

**ANALISIS PELAYANAN PRIMA DARI PERSPEKTIF SIKAP
KARYAWAN PADA BAGIAN BPKB DI PT. FIF GROUP
CABANG LAMPUNG**

(Tugas Akhir)

Oleh

**AULIYA AGUSTIN
2206061007**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2025**

ABSTRAK

ANALISIS PELAYANAN PRIMA DARI PERSPEKTIF SIKAP KARYAWAN PADA BAGIAN BPKB DI PT. FIF GROUP CABANG LAMPUNG

Oleh

Auliya Agustin

2206061007

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pelayanan prima dari perspektif sikap karyawan pada bagian BPKB di PT. FIF GROUP Cabang Lampung. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada pentingnya kualitas pelayanan dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan, terutama dalam industri pembiayaan kendaraan bermotor yang sangat kompetitif. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karyawan bagian BPKB telah menerapkan prinsip-prinsip pelayanan prima berdasarkan teori 6A (*Attitude, Ability, Appearance, Attention, Action, dan Accountability*). Karyawan menunjukkan sikap ramah, profesional, dan tanggap dalam memberikan pelayanan, serta memiliki tanggung jawab tinggi dalam menyelesaikan proses pelayanan secara menyeluruh. Penelitian ini menyimpulkan bahwa sikap karyawan memiliki peran strategis dalam membangun kepercayaan dan kepuasan pelanggan serta meningkatkan reputasi perusahaan.

Kata Kunci: Pelayanan prima, sikap karyawan, BPKB.

ABSTRACT

ANALYSIS OF PRIMA SERVICE FROM THE PERSPECTIVE OF EMPLOYEES' ATTITUDES IN THE BPKB SECTION AT PT. FIF GROUP LAMPUNG BRANCH

By

Auliya Agustin

2206061007

This study aims to analyze excellent service from the perspective of employee attitudes in the BPKB division at PT. FIF GROUP Lampung Branch. The research is grounded in the importance of service quality in building customer satisfaction and loyalty, particularly in the highly competitive vehicle financing industry. This qualitative study utilized data collection techniques such as observation, interviews, and documentation. The results indicate that BPKB staff have implemented the principles of excellent service based on the 6A theory (Attitude, Ability, Appearance, Attention, Action, and Accountability). Employees displayed friendly, professional, and responsive behavior in delivering service and showed strong accountability in ensuring thorough service processes. The study concludes that employee attitudes play a strategic role in building customer trust and satisfaction while enhancing the company's reputation.

Keywords: Excellent service, employee attitude, BPKB.

**ANALISIS PELAYANAN PRIMA DARI PERSPEKTIF SIKAP
KARYAWAN PADA BAGIAN BPKB DI PT. FIF GROUP
CABANG LAMPUNG**

Oleh

AULIYA AGUSTIN

Tugas Akhir

Sebagai Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
AHLI MADYA (A.Md.)

Pada

Program Diploma III Administrasi Perkantoran
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2025**

MENYETUJUI

Judul Tugas Akhir

**: ANALISIS PELAYANAN PRIMA DARI
PERSPEKTIF SIKAP KARYAWAN PADA
BAGIAN BPKB DI PT. FIF GROUP CABANG
LAMPUNG**

Nama Mahasiswa

: Auliya Agustina

Nomor Pokok Mahasiswa : 2206061007

Program Studi

: D III Administrasi Perkantoran

Fakultas

: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

MENYETUJUI

Komisi Bimbingan



Deddy Aprilani, S.A.N., M.A.

NIP. 198004262005011002

Ketua Program Studi Diploma III Administrasi Perkantoran



Mediya Destalia, S.A.B., M.AB.

NIP. 198512152008122002

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

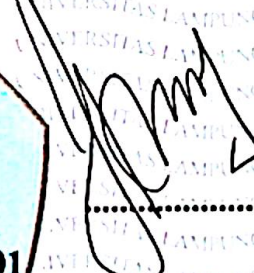
Ketua

: Deddy Aprilani, S.A.N., M.A.
NIP. 198004262005011002



Penguji Utama

: Hartono, Sos., M.A.
NIP. 197110102002121001



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Prof. Dr Anna Gustina Zainal, S.Sos., M.Si.
NIP.197608212000032001



Tanggal Lulus Ujian Tugas Akhir: 09 Juli 2025

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Auliya Agustin

NPM : 2206061007

Jurusan : Diploma III Administrasi Perkantoran

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir yang berjudul "Analisis Pelayanan Prima dari Perspektif Sikap Karyawan pada Bagian BPKB di PT. FIF GROUP Cabang Lampung" adalah benar hasil karya sendiri, bukan dibuatkan orang lain dan tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.

Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan tidak dalam tekanan dari pihak manapun. Apabila di kemudian hari terdapat pihak-pihak yang merasa keberatan maka saya akan bertanggung jawab dan menerima sanksi yang sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Bandar Lampung, 26 Juni 2025

Yang Membuat Pernyataan



Auliya Agustin
NPM.2206061007

RIWAYAT HIDUP



Auliya Agustin, lahir Lampung Tengah pada 03 Agustus 2004 dari pasangan Bapak Wawan Siswani dan Ibu Riyanti, merupakan anak pertama dari dua bersaudara. Penulis mengenyam pendidikan dimulai dari Taman Kanak-kanak KELASIH Karya Basuki. Kemudian dilanjutkan ke Sekolah Dasar Negeri 1 Waway Karya pada tahun 2010. Kemudian penulis melanjutkan Pendidikan dijenjang Sekolah Menengah Pertama Negeri 2 Waway Karya tahun 2017 dan penulis melanjutkan pendidikannya ke Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Waway Karya dengan mengambil jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS) dari tahun 2020 hingga tahun 2022.

Pada tahun 2022, penulis terdaftar sebagai mahasiswi pada Program Studi Diploma III Administrasi Perkantoran, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung, melalui jalur Vokasi. Selain aktif mengikuti perkuliahan, penulis juga terlibat dalam kegiatan organisasi mahasiswa, yaitu menjadi anggota Himpunan Mahasiswa Diploma (HMD) Administrasi Perkantoran. Memasuki semester 5, pada tanggal 01 Juli 2024 sampai 14 Desember 2024, penulis melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT. FIF GROUP Cabang Lampung dengan mengambil judul laporan “Pelayanan Prima dari Perspektif Sikap Karyawan di PT. FIF GROUP Cabang Lampung”. Kemudian penulis melakukan penelitian sebagai bahan penyusunan Tugas Akhir di PT. FIF GROUP Cabang Lampung.

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, yang telah memberikan penulis kekuatan dan kemudahan dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Dengan penuh rasa syukur, penulis mempersembahkan Tugas Akhir ini kepada :

Ayahanda tercinta Wawan Siswani, Ibunda tercinta Riyanti, Adik tersayang Barra Tiogo yang senantiasa selalu mendoakan dan memberikan dukungan dan motivasi. Juga untuk saudara-saudara yang selalu memberikan semangat serta dukungannya. Terima kasih atas cinta, doa, dan pengorbanan yang tiada henti, selalu menguatkan saya dalam menghadapi setiap tantangan dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini.

Seluruh rekan-rekan Diploma III Administrasi Perkantoran Angkatan 2022 terima kasih atas kerjasama dan bantuan yang diberikan dalam segala hal.

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan haya kepada TUHAN mu lah engkau berharap”

(QS. Al-Insyirah, 6-8)

Terlambat bukan berarti gagal, cepat bukan berarti hebat. Terlambat bukan menjadi alasan untuk menyerah, setiap orang memiliki proses yang berbeda. Percaya proses itu yang paling penting, karena Allah telah mempersiapkan hal baik dibalik kata proses yang kamu anggap rumit.

(Edwar Satria)

SANWACANA

Segala puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul **“Analisis Pelayanan Prima dari Perspektif Sikap Karyawan pada Bagian BPKB di PT. FIF GROUP Cabang Lampung”**. Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu persyaratan akademik untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Diploma III Program Studi Administrasi Perkantoran di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung guna memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md.).

Proses penyusunan Tugas Akhir ini tentu tidak lepas dari berbagai tantangan dan kendala yang harus saya hadapi. Namun, berkat pertolongan Allah SWT serta dukungan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung, saya dapat menyelesaikan tugas ini dengan sebaik-baiknya. Oleh karena itu, saya ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan, serta motivasi selama proses penyusunan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat saya harapkan untuk perbaikan di masa mendatang. Semoga karya ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi kontribusi kecil saya dalam dunia akademik maupun praktis.

Proses penyusunan Tugas Akhir ini tentu tidak lepas dari berbagai tantangan dan kendala yang harus di hadapi. Namun, berkat pertolongan Allah SWT serta dukungan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga dapat menyelesaikan tugas ini dengan sebaik-baiknya. Oleh karena itu,

penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan, serta motivasi selama proses penyusunan Tugas Akhir ini. Secara khusus, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.
2. Bapak Dedy Hermawan, M.Si. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan bekerja Sama, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.
3. Bapak Dr. Arif Sugiono, M.Si. selaku Wakil Dekan Bidang Umum dan Keuangan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.
4. Bapak Dr. Robi Cahyadi Kurniawan, S.IP., M.A. selaku Wakil Dekan Bidang kemahasiswaan dan Alumni, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.
5. Ibu Mediya Destalia, S.A.B., M.AB. selaku Ketua Program Studi Diploma III Administrasi Perkantoran, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.
6. Bapak Deddy Apriliani S.A.N., M.A.. selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, memberikan saran, dukungan, serta bimbingan dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.
7. Ibu Hani Damayanti Aprilia, S.A.B., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
8. Bapak dan Ibu Dosen Diploma III Administrasi Perkantoran yang telah banyak memberikan ilmu kepada penulis selama perkuliahan.
9. Bapak Hary Febriady selaku Kepala Cabang PT Federal International Finance Cabang Lampung.
10. Bapak Wahyu Riza Hermawan selaku Petugas Pendamping Lapangan dan PT Federal International Finance Cabang Lampung.
11. Ibu Nikia Dini Putri, Bapak Ariyadi selaku staf yang telah membimbing serta mendampingi dan yang telah banyak memberikan informasi selama magang di PT Federal International Finance Cabang Lampung.
12. Seluruh Karyawan PT Federal International Finance Cabang Lampung yang telah bersedia memberikan informasi yang penulis butuhkan.

