

Implementasi Pelayanan Prima (*Service Excellence*) pada Bank Muamalat KCP Pasuruan untuk Memaksimalkan Kepuasan Nasabah (Studi pada Bank Muamalat KCP Pasuruan)

Nur Illaiyah Mardi *

STAI Salahuddin Pasuruan, Indonesia

Email : nurillaiyahm24@gmail.com *

Abstract, *Service is one of the important factors that must be owned by a bank, because banking is a business entity engaged in the service sector. Excellence service is important to achieve customer satisfaction. Because service will leave an impression on service users so that they will continue to come back. This is what makes banks have to provide maximum service to satisfy their customers, because if the service provided is not good, then the customer will switch to another bank. To provide maximum excellence service to customers, the bank must prepare personnel who are able to handle the desires and needs of its customers. The personnel who are expected to be able to help the desires and needs of their customers are customer service. The research method used in this study is a qualitative method, namely research that intends to understand the phenomenon of what is experienced by the research subject holistically and by means of description in the form of words and language. The technique used by the researcher is through direct observation and interviews with samples of customer service employees. The results of the study indicate that Bank Muamalat KCP Pasuruan has implemented excellence service standards effectively.*

Keywords: *Service Excellence; Customer Service, Customer Satisfaction*

Abstrak, Pelayanan merupakan salah satu faktor penting yang harus dimiliki oleh sebuah bank, karena perbankan merupakan badan usaha yang bergerak dibidang jasa. Pelayanan prima merupakan hal penting untuk mencapai kepuasan nasabah. Karena pelayanan akan meninggalkan kesan kepada pengguna jasa sehingga mereka seterusnya akan datang kembali. Hal ini yang membuat bank harus memberikan pelayanan yang maksimal untuk memuaskan nasabahnya, karena jika pelayanan yang diberikan tidak baik, maka nasabah tersebut akan beralih ke bank lainnya. Untuk memberikan pelayanan prima yang maksimal terhadap nasabah, maka bank harus menyiapkan personil yang mampu untuk menangani keinginan dan kebutuhan nasabahnya. Personil yang diharapkan dapat membantu keinginan dan kebutuhan nasabahnya adalah seorang *customer service*. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif, yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa. Teknik yang digunakan oleh peneliti adalah dengan observasi secara langsung serta wawancara dengan sampel karyawan layanan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bank Muamalat KCP Pasuruan telah menerapkan standar pelayanan prima (*service excellence*) secara efektif.

Kata Kunci: *Service Excellence; Customer Service, Kepuasan Nasabah*

1. PENDAHULUAN

Perbankan merupakan salah satu sektor ekonomi yang peranannya sangat penting dalam perkembangan ekonomi di Indonesia. Fungsi utama dari perbankan adalah sebagai penghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana kepada masyarakat serta memberikan jasa keuangan lainnya. Jadi, perbankan merupakan suatu lembaga yang melaksanakan tiga aktivitas utama, yaitu penghimpunan dana, penyaluran dana, serta memberikan jasa lainnya. Banyaknya bank di Indonesia saat ini, membuat persaingan di dalam dunia bisnis perbankan semakin ketat. Seluruh bank berlomba untuk memperoleh peringkat

paling baik di mata masyarakat, khususnya di Kota Pasuruan. Untuk mendukung pencapaian tujuan tersebut, maka salah satu cara yang tepat adalah dengan memberikan pelayanan prima yang maksimal terhadap nasabah.

Pelayanan prima atau *service excellence* adalah bagaimana memberikan layanan maksimal kepada pengguna jasa dan kesigapan dalam mengatasi permasalahan yang muncul dengan profesional. (Fitri, 2019) Pelayanan ini kemudian akan meninggalkan kesan kepada pengguna jasa sehingga mereka seterusnya akan datang kembali. Hal ini yang membuat bank harus memberikan pelayanan yang maksimal untuk memuaskan nasabahnya, karena jika pelayanan yang diberikan tidak baik, maka nasabah tersebut akan beralih ke bank lainnya. Maka dari itu, bank sebagai lembaga keuangan yang bergerak dibidang layanan jasa, harus dapat memberikan pelayanan prima secara maksimal untuk memenuhi kebutuhan nasabahnya dan pelayanan merupakan hal utama yang harus diprioritaskan oleh bank. Untuk memberikan pelayanan prima yang maksimal terhadap nasabah, maka bank harus menyiapkan personil yang mampu untuk menangani keinginan dan kebutuhan nasabahnya. Personil yang diharapkan dapat membantu keinginan dan kebutuhan nasabahnya adalah *customer service*.

