

PERAN *CUSTOMER SERVICE* DALAM MENINGKATKAN *SERVICE EXCELLENT* TERHADAP NASABAH DI PT BANK LAMPUNG KANTOR PUSAT

(Laporan Akhir)



Oleh

PUTRI AQEELA

2101071019

PROGRAM STUDI D III MANAJEMEN PEMASARAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS LAMPUNG

BANDAR LAMPUNG

2024

ABSTRAK

PERAN *CUSTOMER SERVICE* DALAM MENINGKATKAN *SERVICE EXCELLENT* TERHADAP NASABAH DI PT BANK LAMPUNG KANTOR PUSAT

Oleh

PUTRI AQEELA

Bank merupakan lembaga keuangan yang bergerak di bidang pelayanan atau jasa melalui simpanan atau peminjaman uang. Maka dari itu, bank harus memberikan pelayanan yang nyaman dan aman atau biasa disebut pelayanan prima atau *service excellent* sehingga dapat membangun kepercayaan nasabah terhadap bank. Oleh karena itu setiap bank memiliki *customer service* yang selalu berusaha memberikan pelayanan terbaik karena ia akan menjadi jembatan penghubung antara bank dengan nasabah.

Tujuan Laporan Akhir ini adalah untuk mengetahui peran *customer service* dalam meningkatkan *service excellent* terhadap nasabah di PT Bank Lampung Kantor Pusat. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dan penulis menggunakan metode wawancara kepada pihak perusahaan dan juga nasabah, serta menggunakan metode studi pustaka yaitu mengumpulkan berbagai teori dan literatur dari buku maupun internet yang mendukung penulisan laporan akhir ini.

Kesimpulan dari penelitian ini yaitu bahwa pelayanan prima atau *service excellent* yang diberikan oleh *customer service* PT Bank Lampung Kantor Pusat telah termasuk dalam kategori yang baik dan telah sesuai dengan apa yang diharapkan oleh nasabah sehingga mendapatkan penilaian yang positif dari nasabah.

Kata Kunci: Peran, *customer service*, *service excellent*

PERAN *CUSTOMER SERVICE* DALAM MENINGKATKAN *SERVICE EXCELLENT* TERHADAP NASABAH DI PT BANK LAMPUNG KANTOR PUSAT

OLEH

PUTRI AQEELA

NPM 2101071019

(Laporan Akhir)

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mendapatkan Gelar

AHLI MADYA (A.Md.)

Pada

Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung



PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PEMASARAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS LAMPUNG

BANDAR LAMPUNG

2024

Judul Laporan Akhir : **PERAN *CUSTOMER SERVICE* DALAM
MENINGKATKAN *SERVICE EXCELLENT*
TERHADAP NASABAH DI PT BANK
LAMPUNG KANTOR PUSAT**

Nama Mahasiswa : **Putri Aqeela**

No. Pokok Mahasiswa : **2101071019**

Program Studi : **D III Manajemen Pemasaran**

Jurusan : **Manajemen**

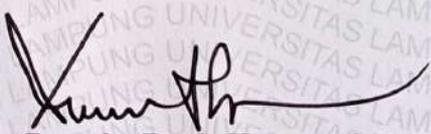
Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis**



**Menyetujui,
Pembimbing,**

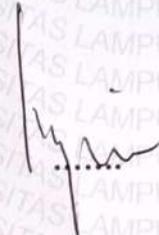
**Mengetahui,
Ketua Program Studi**


Aripin Ahmad, S.E., M.Si.
NIP 196001051986031005


Dr. Dorothy Rouly Haratua, S.E., M.Si.
NIP 198101262008012011

HALAMAN PENGESAHAN

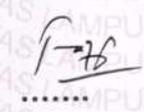
Ketua Penguji : Aripin Ahmad, S.E., M.Si



Penguji Utama : Aida Sari, S.E., M.Si



Sekretaris Penguji : Nuzul Inas Nabila, S.E., M.S.M



**Mengesahkan
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Lampung**



Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si.
NIP 196606211990031003

Tanggal Lulus Ujian : 12 Juli 2024

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul:

“PERAN *CUSTOMER SERVICE* DALAM MENINGKATKAN *SERVICE EXCELLENT* TERHADAP NASABAH DI PT BANK LAMPUNG KANTOR PUSAT”

adalah hasil karya saya sendiri.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam laporan akhir ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam rangkaian kalimat atau simbol yang saya akui seolah olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik sengaja ataupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik laporan akhir yang saya ajukan ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain namu mengakui seolah olah sebagai hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia untuk dibatalkan gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh Universitas Lampung.

Bandar Lampung, April 2024

Yang Memberi pernyataan



Putri Aqeela

2101071019

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin.

Dengan mengucap segala Syukur kepada Allah SWT atas Rahmat dan ridho-Nya kepadaku sehingga dapat menyelesaikan laporan akhir ini.

Ku persembahkan Laporan Akhir ini dengan segala kerendahan hati kepada orang yang selalu kusebut dalam doa dan tak henti mendoakanku

Ayah dan Mamahku Tercinta

Edy Yusuf Mustika Alam dan Ani Yunita A.Md.K.G.

Terima Kasih telah mencintai dan menyayangiku dengan penuh ketulusan, terima kasih atas segala dukungan, motivasi, dan semangat yang telah diberikan selama ini, serta doa yang tiada henti sampai pada akhirnya Laporan Akhir ini dapat terselesaikan.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul:

“PERAN *CUSTOMER SERVICE* DALAM MENINGKATKAN *SERVICE EXCELLENT* TERHADAP NASABAH DI PT BANK LAMPUNG KANTOR PUSAT”

adalah hasil karya saya sendiri.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam laporan akhir ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam rangkaian kalimat atau simbol yang saya akui seolah olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik sengaja ataupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik laporan akhir yang saya ajukan ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain namu mengakui seolah olah sebagai hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia untuk dibatalkan gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh Universitas Lampung.

Bandar Lampung, April 2024

Yang Memberi pernyataan

Putri Aqeela

2101071019

RIWAYAT HIDUP

Putri Aqeela dilahirkan di Bandar Lampung pada tanggal 9 Agustus 2003. Merupakan anak kedua dari dua bersaudara, dari pasangan Bapak Edy Yusuf Mustika Alam dan Ibu Ani Yunita.

Menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar di SD Negeri 2 Perumnas Way Halim Bandar Lampung pada tahun 2015, kemudian melanjutkan Pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 19 Bandar Lampung yang selesai pada tahun 2018, lalu dilanjutkan ke jenjang Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 5 Bandar Lampung yang selesai pada tahun 2021.

Tahun 2021, melanjutkan Pendidikan ke perguruan tinggi di Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung. Tahun 2024 telah melakukan Praktik Kerja Lapangan (PKL) selama 40 hari terhitung mulai tanggal 10 Januari hingga 29 Februari 2024 di PT Bank Lampung Kantor Pusat.

SANWANCANA

Puji dan Syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang karena telah memberikan saya nikmat dan kesempatan sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir yang berjudul “PERAN *CUSTOMER SERVICE* DALAM MENINGKATKAN *SERVICE EXCELLENT* TERHADAP NASABAH DI PT BANK LAMPUNG KANTOR PUSAT ”, ini dengan lancar dan tanpa halangan apapun.

