebelumnya, dan pelanggan yang puas akan kurang tertarik dengan tawaran pesaing. Tidak mengherankan bahwa perusahaan telah menjadi terobsesi dengan kepuasan pelanggan, mengingat hubungan yang langsung dengan kesetiaan pelanggan, pangsa pasar dan keuntungan²⁴.

²³ Rambat Lupiyoadi, Hamdani A, *Loc.cit.*,

²⁴ Christopher H. Lovelock, Lauren K. Wright, *Op.cit.*, h. 104-105.

E. Unsur-Unsur Pelayanan Prima

Unsur pelayanan prima merupakan salah satu pedoman / acuan dalam memberikan pelayanan antara lain :

a. Kesederhanaan

Prosedur pelayanan harus mudah, cepat, tepat, lancar, tidak bertele-tele, mudah dipahami dan mudah dilaksanakan.

b. Kejelasan

Ada kepastian, tetap, tidak meragukan dan nyata.

c. Keamanan

Proses serta hasil pelayanan, dapat memberikan keamanan, kenyamanan dan kepastian hukum, bagi masyarakat.

d. Keterbukaan

Masyarakat memperoleh informasi yang jelas tentang prosedur, persyaratan, serta pejabat yang bertanggung jawab, waktu penyelesaian, dan biaya yang wajib dibayar.

e. Efisien

Persyaratan yang diwajibkan hanya yang berkaitan langsung dengan pelayanan dan tidak ada pengulangan persyaratan.

f. Ekonomis

Hemat, pelayanan harus wajar, sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku.

g. Keadilan yang merata

Semua konsumen/pelanggan/ masyarakat yang dilayani, harus diperlakukan sama.

h. Ketepatan Waktu

Waktu pelayanan tidak berlarut-larut, petugas datang tepat waktu, (sesuai jadwal) dan urusan pelayanan, selesai tepat waktu²⁵.

F. Ciri-Ciri Pelayanan Yang Baik

Setiap Bank selalu ingin dianggap yang terbaik dimata nasabahnya. Nasabah pada intinya ingin diberikan pelayanan yang terbaik. Cirri-ciri pelayanan yang baik ini harus segera dapat dipenuhi oleh Bank sehingga keinginan nasabah dapat diberikan secara maksimal.

Berikut ini beberapa ciri pelayanan yang baik yang harus di ikuti oleh setiap karyawan Bank khususnya pada bagian CS yaitu:

1. Tersedia sarana dan prasarana yang baik.

Nasabah ingin dilayani secara prima. Untuk melayani nasabah salah satu hal yang paling penting diperhatikan adalah sarana dan prasarana yang dimiliki Bank. Dengan kelengkapan dan kenyamanan sarana dan prasarana ini akan mengakibatkan nasabah betah untuk berurusan dengan Bank.

Adapun fungsi sarana dan prasarana pelayanan tersebut antara lain:

- a. Mempercepat proses pelaksanaan pekerjaan, sehingga dapat menghemat waktu.
- b. Meningkatkan produktifitas, baik barang atau jasa.

²⁵ <http://iwandah.blogspot.com/2010/03/customer-service-pelayanan-nasabah.html>

- c. Lebih mudah/sederhana dalam gerak para pelakunya.
- d. Menimbulkan rasa kenyamanan bagi orang-orang yang berkepentingan.
- e. Menimbulkan perasaan puas pada orang-orang yang berkepentingan sehingga dapat mengurangi sifat emosional mereka²⁶.

2. Tersedia karyawan yang baik.

Kenyamanan nasabah juga sangat tergantung dari karyawan yang melayaninya. Karyawan harus ramah, sopan, dan menarik. Disamping itu, karyawan harus cepat tanggap, pandai bicara, menyenangkan serta pintar. Karyawan juga harus mampu memikat dan mengambil nasabah sehingga nasabah semakin tertarik. Demikian juga cara kerja harus cepat dan cekatan. Untuk ini semua sebelum menjadi karyawan khususnya petugas CS, harus melalui pendidikan dan pelatihan khusus.

3. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai.

Dalam menjalankan kegiatan pelayanan karyawan atau petugas CS harus mampu melayani dari awal sampai tuntas atau selesai. Nasabah akan merasa puas jika nasabah bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diinginkannya. Jika terjadi sesuatu maka segera karyawan atau petugas CS yang dari semula mengerjakannya mengambil alih tanggung jawabnya.

4. Mampu melayani secara cepat dan tepat.

Dalam melayani nasabah diharapkan karyawan harus melakukannya sesuai prosedur. Layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan

²⁶ Drs. H.A.S. Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2000), Edisi 1, Cet. ke 4, h. 119.

tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan nasabah.