13. Kedua orang tua tercinta, Ayahanda Wawan Siswani dan Ibunda Riyanti yang tiada henti mengushakan segala kebutuhan penulis, mendidik, membimbing, dan selalu memberikan kasih sayang yang tulus, motivasi, dukungan, serta mendoakan penulis dalam keadaan apapun agar penulis mampu bertahan untuk melangkah dalam meraih mimpi di masa depan. Terima kasih untuk selalu berada di sisi penulis dan menjadi alasan bagi penulis dalam menyelesaikan penulisan Tugas Akhir ini hingga memperoleh gelar Ahli Madya. Ayah, ibu, putri kecilmu sudah dewasa dan siap melanjutkan mimpi yang lebih tinggi lagi.
14. Adikku tersayang, Barra Tiogo yang terus menemani kakaknya dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.
15. Teman seangkatan sekaligus sahabat penulis, Suci Erly Suryani yang senantiasa selalu menemani proses penulis, memberikan dukungan, motivasi dan menjadi tempat keluh kesah, serta memberikan semangat yang luar biasa sehingga dapat terselesaikannya Tugas Akhir ini, terima kasih selalu ada dalam setiap masa-masa sulit penulis.
16. Keluarga besar penulis, terima kasih selalu memberikan doa, dukungan dan motivasi yang sangat berpengaruh kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
17. Untuk semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas doa dan dukungan yang diberikan kepada penulis.
18. Untuk seseorang yang penulis tidak dapat sebutkan namanya, yang menjadi supporter garis paling depan untuk penulis. Terima kasih sudah menemani dan memberikan dukungan serta kesenangan kepada penulis selama masa sulit.
19. Teman-Teman Seangkatan dan seperjuangan Diploma III Administrasi Perkantoran Angkatan 2022 yang telah memberikan kenangan selama masa perkuliahan.
20. Almamater Tercinta Universitas Lampung
21. Dan terakhir untuk diri saya sendiri Auliya Agustin. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini. Terima kasih tetap memilih berusaha dan merayakan diri sendiri di titik ini, walau sering kali merasa putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil, namun tetap menjadi manusia yang selalu berusaha dan

tidak lelah mencoba. Tidak menyerah sesulit apapun proses pengusunan Tugas Akhir, ini merupakan pencapaian yang patut di apresiasi untuk diri kita sendiri. Berbahagialah dimanapun berada, Auliya. Adapun kurang dan lebihmu mari merayakan diri sendiri.

Meskipun dalam penulisan Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna, segala kritik dan saran yang sifatnya membangun akan menyempurnakan penulisan Tugas Akhir ini serta bermanfaat bagi saya dan pembaca.

Bandar Lampung, 3 Maret 2025

Penulis,

Auliya Agustin

NPM 2106061007

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
COVER DALAM	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
PERNYATAAN ORISINALITAS	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
PERSEMBAHAN	ix
MOTTO	x
SANWACANA	xi
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan.....	3
1.4 Manfaat	3
1.4.1 Manfaat Teoritis	3
1.4.2 Manfaat Praktis	3
1.5 Metode Penelitian.....	3
1.5.1 Teknik Pengumpulan Data	4
1.6 Sistematika Penulisan	5
II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Pengertian SDM	7
2.2 Kinerja.....	7
2.3 Pengertian Pelayanan	9
2.4 Pengertian Pelayanan Prima (<i>Exellence Service</i>).....	9
2.4.1 Karakteristik Pelayanan Prima	10
2.4.2 Tujuan Pelayanan Prima.....	12

2.4.3 Fungsi Pelayanan Prima (<i>Excellent Service</i>).....	13
2.4.4 Konsep Dasar Pelayanan Prima (<i>Excellent Service</i>)	15
2.4.5 Jenis-jenis Pelayanan Prima (<i>Excellent Service</i>).....	16
2.4.6 Pentingnya Pelayanan Prima (<i>Excellent Service</i>)	16
2.5 Perspektif Sikap Karyawan	18
2.6 Kerangka Berfikir.....	19
III. GAMBARAN UMUM LOKASI.....	20
3.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	20
3.1.1 Sejarah Perusahaan.....	21
3.1.2 Nilai-nilai, Visi & Misi Perusahaan	25
3.1.3 Logo Perusahaan	27
3.1.4 Lokasi PT. FIF GROUP Cabang Lampung.....	28
3.2 Struktur Organisasi Perusahaan	28
3.3 Struktur Organisasi Unit BPKB	33
IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Hasil Analisis Penelitian	35
4.2 Pembahasan.....	39
V. KESIMPULAN DAN SARAN	43
5.1 Kesimpulan	43
5.2 Saran.....	44
DAFTAR PUSTAKA	45
LAMPIRAN.....	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	19
Gambar 3.1 Logo FIFASTRA.....	23
Gambar 3.2 Logo SPEKTRA.....	24
Gambar 3.3 Logo DANASTRA.....	24
Gambar 3.4 Logo FINATRA	24
Gambar 3.5 Logo AMITRA.....	25
Gambar 3.6 Logo PT. FIF GROUP	27
Gambar 3.7 Struktur Organisasi PT. FIF GROUP	28
Gambar 3.8 Struktur Organisasi Unit BPKB	33
Gambar 4.1 Sikap Karyawan terhadap Customer	36
Gambar 4.2 Kemampuan dalam bekerja.....	37
Gambar 4.3 Penampilan	37
Gambar 4.4 Tindakan menangani customer.....	38
Gambar 4.5 Tanggung jawab terhadap customer	39

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Transkrip Wawancara	43
Lampiran 2 Transkrip Wawancara.....	45
Lampiran 3 Transkrip Wawancara.....	50
Lampiran 4 Foto bersama OGSH/FASH.....	52
Lampiran 5 Foto bersama CCP 1	52
Lampiran 6 Foto bersama CCP 2	53
Lampiran 7 Foto bersama Customer 1	53
Lampiran 8 Foto bersama Customer 2	54
Lampiran 9 Foto penelitian	54

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi dan digitalisasi saat ini, kompetisi dalam dunia bisnis berlangsung dengan sangat dinamis. Perusahaan tidak hanya bersaing dalam hal produk dan harga, tetapi juga dalam hal kualitas pelayanan. Pelayanan prima menjadi aspek yang krusial dalam membangun loyalitas pelanggan dan menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Menurut Kotler dan Keller (2016), pelayanan yang berkualitas tinggi merupakan salah satu elemen kunci dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan menciptakan keunggulan kompetitif.

Secara nasional, persaingan dunia usaha di Indonesia semakin ketat, termasuk di sektor pembiayaan (*leasing*), di mana perusahaan-perusahaan dituntut untuk terus meningkatkan kualitas layanan agar tetap relevan dan diminati oleh konsumen. Di sektor otomotif, Indonesia menempati posisi strategis di Asia Tenggara, dengan penjualan kendaraan bermotor yang terus meningkat. Berdasarkan data Gaikindo (Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia), total penjualan mobil nasional mencapai lebih dari 1 juta unit pada tahun 2023 (GAIKINDO, 2025). Adapun untuk sepeda motor, data dari AISI (Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia) mencatat 5,8 juta unit terjual sepanjang 2023 (AISII, 2025). Hal ini menunjukkan betapa besarnya pangsa pasar kendaraan bermotor yang mendorong kebutuhan akan layanan pembiayaan.

Provinsi Lampung, sebagai pintu gerbang Pulau Sumatera, mencatat pertumbuhan signifikan dalam sektor otomotif. Dinas Perhubungan Provinsi Lampung mencatat bahwa jumlah kendaraan bermotor di provinsi ini

mencapai lebih dari 2 juta unit hingga akhir 2023 (LAMPUNG, 2023). Khususnya di Kota Bandar Lampung sebagai ibu kota provinsi, pertumbuhan kendaraan bermotor sangat pesat, yang secara langsung mendorong peningkatan permintaan terhadap layanan leasing. PT. *Federal International Finance* (FIF) merupakan salah satu perusahaan pembiayaan terkemuka di Indonesia yang bersaing di posisi atas dalam industri leasing, khususnya pada layanan kredit kendaraan bermotor roda dua dan multiguna. FIF memiliki keunggulan pada jaringan distribusi yang luas, kemitraan strategis dengan produsen otomotif, serta inovasi layanan yang berorientasi pada kepuasan pelanggan.