Laporan Akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program Diploma III Manajemen Pemasaran di Universitas Lampung.

Selama masa pendidikan, penyelesaian studi hingga penyusunan tugas akhir ini penulis turut dibantu oleh berbagai pihak. Oleh sebab itu, penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Nairobi, S.E.,M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
2. Bapak Dr. Ribhan, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
3. Ibu Dr. Zainnur M. Rusdi, S.E., M.Sc. selaku Sekertaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
4. Bapak Aripin Ahmad, S.E.,M.Si. selaku Dosen Pembimbing Lapangan sekaligus Pembimbing Tugas Akhir serta Ketua Penguji yang telah membantu memberi pengarahan dalam kelengkapan Laporan Akhir ini.
5. Ibu Dr. Dorothy Rouly Haratua, S.E.,M.Si. selaku Ketua Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran.
6. Ibu Nuzul Inas Nabila, S.E., M.S.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik sekaligus Sekretaris Penguji sidang komprehensif.
7. Ibu Aida Sari, S.E.,M.Si. selaku Penguji Utama sidang komprehensif.
8. Seluruh Staf dan karyawan Bank Lampung Kantor Pusat Bandar Lampung, yang telah memberikan pengalaman, bimbingan, bantuan dan dukungan selama menjalani Praktik Kerja Lapangan.

9. Kakak tersayang, Nadia Ayu Safira yang selalu menemani penulis. Terima kasih atas segala dukungan dan bantuannya selama ini. Semoga kita berdua bisa selalu membanggakan Ayah dan Mama.
10. Teman-teman seperjuangan, Brigita Marlican, Alda Fuadiah, Annisa Qisthina, Prisillia Mayang Sari, Andhika Bagaskara, dan Nimas Ayu Roro Ningrum. Terima kasih karena selalu memberikan dukungan, semangat, memberikan saran serta nasihat terbaik dan selalu menemani sampai saat ini.
11. Sahabat penulis yang selalu ada dan mendukung dibalik layar, Soffiyah Putri Rahmawaty dan Ganis Novitriani.
12. Seluruh teman-teman Diploma III Manajemen Pemasaran angkatan 2021 yang selama ini berjuang bersama semoga sukses untuk kita semua.
13. Almamater Tercinta Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa laporan akhir ini masih banyak kekurangan dalam penulisannya, Oleh sebab itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk penulis. Semoga laporan akhir ini dapat berguna dan bermanfaat bagi kita semua.

Bandar Lampung, April 2024
Penulis,

Putri Aqeela
2101071019

DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penulisan Laporan Akhir	6
1.4 Manfaat dan Kegunaan Laporan Akhir	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Konsep Peran	7
2.2 Peran <i>Customer Service</i>	9
2.2.1 Pengertian <i>Customer Service</i>	9
2.2.2 Fungsi dan Tugas <i>Customer Service</i>	9
2.2.3 Peranan <i>Customer Service</i>	11
2.3 Pengertian Nasabah	13
2.4 Teori Pelayanan.....	15
2.4.1 Pengertian <i>Service Excellent</i>	15
2.4.2 Konsep Dasar <i>Service Excellent</i>	16
2.4.3 Tujuan <i>Service Excellent</i>	17
2.4.4 Fungsi <i>Service Excellent</i>	18
2.4.5 Proses dan Tahapan <i>Service Excellent</i>	18
2.4.6 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pelayanan.....	19
BAB III METODE DAN PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian	21
3.2 Jenis dan Sumber Data	21
3.3 Metode Pengumpulan Data	22
3.4 Objek Kerja Praktik	23
3.4.1 Lokasi dan Waktu Kerja Praktik	23
3.4.2 Gambaran Umum Perusahaan	23
3.4.2.1 Profil Singkat Perusahaan	23

3.4.2.2 Visi dan Misi	27
-----------------------------	----

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil	28
4.1.1 Data Hasil Wawancara	28
4.1.2 Peran <i>Customer Service</i> pada PT Bank Lampung Kantor Pusat	31
4.1.3 Peran <i>Customer Service</i> dalam meningkatkan <i>Service Excellent</i> kepada nasabah	34
4.2 Pembahasan	35

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	40
5.2 Saran	40

DAFTAR PUSTAKA	42
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN	43
-----------------------	-----------

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Halaman
1.1 Data Hasil Wawancara.....	29

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Halaman
1.1 Logo PT Bank Lampung.....	24
1.2 Struktur Organisasi PT Bank Pembangunan Daerah Lampung.....	26

DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Halaman
1. Dokumentasi wawancara dengan nasabah	43
2. Jurnal Aktivitas Praktik Lapangan Kerja (PKL).....	45
3. Surat Keterangan Praktik Lapangan Kerja (PKL)	59

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kegiatan perekonomian suatu negara tentunya tidak terlepas dari lalu lintas pembayaran uang, dimana lembaga keuangan atau bank memberikan peran penting dalam mengatur kegiatan perekonomian suatu negara. Bank merupakan lembaga keuangan yang bergerak di bidang jasa dan pelayanan, sehingga pelayanan memiliki peranan yang penting dalam Bank. Oleh karena itu, setiap Bank harus mempunyai serta memberikan pelayanan yang terbaik yaitu melayani segala kebutuhan nasabah baik dari segi pelayanan, produk, serta kenyamanan. agar nasabah tertarik untuk memakai jasa Lembaga perbankan tersebut.

Bank sangat perlu menjaga citra positif di mata masyarakat, karena Bank merupakan lembaga yang bergerak di bidang jasa dan pelayanan maka, hal yang harus ditingkatkan untuk menjaga citra positif tersebut adalah pelayanan. Dalam hal ini citra Bank dapat dibangun melalui konsep *Service Excellent* yang bertujuan untuk menjaga kepuasan nasabah, serta terus meningkatkan citra positif Bank di mata masyarakat. Pelayanan, kepuasan atau ketidakpuasan nasabah adalah hasil penilaian terhadap apa yang diharapkan setelah menggunakan suatu produk jasa bank. Kepuasan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Harapan tersebut yang kemudian membandingkan dengan persepsi kualitas yang diterimanya dengan menggunakan produk jasa itu. Jika harapannya lebih tinggi daripada kualitas produk jasa, nasabah akan merasa

tidak puas. Begitu pula sebaliknya, jika harapannya sama atau sebanding dengan kualitas produk jasa, maka nasabah akan merasa puas.

Nasabah memang seharusnya diberikan pelayanan yang baik dan cepat berkaitan dengan transaksi bank. Apabila diabaikan ataupun pelayanannya kurang cepat, maka akan meninggalkan perusahaan atau bank tersebut dan menjadi nasabah perusahaan atau bank pesaing. Hal ini yang akan menyebabkan penurunan pendapatan bank dan bahkan dapat menimbulkan kerugian. Oleh karena itu, perbankan harus berusaha melakukan pengukuran tingkat kepuasan nasabah agar dapat mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan yang telah dirasakan oleh nasabah bank yang bersangkutan.

Salah satu peran penting dalam pelayanan penyampaian jasa adalah Sumber daya manusia, Sumber daya manusia penting perannya dalam menentukan jasa dan pelayanan yang dihasilkan serta persepsi pelanggan terhadap jasa tersebut. Oleh sebab itu, Sumber daya manusia menjadi unsur penting dalam penawaran jasa dan pelayanan. Perusahaan jasa seperti Bank umumnya dituntut lebih mengoptimalkan *Service Excellent* pada *Customer Service* terhadap konsumen. Bagi perusahaan jasa tentu cukup sulit untuk mendapatkan standar pelayanan *Service Excellent* di mata konsumen.