5. Mampu berkomunikasi.

Petugas CS atau karyawan harus mampu berbicara kepada setiap nasabah. Petugas CS pun mampu dengan cepat memahami keinginan nasabah. Artinya petugas CS harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti. Jangan menggunakan istilah yang sulit dimengerti.

6. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi.

Menjaga rahasia Bank sama artinya dengan menjaga rahasia nasabah. Oleh karena itu, karyawan atau petugas CS harus mampu menjaga rahasia Bank, terhadap siapapun. Rahasia Bank merupakan ukuran kepercayaan nasabah kepada Bank.

7. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik.

Untuk menjadi karyawan khususnya CS harus memiliki pengetahuan dan kemampuan tertentu. Karena tugas CS selalu berhubungan dengan manusia, maka CS perlu dididik khusus mengenai kemampuan dan pengetahuannya untuk menghadapi nasabah atau kemampuan dalam bekerja.

8. Berusaha memahami kebutuhan nasabah.

Karyawan harus cepat tanggap terhadap apa yang diinginkan oleh nasabah. Karyawan yang lamban akan membuat nasabah lari. Usahakan mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan nasabah.

9. Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah.

Kepercayaan calon nasabah kepada pihak Bank mutlak diperlukan sehingga calon nasabah mau menjadi nasabah Bank yang bersangkutan. Demikian pula untuk menjaga nasabah yang lama agar tidak lari juga perlu dijaga kepercayaannya. Semua ini melalui pelayanan yang diberikan oleh seluruh karyawan Bank dan khususnya pada bagian CS²⁷.

²⁷ Kasmir, *Pemasaran Bank, op.cit.*, h. 209-211.

BAB IV

PENERAPAN PELAYANAN PRIMA

A. Penerapan Pelayanan Prima Bank PD. BPR Sarimadu Bangkinang.

Pelayanan adalah sesuatu yang kita berikan kepada nasabah dalam bentuk jasa yang dapat dilihat, dirasakan dan juga didengar oleh nasabah tersebut¹.

Pelayanan prima adalah segala upaya terbaik dan sempurna dari kita yang diwujudkan dalam bentuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah, sehingga nasabah tersebut merasa puas, karena inti dari pelayanan itu adalah kepuasan nasabah². Kepuasan nasabah adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai dengan kenyataan yang diterima.

Salah satu contoh pelayanan prima yang diberikan pihak Bank PD. BPR Sarimadu Bangkinang adalah dengan melayani nasabah yang datang secara langsung tanpa menggunakan system nomor antrian. Walaupun tidak menggunakan nomor antrian namun untuk mengimbangi banyaknya nasabah yang datang atau untuk menghindari penumpukan nasabah di ruang tunggu maka, diletakkan lebih banyak karyawan dibagian front office dan ditambah lagi dengan proses pelayanannya yang cepat, tepat dan akurat sehingga nasabah yang datang tidak akan merasa tidak adil dalam proses transaksinya³.

¹ Dokumen Bank PD. BPR Sarimadu Bangkinang.

² Akmal, (karyawan Bagian Umum), Wawancara, Bank PD. BPR Sarimadu Bangkinang, 17 Oktober 2011.

³ *Ibid.*,

Bank PD. BPR Sarimadu Bangkinang selalu berusaha untuk memberikan pelayanan terbaik kepada setiap nasabah dengan berusaha mengerti setiap keinginan dan kebutuhan mereka. Ini dapat dilihat dari fasilitas yang disediakan untuk para nasabah agar mereka merasa puas dan nyaman dalam melakukan transaksi. Dan juga Bank PD. BPR Sarimadu Bangkinang berusaha untuk melayani secara cepat dan tepat agar nasabah tidak terlalu lama menunggu serta melayani dengan adil⁴.

Tingkat kepuasan nasabah terhadap pelaksanaan pelayanan dapat ukur dari fasilitas kotak saran dan sms banking Bank BPR Sarimadu. Selama ini bisa dikatakan bahwa tidak ada pengaduan-pengaduan nasabah atau keluhan-keluhan nasabah terhadap pelaksanaan pelayanan oleh karyawan Bank Sarimadu yang masuk dalam kotak saran maupun pada sms banking yang terhubung langsung dengan Direktur Umum Bank PD. BPR Sarimadu Bangkinang.

Dalam memberikan pelayanan kita harus adil agar nasabah tidak merasa kecewa dan tersinggung sehingga terciptanya kesan positif dari nasabah.

