

BAB I

PENDAHULUAN

A. KONTEKS PENELITIAN

Dalam sistem operasional perbankan dituntut untuk memperhatikan apa yang diinginkan konsumen, dengan tujuan agar konsumen merasa puas dengan apa yang mereka dapati ketika bekerja sama dengan lembaga keuangan. Salah satu yang menjamin terjadinya kepuasan konsumen adalah pelayanan. Apabila konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, maka akan meningkatkan kesetiaan konsumen. Konsumen yang merasa puas biasanya akan menceritakan kepuasannya kepada calon nasabah lainnya sehingga akan membentuk pelanggan yang loyal, karena pelanggan yang loyal akan membantu mempromosikan dan akan meningkatkan profit perusahaan.

Persaingan pasar yang saat ini menjadi topik dalam meningkatkan kualitas perusahaan itu sendiri, dalam menilai kualitas perusahaan perlu ada variabel yang mendukung seperti kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah faktor utama dalam menarik pelanggan baru atau mempertahankan pelanggan untuk berinvestasi terhadap perusahaan, untuk itu perlu adanya sistem atau manajemen dalam melayani pelanggan, seperti halnya pelayanan yang prima.

Pelayanan prima mempunyai hubungan erat dengan upaya pelayanan dalam meningkatkan kepuasan kepada masyarakat, pelayanan prima juga

merupakan strategi dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat, dan dengan perlakuan baik dan benar oleh petugas pelayanan masyarakat akan merasa bahwa dirinya adalah aset yang paling penting. Tidak hanya cukup memberikan pelayanan yang memuaskan, akan tetapi merespons keinginan dan masalah yang menjadi masalah bagi nasabah, perlu membentuk Sumber Daya Manusia yang unggul dan visi yang akan menunjang perilaku Sumber Daya Manusia serta mampu menumbuhkan kemampuan dan pengetahuan karyawan agar dapat memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada Nasabah.

Mengkaji dan menginternalisasikan serta mempersonalisasikan nilai-nilai karakter dan akhlak mulia tersebut sehingga terwujud dalam kehidupan sehari-hari.¹ Artinya melatih karyawan agar tertanam akhlak mulia adalah salah satu cara untuk membentuk kepribadian yang unggul, melalui membudayakan 5S (Senyum, Sapa, Salam, Sopan dan Santun). Yang menjadi acuan masyarakat dalam menumbuhkan kepercayaannya adalah dengan melakukan tindakan yang nyata dan cepat, memberikan perhatian seutuhnya kepada pelanggan, memberikan sikap yang ramah tamah sehingga pelanggan merasa nyaman, semua itu tercermin atas dasar 5S (Senyum, Sapa, Salam, Sopan dan Santun). 5S adalah sebuah slogan yang menjadi semboyan dalam sebuah organisasi untuk berbudi pekerti dan berakhlak mulia.

Selain itu terdapat Semboyan 5S dalam dunia industri atau lebih dikenal dengan 5R yang berbunyi “Menerapkan 5R (Ringkas, Rapi, Resik, Rawat dan

¹ Kec. Lohbener “Budayakan 5S” Artikel Ilmiah Lengkap, diakses dari <https://www.google.com/2018/01/Budayakan-5S.html>, pada Tanggal 18 Januari 2018 pukul

Rajin) dalam budaya perusahaan” dalam penerapannya slogan ini sangat berpengaruh terhadap efisiensi tempat kerja, yang bertujuan untuk memaksimalkan tempat kerja dalam menempatkan sesuatu dengan benar pada tempatnya untuk waktu yang berkepanjangan. Dalam penerapan pelayanan prima tidak hanya berfokus pada pelayanan yang baik, akan tetapi kenyamanan dalam pandangan dan tempat itu juga akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, karena pada hakikatnya seseorang sangat nyaman dengan lingkungan bersih, rapi, terawat, dan hal itu akan menuntun masyarakat untuk datang kembali kepada perusahaan yang menerapkan pelayanan yang baik.

Di dalam Islam sendiri dianjurkan dalam memberikan pelayanan dari usaha yang dijalankan baik berupa barang atau jasa dan jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Hal ini terdapat dalam Al-Qur’an surat At-Taubah 9:105 yang artinya;

”bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberikan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan”²

Sudah jelas tertera dalam Al-Qur’an sehingga dapat dikatakan bahwa pelayanan adalah sebuah usaha dalam memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi konsumen maupun pengguna jasa, Islam pun mengukur bahwa pelayanan adalah sebagai tolak ukur berkembangnya suatu usaha.

² Q.S At-Taubah 9:105

pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang dan organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau sesama karyawan, pelanggan artinya tidak hanya kepada pelanggan atau nasabah yang membeli produk perusahaan akan tetapi juga pelanggan dalam perusahaan (karyawan dan pimpinan)³. Artinya pelayanan adalah serangkaian perbuatan dalam organisasi dalam memberikan kepuasan atas hasil yang didapat dalam perusahaan, perusahaan tidak hanya berfokus kepada nasabah, akan tetapi bagaimana perusahaan bisa memenuhi kebutuhan yang menunjang karyawan dan pimpinan untuk meningkatkan strategi mereka dalam memberikan pelayanan kepada nasabah.