Dalam buku *Etika Customer Service* (Kasmir, 2007:180), *Customer Service* adalah setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah melalui pelayanan yang diberikan seseorang. Jadi intinya tugas dari *Customer Service* adalah melayani nasabah dengan maksimal. Pelayanan yang diberikan untuk mendengar keluhan serta masalah yang dialami oleh nasabah.

Secara umum, pengertian *Customer Service* adalah setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah melalui pelayanan yang diberikan seseorang. Jadi intinya *customer service* melayani segala keperluan nasabah secara memuaskan. Pelayanan yang diberikan termasuk menerima keluhan atau masalah yang dihadapi nasabah. *Customer Service* harus pandai dalam mencari jalan keluar untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh nasabahnya (Kasmir, 2007:180).

Di kondisi persaingan sekarang yang semakin meningkat, perusahaan perbankan seharusnya terus menerapkan *Service Excellent* pada *Customer Service*, yakni sikap atau cara karyawan untuk melayani nasabah secara memuaskan, kepuasan nasabah akan lebih mudah dipenuhi jika petugas bank lebih mengenal sifat dan karakter dari para nasabah. Untuk mencapai kinerja yang maksimal hendaknya *Customer Service* mampu untuk mengadakan komunikasi personal dengan kualitas yang baik mengingat bahwa *Customer Service* merupakan unit terdepan yang langsung berhadapan dengan nasabah atau calon nasabah di Bank.

Terjadinya persaingan antar bank yang semakin ketat saat ini tidak hanya di bidang produk jasa yang ditawarkan, tetapi juga pada masalah pelayanan yang diberikan kepada nasabahnya. Karena, pada dasarnya semua nasabah berkeinginan untuk mendapatkan pelayanan yang terbaik dari bank melalui kemudahan berhubungan dengan bank, pelayanan yang cepat dan keramahan petugas bank.

Customer Service telah menjadi senjata utama dalam usaha memenangkan persaingan, seiring banyaknya perusahaan perbankan yang mempunyai layanan yang sama untuk diperlihatkan kepada nasabah atau calon nasabah. Seorang *Customer Service* tidak hanya bertugas melayani, namun juga mengupayakan untuk membangun suatu kerja sama jangka panjang agar terjadi prinsip saling menguntungkan. Nasabah membutuhkan informasi yang lengkap dan jelas, pelayanan yang cepat, dan kenyamanan pelayanan. *Customer Service* harus pandai dalam mencari jalan keluar untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh nasabahnya (Kasmir, 2007:180).

Fungsi Utama dari unit *Customer Service* cenderung kepada fungsi *marketing* karena unit ini merupakan jembatan yang menghubungkan kepentingan nasabah dan kegiatan operasional bank. Pada umumnya unit *Customer Service* tidak melaksanakan secara langsung administrasi pembukuan dari transaksi *financial* yang dilakukan oleh nasabah, tetapi membantu nasabah yang hendak berhubungan bank. Peranan *Customer Service* disini dapat disebut sebagai *wait front line bank* yang sangat penting,

yaitu sebagai pelaksanaan proses awal kegiatan bank yang berhubungan langsung dengan nasabah.

Pelayanan prima atau *Service excellent* adalah kegiatan untuk memberikan nilai tambah agar dapat memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Pelayanan prima merupakan terjemahan istilah “*Service Excellent*” yang secara harfiah berarti pelayanan terbaik atau sangat baik. Disebut sangat baik atau terbaik karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki instansi pemberi pelayanan.

Menurut Daryanto dan Setyobudi (2014:1) *Service Excellent* adalah pelayanan terbaik yang diberikan perusahaan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan, baik pelanggan di dalam perusahaan maupun diluar perusahaan atau pelayanan yang diberikan kepada masyarakat atau pengguna jasa (*costumer*) minimal sesuai dengan standar sehingga orang yang dilayani merasa puas, gembira, atau senang.

Service Excellent sangat penting bagi lembaga Bank, karena dengan menerapkan *Service Excellent* yang maksimal sesuai dengan standar operasional prosedur (SOP) tentu membuat nasabah merasa puas dan nyaman untuk bertransaksi ataupun sekedar menanyakan suatu produk dari bank tersebut, Oleh karena itu jika pihak Bank ingin jumlah nasabah meningkat, maka hal pertama yang harus dilakukan adalah meningkatkan pelayanan dengan melakukan *Service Excellent* sehingga dapat membangun ikatan dan kepercayaan yang akan dirasakan oleh nasabah yang membuat nasabah tersebut tidak akan menggunakan layanan dari bank lain, sehingga sangat penting bagi seorang *Customer Service* untuk bisa menerapkan *Service Excellent* dengan maksimal.

PT Bank Lampung Kantor Pusat sebagai salah satu lembaga keuangan yang berbasis konvensional, dalam menjalankan kegiatan usahanya selalu mengutamakan kepuasan nasabah diantaranya melayani masyarakat yang ingin menggunakan produk dari Bank Lampung mulai dari pinjaman ataupun simpanan. Bagaimana sikap *Customer Service* dalam menganggapi permintaan dan menanggapi keluhan nasabahnya sangat menentukan kepuasan nasabah

tersebut. Mulai dari cara bicara yang sopan dan santun, penyampaian tanggapan dengan bijaksana akan menentukan bagaimana nasabah tersebut nyaman dengan pelayanan. Setiap tugas dan tanggung jawab dari seorang *Customer Service* telah diatur oleh bank dalam bentuk standar operasional prosedur (SOP) guna menyelesaikan pekerjaan secara efektif dan efisien baik dalam hal waktu maupun biaya. *Customer Service* yang menarik dan ramah akan membuat kenyamanan nasabah untuk tetap menggunakan layanan bank.

Berdasarkan uraian penulis melihat bahwa *Service Excellent* atau pelayanan prima yang diterapkan oleh bank terutama *Customer Service* itu sangat penting karena menjadi salah satu tolak ukur keberhasilan suatu Bank. PT Bank Lampung Kantor Pusat merupakan salah satu unit perbankan besar di Provinsi Lampung yang telah berusaha memberikan pelayanan terbaik dalam melayani nasabahnya. Untuk mengetahui lebih lanjut mengenai *Service Excellent* yang diterapkan oleh *Customer Service* di PT Bank Lampung Kantor Pusat, maka penulis tertarik untuk meneliti dalam Laporan Akhir yang berjudul **“PERAN *CUSTOMER SERVICE* DALAM MENINGKATKAN *SERVICE EXCELLENT* KEPADA NASABAH DI PT BANK LAMPUNG KANTOR PUSAT”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka masalah yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini adalah:

“Bagaimana peran *Customer Service* dalam meningkatkan *Service Excellent* kepada Nasabah di PT Bank Lampung Kantor Pusat”

1.3 Tujuan Penulisan

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan identifikasi masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah:

“Untuk mengetahui peran *Customer Service* dalam meningkatkan *Service Excellent* kepada nasabah di PT Bank Lampung Kantor Pusat”.