Customer service merupakan karyawan bank yang berada di *front office* yang memiliki fungsi sebagai sumber informasi dan juga sebagai penghubung antara bank dengan nasabah yang ingin mendapatkan jasa pelayanan maupun produk bank. (Fernos & Mirawati, n.d.) Pengertian *customer service* secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah. (Edy Suranta Sebayang et al., 2021) *Customer service* memegang peranan yang sangat penting sebagai ujung tombak dalam menghadapi nasabah. Perihal ini perlu dilakukan karena menjaga hubungan yang baik dengan nasabah berarti menjaga *image* bank agar penilaian bank dapat berkembang dan meningkat di mata masyarakat. Dalam dunia perbankan tugas utama *customer service* yaitu memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat. Pelayanan yang diberikan oleh *customer service* pada sebuah bank merupakan pelayanan yang diberikan oleh bank kepada nasabah maupun calon nasabah, pada umumnya yang berkaitan dengan aktivitas usaha dan operasional bank sehari-hari. (Kamal, 2016)

Terjadinya persaingan antar bank yang semakin selektif seperti saat ini, membuat sebagian nasabah berkeinginan mendapatkan pelayanan yang efektif dari bank. Oleh karena itu, *customer service* dituntut untuk memberikan layanan prima yang maksimal kepada nasabahnya. Pelayanan prima adalah pelayanan yang memiliki ciri khas berkualitas. Ciri khas tersebut meliputi seperti kemudahan, kecepatan, ketepatan, dan kehandalan dari petugas

pelayanan dalam penyampaian dan pemberian pelayanan kepada nasabah. (Ii & Excellent, n.d.) Maka dari itu, seorang *customer service* harus memiliki kemampuan melayani nasabah secara cepat dan tepat serta memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik. Dikarenakan perbankan merupakan bank jasa, maka pelayanan yang diberikan harus dapat memberikan kepuasan terhadap nasabahnya.

2. LANDASAN TEORI

Pelayanan Prima

Secara bahasa *Service Excellence* terdiri dari dua kata, yakni *Service* dan *Excellence*. *Service* adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan dan ditujukan untuk memberi kepuasan melalui pelayanan yang diberikan seseorang secara memuaskan. Sedangkan *Excellence* adalah sesuatu yang diberikan mempunyai kualitas tinggi dan melebihi apa yang diharapkan pelanggan. (Alma et al., 2014) Pelayanan prima (*service excellence*) adalah suatu pelayanan terbaik dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Dengan kata lain, pelayanan prima merupakan suatu pelayanan yang memenuhi standar kualitas yang sudah ditentukan. Pelayanan prima atau *service excellence* juga bisa diartikan sebagai sebuah upaya yang dilakukan oleh para pelaku bisnis dalam memberikan layanan yang terbaik terhadap pelanggan atau konsumen. Pelayanan prima adalah bentuk kepedulian kepada nasabah dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada organisasi perusahaan. Jadi, keberhasilan program pelayanan prima tergantung pada penyelarasan sikap, perhatian dan tanggung jawab dalam pelaksanaan. (Syarief et al., 2023) Bahkan dalam Al-Qur'an tentang pelayanan juga telah dijelaskan dalam surah Al-Maidah ayat 2:

رَبِّهِمْ مِنْ ضَلَافٍ يَبْتَغُونَ الْحَرَامَ الْبَيْتِ آمِينَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْحَرَامَ الشَّهْرِ وَلَا اللَّهَ شَعَابِرَ تُحْلُوا لَا آمَنُوا الَّذِينَ يَأْيَهَا
وَالنَّفَوَىٰ بِرَّالِ عَلَىٰ وَتَعَاوَنُوا تَعْتَدُوا أَنْ الْحَرَامِ الْمَسْجِدِ عَنِ صَدُوكُمْ أَنْ قَوْمٍ سَنَانٍ يَجْرِمَتْكُمْ وَلَا فَاصْطَادُوا حَلَلْتُمْ وَإِذَا وَرَضُوا
﴿٢﴾ الْعِقَابِ شَدِيدُ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ وَانْفُوا وَالْعُدْوَانَ الْإِثْمِ عَلَىٰ تَعَاوَنُوا وَلَا