Pelayanan dengan tujuan memberikan kepuasan kepada pelanggan merupakan tujuan utama dalam manajemen perusahaan, karena tanpa pelanggan perusahaan sangat kecil nilainya tanpa aset yang sangat berharga (pelanggan), untuk itu semua perusahaan memiliki kualitas masing-masing baik dalam produk maupun pelayanan, mereka telah menentukan standar dari pelayanan yang akan mereka terapkan.

Dalam menerapkan pelayanan yang akan berpengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan perlu adanya peningkatan pelayanan yang baik dan berkualitas sehingga dapat mencapai pelayanan yang prima. pelayanan prima merupakan terjemahan dari *excellent service* yang secara harfiah berarti pelayanan yang sangat baik atau pelayanan yang terbaik. Disebut pelayanan yang baik atau yang terbaik karena sesuai dengan standar yang berlaku atau yang dimiliki oleh instansi yang memberikan pelayanan serta memuaskan

³Kasmir, *Customer Services Excellent*. (Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada, 2017). Hlm. 47

pelanggan. Instansi pelayanan harus memiliki standar pelayanan yang menjadi ukuran dalam memuaskan pelanggan. Pelayanan dikatakan baik atau sangat baik atau akan menjadi prima, manakala dapat atau mampu melayani pihak yang dilayani, jadi pelayanan prima sesuai dengan harapan pelanggan.⁴

Pelayanan prima merupakan pelayanan yang sangat baik yang dimiliki perusahaan akan tetapi perlu adanya instansi dalam mengukur seberapa besar pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan agar terjadi kerja sama yang baik antar perusahaan dengan pelanggan untuk meningkatkan laba perusahaan dan tentunya dengan memanjakan para pelanggan untuk menjadi loyal karena ketika pelanggan merasa loyal maka harga dari sebuah produk menjadi hal yang biasa dengan kepercayaan terhadap nilai dari suatu produk.

Bentuk dari pelayanan prima di antaranya ramah, senyum, sopan, cepat, tepat, terbuka dan bertanggung jawab. Dalam menerapkan pelayanan prima perlu adanya sumber daya manusia yang mempunyai kekuatan penuh dalam mengambil hati para konsumen dengan menampakkan sikap yang sebaik mungkin dalam mengklasifikasi apa yang diinginkan konsumen dan apa yang tidak diinginkan konsumen.⁵

Jadi pelayanan prima adalah suatu pelayanan yang terbaik untuk memenuhi para konsumen yang disertai standar yang menentukan tingkat kepuasan pelanggan, termasuk bentuk dari partisipasi para staf perusahaan dalam menjalin hubungan dengan pelanggan. Dalam menjalin hubungan baik perlu adanya klarifikasi perilaku pelanggan dan apa yang mereka inginkan.

⁴NurRianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010). hlm. 211.

⁵Daryanto dan Ismanto, *Konsumen Dan Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Gava Media, 2014). hlm.107

Tujuan terakhir dari pelayanan adalah untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

Apabila pelayanan prima dapat mencapai titik yang lebih tinggi dari harapan pelanggan maka terbentuklah kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen adalah harapan atau perasaan seseorang atas pembelian suatu barang atau jasa, artinya apa yang diharapkan dapat dicapai oleh pelanggan sesuai dengan kenyataannya.⁶

Kebanyakan pelanggan selalu menginginkan pelayanan yang dapat diterimanya. Artinya setiap kebutuhan pelanggan sangat beragam. Keragaman itu disebabkan faktor yang mempengaruhinya di antara tingkat ekonomi, budaya, agama dan ras. Perusahaan perlu memperhatikan keragaman itu untuk menyesuaikan apa yang mereka inginkan dan perlu adanya perusahaan yang mempunyai standar yang pas dan sesuai dengan kebutuhan yang beragam.

Pada dasarnya pelanggan memiliki beberapa sifat yang sama sekalipun terdapat lebih banyak perbedaannya. Pada umumnya setiap perusahaan yang beroperasi dalam memberikan pelayanan jasa mempunyai standar masing-masing dalam memberikan pelayanan, bank Syariah adalah bank yang operasional sesuai dengan syariat Islam sudah sangat jelas bahwa Bank Syariah memberikan pelayanannya sesuai dengan syariat Islam atau sesuai dengan standar Islam, akan tetapi perlu dikaji ulang tentang standarisasi yang ada untuk menghindari terjadinya kerugian dimasa yang akan datang atau kekecewaan antara dua belah pihak, mengingat ayat yang telah disebutkan di

⁶ Kasmir, *Customer Service Exellent*,(Jakarta: Pt Raja GrafindoPersada, 2017), hlm 2

atas bahwa pelayanan dalam Islam itu menentramkan dan memberikan keuntungan kepada sesama.