1.4 Manfaat dan Kegunaan Penulisan

Adapun manfaat dan kegunaan dari penulisan Laporan Akhir ini adalah:

1. Bagi Penulis

Sebagai bahan untuk menambah pengetahuan, wawasan serta ilmu tentang peran *Customer Service* serta konsep *Service Excellent* yang diterapkan oleh perusahaan.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penulisan Laporan Akhir ini dapat menjadi masukan dan pertimbangan bagi perusahaan terkait penerapan konsep *Service Excellent* kepada nasabah.

3. Bagi Pembaca

Untuk menambah pengetahuan pembaca tentang *Service Excellent* yang diberikan oleh *Customer Service* pada PT Bank Lampung Kantor Pusat.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Peran

Pengertian peran menurut Soerjono Soekanto (2002:243), yaitu peran merupakan aspek dinamis kedudukan (status), apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka akan menjalankan suatu peranan. Dalam sebuah organisasi setiap orang memiliki berbagai macam karakteristik dalam melaksanakan tugas, kewajiban atau tanggung jawab yang telah diberikan oleh masing-masing organisasi atau lembaga. Sedangkan menurut Gibson Invancevich dan Donnelly (2002) peran adalah seseorang yang harus berhubungan dengan 2 sistem yang berbeda, biasanya organisasi.

Kemudian menurut Riyadi (2002:138) peran dapat diartikan sebagai orientasi dan konsep dari bagian yang dimainkan oleh suatu pihak dalam oposisi sosial. Dengan peran tersebut, sang pelaku baik itu individu maupun organisasi akan berperilaku sesuai harapan orang atau lingkungannya. Peran juga diartikan sebagai tuntutan yang diberikan secara struktural (norma-norma, harapan, tabu, tanggung jawab, dan lainnya). Dimana didalamnya terdapat serangkaian tekanan dan kemudahan yang menghubungkan pembimbing dan mendukung fungsinya dalam mengorganisasi. Peran merupakan seperangkat perilaku dengan kelompok, baik kecil maupun besar, yang kesemuanya menjalankan berbagai peran.

Sutarto (2009:138-139) mengemukakan bahwa peran itu terdiri dari tiga komponen, yaitu:

1. Konsepsi peran, yaitu kepercayaan seseorang tentang apa yang dilakukan dengan suatu situasi tertentu.
2. Harapan peran, yaitu harapan orang lain terhadap seseorang yang menduduki posisi tertentu mengenai bagaimana seharusnya bertindak.
3. Pelaksanaan peran, yaitu perilaku sesungguhnya dari seseorang yang berada pada suatu posisi tertentu. Kalau ketiga komponen tersebut berlangsung serasi, maka interaksi sosial akan terjalin kesinambungan dan kelancarannya.

Adapun pembagian peran menurut Soekanto (2001:242) peran dibagi menjadi 3 yaitu sebagai berikut:

1. Peran Aktif

Peran Aktif adalah peran yang diberikan oleh anggota kelompok karena kedudukannya didalam kelompok sebagai aktifis kelompok, seperti pengurus, pejabat, dan lain sebagainya.

2. Peran Partisipatif

Peran Partisipatif adalah peran yang diberikan oleh anggota kelompok kepada kelompoknya yang memberikan sumbangan yang sangat berguna bagi kelompok itu sendiri.

3. Peran Pasif

Peran Pasif adalah sumbangan anggota kelompok yang bersifat pasif, dimana anggota kelompok menahan diri agar memberikan kesempatan kepada fungsi-fungsi lain dalam kelompok sehingga berjalan dengan baik.

Dari uraian, dapat disimpulkan bahwa pengertian peran adalah sebuah tindakan yang membatasi seseorang ataupun sebuah organisasi untuk melakukan suatu kegiatan

berdasarkan ketentuan dan juga tujuannya yang telah disepakati agar dapat dilakukan dengan semaksimal mungkin.

2.2 Peran *Customer Service*

2.2.1 Pengertian *Customer Service*

Customer Service secara bahasa berasal dari dua kata yaitu “*customer*” yang artinya pelanggan, dan “*service*” yang artinya pelayanan. Istilah *Customer Service* yang diterjemahkan dalam bidang bisnis secara umum sebagai pelayanan pelanggan. Secara umum, pengertian *Customer Service* adalah setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah melalui pelayanan yang diberikan seseorang.

Customer Service melayani segala keperluan nasabah secara memuaskan. Pelayanan yang diberikan termasuk menerima keluhan atau masalah yang sedang dihadapi oleh nasabah. *Customer Service* harus pandai mencari jalan keluar untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh nasabahnya, (Kasmir, 2007:180).

2.2.2 Fungsi dan Tugas *Customer Service*

Banyak nasabah yang masih beranggapan bahwa *Customer Service* itu hanya sebagai pusat informasi saja, padahal kenyataannya *Customer Service* juga memberikan pelayanan jasa-jasa dan produk dari perusahaan. Setiap *Customer Service* tentu telah di terapkan fungsi dan tugas yang harus diembannya. Fungsi dan tugas yang harus benar-benar dipahami dan dilaksanakan dengan sebaik-baiknya sehingga dapat menjalankan tugasnya secara prima.

Menurut Kasmir, (2007:181), fungsi dan tugas *Customer Service* sebagai berikut:

- a. Sebagai *receptionis*

Receptionis artinya *Customer Service* sebagai penerima tamu atau nasabah yang datang ke bank. Dalam menerima tamu, *customer service* harus bersikap ramah, sopan, dan menyenangkan. Dalam hal ini *customer service* harus bersikap memberikan perhatian, berbicara dengan suara yang lembut dan jelas dengan bahasa yang mudah dimengerti. Selama melayani nasabah *customer service* tidak diperkenankan untuk merokok, makan, dan minum.

b. Sebagai *deskman*

Deskman artinya seorang *customer service* berfungsi sebagai orang yang melayani berbagai macam aplikasi yang diajukan nasabah atau calon nasabah. Pelayanan yang diberikan berupa informasi mengenai produk-produk bank, termasuk memberikan arahan dan petunjuk cara-cara pengisian aplikasi tersebut hingga tuntas, serta prosedur transaksi yang diinginkan oleh nasabah.

c. Sebagai *salesman*

Salesman artinya *customer service* sebagai orang yang menjual produk perbankan sekaligus sebagai pendekatan, mencari nasabah baru, mengatasi dan menjawab segala permasalahan nasabah.

d. Sebagai *Customer Relation Officer*

Customer Relation Officer sebagai orang yang membina hubungan baik kepada seluruh nasabah. Dalam menjaga hubungan baik kepada nasabah dengan cara menjaga image bank sehingga nasabah merasa senang, puas dan makin percaya kepada bank.

e. Sebagai komunikator

Sebagai komunikator, *customer service* sebagai orang yang menghubungi nasabah dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungannya antara bank dengan nasabah. Komunikasi penting karena akan dapat mempererat hubungan antara nasabah dan bank.

2.2.3 Peranan Customer Service

Customer Service berperan memberikan pelayanan yang terbaik terhadap nasabah yang akan bertransaksi di Bank. Menurut Kasmir, (2007:181), peranan *Customer Service* bank adalah sebagai berikut.