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syiar-syiar (kesucian) Allah, jangan (melanggar kehormatan) bulan-bulan haram, jangan (menggangu) hadyu (hewan-hewan kurban) dan qalā'id (hewan-hewan kurban yang diberi tanda), dan jangan (pula mengganggu) para pengunjung Baitulharam sedangkan mereka mencari karunia dan rida Tuhannya! Apabila kamu telah bertahalul (menyelesaikan ihram), berburulah (jika mau).

Janganlah sekali-kali kebencian(-mu) kepada suatu kaum, karena mereka menghalang-halangi-mu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat melampaui batas (kepada mereka). Tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah sangat berat siksaan-Nya.”

Customer Service

Secara bahasa, *customer service* terdiri dari 2 kata, yakni “*customer*” yang memiliki arti pelanggan, dan “*service*” yang memiliki arti pelayanan. Pelayanan (*customer service*) secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Dalam Kamus Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan adalah sebagai suatu kegiatan usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani yaitu membantu menyiapkan (membantu apa yang diperlukan seseorang). Pada hakekatnya pelayanan adalah serangkaian kegiatan yang merupakan proses. Sebagai proses pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat, proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain.

Dalam bidang bisnis, *Customer Service* sering diartikan sebagai pelayanan pelanggan. Secara umum, pengertian *Customer Service* adalah kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah melalui pelayanan yang diberikan seseorang secara memuaskan. Pelayanan yang diberikan oleh *Customer Service* adalah termasuk menerima keluhan atau masalah yang sedang dihadapi oleh nasabah. Selain itu, *Customer Service* juga melakukan kegiatan *external relations*, *internal relations*, dan juga *customer relations* dimana ketiga istilah tersebut merupakan suatu kegiatan yang diperuntukkan menjalin hubungan baik dengan lingkungan luar, lingkungan dalam perusahaan, serta menjalin hubungan baik dengan pelanggan supaya tercipta kepercayaan pelanggan serta menciptakan citra positif perusahaan agar pelanggan tetap setia dan loyal terhadap produk perusahaan. (Yoman & Pradesti, 2024)

Kepuasan Nasabah

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia kepuasan adalah “puas; merasa senang; perihal (hal yang bersifat puas, kesenangan, kelegaan, dan sebagainya). Kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan puas, rasa senang, dan kelegaan seseorang diarencanakan mengkonsumsi suatu produk atau jasa untuk mendapatkan pelayanan suatu jasa. Menurut Ulil Azmi Mustofa dan Yudi Siyamto kepuasan merupakan sebuah selisih antara persepsi dan harapan konsumen, sedangkan kepuasan nasabah adalah perasaan pelanggan saat menerima atau setelah merasakan

pelayanan bank. Sehingga kriteria kepuasan yang ditinjau dari Ulil Azmi Mustofa dan Yudi Siyamto menyatakan bahwa “konsumen atau nasabah akan memiliki persepsi positif apabila penyedia jasa memenuhi atau melebihi apa yang diharapkan konsumen”. Kepuasan nasabah harus sangat diperhatikan karena akan berdampak kepada kinerja penjualan. Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Apabila pelayanan yang diterima seseuai dengan harapan nasabah, maka nasabah akan merasa puas. (Satria & Edwar, 2014)

Dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan nasabah merupakan perasaan yang tumbuh atas membandingkan hasil atau kinerja setelah nasabah menggunakan produk atau jasa yang diharapkan dengan apa yang diterima. Jadi, jika hasil kinerja masih dibawah harapan nasabah maka nasabah tidak akan merasa puas, sedangkan jika hasil kinerja sesuai dengan harapan nasabah, maka nasabah akan merasa puas. Apabila suatu lembaga tidak dapat menciptakan rasa puas terhadap nasabahnya, maka tidak menutup kemungkinan nasabah tersebut akan mencari lembaga lain untuk yang dapat memberikan rasa puas.

3. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif merupakan penelitian yang lebih berfokus untuk mendeskripsikan keadaan, sifat atau hakikat, suatu gejala tertentu atau nilai suatu objek. Peneliti melakukan penelitian dan pengamatan secara langsung yang bersifat interaktif dan memaparkan sesuai data yang diperoleh di lapangan, Data yang dikumpulkan oleh penulis adalah dengan pengamatan secara langsung di Bank Muamalat KCP Pasuruan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Di dalam dunia perbankan, pelayanan prima merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan dan dilaksanakan dengan sebaik mungkin agar dapat mempertahankan nasabah serta dapat meningkatkan jumlah nasabah. Pelayanan (*service*) adalah suatu tindakan memberikan jasa dari satu pihak ke pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah, adil, cepat, tepat, dan dengan etika yang sopan, sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi penerimanya. (Sugiarto, 2022) Menurut Philip Kotler, pelayanan atau *service* adalah perilaku produsen dalam memenuhi suatu kebutuhan dan keinginan konsumen supaya tercapainya kepuasan pada konsumen. (Megawati, 2006) Menurut Indrasari, pelayanan (*customer service*) secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau

ditujukan untuk memberikan kepuasan pelanggan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. (Manajemen & Gresik, 2022) Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pelayanan adalah sebagai suatu usaha untuk membantu atau mengurus apa yang diperlukan orang lain. (Vol, 2019) Jadi, dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang, sekelompok atau lembaga organisasi yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan orang lain dengan prosedur-prosedur dan sistem yang telah ditetapkan sebelumnya. Pelayanan inilah yang memberikan arti penting di dalam suatu perusahaan maupun perbankan, karena pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha atau kegiatan yang bersifat jasa. Pelayanan hakikatnya adalah serangkaian kegiatan, karena itu pelayanan merupakan sebuah proses. Sebagai proses, pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan, meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat.

Kepuasan nasabah merupakan hal yang perlu diperhatikan karena kepuasan nasabah adalah kunci sukses dalam bisnis jasa perbankan syariah. Tujuan ini tentunya dapat dicapai dengan memberikan pelayanan prima kepada nasabah sehingga membuat nasabah merasa mudah dan nyaman dalam melakukan proses transaksi dan menikmati produk-produk yang ditawarkan oleh pihak Bank Muamalat KCP Pasuruan. Salah satu personal yang mampu memberikan pelayanan prima atau service excellence adalah seorang customer service, dikarenakan seorang customer service berinteraksi langsung dengan nasabah

Adapun Standar Operasional Prosedur (SOP) pelayanan yang diberikan *Customer Service* Bank Muamalat KCP Pasuruan adalah sebagai berikut:

1. Sikap (*Attitude*)

Sikap (*Attitude*) merupakan perilaku yang harus ditunjukkan ketika menghadapi nasabah. Sikap juga dapat diartikan sebagai suatu reaksi atau respon berupa penilaian yang muncul dari seorang individu terhadap suatu objek. *Customer service* dalam hal sikap harus memenuhi standar operasional yang sudah ditetapkan, yaitu waktu tunggu, waktu antri, berdiri dan memanggil nasabah, senyum, salam, mempersilahkan nasabah duduk, menawarkan bantuan, mengakhiri dengan mengucapkan terima kasih, salam, dan berdiri setelah nasabah berdiri. Dalam konsep sikap, *customer service* melayani nasabahnya dimulai dari sebelum nasabah datang telah berdiri disamping meja dan memanggil nasabah minimal tiga kali dengan dengan wajah yang ceria dan tersenyum, menyambut dan menyapa nasabah yang datang dengan hangat dengan cara menganggukkan kepala dengan posisi tangan kanan di bagian dada sebelah kiri serta