PT BPRS Sarana Prima Mandiri adalah bank syariah di Pamekasan yang semakin menunjukkan profesionalisme dalam bekerja, dia mengalami peningkatan yang sangat signifikan di tahun 2018 terakhir. Sebagai satu-satunya Bank Syariah milik masyarakat Pamekasan, Bank SPM saat ini telah memiliki modal besar untuk menjadi bank yang patut dibanggakan oleh masyarakat Pamekasan. Selama ini keberadaan Bank SPM Pamekasan tidak banyak diketahui orang. Karena kurangnya kontribusi bank yang dirasakan masyarakat setempat. Akan tetapi di bawah kendali Slamet Rianto Bank SPM Pamekasan mengalami peningkatan yang sangat signifikan. Kemudian yang menjadi indikator yang paling menarik adalah menurunnya pembiayaan bermasalah saat bisnis tumbuh secara agresif dan hal ini terjadi karena strategi manajemen pelayanan yang prima.

PT BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan tentu saja memiliki standar yang khusus untuk memberikan yang terbaik terhadap pelanggan dengan modal dasar yang dimiliki oleh para staf Bank SPM Pamekasan yang memiliki etos dan semangat kerja serta daya juang yang luar biasa dari seluruh karyawan. Keberhasilan tersebut timbul karena adanya etos kerja yang baik dan hubungan yang baik dengan pelanggan serta ukuran atau nilai yang dapat mendukung pelayanan dari masing-masing pelanggan dengan latar belakang yang berbeda. kemudian perlu di analisa apakah pelayanan prima yang diterapkan sudah sesuai dengan apa yang diupayakan untuk

meningkatkan kepuasan konsumen atau standar pelayanan prima sebagai upaya meningkatkan kepuasan konsumen.

Untuk itu penulis bermaksud menganalisa apakah pelayanan prima yang dijalankan oleh lembaga keuangan PT BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan telah memenuhi aturan-aturan atau standar yang berlaku dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen serta untuk menghindari sesuatu yang tidak diinginkan terjadi dimasa yang akan datang dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

B. FOKUS PENELITIAN

Agar masalah yang dibahas dapat terjawab dengan tepat maka peneliti memfokuskan masalah penelitian di antaranya:

1. Bagaimana pelayanan prima pada PT BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan?
2. Bagaimana peran pelayanan prima pada PT BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen?

C. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian adalah hendak memecahkan masalah. Oleh karena itu bagian ini memuat uraian tentang sasaran yang hendak dicapai dalam penelitian. Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui seperti apa pelayanan prima yang diberikan oleh PT BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan sebagai upaya meningkatkan kepuasan nasabah.

2. Untuk mengetahui bagaimana upaya yang dilakukan oleh PT BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

D. KEGUNAAN PENELITIAN

Bagian ini menjelaskan tentang kegunaan penelitian atau pentingnya penelitian, baik kegunaan penelitian ilmiah maupun sosial. Adapun kegunaan penelitian ini terdapat kegunaan penulis, almamater dan perusahaan.

1. Bagi penulis

- a. Penulis lebih memahami tentang sistematika membuat proposal yang baik.
- b. Penulis mendapatkan jawaban dari masalah yang dijadikan penelitian.
- c. Penulis akan lebih memahami tentang pelayanan prima sebagai alat kepuasan konsumen.

2. Bagi almamater

- a. Dapat dijadikan referensi untuk jurusan dalam melakukan riset ekonomi Syariah khususnya perbankan Syariah.
- b. Dapat dijadikan bahan ajar bagi mahasiswa yang melakukan penelitian.

3. Bagi perusahaan

- a. Dapat dijadikan pertimbangan untuk masa selanjutnya dalam menerapkan pelayanan prima.
- b. Dapat menggugah karyawan untuk mencetak karakter yang insani dan bertanggung jawab.

E. DEFINISI ISTILAH

Dalam sebuah penelitian perlu dijelas secara rinci istilah-istilah yang digunakan dalam penelitian “Analisis Pelayanan Prima Sebagai Upaya Meningkatkan Kepuasan Konsumen PT BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan ” sebagai berikut:

1. pelayanan prima adalah pelayanan yang terbaik, dikatakan terbaik karena pelayanan prima mampu memenuhi kebutuhan jasmani dan rohani para pelanggan. Artinya pelayanan yang sudah sesuai dengan standar pelayanan prima melalui kemampuan, sikap, tanggung jawab, penampilan dan tindakan
2. Kepuasan konsumen/Pelanggan adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan dengan harapannya⁷. Bilamana seseorang merasa puas dengan produk dan proses pelayanannya besar kemungkinan perusahaan mempunyai konsumen dalam jangka waktu yang lama (pelanggan) setelah mengukur tingkat kepuasan konsumen.

Jadi yang dimaksud judul di atas adalah membahas tentang pelayanan prima di PT BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan kemudian menganalisis peran pelayanan prima sebagai upaya meningkatkan kepuasan konsumen di PT BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan.

⁷Nurul Huda Dkk, *Pemasaran Syariah* (Kebayunan: Kencana, 2017), hlm. 139