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

Seorang *Customer Service* merupakan peranan yang sangat penting sebagai garda terdepan bank dalam menghadapi nasabah. Tugas utama seorang *Customer Service* dalam dunia perbankan yaitu memberikan pelayanan dan membangun hubungan yang baik dengan nasabah, oleh karena itu *Customer Service* ibarat wajah depan dari sebuah bank.

Seorang *Customer Service* mampu menyelesaikan permasalahan dan keluhan nasabah. Serta mampu menjelaskan beragam produk dan informasi bank dengan detail. Cara *Customer Service* dalam melayani nasabah mencerminkan bagaimana sesungguhnya sikap bank tersebut dalam memberikan layanan terhadap nasabahnya, sehingga baik buruk pelayanannya akan memengaruhi persepsi nasabah terhadap bank tersebut (Kasmir, 2007:202).

Seorang *Customer Service* juga dalam melaksanakan tugasnya haruslah terlebih dahulu memahami pekerjaan yang akan diembannya terutama yang berkenan dengan pelayanan terhadap nasabah. Dasar-dasar pelayanan perlu dikuasai oleh seorang *Customer Service* sebelum melakukan tugasnya, mengingat karakter masing-masing nasabah sangat beragam (Kasmir, 2007:204)

Menurut Kasmir, (2007:205) dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami, sebagai berikut:

1. Berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih, Artinya petugas *Customer Service* harus mengenakan baju dan celana yang sepasang dengan kombinasi yang menarik. *Customer Service* juga harus berpakaian necis tidak kumal dan baju lengan panjang jangan digulung. Terkesan pakaian yang dikenakan benar-benar memikat konsumen. Gunakan pakaian seragam sesuai waktu yang telah ditetapkan.
2. Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum dalam melayani nasabah petugas *Customer Service* tidak ragu-ragu, yakin dan percaya diri yang tinggi. Petugas *Customer Service* juga harus bersikap akrab seolah-olah sudah kenal lama. Dalam melayani nasabah petugas *Customer Service* 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 *Customer Service* harus segera menyapa dan kalau sudah bertemu sebelumnya usahakan menyapa dengan menyebutkan namanya. Namun, jika belum kenal dapat menyapa dengan sebutan Bapak atau Ibu, apa yang dapat kami bantu.

4. Tenang, sopan, hormat, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan. Pada saat melayani nasabah dalam keadaan tenang, tidak terburu-buru, sopan santun dalam bersikap, menghormati tamu serta 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. Jangan menyela dan 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.
7. Mampu meyakini nasabah serta memberikan kepuasan. Setiap pelayanan yang diberikan harus mampu meyakinkan nasabah dengan argumen-argumen yang masuk akal. Petugas *Customer Service* juga harus mampu memberikan kepuasan atas pelayanan yang diberikan.

2.3 Pengertian Nasabah

Menurut Mislah Hayati Nasution (2015:65), nasabah adalah pelanggan (*customer*) yaitu individu atau perusahaan yang mendapatkan manfaat atau produk dan jasa dari sebuah perusahaan perbankan, meliputi kegiatan pembelian, penyewaan serta layanan

jasa. Nasabah menurut Pasal 1 ayat (17) UU No.10 tahun 1998 adalah “Pihak yang menggunakan jasa bank”. Nasabah mempunyai peran penting dalam industry perbankan, dimana dana yang disimpan nasabah di bank merupakan dana yang terpenting dalam operasional bank untuk menjalankan usahanya.

Menurut Kasmir, (2004; 206) sifat-sifat nasabah adalah sebagai berikut:

1. Nasabah adalah Raja

Pihak bank harus menganggap nasabah adalah raja, artinya seorang raja harus dipenuhi semua keinginan dan kebutuhannya. Pelayanan yang diberikan haruslah seperti melayani seorang raja dalam arti masih dibatas-batas etika dan moral dengan tidak merendahkan derajat bank dan karyawan itu sendiri.

2. Mau Dipenuhi Keinginan dan Kebutuhannya

Kedatangan nasabah ke bank adalah agar hasrat atau keinginannya terpenuhi, bank berupa informasi, pengisian aplikasi, atau keluhan-keluhan.

3. Tidak Mau didebat dan Tidak Mau disinggung

Sudah merupakan hukum alam bahwa nasabah paling tidak suka dibantah atau debat. Usaha setiap pelayanan dilakukan melalui diskusi yang santai dan rileks. Pandai-pandailah mengemukakan pendapat sehingga nasabah tidak mudah tersinggung.

4. Nasabah Mau Diperhatikan

Nasabah yang datang ke bank pada hakikatnya ingin memperoleh perhatian. Jangan pernah menyepelekan 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 dijaga.

2.4 Teori Pelayanan

Menurut Kotler (2016:155), pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Sedangkan Menurut Barata dalam (Atmadja, 2018:1), mengemukakan bahwa pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa pelayanan adalah kebutuhan yang tidak dapat dipisahkan kehidupan manusia. Maka, pelayanan yang prima atau *Service Excellent* kepada masyarakat menjadi harus dilakukan oleh para penyedia pelayanan.

2.4.1 Pengertian *Service Excellent*

Service Excellent atau pelayanan prima adalah upaya atau tindakan yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau organisasi dengan memberikan pelayanan yang maksimal agar dapat memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan. Secara harfiah *Service Excellent* atau pelayanan prima berarti pelayanan yang terbaik atau sangat baik. Bisa disebut terbaik atau sangat baik karena sesuai dengan standar pelayanan yang dimiliki atau berlaku di instansi atau lembaga pemberi

pelayanan. Menurut Daryanto dan Setyobudi (2014:1), pelayanan prima adalah pelayanan terbaik yang diberikan perusahaan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan, baik pelanggan di dalam perusahaan maupun diluar perusahaan atau pelayanan yang diberikan kepada masyarakat atau pengguna jasa (*customer*) minimal sesuai dengan standar sehingga orang yang dilayani merasa puas, gembira, atau senang.

Service Excellent (pelayanan prima) secara harfiah berarti pelayanan yang terbaik atau sangat baik. Menurut Rahmayanty (2010;17) pelayanan prima adalah:

1. Pelayanan yang sangat baik dan melampaui harapan pelanggan.
2. Pelayanan yang memiliki ciri khas kualitas (*quality nice*).
3. Pelayanan dengan standar kualitas yang tinggi dan selalu mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan setiap saat, secara konsisten dan akurat (*handal*).
4. Pelayanan yang memenuhi kebutuhan praktis (*practical needs*) dan kebutuhan emosional (*emotional needs*) pelanggan.

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli terkait *Service Excellent* atau pelayanan prima, maka penulis menyimpulkan bahwa *Service Excellent* merupakan pelayanan yang mampu memberikan kelebihan melampaui harapan atau ekspektasi.