Pelayanan prima menjadi faktor penentu dalam memenangkan persaingan bisnis, khususnya di sektor pembiayaan kendaraan bermotor yang sangat kompetitif di Lampung. Sikap karyawan dalam memberikan pelayanan, khususnya di bagian Buku Pemilik Kendaraan Bermotor (BPKB), berperan penting dalam membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Permasalahan seperti keterlambatan administrasi, kurangnya komunikasi, dan sikap karyawan yang kurang responsif dapat berdampak negatif pada citra perusahaan dan menurunkan daya saing di tengah persaingan yang semakin ketat.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis bagaimana sikap karyawan dalam memberikan pelayanan prima di bagian BPKB PT. FIF GROUP Cabang Lampung, serta faktor-faktor yang mempengaruhinya. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis bagi perusahaan dalam meningkatkan kualitas layanan dan memperkuat posisinya di tengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif, baik di tingkat lokal maupun nasional.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana sikap karyawan dalam memberikan pelayanan prima pada bagian BPKB di PT. FIF GROUP Cabang Lampung?

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sikap karyawan dalam memberikan pelayanan prima pada bagian BPKB di PT. FIF GROUP Cabang Lampung.

1.4 Manfaat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan di bidang pelayanan, khususnya mengenai sikap karyawan terhadap pelayanan prima. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya tentang pelayanan prima dan sikap karyawan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini memberikan masukan kepada PT. FIF GROUP Cabang Lampung untuk meningkatkan kualitas pelayanan melalui pengembangan sikap karyawan, menjadi bahan evaluasi strategi SDM, dan memberikan pemahaman kepada karyawan tentang pentingnya sikap positif dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

1.5 Metode Penelitian

Metode kualitatif adalah pendekatan penelitian yang mendalam dan komprehensif untuk memahami dan menjelaskan fenomena dalam konteks alamiahnya. Dalam penelitian kualitatif, peneliti terlibat secara langsung dengan subjek penelitiannya untuk mendapatkan wawasan yang mendalam mengenai berbagai aspek kehidupan manusia, sosial, atau budaya. (Rachman, Yochanan, Samanlangi, & Pernomo, 2024).

Penelitian ini menggunakan pendekatan **kualitatif**, yang bertujuan untuk memahami dan menggambarkan fenomena berdasarkan perspektif subjek yang diteliti. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi secara mendalam sikap karyawan dalam memberikan pelayanan prima di bagian BPKB PT. FIF GROUP Cabang Lampung.

1.5.1 Teknik Pengumpulan Data

- 1) Metode Observasi: Observasi dilakukan dengan mengamati langsung aktivitas karyawan di bagian BPKB PT. FIF GROUP Cabang Lampung. Observasi ini bertujuan untuk memahami bagaimana karyawan berinteraksi dengan pelanggan, bagaimana mereka menangani keluhan, serta sejauh mana standar pelayanan prima diterapkan dalam praktik kerja sehari-hari. Peneliti menggunakan metode **observasi non-partisipan**, di mana peneliti tidak terlibat langsung dalam kegiatan pelayanan, melainkan hanya sebagai pengamat.
- 2) Metode Wawancara: Menurut Khatimah (2017), wawancara merupakan bentuk daftar pertanyaan yang akan dilontarkan oleh peneliti kepada narasumber guna mendapatkan informasi. Dalam penelitian ini wawancara digunakan untuk mengetahui informasi terkait semua yang akan diteliti. Wawancara dilakukan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai sikap karyawan terhadap pelayanan prima. Wawancara ini bersifat **semi-terstruktur**, di mana peneliti telah menyiapkan daftar pertanyaan terbuka yang memungkinkan adanya eksplorasi lebih lanjut berdasarkan jawaban responden. Narasumber dalam wawancara ini adalah karyawan bagian BPKB serta beberapa pelanggan yang telah berinteraksi dengan layanan tersebut.
- 3) Dokumentasi: Dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Dokumen berupa gambar, yaitu seperti foto, gambar hidup dan sketsa (Sugiyono, 2019). Dalam penulisan tugas akhir ini penulis melakukan pengumpulan data dengan dokumentasi selama proses observasi di PT. FIF GROUP Cabang Lampung.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memuat uraian mengenai latar belakang yang menjelaskan alasan dan urgensi dilakukannya penelitian, perumusan masalah yang menjadi fokus utama penelitian, tujuan yang ingin dicapai melalui kegiatan penelitian ini, manfaat penelitian baik secara teoritis maupun praktis, serta metode penelitian yang digunakan untuk memperoleh dan menganalisis data dalam proses penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi kajian teoretis dan referensi dari berbagai sumber literatur yang relevan, yang menjadi landasan dalam pelaksanaan penelitian. Tinjauan pustaka mencakup konsep-konsep dasar mengenai pelayanan prima, sikap karyawan, pelayanan BPKB, serta kerangka pemikiran yang mendasari penelitian ini.

BAB III GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Bab ini menyajikan gambaran umum mengenai lokasi penelitian, yaitu PT *Federal International Finance* (FIFGROUP) Cabang Lampung. Uraian mencakup sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi yang menunjukkan alur tanggung jawab dan wewenang, visi dan misi perusahaan sebagai arah strategis, serta kegiatan operasional yang berkaitan dengan pelayanan pada bagian BPKB.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan hasil penelitian berdasarkan data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data tersebut dianalisis dan dibahas secara mendalam untuk menilai implementasi sikap karyawan dalam memberikan pelayanan prima pada bagian BPKB, serta hambatan yang dihadapi dalam pelaksanaannya.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bagian akhir dari laporan tugas akhir, yang terdiri atas dua subbab utama, yaitu kesimpulan dan saran. Kesimpulan memuat ringkasan hasil penelitian yang telah dibahas pada bab sebelumnya, sedangkan saran berisi rekomendasi yang bersifat konstruktif bagi pihak terkait maupun peneliti selanjutnya sebagai bahan evaluasi dan pengembangan di masa mendatang.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian SDM

Menurut Margaretha & Natalia (2012), Sumber Daya Manusia (SDM) dalam menjalankan perannya pada sebuah organisasi memiliki ragam sikap kerja dan perilaku kerja ditempat mereka bekerja. Antara karyawan satu dengan yang lainnya tidaklah sama dalam mengapresiasi sikap kerja mereka. Budaya yang dibawa oleh tiap karyawan mempengaruhi karyawan tersebut dalam bersikap. Sikap kerja berisi evaluasi positif atau negatif yang dimiliki seseorang tentang aspek-aspek lingkungan kerja mereka.

Dari perspektif manajemen sumber daya manusia (SDM), memahami sikap karyawan sangatlah penting. Hal ini karena sikap karyawan dapat menjadi indikator awal berbagai faktor yang memengaruhi kinerja organisasi. Misalnya, sikap positif seperti antusiasme terhadap pekerjaan dan kebanggaan menjadi bagian dari suatu perusahaan dapat meningkatkan produktivitas dan inovasi. Di sisi lain, sikap negatif seperti ketidakpuasan dan apatisme terhadap pekerjaan dapat berujung pada kinerja yang buruk, tingkat ketidakhadiran yang tinggi, dan bahkan pergantian karyawan, yang dapat berdampak negatif terhadap perusahaan.

2.2 Kinerja

Kinerja merupakan hasil kerja seseorang pegawai selama periode tertentu dibandingkan dengan berbagai kemungkinan misalnya standard, target/sasaran atau kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu dan disepakati bersama (Rivai, 2020). Kinerja karyawan merupakan suatu hal

yang sangat penting dalam upaya perusahaan untuk mencapai tujuannya. Sebagaimana penjelasan diatas mengenai pengertian kinerja dapat disimpulkan bahwa kinerja merupakan sebuah proses dari awal hingga mencapai hasil kerja yang baik secara kualitas maupun kuantitas dan dibandingkan dengan standar yang telah ditentukan.

Menurut (Silaen, et al., 2021) karakteristik kinerja, yaitu:

a. Mempunyai komitmen yang tinggi

Individu tersebut menunjukkan dedikasi dan tanggung jawab yang kuat terhadap pekerjaannya. Mereka bertekad untuk mencapai hasil terbaik dan tidak mudah menyerah meskipun menghadapi tantangan. Komitmen ini menjadi motivasi utama dalam menjalankan tugas sehari-hari.

b. Berani mengambil dan menanggung risiko yang dihadapi

Orang dengan kinerja tinggi tidak takut menghadapi ketidakpastian atau tantangan. Mereka mampu mengambil keputusan yang berisiko dengan pertimbangan matang dan siap menanggung konsekuensi dari keputusan tersebut demi kemajuan pekerjaan atau organisasi.

c. Memiliki tujuan yang realistis

Mereka menetapkan sasaran yang jelas dan dapat dicapai berdasarkan kondisi dan sumber daya yang ada. Tujuan yang realistis ini membantu menjaga fokus dan menghindari kekecewaan akibat target yang terlalu tinggi atau tidak terukur.

d. Memperjuangkan tujuan untuk direalisasikan serta memiliki rencana kerja yang menyeluruh

Selain menetapkan tujuan, mereka aktif berusaha untuk mewujudkannya dengan menyusun rencana kerja yang detail dan sistematis. Rencana ini mencakup langkah-langkah strategis yang harus dijalankan agar tujuan dapat tercapai secara efektif dan efisien.

2.3 Pengertian Pelayanan

Maulidiah (2014), pelayanan dapat berarti suatu rangkaian dari aktivitas/kegiatan untuk melakukan sesuatu yang baik untuk orang lain atau masyarakat, baik yang bersifat dapat diraba maupun yang bersifat tidak dapat diraba yang diberikan oleh unsur pemberi pelayanan kepada unsur penerima pelayanan yakni masyarakat. Pengertian pelayanan lainnya adalah suatu aktivitas/manfaat yang ditawarkan oleh unsur organisasi atau perorangan kepada unsur konsumen, yang bersifat tidak berwujud.

Daryanto (2014), pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberian pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan.

Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah serangkaian aktivitas, baik yang berwujud maupun tidak, yang dilakukan melalui interaksi atau penyediaan manfaat oleh pihak penyedia layanan dengan tujuan untuk memberikan kepuasan, memenuhi kebutuhan, atau menyelesaikan masalah bagi pihak penerima layanan (konsumen atau masyarakat). Esensi dari pelayanan terletak pada nilai tambah yang diberikan kepada penerima layanan, yang pada akhirnya akan menciptakan pengalaman positif dan loyalitas.

2.4 Pengertian Pelayanan Prima (*Exellence Service*)

Pada hakikatnya, pelayanan prima adalah salah satu usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk melayani pembeli (pelanggan) dengan sebaik-baiknya, sehingga dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dan memenuhi kebutuhan serta keinginan pelanggan, baik yang berupa produk barang atau jasa (Wardhanysyah, 2018).

Pelayanan prima adalah pelayanan terbaik yang diberikan perusahaan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan, baik pelanggan dalam

perusahaan maupun diluar perusahaan. Istilah ini adalah terjemahan dari "*excellent service*," yang berarti pelayanan terbaik. Pelayanan dianggap sangat baik jika memenuhi standar yang ditetapkan oleh penyedia layanan. Sederhananya, pelayanan prima (*excellent service*) atau layanan terbaik didefinisikan sebagai layanan yang memenuhi standar kualitas yang memenuhi kepuasan dan harapan pelanggan. Pelayanan dan kualitas adalah dua komponen penting dari pelayanan prima. Secara sederhana, pelayanan prima dapat diartikan sebagai layanan terbaik yang diberikan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Dengan kata lain, pelayanan prima adalah pelayanan yang sesuai dengan standar kualitas. Standar kualitas sendiri mengacu pada layanan yang memenuhi ekspektasi serta kepuasan pelanggan atau masyarakat (Debora et al., 2016).

Secara sederhana, pelayanan prima dapat diartikan sebagai suatu pelayanan yang terbaik bagi kebutuhan dan harapan pelanggan atau dengan kata lain, pelayanan prima merupakan pelayanan yang memenuhi standar kualitas. Sedangkan standar kualitas adalah suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan dan kepuasan pelanggan/masyarakat, Dalam pelayanan prima terdapat dua elemen yang saling memenuhi satu sama lain yaitu pelayanan dan kualitas ini keduanya adalah yang harus dilaksanakan bersama-sama secara stimulus, (Wardhanyah & Sulistiyani, 2018).

Dari pengertian pelayanan prima terdapat beberapa kesamaan yaitu :

- a) Kualitas merupakan usaha untuk memenuhi harapan pelanggan.
- b) Kualitas merupakan kondisi mutu yang setiap saat mengalami perubahan.
- c) Kualitas itu mencakup proses, produk, barang jasa, manusia dan lingkungan
- d) Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang melebihi harapan.

2.4.1 Karakteristik Pelayanan Prima

Barata (2003) mendefinisikan bahwa, pelayanan prima memiliki empat karakteristik, antara lain:

a) Mudah dan Cepat

Sistem pelayanan harus dirancang secara sederhana agar mudah dipahami oleh masyarakat maupun petugas yang memberikan layanan. Penggunaan teknologi dapat menjadi pendukung, tetapi harus tetap praktis dan tidak memperlambat proses pelayanan.

b) Keterbukaan

Pemerintah harus memberikan pelayanan yang tulus dan transparan, sehingga masyarakat tidak merasa dibohongi atau dimanipulasi. Janji-janji yang diberikan harus selalu ditepati dengan penuh komitmen, karena bukti nyata lebih berarti daripada sekadar kata-kata.

c) Memahami Kebutuhan

Pemberi layanan harus memiliki keterampilan dalam mendengarkan dan memahami keinginan masyarakat. Kesabaran dan pemahaman yang baik sangat diperlukan agar dapat memberikan tanggapan yang tepat sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

d) Keakraban

Masyarakat harus diperlakukan dengan hormat dan dihargai. Pelayanan dapat disesuaikan dengan preferensi individu, baik yang lebih menyukai interaksi santai maupun yang lebih langsung. Secara umum, orang merasa nyaman dengan pelayanan yang ramah, antusias, dan penuh energi. Senyum yang tulus, komunikasi yang jelas, dan sikap positif akan membuat masyarakat merasa dihargai dan tertarik untuk kembali menggunakan layanan tersebut.

2.4.2 Tujuan Pelayanan Prima

Menurut Ritonga (2020), terdapat 7 Tujuan Pelayanan Prima, yaitu:

- a. Untuk memberikan pelayanan yang bermutu tinggi kepada pelanggan.

Pelayanan yang berkualitas adalah kunci utama untuk memenuhi harapan pelanggan. Dengan memberikan pelayanan terbaik, perusahaan dapat memastikan bahwa kebutuhan dan keinginan pelanggan terpenuhi secara maksimal, sehingga menciptakan pengalaman positif yang akan meningkatkan loyalitas mereka.

- b. Untuk menimbulkan keputusan dari pihak pelanggan terhadap barang/jasa yang ditawarkan pada saat itu juga.

Salah satu tujuan utama dalam melayani pelanggan adalah memengaruhi mereka untuk segera mengambil keputusan pembelian. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan informasi yang jelas, menarik, dan meyakinkan mengenai manfaat produk atau jasa yang ditawarkan, sehingga pelanggan merasa yakin untuk membeli tanpa menunda.

- c. Untuk menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap barang/jasa yang ditawarkan.

Kepercayaan adalah fondasi dalam hubungan antara perusahaan dan pelanggan. Dengan menunjukkan transparansi, kualitas produk yang konsisten, serta komitmen terhadap kepuasan pelanggan, perusahaan dapat menciptakan rasa percaya yang kuat terhadap barang atau jasa yang mereka tawarkan.

- d. Untuk menghindari tuntutan-tuntutan yang tidak perlu di kemudian hari terhadap produsen/penjual.

Memberikan informasi yang jelas dan jujur tentang produk atau jasa dapat membantu mengurangi kesalahpahaman di kemudian hari. Dengan demikian, perusahaan dapat meminimalkan risiko tuntutan hukum atau keluhan dari pelanggan karena ketidaksesuaian antara harapan dan kenyataan.

- e. Untuk menciptakan kepercayaan dan kepuasan kepada pelanggan.
Kepuasan pelanggan merupakan indikator keberhasilan sebuah bisnis. Dengan memberikan layanan yang ramah, responsif, dan profesional, perusahaan dapat meningkatkan rasa puas sekaligus membangun kepercayaan jangka panjang di hati pelanggan.
- f. Untuk menjaga agar pelanggan merasa diperhatikan segala kebutuhannya. Pelanggan akan merasa dihargai jika perusahaan memahami kebutuhan mereka secara mendalam. Dengan mendengarkan keluhan, memberikan solusi cepat, serta menyesuaikan produk atau layanan dengan kebutuhan individu, perusahaan dapat menciptakan hubungan yang lebih personal dan mendalam dengan pelanggannya.
- g. Untuk mempertahankan pelanggan, agar tetap setia menggunakan barang/jasa yang ditawarkan.
Loyalitas pelanggan sangat penting untuk kelangsungan bisnis. Dengan terus meningkatkan kualitas produk, memberikan layanan purna jual yang memuaskan, serta menawarkan program-program loyalitas seperti diskon atau hadiah khusus, perusahaan dapat memastikan bahwa pelanggan tetap setia menggunakan barang atau jasa mereka di tengah persaingan pasar.

2.4.3 Fungsi Pelayanan Prima (*Excellent Service*)

- a. Melayani pelanggan dengan ramah, tepat, dan cepat.
Pelayanan yang ramah dan responsif sangat penting dalam menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan. Dengan memberikan layanan yang cepat dan tepat, perusahaan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dengan efisien, sehingga meningkatkan kepuasan dan kemungkinan mereka untuk kembali.
- b. Menciptakan suasana agar pelanggan merasa dipentingkan.
Suasana yang menyenangkan dan perhatian terhadap pelanggan dapat membuat mereka merasa dihargai. Dengan menciptakan lingkungan yang nyaman dan mendengarkan masukan dari pelanggan, perusahaan dapat membangun hubungan yang lebih baik dan meningkatkan loyalitas.

c. Menempatkan pelanggan sebagai mitra usaha.

Melihat pelanggan sebagai mitra berarti memahami bahwa keberhasilan bisnis juga bergantung pada kepuasan mereka. Dengan melibatkan pelanggan dalam proses pengambilan keputusan atau meminta umpan balik, perusahaan dapat menciptakan produk atau layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan mereka.

d. Menciptakan pangsa pasar yang baik terhadap produk/jasa yang ditawarkan.

Membangun pangsa pasar yang kuat memerlukan strategi pemasaran yang efektif dan pemahaman mendalam tentang target audiens. Dengan menawarkan produk atau jasa berkualitas dan melakukan promosi yang tepat, perusahaan dapat menarik lebih banyak pelanggan dan memperluas basis pasarnya.

e. Memenangkan persaingan pasar.

Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu menawarkan nilai lebih dibandingkan kompetitor. Dapat melalui inovasi produk, pelayanan pelanggan yang unggul, atau harga yang kompetitif. Strategi ini akan membantu perusahaan menonjol di antara banyak pilihan yang tersedia bagi konsumen.

f. Memuaskan pelanggan, agar mau berbisnis lagi dengan perusahaan (menjadi pelanggan yang loyal).