memberikan senyuman sebagai bentuk penghormatan yang tulus, mengucapkan salam, mempersilahkan nasabah duduk, memperkenalkan diri dan menanyakan kembali nama nasabah, serta mengajukan pertanyaan untuk memahami kebutuhan atau keluhan nasabah, menciptakan interaksi yang penuh empati. Melayani nasabah dengan sepenuh hati. Menawarkan bantuan kembali kepada nasabah, jika kebutuhan nasabah telah terpenuhi dan semua prosedur telah dilakukan, lalu akhiri dengan mengucapkan terima kasih dan salam dengan posisi berdiri dengan tangan kanan diletakkan di dada sebelah kiri ketika nasabah telah berdiri. Selain itu, *customer service* harus selalu bersikap positif terhadap keluhan yang dihadapi oleh nasabah, dan menangani setiap keluhan hingga selesai. Sikap professional ini tidak hanya meningkatkan kenyamanan nasabah tetapi juga menunjukkan bahwa Bank Muamalat KCP Pasuruan berkomitmen memberikan pelayan yang terbaik dan terpercaya.

2. **Kompeten (*Competence*)**

Perusahaan harus mampu untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji secara tepat dan dapat dipercaya. Kinerja karyawan harus memenuhi ekspektasi nasabah, yang mencakup ketepatan waktu, keseragaman layanan tanpa kesalahan, sikap yang ramah, dan akurasi yang tinggi. Setiap pelayanan membutuhkan kualitas yang andal, yang berarti setiap pegawai diharapkan memiliki pengetahuan, keahlian, kemandirian, penguasaan, dan profesionalisme yang tinggi, sehingga pekerjaan yang dilakukan menghasilkan layanan yang memuaskan tanpa keluhan atau kesan negatif dari masyarakat.

Kemampuan *Customer Service* Bank Muamalat KCP Pasuruan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan secara cermat dan sesuai standar menunjukkan bahwa Bank Muamalat KCP Pasuruan telah memenuhi kriteria pelayanan yang berkualitas tinggi. Dengan keterampilan komunikasi yang baik dan bahasa yang sopan, *Customer Service* mampu berinteraksi secara efektif dengan nasabah dari berbagai latar belakang, memahami kebutuhan mereka, dan merespon dengan empati. *Customer Service* Bank Muamalat KCP Pasuruan memiliki kemampuan yang mumpuni dalam melayani nasabah. Ia memiliki kemampuan komunikasi yang sangat baik, dapat dengan cepat memahami kebutuhan nasabah, dan memberikan solusi yang tepat. *Customer Service* Bank Muamalat KCP Pasuruan juga memiliki pengetahuan yang luas tentang produk dan layanan bank, serta terampil dalam mengelola keluhan nasabah secara

profesional. Banyak nasabah yang puas dengan pelayanan yang diberikan oleh *Customer Service* Bank Muamalat KCP Pasuruan.

Di sisi lain, *Customer Service* Bank Muamalat KCP Pasuruan juga harus memiliki kemampuan adaptasi yang baik, yang membantu mereka menghadapi berbagai karakter dan situasi nasabah. Kemampuan manajemen waktu dan pengendalian emosi meungkinkan mereka menangani keluhan dengan sikap tenang dan profesional, serta menyelesaikan masalah secara solutif. Kemampuan *problem solving* yang dimiliki seorang *customer service* menambah nilai pelayanan, memastikan setiap keluhan nasabah dapat diselesaikan dengan tepat dan efisien. Hal ini menciptakan pengalaman yang positif bagi nasabah, sekaligus menegaskan bahwa Bank Muamalat KCP Pasuruan telah menerapkan pelayanan sesuai dengan standar yang dijanjikan dan diharapkan.

3. Responsif (*Responsiveness*)

Dimensi ini merujuk pada kemampuan untuk memberikan pelayanan secara cepat, tepat, dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan. Dimensi ini, mencakup hal-hal seperti pemberitahuan oleh *customer service* kepada nasabah mengenai layanan yang tersedia, pelayanan yang dilakukan dengan sigap, kesiapan *customer service* untuk membantu nasabah, serta komitmen *customer service* untuk selalu meluangkan waktu dalam memenuhi permintaan informasi dari nasabah di Bank Muamalat KCP Pasuruan.