2.4.2 Konsep Dasar *Service Excellent*

Menurut Daryanto dan Setyobudi (2014:119), ada tiga konsep dasar A3 yang harus diperhatikan dalam mewujudkan pelayanan prima, yaitu:

1. Pelayanan Prima berdasarkan sikap (*attitude*) adalah pembelian pelayanan kepada para pelanggan dengan focus pada perbaikan sikap tentang pelayanan prima berdasarkan sikap ini meliputi:
 - a. Pelayanan dengan penampilan serasi;

- b. Pelayanan dengan pikiran positif;
 - c. Pelayanan prima dengan sikap menghargai.
2. Pelayanan Prima berdasarkan perhatian (*attention*). Pelayanan prima berdasarkan konsep perhatian mencakup tiga prinsip pokok yaitu:
 - a. Mendengarkan dan memahami secara sungguh-sungguh kebutuhan para kolega dan pelanggan;
 - b. Mengamati dan mendengarkan perilaku para kolega dan pelanggan;
 - c. Mencerahkan perhatian penuh pada kolega dan pelanggan.
 3. Pelayanan Prima berdasarkan tindakan (*action*) melaksanakan pelayanan prima berdasarkan konsep tindakan terdiri dari:
 - a. Mencatat pesanan pelanggan;
 - b. Mencatat kebutuhan pelanggan;
 - c. Menegaskan kembali kebutuhan pelanggan;
 - d. Mewujudkan kebutuhan pelanggan;
 - e. Menyatakan terima kasih dengan harapan pelanggan kembali.

2.4.3 Tujuan *Service Excellent*

Menurut Daryanto (2014:2), tujuan pelayanan prima antara lain sebagai berikut:

- a. Untuk memberikan pelayanan yang bermutu tinggi kepada pelanggan;
- b. Untuk menimbulkan Keputusan dari pihak pelanggan agar segera membeli barang atau jasa yang ditawarkan pada saat itu juga;
- c. Untuk menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap barang atau jasa yang ditawarkan;
- d. Untuk menghindari terjadinya tuntutan-tuntutan yang tidak perlu dikemudian hari;

- e. Untuk menciptakan kepercayaan dan kepuasan kepada pelanggan;
- f. Untuk menjaga agar pelanggan merasa diperhatikan segala kebutuhannya;
- g. Untuk mempertahankan pelanggan atau nasabah.

2.4.4 Fungsi *Service Excellent*

Menurut Daryanto (2014:2), pelayanan prima berfungsi sebagai berikut:

- a. Melayani pelanggan dengan ramah, tepat, dan cepat;
- b. Menciptakan suasana agar pelanggan merasa dipentingkan;
- c. Menempatkan pelanggan sebagai mitra usaha;
- d. Menciptakan pangsa pasar yang baik terhadap produk/jasa;
- e. Memenangkan persaingan pasar;
- f. Memberikan keuntungan pada perusahaan.

2.4.5 Proses dan Tahapan *Service Excellent*

Proses dan tahapan pelayanan prima (Judhari, 2010:106) :

- a. Pancarkan segenap sikap positif kepada orang lain/pelanggan.
Langkah: identifikasi kebutuhan dasar manusia (pengertian), membaca kebutuhan pelanggan (perhatian), pengaturan waktu pelayanan (tepat waktu), situasi dan kondisi, kepekaan dan empati (mendengarkan).
- b. Mengidentifikasi kebutuhan pelanggan.
Langkah: identifikasi kebutuhan dasar manusia (pengertian), membaca kebutuhan pelanggan (perhatian), pengaturan waktu pelayanan (tepat waktu), situasi dan kondisi, kepekaan dan empati (mendengarkan).
- c. Aplikasi diri pengidentifikasian kebutuhan pelanggan.

Langkah: ambil inisiatif untuk memperluas tanggung jawab, berkomunikasi dengan jelas/asertif, pengertian, pelanggan disambut dengan baik, membantu mereka merasa penting, memberikan lingkungan yang menyenangkan.

- d. Ada pengakuan kepuasan dari pelanggan yang anda layani.

Langkah: tuntaskan semua kebutuhan pelanggan, ambil langkah ekstra bagi pelayanan, beri sikap yang menjadikan pelanggan berada di pihak anda.

2.4.6 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pelayanan

Menurut Kasmir (2007:3), dalam praktiknya pemberian pelayanan yang baik kepada pelanggan atau nasabah bukan merupakan hal yang mudah mengingat banyak kendala yang akan dihadapi baik dari dalam perusahaan maupun luar perusahaan. Upaya memberikan pelayanan yang optimal kepada pelanggan harus dilakukan sungguh-sungguh dengan memperhatikan faktor-faktor utama dan faktor-faktor pendukung. Antara lain;

- 1) Sumber Daya Manusia

Artinya, peran manusia (karyawan) yang melayani pelanggan merupakan faktor utama karena dengan hanya manusialah pelanggan dapat berkomunikasi secara langsung dan terbuka.

- 2) Tersedianya sarana dan prasarana (fisik) yang dimiliki oleh perusahaan.

Faktor ini sangat mendukung terhadap kualitas pelayanan yang diberikan nantinya. Faktor sarana dan prasarana seperti kenyamanan ruangan yaitu ruangan yang lebar, pendingin udara yang cukup, penyusunan meja kursi yang rapi dan artistic. Selanjutnya toilet termasuk penting juga bagi pelanggan atau nasabah.

- 3) Kualitas produk yang disajikan seperti ragam produk atau jenis produk yang dijual lengkap sehingga nasabah tidak perlu pergi ketempat lain. Mutu atau isi dari produk berkualitas tinggi, persyaratan yang tidak merepotkan dan jika memang segmennya kelas tinggi harus disesuaikan.

Ketiga faktor diatas harus saling mendukung dan melengkapi satu sama lain. Jika salah satu dari ketiga faktor tersebut diabaikan, kualitas pelayanan yang diberikan akan menjadi berkurang nilainya, memperbaiki kualitas pelayanan juga harus mengacu pada tiga faktor diatas. Namun, yang ditekankan disini hanya pelayanan yang diberikan oleh para karyawan yang menjadi ujung tombak penjualan suatu produk agar mampu menarik pelanggan sebanyak mungkin dan mampu meningkatkan penjualannya. Pada akhirnya dapat menciptakan laba yang mampu menutupi semua biaya yang dikeluarkan perusahaan serta mampu untuk melakukan pengembangan sehingga perusahaan dapat hidup terus-menerus.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penulisan laporan akhir ini menggunakan desain penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Juliansyah Noor, (2011:34) penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang sedang terjadi sekarang.

Penelitian deskriptif kualitatif merupakan peristiwa yang penjabarannya tertuang dalam bentuk kalimat, bukan angka. Bila ditetapkan pada penelitian ini, bahwa peneliti ini akan menggambarkan atau menjabarkan mengenai peran *Customer Service* dalam meningkatkan *Service Excellent* kepada nasabah di PT Bank Lampung Kantor Pusat.

3.2 Jenis dan Sumber Data

Penelitian yang dilakukan oleh penulis termasuk jenis penelitian lapangan (*Field Research*). Jenis dan sifat penelitian ini merupakan penelitian yang bertujuan untuk mempelajari secara intensif, terperinci, dan mendalam, tentang latar belakang keadaan sekarang dan interaksi sosial, individu, kelompok, lembaga dan masyarakat.

Adapun maksud dari pengertian diatas adalah penelitian ini merupakan penelitian yang akan mempelajari secara mendalam tentang “Peran *Customer Service* dalam meningkatkan *Service Excellent* kepada nasabah di PT Bank Lampung Kantor Pusat”.