Memuaskan pelanggan adalah kunci untuk menciptakan loyalitas jangka panjang. Ketika pelanggan merasa puas dengan produk atau layanan yang diberikan, mereka lebih cenderung untuk kembali berbisnis dan merekomendasikan perusahaan kepada orang lain.

g. Memberikan keuntungan kepada perusahaan.

Semua upaya dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan pada akhirnya bertujuan untuk memberikan keuntungan bagi perusahaan. Pelanggan yang puas cenderung melakukan pembelian berulang dan

menjadi duta merek, sehingga meningkatkan pendapatan dan profitabilitas perusahaan secara keseluruhan.

2.4.4 Konsep Dasar Pelayanan Prima (*Excellent Service*)

Ritonga (2020), mendefinisikan budaya pelayanan yang paling penting yaitu enam unsur yaitu kompetensi, sikap, penampilan, perhatian, perilaku dan tanggung jawab (A6) yang selanjutnya dijelaskan sebagai berikut:

a) Kemampuan (*ability*)

Kemampuan yang mencakup kemampuan kerja pada bidang yang ditekuni, yang dibutuhkan guna mendukung program *excellent service*. Contohnya termasuk berkomunikasi secara efektif, membangun motivasi, dan menggunakan hubungan masyarakat sebagai sarana untuk menjalin hubungan baik, baik di dalam maupun di luar organisasi atau perusahaan.

b) Sikap (*attitude*)

Perilaku yang harus ditampilkan saat berinteraksi dengan pelanggan guna menciptakan pengalaman yang positif.

c) Penampilan (*appearance*)

Adalah penampilan baik aspek fisik maupun non-fisik yang mencerminkan kredibilitas dan profesionalisme dalam melayani pelanggan.

d) Perhatian (*attention*)

Adalah bentuk kepedulian penuh terhadap pelanggan dengan memahami kebutuhan, keinginan, serta menerima saran dan kritik mereka. Mempertimbangkan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta memahami saran dan kritik dari pelanggan.

e) Tindakan (*action*)

Merupakan suatu tindakan atau langkah-langkah nyata dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

f) Tanggung Jawab (*accountability*)

Tanggung jawab adalah bentuk kepedulian terhadap pelanggan dengan bersikap proaktif dalam mengurangi ketidakpuasan dan memastikan layanan yang terbaik.

2.4.5 Jenis-jenis Pelayanan Prima (*Excellent Service*)

Pelayanan merupakan suatu proses yang melibatkan pelayanan kepada pelanggan. Jenis pelayanan terdiri atas tiga macam, yaitu:

1. *Core Service*

Adalah layanan utama yang ditawarkan oleh suatu organisasi atau perusahaan kepada pelanggan. Jadi *core service* merupakan jasa inti yang menjadi alasan utama para pelanggan memilih layanan tersebut.

2. *Facilitating Service*

Adalah layanan tambahan serta pendukung dari *core service* yang berfungsi untuk meningkatkan pengalaman pelanggan. Layanan ini bersifat wajib dan mencakup fasilitas yang dapat memepermudah pelanggan untuk mengakses *core service*.

3. *Supporting Service*

Adalah layanan yang tidak wajib tetapi dapat meningkatkan nilai dari *core service* dan membedakan layanan dari pesaing.

2.4.6 Pentingnya Pelayanan Prima (*Excellent Service*)

Pelayanan prima yang baik dalam bidang bisnis memegang peranan penting dari sudut pandang pelanggan eksternal dan internal karena berdampak besar bagi pelanggan terhadap perusahaan/organisasi. Begitu pula jika pelayanan prima ini disediakan oleh negara atau organisasi non-komersial.

- a. Menurut Barata (2003), pelayanan prima bagi pelanggan internal atau konsumen internal yaitu orang-orang yang terlibat dalam proses penyediaan jasa atau proses produksi barang, sejak dari perencanaan, penciptaan jasa atau pembuatan barang, sampai dengan pemasaran dan penjualan dan pengadministrasiannya. Mereka itu antara lain adalah jajaran direksi, manajer, pimpinan bagian, pimpinan seksi, penyelia, dan para pegawai organisasi komersial (perusahaan), pengurus dan pegawai organisasi non komersial (nirlaba), pegawai pada instansi pemerintah.

Contoh:

1. Kepala Bagian Personalia dalam perusahaan, pelanggannya adalah semua pegawai yang ada dalam perusahaan.
2. Seorang pegawai pengetikan di perusahaan, pelanggannya adalah semua *staff* yang membutuhkan jasa pengkerikan darinya.

- b. Menurut Barata (2003), pelayanan prima kepada pelanggan eksternal atau konsumen eksternal adalah semua orang yang berada di luar organisasi komersial atau organisasi non-komersial.

Dari perspektif kegiatan komersial dan non-komersial, pelanggan eksternal dapat dikelompokkan menjadi dua kategori utama:

1. Pelanggan dalam Kegiatan Komersial

Kelompok pelanggan ini terdiri dari penerima layanan yang terlibat dalam transaksi ekonomi, yaitu:

- a. Pasar konsumen: individu atau pelanggan yang membeli barang atau jasa untuk digunakan sendiri sebagai pengguna akhir.
- b. Pasar produsen/industri: perusahaan atau produsen yang membeli barang modal sebagai alat produksi atau bahan baku untuk diolah kembali.
- c. Pasar pedagang perantara: pedagang yang memperoleh produk untuk dijual kembali kepada konsumen akhir atau pihak lain.
- d. Pasar pemerintah: instansi pemerintah, baik pusat maupun

daerah, yang membeli barang atau jasa guna memenuhi kebutuhan operasionalnya.

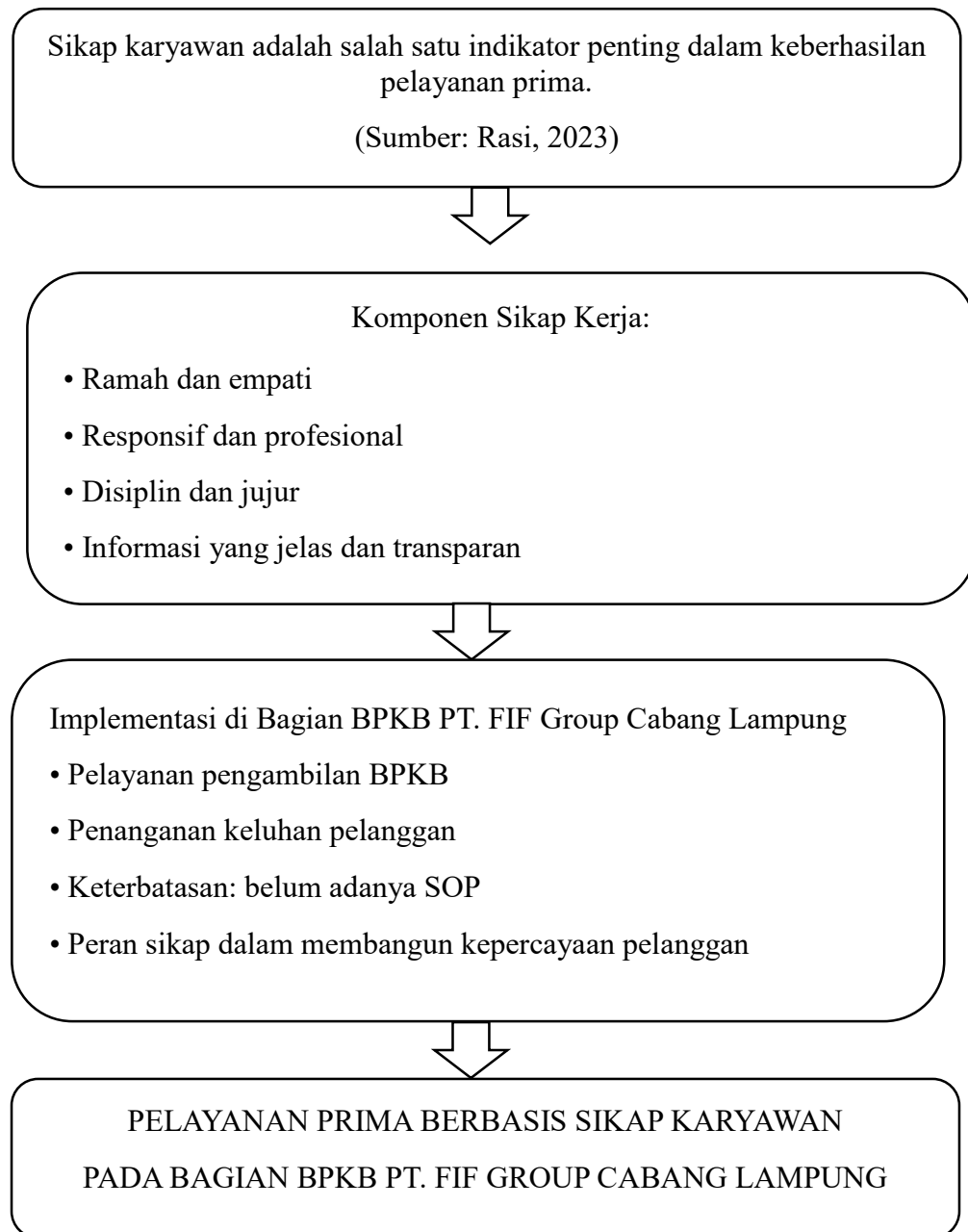
2. Pelanggan dalam Kegiatan Non-Komersial

Kelompok ini mencakup penerima layanan dari penyedia layanan non-komersial, di mana layanan diberikan secara gratis atau dengan biaya yang sepadan dengan manfaat yang diperoleh (kontribusi pengganti). Contohnya adalah lansia, anak yatim, siswa Sekolah, serta anggota lembaga sosial tertentu.