Customer service Bank Muamalat KCP Pasuruan telah menunjukkan sikap yang cepat dan sigap dalam menangani kebutuhan, keluhan, dan komplain nasabah. Tindakan ini menempatkan pelayanan Bank Muamalat KCP Pasuruan dalam kategori pelayanan yang baik, karena *customer service* selalu siap membantu dengan segera ketika dibutuhkan. Seperti saat terdapat nasabah menyampaikan keluhan, *customer service* tidak hanya mendengarkan dan menawarkan solusi, tetapi juga langsung memberikan bantuan sampai keluhan tersebut benar-benar terselesaikan dengan baik. Contohnya seperti ketika M-DIN (*Mobile Banking*) nasabah terblokir, maka *customer service* dengan cepat tanggap membantu nasabah sampai aktivasi ulang M-DIN tersebut bisa kembali dengan baik. Sikap cepat tanggap ini merupakan komitmen Bank Muamalat KCP Pasuruan untuk menjaga kepuasan pelanggan dengan menyelesaikan masalah hingga tuntas, menciptakan rasa kepercayaan dan kenyamanan yang tinggi terhadap nasabah.

4. Empati (*Empathy*)

Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para nasabah dengan berupaya memahami keinginan nasabah. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang nasabah, memahami kebutuhan nasabah secara spesifik serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi nasabah. Empati tersebut mempunyai inti yaitu mampu memahami orang yang dilayani dengan penuh perhatian, keseriusan, simpatik, pengertian dan adanya keterlibatan dalam berbagai permasalahan yang dihadapi orang yang dilayani.

Pelayanan *customer service* Bank Muamalat KCP Pasuruan sudah menerapkan dimensi empati beserta indikatornya. Penilaian kualitas layanan sudah berjalan sesuai dengan harapan nasabah dalam dimensi ini antara lain mendahulukan kepentingan pengguna layanan, pegawai melayani dengan sopan santun, pegawai memberikan perhatian dan perhatian kepada nasabah, petugas melayani serta menghargai setiap pengguna layanan, Salah satu contoh pengimplementasian dimensi empati adalah dengan *customer service* memberikan perhatian penuh saat nasabah menyampaikan keluhan tanpa memotong pembicaraan. *Customer service* harus menggunakan kata-kata yang menenangkan kepada nasabah seperti ‘oh jadi begitu ya bapak/ibu sangat tidak nyaman bagi anda’ atau seperti ‘‘Saya memahami situasi Bapak/Ibu dan saya akan membantu sebisa mungkin’’ hal tersebut seakan membuat *customer service* merasakan apa yang dirasakan oleh nasabah.

5. Kejujuran (*Honesty*)

Kejujuran sangatlah krusial bagi perusahaan yang berinteraksi langsung dengan masyarakat, karena hal ini mempengaruhi kepercayaan nasabah atau calon nasabah untuk melakukan transaksi di bank. Oleh karena itu, Bank Muamalat KCP Pasuruan menjadikan prinsip kejujuran sebagai prioritas utama yang harus dipegang oleh setiap karyawan dalam bekerja dan melayani nasabah, khususnya *customer service*. Kejujuran menjadi nilai dasar yang wajib tertanam dalam diri seorang *customer service* Bank Muamalat KCP Pasuruan dan diwujudkan dalam tugas serta tanggung jawab sehari-hari. Bank ini juga menerapkan prinsip anti korupsi yang tegas, selaras dengan statusnya sebagai bank syariah yang berlandaskan prinsip bagi hasil. Kejujuran dipandang sebagai fondasi utama Bank Muamalat KCP Pasuruan untuk memastikan *customer service* melayani secara transparan dan penuh integritas.

Salah satu wujud implementasi kejujuran ini adalah melalui keterbukaan dalam memberikan informasi produk, di mana *customer service* menjelaskan produk atau layanan secara jelas, lengkap, dan akurat. Menyampaikan manfaat, risiko, biaya, serta syarat-syarat layanan secara jujur memungkinkan nasabah membuat keputusan yang bijak dan merasa dihargai. Contohnya adalah *customer service* Bank Muamalat KCP Pasuruan diketahui selalu transparan dalam memberikan informasi produk dan layanan bank kepada nasabah. *Customer service* juga tidak pernah menyembunyikan biaya atau risiko yang mungkin terkait dengan suatu produk, melainkan menjelaskannya secara terbuka agar nasabah dapat membuat keputusan yang tepat. Sikap jujur *customer service* tercermin dari caranya berkomunikasi dengan ramah, tutur kata yang lembut, serta ekspresi wajah yang tulus. Nasabah merasa dihargai dan yakin akan integritas yang diberikan oleh *customer service* Bank Muamalat KCP Pasuruan, sehingga mempercayakan transaksi perbankan mereka di Bank Muamalat KCP Pasuruan.