B. Respon Nasabah Terhadap Pelayanan di BPR Sarimadu Bangkinang

Sesuai dengan jenis penelitian ini adalah field research (penelitian lapangan), maka data yang ditampilkan pada bab ini adalah data yang diperoleh dari penelitian secara langsung kelokasi penelitian. Teknik yang digunakan adalah mengedarkan sebanyak 100 example angket kepada 100 responden sehingga masing-masing responden memperoleh 1 (satu) example.

⁴ Ayang Sari, (Customer Service), Wawancara, Bank PD. BPR Sarimadu Bangkinang, 29 september 2011.

Setelah responden melakukan pengisian, maka angket dikembalikan kepada penulis sesuai dengan jumlah yang disebarkan kepada 100 responden secara utuh.

Angket yang diedarkan kepada responden masing-masing berisikan 7 pertanyaan, dan setiap pertanyaan disediakan 3 option jawaban, yang memiliki nilai yang berbeda dengan ketentuan sebagai berikut:

Option	Alternatif jawaban	Kategori	Persentase	Bobot nilai
A	Tinggi	Baik	78-100%	3
B	Sedang	Cukup baik	40-75%	2
C	Rendah	Kurang baik	0-12%	1

Untuk mempermudah memahami hasil pengisian angket tersebut, berikut ini penulis akan tampilkan dalam bentuk table dan keterangan.

TABEL I

**SIKAP KARYAWAN BANK PD. BPR SARIMADU
BANGKINANG MELAYANI NASABAH**

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
a.	Ramah dan sopan	75	75
b.	Kurang ramah dan sopan	25	25
c.	Tidak ramah dan sopan	-	-
	Jumlah	100	100

Dari table diatas dapat dilihat bahwa 75 orang Responden atau 75% yang menyatakan bahwa sikap karyawan Bank PD. BPR Sarimadu Bangkinang dalam melayani nasabah adalah ramah dan sopan, 25 responden atau 25% menyatakan kurang ramah dan sopan sedangkan yang menyatakan tidak ramah dan sopan tidak ada.

TABEL II
KARYAWAN BANK PD. BPR SARIMADU BANGKINANG
MELAYANI DENGAN CEPAT DAN TEPAT

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
a.	Sudah	70	70
b.	Kurang	25	25
c.	Belum	5	5
	Jumlah	100	100

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa 70 orang responden atau 70% yang menyatakan karyawan Bank PD. BPR Sarimadu sudah melayani nasabah dengan cepat dan tepat, 25 orang responden atau 25% yang menyatakan kurang melayani dengan cepat dan tepat, dan 5 orang responden atau 5% yang menjawab belum melayani dengan cepat dan tepat.

TABEL III
BANK PD. BPR SARIMADU MEMAHAMI KEBUTUHAN DAN
KEINGINAN NASABAH

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
a.	Sudah	63	63
b.	Kurang	32	32
c.	Belum	5	5
	Jumlah	100	100

Pada table diatas diketahui bahwa 63 responden atau 63% yang menyatakan bahwa Bank PD. BPR Sarimadu Bangkinang sudah mampu memahami kebutuhan dan keinginan nasabah, 32 orang responden atau 32% yang menyatakan kurang dapat memahami kebutuhan dan keinginan nasabah, sedangkan yang menjawab Bank PD. BPR Sarimadu Bangkinang belum dapat memahami kebutuhan dan keinginan nasabah adalah sebanyak 5 orang responden atau 5%.

TABEL IV
KARYAWAN BANK PD. BPR SARIMADU BANGKINANG
BERTANGGUNG JAWAB TERHADAP NASABAH

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
a.	Bisa	52	52
b.	Kurang	40	40
c.	Belum	8	8
	Jumlah	100	100

Dari frekuensi table diatas menunjukkan bahwa 52 orang responden atau 52% menjawab karyawan Bank PD. BPR Sarimadu Bangkinang bisa bertanggung jawab kepada nasabah yang bertransaksi, 40 orang responden atau 40% yang menjawab kurangnya tanggung jawab karyawan terhadap nasabah yang bertransaksi, sedangkan yang menyatakan belum bisa bertanggung jawab sepenuhnya terhadap nasabah adalah 8 orang responden atau 8%.

TABEL V
PENAMPILAN KARYAWAN BANK PD. BPR SARIMADU
BANGKINANG

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
a.	Sangat baik	76	76
b.	Baik	24	24
c.	Kurang baik	-	-
	Jumlah	100	100

Table diatas menyatakan bahwa penampilan karyawan Bank PD. BPR Sarimadu Bangkinang sudah sangat baik adalah sebanyak 76 orang responden atau 76%, dan 24 orang responden atau 24% yang menyatakan karyawan Bank PD. BPR Sarimadu Bangkinang berpenampilan baik, dan yang menyatakan kurang baik tidak ada.