2.5 Perspektif Sikap Karyawan

Sikap karyawan dalam suatu perusahaan merupakan salah satu faktor penting yang menentukan keberhasilan atau kegagalan suatu organisasi. Sikap ini mencerminkan pandangan, perasaan, dan perilaku karyawan terhadap pekerjaan mereka, rekan kerja, atasan, dan lingkungan kerja secara keseluruhan. Menurut Rasi (2023), sikap terhadap pekerjaan perlu dimiliki baik pimpinan maupun karyawan, sikap kerja yang tepat dapat membantu dalam penyelesaian tugas dan bertanggung jawab atau tidak dengan pekerjaan atau tugas yang diberikan. Sikap kerja juga dapat digunakan untuk melihat apakah pekerjaan yang dilakukan bisa selesai dengan baik atau tidak. Saat seseorang menyukai pekerjaannya maka kinerjanya akan baik begitupun sebaliknya jika seseorang tidak menyukai pekerjaannya maka kinerjanya akan tidak baik.

2.6 Kerangka Berfikir



Gambar 2.1 Kerangka Berfikir
Sumber: Hasil Penelitian, 2024

III. GAMBARAN UMUM LOKASI

3.1 Gambaran Umum Perusahaan

PT. FIF GROUP merupakan perusahaan pembiayaan yang dinaungi oleh perusahaan Astra. Pada tahun 1889 perusahaan ini memiliki nama PT. Mitrapusaka Artha Finance, nama tersebut mencerminkan visi awal perusahaan untuk menjadi mitra dalam menyediakan solusi pembiayaan bagi masyarakat Indonesia. Lalu pada tahun 1991 perusahaan ini resmi mengubah nama perusahaannya menjadi PT. *Federal International Finance*. Perubahan nama ini tidak hanya sekedar perubahan identitas, tetapi juga mencerminkan evolusi perusahaan dalam menyesuaikan diri dengan dinamika pasar dan kebutuhan konsumen. Dengan nama baru, PT. FIF GROUP dapat berkomitmen untuk memperluas jangkauan layanan pembiayaan, khususnya dalam sektor otomotif, dengan fokus utama pada pembiayaan sepeda motor Honda.

PT. FIF GROUP terus berinovasi dan memperluas portofolio produknya, yang tidak hanya mencakup pembiayaan kendaraan bermotor tetapi juga berbagai macam produk pembiayaan lainnya seperti elektronik, perabot rumah tangga, dan pembiayaan multiguna. Dengan lebih dari 30 tahun pengalaman, PT. FIF GROUP telah berhasil membangun reputasi sebagai salah satu penyedia layanan pembiayaan terkemuka di Indonesia, yang berkomitmen untuk memberikan layanan yang mudah diakses dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

3.1.1 Sejarah Perusahaan

PT. FIF GROUP didirikan pada 1 Mei 1989. Awalnya dikenal dengan nama PT. Mitrapusaka Finance yang merupakan anak dari perusahaan. dari PT. Astra International Tbk. Pada 21 Oktober 1991, seiring dengan pertumbuhan dan perkembangan perusahaan, nama perusahaan ini berubah nama menjadi PT. *Federal International Finance*. Perusahaan ini memperoleh izin usaha dari Menteri Keuangan Republik Indonesia, yang memungkinkan perusahaan untuk beroperasi diberbagai sektor, termasuk sewa guna usaha, anjak piutang, dan pembiayaan konsumen. Pada Tahun 1996, PT. FIF GROUP mulai memfokuskan diri pada pembiayaan sepeda motor Honda, yang merupakan salah satu merek sepeda motor terkemuka di Indonesia. Langkah ini diambil guna memenuhi permintaan pasar yang terus meningkat terhadap pembiayaan kendaraan bermotor, khususnya sepeda motor. Tahun 1997 menjadi tahun titik balik bagi banyak perusahaan di Indonesia karena telah terjadinya krisis moneter. Namun, PT. FIF GROUP menunjukkan ketahanan dan kemampuan beradaptasi dengan melakukan konsolidasi internal serta menerapkan sistem komputerisasi yang terintegrasi untuk meningkatkan efisiensi operasional. Sehingga perusahaan ini tidak terkena dampak dari krisis ini. Pada tahun 2002, perusahaan ini menerbitkan obligasi pertamanya dengan mengumpulkan dana guna mendukung ekspansi bisnis. Keberhasilan penerbitan obligasi ini sangat mendorong perusahaan untuk melanjutkan langkah serupa hingga obligasi kelima pada tahun 2004, yang dimana perusahaan mendapatkan respons positif dari para investor. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan mampu memberikan kinerja terbaiknya dan menumbuhkan prospek pada perusahaan. Pada tahun 2012 PT. FIF GROUP melakukan internalisasi nilai-nilai baru pada perusahaan dan berusaha untuk mewujudkan visi-misinya. Seiring dengan berjalannya waktu pada 1 Mei 2013, PT. FIF GROUP meluncurkan identitas merek baru dengan logo sidik jari berwarna biru. Peluncuran merek baru ini tidak hanya menandai evolusi identitas visual perusahaan saja, tetapi juga mencerminkan komitmen mereka untuk memberikan layanan yang lebih baik kepada pelanggan. PT. FIF GROUP memiliki dua lini usaha utama yaitu FIFASTRA yang menyediakan

pembiayaan sepeda motor Honda baru dan bekas yang berkualitas, serta SPEKTRA, menawarkan pembiayaan multiguna untuk berbagai kebutuhan konsumen. Hingga akhir 2023, PT. FIF GROUP telah berkembang pesat dengan lebih dari 248 cabang yang tersebar di seluruh Indonesia dan ribuan karyawan yang berdedikasi.

PT. *Federal International Finance* (PT. FIF GROUP) memiliki beberapa bidang usaha yang mencakup:

- a. Pembiayaan Investasi: meliputi penyediaan dan untuk proyek investasi yang bertujuan meningkatkan kapasitas produksi atas memperluas usaha. Pembiayaan ini biasanya digunakan oleh perusahaan untuk membeli aset tetap.
- b. Pembiayaan Modal: pembiayaan ini ditujukan untuk memenuhi kebutuhan operasional sehari-hari perusahaan, seperti pembelian bahan baku, pembayaran gaji, dan biaya operasional lainnya. Modal kerja penting untuk menjaga kelancara aktivitas kerja
- c. Pembiayaan Multiguna: adalah jenis pembiayaan yang dapat digunakan untuk berbagai tujuan, sesuai dengan kebutuhan nasabah.
- d. Pembiayaan Syariah: menyediakan produk pembiayaan syariah uang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Terdapat dua jenis pembiayaan syariah yaitu, pembiayaan jual beli merupakan transaksi barang dan jasa dibeli dengan pembayaran dimuka atau cicilan, sedangkan pembiayaan jasa merupakan layanan yang berdasarkan dengan prinsip syariah. Bertujuan bagi masyarakat yang ingin bertransaksi sesuai dengan nilai-nilai Islam.
- e. Pembiayaan lain berdasarkan persetujuan Otoritas Jasa Keuangan (OJK): memberikan fleksibilitas bagi PT. FIF GROUP untuk mengembangkan produk dan layanan baru sesuai dengan kebutuhan pasar dan persetujuan OJK.

PT. FIF GROUP adalah perusahaan pembiayaan, dan merupakan bagian dari Astra International. PT. FIF GROUP awalnya hanya berfokus pada pembiayaan sepeda motor Honda saja dan telah berkembang pesat seiring dengan perubahan kebutuhan pasar. Dengan pengalaman yang luas dan dedikasi untuk memberikan layanan terbaiknya, PT. FIF GROUP kini memiliki empat unit bisnis utama yang masing-masing menawarkan solusi pembiayaan yang sesuai dengan berbagai kebutuhan konsumen.

PT. FIF GROUP memiliki filosofi perusahaan, yang dikenal sebagai “Catur Dharma Astra”, menjadi landasan bagi semua kegiatan bisnisnya. Terdapat empat prinsip utama dari filosofi perusahaan ini, yaitu:

1. Menjadi milik yang bermanfaat bagi bangsa dan negara: Astra berkomitmen untuk memberikan kontribusi positif terhadap masyarakat dan lingkungan.
2. Memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan: Astra berusaha untuk selalu memberikan layanan yang berkualitas tinggi kepada semua pelanggan.
3. Menghargai individu dan membina kerjasama: Astra menekankan pentingnya menghargai setiap individu dan membangun hubungan kerja yang baik diantara karyawan dan mitra.
4. Senantiasa berusaha mencapai yang terbaik: Astra berkomitmen untuk terus berinovasi dan meningkatkan diri dalam setiap aspek bisnis.

PT. FIF GROUP memiliki unit bisnis utama, yaitu:

1. FIF ASTRA



Gambar 3.1 Logo FIFASTRA

Sumber: www.fifgroup.co.id (2024)

FIF ASTRA merupakan bidang usaha milik PT. FIF GROUP yang bergerak dalam pembiayaan kendaraan bermotor khusus Honda baik baru maupun bekas yang berkualitas.

2. SPEKTRA



Gambar 3.2 Logo SPEKTRA

Sumber: www.fifgroup.co.id (2024)

SPEKTRA merupakan bidang usaha milik PT. FIF GROUP yang bergerak dalam pembiayaan mulai dari perabot rumah tangga, alat elektronik, *furniture*, alat pertanian, dan lain-lain.