6. Dimensi Tanggungjawab (*Accountability*)

Dimensi tanggung jawab dalam *service excellence* mengacu pada kewajiban untuk memberikan layanan yang dapat diandalkan, konsisten, dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. *Customer service* bertanggung jawab dalam memastikan bahwa setiap pertanyaan, keluhan, atau kebutuhan pelanggan ditangani dengan cepat, jelas, dan tuntas. Hal ini mencakup ketepatan waktu dalam memberikan informasi, kemampuan menyelesaikan masalah pelanggan, menjaga kepercayaan melalui sikap jujur dan profesional, serta memenuhi janji yang telah disampaikan kepada pelanggan. Tanggung jawab ini mencerminkan komitmen *customer service* untuk memberikan pengalaman layanan yang memuaskan dan berkesan.

Dalam sikap tanggung jawab, pegawai Bank Muamalat KCP Pasuruan menerapkan sikap tanggung jawab dengan tepat. Sikap tanggung jawab ini diterapkan sebaik mungkin untuk mengurangi atau menghindari kerugian termasuk ketidakpuasan pelanggan dalam pelayanan. Contohnya ketika nasabah complain kurang ataupun tidak puas, maka pertanggung jawaban yang diberikan adalah dengan menuruti permintaan tamu/pelanggan dengan seharusnya serta tidak lupa untuk meminta maaf terlebih dahulu.

7. Penampilan (*Appearance*)

Bank Muamalat KCP Pasuruan telah menerapkan standar penampilan yang profesional dan konsisten di antara karyawan sebagai bagian dari upaya menciptakan

kesan yang baik serta menjaga kepercayaan dan kenyamanan nasabah. Setiap karyawan diwajibkan mengenakan seragam yang rapi dan sesuai dengan aturan hari kerja. Hal tersebut menciptakan kesan formal dan professional serta menunjukkan identitas perusahaan. Untuk karyawan wanita, ketentuan pakaian mencakup penggunaan hijab yang menutup dada, memakai rok, dan sepatu pantofel hitam. Karyawan pria juga diwajibkan mengenakan kemeja atau batik dan celana yang tidak ketat, serta memakai sepatu pantofel hitam. Standar ini tidak hanya menekankan kesopanan tetapi juga memastikan konsistensi dan kepatuhan terhadap prinsip perusahaan, yang selaras dengan nilai-nilai syariah yang dipegang oleh Bank Muamalat. Selain itu, *name tag* menjadi elemen penting untuk memudahkan nasabah mengenali karyawan, serta sebagai bentuk tanggung jawab atas pelayanan yang diberikan. Dengan adanya *name tag*, nasabah dapat mengidentifikasi dengan mudah, dan jika terdapat keluhan atau apresiasi, maka nasabah dapat menyebutkan nama karyawan tersebut secara spesifik. Ini membantu perusahaan dalam mengevaluasi kinerja karyawan dan meningkatkan pelayanan secara berkesinambungan.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian pada hasil penelitian dan pembahasan mengenai “Implementasi Standar Pelayanan Prima *Customer Service* untuk Memaksimalkan Kepuasan Nasabah” di Bank Muamalat KCP Pasuruan, dapat ditarik kesimpulan bahwa pelayanan prima atau *service excellence* merupakan elemen yang sangat penting dalam dunia perbankan, termasuk di Bank Muamalat KCP Pasuruan, karena memberikan dampak langsung terhadap kepuasan dan kepercayaan nasabah. Pelayanan ini harus dilakukan dengan memperhatikan beberapa dimensi utama, yaitu:

1. Sikap (*Attitude*): Sikap positif, ramah, dan profesional dalam melayani nasabah, menciptakan pengalaman yang menyenangkan dan membangun hubungan baik.
2. Kompetensi (*Competence*): Pengetahuan dan keterampilan yang memadai untuk memberikan solusi tepat sesuai kebutuhan nasabah.
3. Responsif (*Responsiveness*): Kemampuan merespons kebutuhan atau keluhan nasabah dengan cepat dan efektif, menunjukkan komitmen tinggi terhadap kepuasan pelanggan.
4. Empati (*Empathy*): Memberikan perhatian penuh dan memahami kebutuhan nasabah secara personal, sehingga mereka merasa dihargai.