TABEL VI
SARANA DAN PRASARANA BANK PD. BPR SARIMADU
BANGKINANG

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
a.	Sangat baik	21	21
b.	Baik	72	72
c.	Kurang baik	7	7
	Jumlah	100	100

Dari tabel diatas diketahui 21 orang responden atau 21% yang menyatakan bahwa sarana dan prasarana Bank PD. BPR Sarimadu Bangkinang sudah sangat baik, dan 72 orang responden atau 72% yang menyatakan baik, sedangkan yang menyatakan kurang baik 5 orang responden atau 5%.

TABEL VII

**KEPUASAN NASABAH DENGAN PELAYANAN YANG
DIBERIKAN KARYAWAN BANK PD. BPR SARIMADU
BANGKINANG**

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
a.	Sangat puas	17	17
b.	Puas	78	78
c.	Kurang puas	5	5
	Jumlah	100	100

Dari table diatas tampak bahwa 17 orang responden atau 17% yang menjawab sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan, dan 78 orang responden atau 78% yang menjawab puas, sedangkan yang menjawab kurang puas terhadap pelayanan yang diberikan karyawan ada 5 orang responden atau 5%.

TABEL VIII
Rekapitulasi
Hasil Angket Dari Nasabah

No	A	%	B	%	C	%	Jumlah	
							f	p
1	75	75%	25	25%	-	-	100	100
2	70	70%	25	25%	5	5%	100	100
3	63	63%	32	32%	5	5%	100	100
4	52	52%	40	40%	8	8%	100	100
5	76	76%	24	24%	-	-	100	100
6	21	21%	72	72%	7	7%	100	100
7	17	17%	78	78%	5	5%	100	100
Jumlah	374	374%	296	296%	30	30%	700	700

Berdasarkan table VIII tersebut dapatlah diketahui jumlah frekuensi masing-masing item adalah sebagai berikut:

1. Jumlah keseluruhan untuk jawaban A: 374 (374%)
2. Jumlah keseluruhan untuk jawaban B: 296 (296%)
3. Jumlah keseluruhan untuk jawaban C: 30 (30%)

Jumlah setiap alternatif jawaban dikalikan dengan bobotnya masing-masing untuk mengetahui unsur N dan F, hasilnya sebagai berikut:

1. Untuk jawaban A: $3 \times 374 = 1122$
 2. Untuk jawaban B: $2 \times 296 = 592$
 3. Untuk jawaban C: $1 \times 30 = 30$ ±
- Jumlah $(700 \quad F=1744)^5$

Kemudian angka 700 dikalikan alternative jawaban, berhubung alternative jawaban ada 3, maka $700 \times 3 = 2100$, setelah nilai N dan F diketahui, maka dimasukkan dalam rumus sebagai berikut:

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Diketahui :

$$F = 1744$$

$$N = 700 \times 3 = 2100$$

$$P = \frac{1744}{2100} \times 100\%$$

$$P = 83\%$$

⁵ Suharsimi, Arikunto, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta: Bina Aksara, 1986), Cet. Ke 5, h. 207.

Option	Alternatif jawaban	Kategori	Persentase	Bobot nilai
A	Tinggi	Baik	78-100%	3
B	Sedang	Cukup baik	40-75%	2
C	Rendah	Kurang baik	0-12%	1

Dengan demikian dapat diketahui bahwa persentase tingkat pelaksanaan pelayanan nasabah pada Bank PD. BPR Sarimadu Bangkinang adalah 83% dan dapat dikategorikan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Dokumen Bank PD. BPR Sarimadu Bangkinang
- Fandy , Tjiptono. 2005. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- _____,2008. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Kasmir. 2001. *Manajemen Perbankan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- _____. 2001. *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- _____. 2001. *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta: Rajawali Perss.
- _____. 2005. *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana.
- Lupiyoadi, Rambat, dan Hamdani A. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat.
- Martin, William B. 1991. *Pelayanan Pelanggan yang Bermutu*, Jakarta: Binarupa Aksara.
- Martono. 2007. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Yogyakarta: Ekonisia.
- Moenir. 2000. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Toft, Kenneth. penyadur Sinungan. 1991. *Teknik Manajemen Bank yang Praktis*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Warkum, Sumitro. 1997. *Asas-asas Perbankan Islam dan Lembaga Terkait*, Jakarta: PT. Grafindo Persada.

Wijya, Tony. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa Desain Servqual, QFD, dan Kano Disertai Contoh Aplikasi dalam Kasus Penelitian*, Jakarta: Indeks.

www.banksarimadu.com

Yuwono, Trisno, dan Silvita, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Surabaya: Arkola.