3. DANASTRA



Gambar 3.3 Logo DANASTRA

Sumber: www.fifgroup.co.id (2024)

DANASTRA merupakan bidang usaha milik PT. FIF GROUP yang bergerak dalam jasa layanan pembiayaan multiguna dalam bentuk fasilitas dana yang menjadi solusi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

4. FINATRA



Gambar 3.4 Logo FINATRA

Sumber: www.fifgroup.co.id (2024)

FINATRA merupakan bidang usaha milik PT. FIF GROUP bergerak dalam jasa layanan yang berfokus untuk pembiayaan produktif yaitu pembiayaan untuk mengembangkan usaha mikro kecil dan menengah UMKM, agar pelaku UMKM dapat menumbuhkan dan mengembangkan usahanya.

5. AMITRA



Gambar 3.5 Logo AMITRA

Sumber: www.fifgroup.co.id (2024)

AMITRA merupakan jasa layanan pembiayaan syariah dari PT. FIF GROUP dengan produk unggulan haji plus, haji regular dan paket Umroh. Serta pembiayaan syariah untuk produk lainnya.

3.1.2 Nilai-nilai, Visi & Misi Perusahaan

PT. *Federal International Finance* (PT. FIF GROUP) mengembangkan budaya kerja yang diinspirasi dari Catur Dharma. Astra dan *Astra Management System* (AMS), memiliki nilai-nilai yang dijunjung tinggi oleh perusahaan yang disebut dengan TEAM (*Teamwork – Excellence - Achieving - Moving Forward*) yang mempunyai definisi sebagai berikut:

a. *Team Work* (Kerja Sama)

Mendorong semangat semua insan untuk bersinergi yang didasari oleh sikap saling menghargai, berpikir positif serta mengutamakan kepentingan perusahaan agar menghasilkan kinerja yang optimal. Jadi nilai *Team Work* diharapkan karyawan dapat saling menghargai kepada karyawan lainnya, berpikiran positif saat kerjasama dalam kelompok, dan juga melakukan sinergi dalam melaksanakan program sesuai dengan visi dan misi perusahaan.



b. *Excellence* (Keunggulan)

Mendorong semua insan untuk mengutamakan layanan unggul pada konsumen eksternal dan internal melalui proses yang sederhana, lugas, serta berkualitas yang didasari sikap pro aktif dalam melakukan perbaikan kesinambungan. Nilai *Excellence* berfokus pada kebutuhan dan keinginan pelanggan, berorientasi pada kualitas disetiap program maupun layanan yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan, dan juga melakukan perbaikan yang berkesinambungan terhadap setiap aspek supaya semakin lebih baik.



c. *Achieving* (Pencapaian)

Mendorong semua insan berintegritas dan berkomitmen untuk terus meningkatkan prestasi kerja setinggi-tingginya dengan mengedepankan profesionalisme untuk menghasilkan inovasi-inovasi. Nilai *Achieving* berfokus pada kreativitas dan juga inovatif dalam menghadirkan program atau promosi baru untuk menghadirkan produk jasa yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan yang beragam dan dinamis, bersikap profesional dan juga berfokus pada prestasi yang diraih untuk menunjukkan kemajuan dan keunggulan dari perusahaan.



d. *Moving Forward* (Melangkah ke depan)

Mendorong semua insan agar peka dan tanggap terhadap perubahan serta berwawasan jauh ke depan dalam merancang dan melakukan perubahan strategis. Nilai *Moving Forward* berfokus pada sikap yang responsif dan progresif terhadap setiap proses dan situasi yang dihadapi dan siap berubah sesuai dengan kebutuhan pelanggan sehingga perusahaan dapat lebih maju dan berkembang di masa yang akan datang.



Nilai TEAM ini merupakan semangat yang dimiliki oleh seluruh karyawan PT. FIF GROUP, yang mengutamakan kerja sama kelompok daripada keterampilan individu untuk mencapai tujuan bersama, serta memberikan layanan terbaik kepada seluruh *stakeholder* PT. FIF GROUP. Dengan demikian, karyawan PT. FIF GROUP termotivasi untuk maju dan meraih kesuksesan. Nilai TEAM berasal dari semangat yang sudah ada di antara karyawan PT. FIF GROUP. Oleh karena itu, nilai-nilai TEAM merupakan nilai-nilai yang dibentuk dengan memperhatikan apa saja yang dianut oleh para karyawan TEAM.

Visi

We Bring A Better Life to the Community (Membawa Kehidupan yang Lebih Baik untuk Masyarakat).

Misi

To be the Admired National Industry Leader (Menjadi Pemimpin Industri yang dikagumi Secara Nasional).

3.1.3 Logo Perusahaan

FIFGROUP



member of ASTRA GROUP

Gambar 3.6 Logo PT. FIF GROUP
 Sumber: www.fifgroup.co.id (2024)

PT. FIF GROUP mempunyai logo perusahaan yaitu sidik jari FIF.Id, logo tersebut berupa sidik jari berwarna biru yang dan juga bertuliskan “*member of ASTRA GROUP*”, logo PT. FIF GROUP tersebut merupakan logo baru terkait dengan *new identity* dari PT. FIF GROUP tepat di ulang tahun yang ke 24 pada tahun 2013 dan menekankan bahwa PT. FIF GROUP merupakan bagian dari group ASTRA.

Warna biru yang dominan dalam logo melambangkan kepercayaan dan profesionalisme, sementara gradasi warna dari biru muda ke biru tua menunjukkan dinamika dan inovasi. Desain sidik jari yang unik memberikan kesan modern dan relevan dengan perkembangan teknologi saat ini, sekaligus menegaskan bahwa PT. FIF GROUP adalah perusahaan yang siap beradaptasi dengan perubahan.

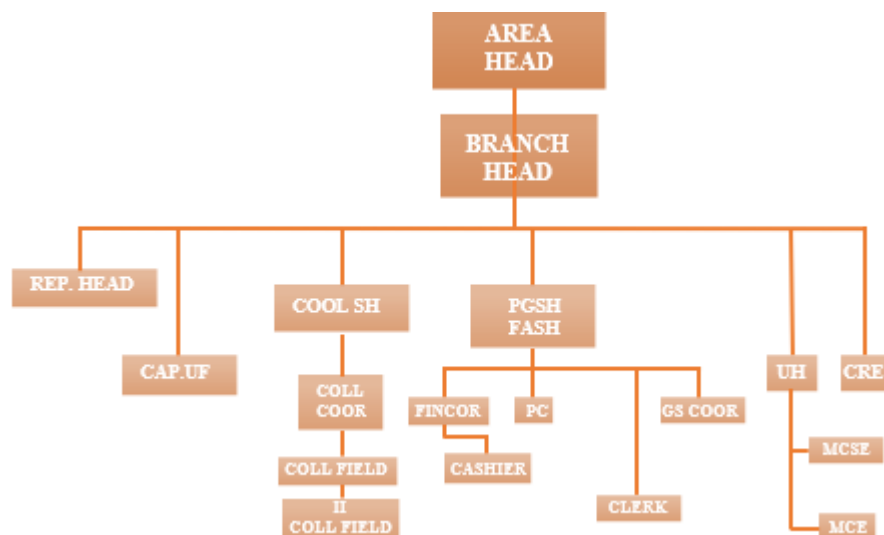
Logo PT. FIF GROUP berupa sidik jari merupakan simbolisasi yang berarti:

1. Komitmen, menggambarkan komitmen tertinggi dari PT. FIF GROUP (*Shareholder* maupun *Stakeholders*) terhadap individu, pelanggan, dan mitranya.
2. Fokus terhadap konsumen, memposisikan konsumen sebagai sentral dalam bisnis PT. FIF GROUP.
3. Kustomisasi, mengekspresikan kebutuhan setiap pelanggan.

3.1.4 Lokasi PT. FIF GROUP Cabang Lampung

Terletak di Jl. Teuku Umar No. 67, Surabaya, Kec. Kedaton, Kota Bandar Lampung, Lampung (35141).

3.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 3.7 Struktur Organisasi PT. FIF GROUP

Sumber: www.fifgroup.co.id (2024)

Di bawah ini adalah wewenang dan tanggung jawab masing-masing bagian pada PT. FIF GROUP Cabang Lampung:

1. *AREA HEAD*

Tugas seorang *Area Head* atau kepala wilayah yaitu:

1. Memimpin tim dengan baik.
2. Memberikan nasihat dan mendorong dengan terus semangat dalam menjalankan tugasnya.
3. Melatih dan mengembangkan mereka serta mendorong kreativitas tim.

2. *BRANCH HEAD*

Tugas seorang *Branch Head* atau kepala cabang yaitu:

1. Memimpin kegiatan operasional cabang.
2. Mengawasi serta melakukan koordinasi dari kegiatan operasional di kantor cabang maupun sub cabang.
3. Memonitor segala kegiatan operasional perusahaan diruang lingkup kantor cabang.
4. Memantau prosedur operasional manajemen resiko.
5. Melakukan analisis pasar untuk mengidentifikasi peluang baru.

3. *Representative Head (REP HEAD)*

Tugas seorang *Representative Head* atau kepala perwakilan yaitu:

1. Memimpin dan mengkoordinasikan semua fungsi di perusahaan, serta bertanggung jawab atas segala kejadian yang terjadi.
2. Menetapkan kebijakan serta menangani permasalahan di berbagai bagian perusahaan.
3. Membuat laporan terkait perubahan dalam sistem leasing syariah dan menangani masalah penjualan dengan uang muka di atas atau di bawah 20%.
4. Menyusun dan mengirimkan laporan harian ke kantor cabang.