- a. Sumber data primer
Data primer disebut juga data langsung yang dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertama. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah *Customer Service* dan Nasabah.
- b. Sumber data sekunder
Beni Ahmad Saebani (2008), mengungkapkan bahwa sumber data sekunder yaitu bahan-bahan atau data yang menjadi pelengkap dari sumber data primer, sumber data yang diperoleh melalui buku-buku pustaka, dokumen-dokumen yang merupakan hasil penelitian. Adapun yang menjadi sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah buku-buku yang berkaitan dengan *Customer Service* dan *Service Excellent*.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang diterapkan oleh penulis dalam melakukan penulisan Laporan Akhir ini adalah metode penulisan sebagai berikut:

1. Metode Wawancara (*Interview*)

Metode ini merupakan teknik pengumpulan data dimana pewawancara (peneliti atau yang diberi tugas melakukan pengumpulan data) mengajukan suatu pertanyaan kepada yang diwawancarai. *Interview* yang sering disebut dengan wawancara atau kuisisioner lisan, adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi dari terwawancara. Dalam hal ini peneliti menggunakan teknik wawancara dengan membawa sederetan pertanyaan yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis.

2. Metode Studi Pustaka

Metode ini merupakan metode yang penulis lakukan dengan berbagai teori dan literatur dari buku maupun internet yang berkaitan dengan judul yang penulis ambil tentang teori

perpustakaan, atau teori yang berhubungan dengan website untuk mendukung penulisan Laporan Akhir ini.

3.4 Objek Kerja Praktik

3.4.1 Lokasi dan Waktu Kerja Praktik

Lokasi pelaksanaan kerja praktik bertempat di Divisi Manajemen Risiko PT Bank Lampung Kantor Pusat di Jl. Wolter Monginsidi No.182, Sumur Putri, Kec. Tlk. Betung Utara, Kota Bandar Lampung. Waktu kerja praktik dilakukan pada tanggal 10 Januari - 29 Februari 2024 dan dilaksanakan setiap hari senin sampai jum'at mengikuti jam kerja perusahaan dari pukul 08.00 – 17.00 WIB.

3.4.2 Gambaran Umum Perusahaan

3.4.2.1 Profil singkat Bank Lampung

A. Sejarah Perusahaan Bank Lampung

PT. Bank Lampung pertama kali didirikan di Bandar Lampung dengan nama Bank Pembangunan Daerah Lampung sesuai dengan ketentuan Pasal 3 ayat (1) Undang-undang Republik Indonesia No. 13 Tahun 1962 tentang Ketentuan-ketentuan Pokok Bank Pembangunan Daerah, sebagaimana termaktub dalam Peraturan Daerah Tingkat I Lampung No. 10A/1964 tanggal 1 Agustus 1964 tentang Pembentukan Bank Pembangunan Daerah Lampung, yang telah memperoleh pengesahan dari Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia dengan Surat Keputusannya No. DES.57/7/31-150 tanggal 26 Juli 1965. (<https://www.banklampung.co.id/profil>)

Dari Perusahaan Daerah menjadi Perseroan Terbatas, sesuai Peraturan Daerah Provinsi Daerah Tingkat I Lampung No. 2 Tahun 1999 tanggal 31 Maret 1999 tentang Perubahan Bentuk Badan Hukum Dari Perusahaan Daerah (PD) Bank Pembangunan Daerah Lampung Menjadi Perseroan Terbatas (PT) Bank Pembangunan Daerah Lampung, akta Pendirian PT Bank Pembangunan Daerah Lampung No. 5 tanggal 3

Mei 1999 dibuat di hadapan Soekarno,S.H., Notaris di Bandar Lampung telah memperoleh pengesahan dari Menteri Kehakiman Republik Indonesia dengan Surat Keputusannya No. C-8261.HT.01.01.TH.99 tanggal 6 Mei 1999. (<https://www.banklampung.co.id/profil/sejarah>).

B. Logo dan Makna Perusahaan Bank Lampung

Logo merupakan identitas perusahaan dan memiliki makna yang penting dalam menampilkan dan mengkomunikasikan jati diri perusahaan sehingga melalui identitas tersebut perusahaan dapat dikenal, dipahami dan dihargai karakter dan keberadaannya. Logo juga dapat menjiwai dan memberikan semangat yang dalam, guna melaksanakan Visi, Misi serta tujuan perusahaan. Maka sesuai Surat Keputusan Direksi PT Bank Pembangunan Daerah Lampung Nomor : 059/DIR/REN/04/2021 tanggal 30 April 2021 Logo Bank Lampung adalah sebagai berikut :



(Gambar 1.1 Logo PT Bank Lampung)

Logo Bank Lampung diambil dari bentuk Ombak dan Aksara Lampung, ombak mempunyai karakter tidak terhentikan dan kuat, melambangkan Bank Lampung yang berjiwa muda, inovatif dan visioner, juga siap menghadapi berbagai tantangan.

Penggunaan Aksara Lampung yang artinya "Lampung" bertujuan untuk melestarikan kembali warisan budaya dan identitas Lampung juga penggunaan aksara Lampung dalam kehidupan agar tidak terlupakan serta tergerus arus modernisasi.

C. Unsur dan Makna Logo Perusahaan

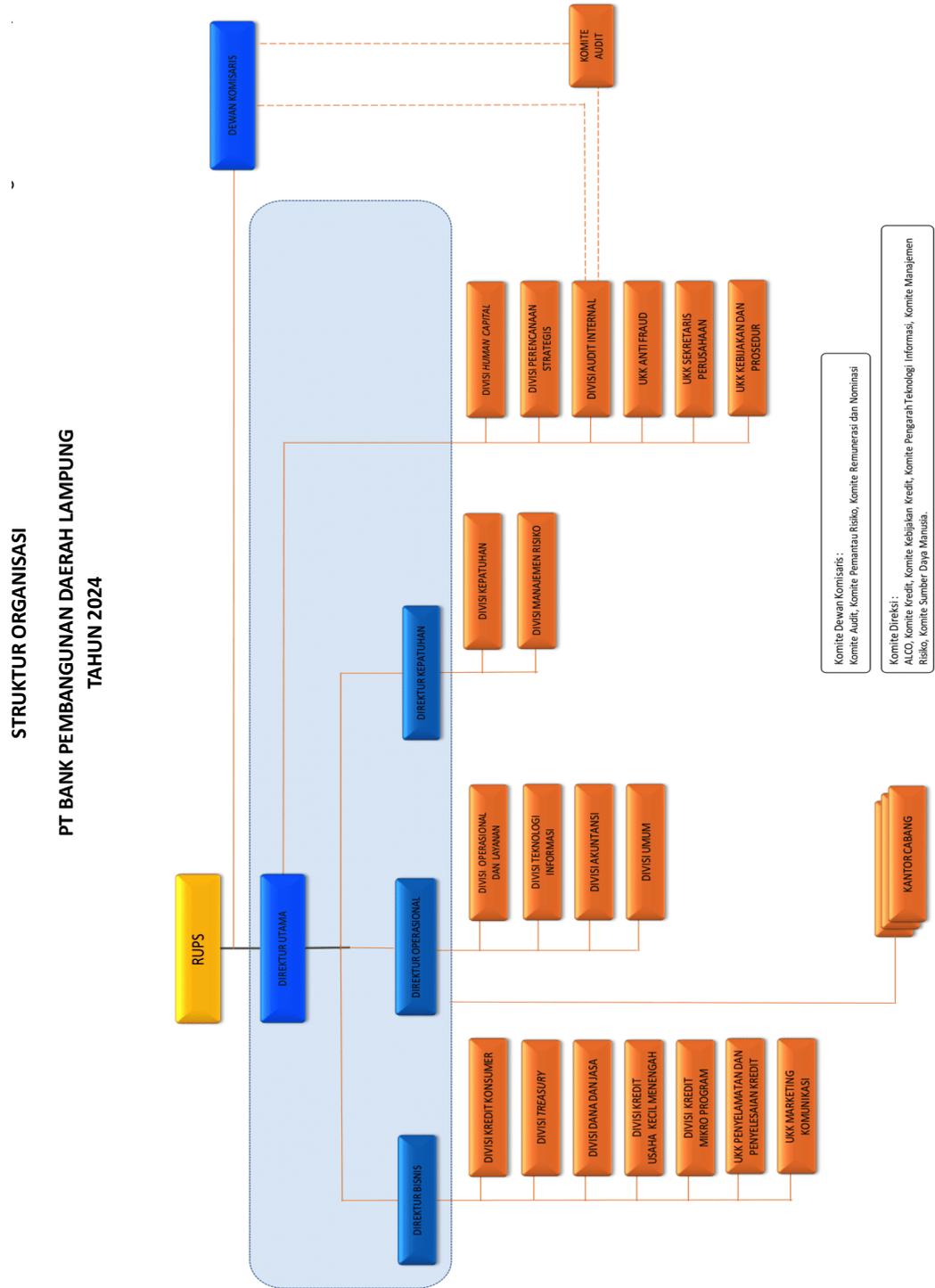
- Logo Bank Lampung diambil dari bentuk Ombak dan Aksara Lampung, ombak mempunyai karakter tidak terhentikan dan kuat, melambangkan Bank Lampung yang berjiwa muda, inovatif dan visioner, juga siap menghadapi berbagai tantangan.