5. Kejujuran (*Honesty*): Transparansi dalam memberikan informasi dan melayani nasabah dengan integritas tinggi untuk membangun kepercayaan.
6. Tanggung Jawab (*Accountability*): Menangani setiap permintaan atau keluhan nasabah dengan tuntas, tepat waktu, dan penuh komitmen.
7. Penampilan (*Appearance*): Menjaga penampilan yang profesional, rapi, dan sesuai dengan standar perusahaan, mencerminkan identitas dan nilai-nilai organisasi.

Berdasarkan hasil observasi pada saat penelitian Bank Muamalat KCP Pasuruan telah mengimplementasikan dimensi-dimensi standar pelayanan prima dengan baik. Pelayanan prima yang dilakukan dengan memperhatikan dimensi-dimensi ini memastikan kualitas layanan yang berkelanjutan, meningkatkan kepercayaan nasabah, dan memperkuat citra perusahaan. Dengan implementasi pelayanan prima, Bank Muamalat KCP Pasuruan mampu memenuhi harapan nasabah, menciptakan pengalaman yang positif, serta membangun hubungan yang solid dengan para nasabahnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, H., Buchari, & Priansa, D. J. (2014). Buku Manajemen Bisnis Syariah Cetakan Kedua Edisi Revisi. *Meraja Journal*, 1(2), 17–30.
- Edy Suranta Sebayang, I., Nurhaida, T., & Politeknik Mandiri Bina Prestasi -Medan, D. (2021). Pengaruh Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Taplus Muda Pada Pt Bank Bni Kcumedan. *Skylandsea Profesional*, 1(2), 19–25.
- Fernos, J., & Mirawati. (n.d.). Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan. *Akademi Keuangan Dan Perbankan "Pembangunan"*, 1–8.
- Fitri, Y. (2019). Analisis Pelayanan Prima(Service Excellence) Terhadap Kepuasan Nasabah. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 66(9), hal 15.
- Ii, B. A. B., & Excellent, A. S. (n.d.). *Nina Rahmayanty, Manajemen Pelayanan Prima, (Yogyakarta Graha Ilmu,2010), 17. 10. 10–21.*
- Kamal, Y. M. (2016). *Strategi Pelayanan Customer Service.*
- Manajemen, P. S., & Gresik, U. M. (2022). *Jurnal maneksi vol 11, no. 2, desember 2022. 11(2), 498–504.*
- Megawati, Y. (2006). *KUALITAS PELAYANAN TERKAIT DENGAN KEPUASAN. 2, 1–11.*
- Satria, A. J., & Edwar, M. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking dan Nilai Nasabah terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Manajemen*, 2(3), 1–12.
- Sugiarto. (2022). *Penerapan Pelayanan Prima Kepada Nasabah Di Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat (Bpr) Sarimadu Bangkinang. 4(1), 1–23.*

Syarief, I. M. H., Nur'aini, A. L., & Resti, N. A. H. (2023). Mplementasi Pelayanan Prima Pada Unit Layanan Pelanggan di BSI Kantor Cabang Cianjur Siliwangi. *Ar-Rihlah: Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 03(01), 26–35.

Vol, A. (2019). *ALBAMA Vol. 12 No. 1, April 2019 Hal - 90. 12(1)*, 90–103.

Yoman, M., & Pradesti, A. (2024). Penerapan Service Excellent Oleh Customer Service Pada Universitas Islam Syekh Yusuf Tangerang. *DIALEKTIKA KOMUNIKA: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Pembangunan Daerah*, 11(2), 137–145. <https://doi.org/10.33592/dk.v11i2.4473>