- Penggunaan Aksara Lampung yang artinya "Lampung" bertujuan untuk melestarikan kembali warisan budaya dan identitas Lampung juga penggunaan aksara Lampung dalam kehidupan agar tidak terlupakan serta tergerus arus modernisasi.
- Logo menggambarkan Bank Lampung yang berpegang teguh pada nilai-nilai budaya dengan menggunakan karakter aksara Lampung, yang juga inovatif dengan visualisasi lebih modern.
- Penggunaan huruf kecil pada Logo Bank Lampung melambangkan kerendahan hati dalam memberikan pelayanan pada konsumen, hal ini sejalan dengan tagline bahagia melayani dari hati.
- Warna biru terinspirasi dari ombak Pantai yang melambangkan profesionalisme dan simbol kepercayaan diri. Warna biru pada huruf melambangkan nilai kepercayaan konsumen.
- Warna merah terinspirasi dari komoditi kopi dan kain tapis, menggambarkan jiwa pemberani dari Bank Lampung.
- Warna orange terinspirasi dari pakaian penari tradisional Lampung yang mengilustrasikan kekayaan, nilai dan karya tradisional, warna orange melambangkan kehangatan dan antusiasme.

Warna-warna yang beragam yang digunakan pada logo juga melambangkan beragam produk yang dimiliki oleh Bank Lampung.

(<https://www.banklampung.co.id/logo-bank-lampung>)

➤ Struktur Organisasi



Gambar 1.2 Struktur Organisasi PT Bank Pembangunan Daerah Lampung tahun 2024

3.4.2.2 Visi dan Misi Bank Lampung

A. Visi Bank Lampung

Menjadi BPD komersial yang kompetitif dengan focus pada pengembangan UMKM dalam kontribusi terhadap pembangunan daerah

B. Misi Bank Lampung

- Menjadi mitra strategis Pemerintah Daerah dalam meningkatkan perekonomian masyarakat Lampung dan memberikan nilai tambah bagi *stakeholders*.
- Mempertahankan pangsa pasar *captive market* pada segmen *salary-based loan business* dan *project-based financing* dengan peningkatan kualitas layanan.
- Mengembangkan UMKM dengan focus pada penguasaan hilirisasi pertanian dan ekosistem pasar secara komprehensif dalam aspek intermediasi finansial.
- Mengembangkan *integrated financial solution* dalam menerapkan *transaction culture* termasuk menjadi Bank devisa.
- Meningkatkan kinerja untuk menjadi Bank BUKU 2 dengan modal minimal Rp 3 triliun.
- Menjalankan tata kelola perusahaan dan manajemen risiko yang baik termasuk dalam aspek Sumber Daya Manusia dan IT.

(<https://www.banklampung.co.id/visi-dan-misi>)

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Simpulan yang dapat penulis ambil guna menjawab pertanyaan tentang peran *Customer Service* dalam meningkatkan *Service Excellent* kepada nasabah di PT Bank Lampung Kantor Pusat adalah bahwa pelayanan yang dilakukan oleh *Customer Service* telah termasuk dalam kategori yang baik dan telah sesuai dengan apa yang diharapkan oleh nasabah sehingga mendapatkan penilaian yang positif dari nasabah.

Beberapa hal yang dilakukan *Customer Service* di PT Bank Lampung Kantor Pusat dalam upayanya meningkatkan *Service Excellent* diantaranya:

1. Bersikap ramah
2. Melayani secara cepat dan tepat
3. Melayani dengan penuh kesabaran dan menghargai nasabah
4. Selalu menjawab nasabah dengan jelas dan dengan senyum, sopan, serta selalu bersikap tenang

5.2 Saran

Adapun beberapa saran dari penulis untuk PT Bank Lampung Kantor Pusat terkait *service excellent* yang diberikan oleh *customer service* yakni:

1. Lebih ditingkatkan lagi kecepatan dalam melayani nasabah ketika keadaan nasabah sedang banyak ataupun ramai yang datang
2. Pertahankan terus unsur – unsur pelayanan prima atau *service excellent* yang diterapkan oleh *customer service* yang meliputi keramahan,

komunikatif, kecepatan, ketepatan, dan juga kerapihan dalam berpakaian.

DAFTAR PUSTAKA

- Atmadjati, Arista. (2018). *Layanan Prima dalam Praktik Saat ini*. Yogyakarta: Deepublish
- Ahmad, Saebani Beni. 2008. *Metode Penelitian*. Bandung : Pustaka Setia.
- Daryanto & Setyobudi. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Gibson. (2002). *Organisasi Perilaku-struktur-proses*, Terjemahan, Edisi V. Jakarta. Penerbit Erlangga.
- <https://www.banklampung.co.id>
- Kasmir. (2004). *Pemasaran Bank*. Indonesia: Kencana.
- Kasmir. (2007). *Etika Customer Service*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Kotler, P, dan Keller, K.L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT INDEKS Kelompok Gramedia.
- Mislah Hayati Nasution, Sutisna. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Banking. *Jurnal Nisbah. Volume 1 Nomor 1, hlm 65*.
- Noor, Juliansyah. (2011). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, Dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana.
- Poerwardarminta, W.J.S. (2003). *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Rahmayanty, Nina. (2010). *Manajemen Pelayanan Prima*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Riyadi. (2002). *Perencanaan Pembangunan Daerah Strategi Mengendalikan Potensi Dalam Mewujudkan Otonomi Daerah*. Jakarta. Gramedia.
- Soekanto, Soerjono. (2002). *Teori Peranan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sutarto. (2009). *Dasar-Dasar Organisasi*. Yogyakarta: UGM press.