4. *Credit Application Procesor (CAP UF)*

Tugas seorang *Credit Application Processor* atau pemroses aplikasi kredit memiliki beberapa tugas utama sebagai berikut:

1. Memvalidasi *entry* data peminjaman dana.
2. Melakukan pengecekan terhadap status pinjaman yang sedang berjalan, termasuk memverifikasi angsuran yang telah dibayarkan oleh nasabah.
3. Bertanggung jawab untuk menghasilkan nomor kontrak yang akan digunakan oleh nasabah dalam proses peminjaman.

5. *Collection Section Head (Coll SH)*

Tugas seorang *Coll SH* yaitu:

1. Merancang strategi penagihan konsumen yang efektif.
2. Menyusun laporan harian, mingguan serta bulanan mengenai hasil kinerja tim *coll SH*.
3. Melayani konsumen jika ada yang melakukan komplain atau penyelesaian denda
4. Berkoordinasi dengan *Area AR Manager* dan *Branch Manager* untuk mencari solusi.

6. *Collection Coordinator (Coll Coor)*

Tugas dari *Coll Coor* yaitu:

1. Mengkoordinasikan dan mendistribusikan penugasan penagihan kepada anggota tim kolektor
2. Memantau dan mengontrol aktivitas penagihan
3. Membuat laporan mengenai kondisi piutang dan kinerja tim kepada atasan.

7. *Collector Field (Coll Field I & II)*

Tugas seorang *Coll Field I & II* yaitu:

1. Melakukan kunjungan langsung ke rumah atau tempat usaha debitur untuk menagih utang yang telah jatuh tempo.

2. Mengumpulkan pembayaran dari debitur.
3. Mencatat hasil kunjungan, dan menyusun laporan rutin kepada *Coll Coor.*
4. Menyelesaikan masalah atau keluhan yang diajukan oleh debitur.

8. *Operational and General Service Section Head (FASH/OGSH)*

Tugas seorang *OGSH* atau kepala seksi operasional dan pelayanan umum yaitu:

1. Bertanggung jawab mengawasi seluruh kegiatan operasional di bagian keuangan (*Finance*) dan anggotanya.

9. *Unit Head (UH)*

Tugas seorang *UH (Unit Head)* yaitu:

1. Mendidik *Marketing Credit Executive (MCE)* untuk mencari *booking* dengan cara memberikan bahan melalui *Whatsapp Blast* atau cara lainnya untuk mendapatkan *booking*.
2. Memberikan arahan kepada calon konsumen yang ingin melakukan pinjaman dana untuk menjaga kelancaran angsuran, karena selama enam bulan kedepan angsuran tersebut akan menjadi tanggung jawab *Unit Head (UH)*.

10. *General Services Coordinator (GS Coor)*

Tugas seorang *GS Coor* yaitu:

1. Memfasilitasi semua perlengkapan kantor dari mulai perlengkapan alat tulis kantor, listrik dan semua yang berhubungan dengan keperluan kantor.

11. *CASHIER*

Tugas seorang *Cashier* yaitu:

1. Mengelola transaksi pembayaran dari pelanggan, baik tunai maupun non-tunai.
2. Mencatat semua transaksi dalam sistem dan membuat laporan harian.

12. *Personel General Service Head (PGSH)*

Tugas seorang *PGSH* yaitu:

1. Memastikan semua layanan umum dan fasilitas kantor berjalan dengan baik untuk mendukung operasional perusahaan.
2. Mengawasi dan mengkoordinasikan pekerjaan tim.
3. Menangani kebutuhan SDM seperti perizinan cuti maupun rekrutmen.
4. Membuat laporan kegiatan divisi kepada *Branch Head*.

13. *Personel Coordinator (PC)*

Tugas seorang *PC* yaitu:

1. Mengelola proses rekrutmen dari *sourcing* hingga pengiriman data karyawan.
2. Memberikan pelatihan dan asesmen kepada karyawan di cabang.
3. Memberikan dukungan terhadap program-program perusahaan yang berkaitan dengan personalia.
4. Memantau dan mengevaluasi kinerja karyawan untuk meningkatkan efektivitas tim.

14. *Credit Evaluator (CRE)*

Tugas seorang *CRE* yaitu:

1. Mengevaluasi kelayakan aplikasi kredit konsumen.
2. Mengidentifikasi dan menilai resiko dari data konsumen.
3. Membuat laporan yang berisi hasil analisis dan rekomendasi untuk keputusan pemeberian atau penolakan kredit.

15. *Maintenance & Customer Executive (MCE)*

Tugas seorang *MCE* yaitu:

1. Membantu proses kelancaran pada pelayanan konsumen di kantor.
2. Melakukan promosi produk pinjaman kepada konsumen.
3. Melaksanakan proses survei untuk menganalisis kelayakan kredit konsumen.

16. *Maintenance & Customer Service Executive (MCSE)*

Tugas seorang *MCSE* yaitu:

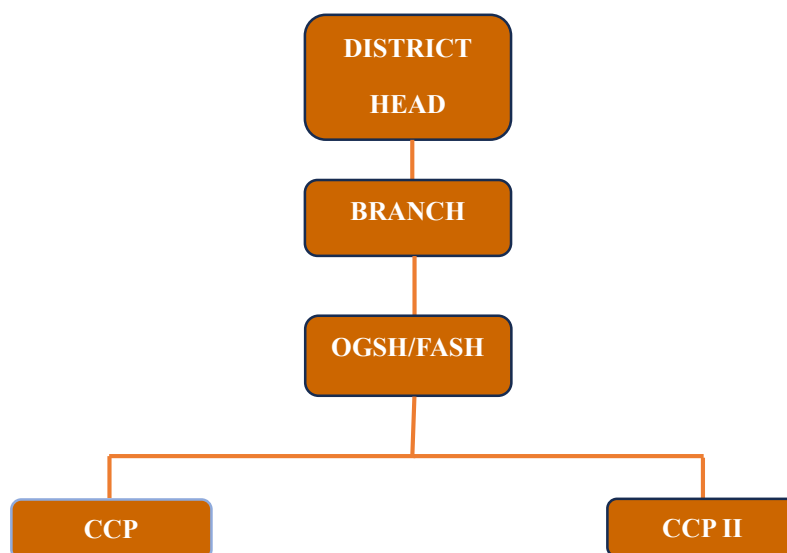
1. Melakukan pemeliharaan dan perbaikan terhadap aset perusahaan untuk memastikan operasional yang lancar.
2. Menangani keluhan dan pertanyaan dari pelanggan mengenai layanan yang ditawarkan.
3. Mengawasi pemeliharaan fasilitas kantor.
4. Membuat laporan berkala terkait pelayanan kepada *Branch Head*.

17. *Clerk*

Tugas seorang *Clerk* yaitu:

1. Mengelola dan mengarsipkan dokumen kredit serta kontrak konsumen baik secara manual maupun digital.
2. Memasukkan data pengajuan kredit ke dalam sistem
3. Mencatat dan memperbaharui data perusahaan serta memelihara catatan transaksi.
4. Mengatur jadwal pertemuan dan berkoordinasi dengan tim terkait.

3.3 Struktur Organisasi Unit BPKB



Gambar 3.8 Struktur Organisasi Unit BPKB

Sumber: www.fifgroup.co.id (2024)

Di bawah ini merupakan uraian tugas dan wewenang dari masing-masing bagian pada struktur organisasi bagian BPKB di PT. FIF GROUP Cabang Lampung:

1. *BRANCH HEAD*

Tugas seorang *Branch Head* atau kepala cabang yaitu:

- a. Memimpin kegiatan operasional cabang.
- b. Mengawasi serta melakukan koordinasi dari kegiatan operasional di kantor cabang maupun sub cabang.
- c. Memonitor segala kegiatan operasional perusahaan di ruang lingkup kantor cabang.
- d. Memantau prosedur operasional manajemen resiko.
- e. Melakukan analisis pasar untuk mengidentifikasi peluang baru.

2. *Operational and General Service Section Head (OGSH)*

Tugas seorang *OGSH* yaitu:

- a. Melakukan pengawasan dan memastikan kelancaran kegiatan operasional sehari-hari di bagian keuangan (*Finance*) pada anggotanya.
- b. Mengembangkan dan menerapkan prosedur operasional standar untuk meningkatkan efisiensi.

3. *Credit Collateral Processor (CCP)*

Tugas seorang *Credit Collateral Processor (CCP)* atau petugas bagian pengelolaan aset perusahaan seperti (BPKB, BPIH, emas, dan sertifikat) yaitu:

- a. Mengatur dan menyimpan BPKB kendaraan.
- b. Melayani konsumen yang ingin mengambil BPKB mereka setelah pelunasan.
- c. Mengelola proses penagihan BPKB dari *dealer* hingga pengeluaran kepada nasabah.
- d. Memastikan semua dokumen terkait BPKB lengkap sesuai dengan prosedur.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa sikap karyawan pada bagian BPKB PT. FIF GROUP Cabang Lampung telah mencerminkan praktik pelayanan prima secara konsisten. Hal ini tercermin dari penerapan enam unsur penting dalam konsep *Excellent Service*, yaitu *Attitude, Ability, Appearance, Attention, Action*, dan *Accountability*.

Karyawan menunjukkan sikap yang ramah, sopan, dan profesional dalam setiap interaksi dengan konsumen. Mereka mampu menjalin komunikasi yang baik, menjelaskan prosedur secara jelas, serta merespons setiap pertanyaan atau keluhan dengan sabar dan tanggap. Penampilan yang rapi dan sesuai standar perusahaan turut memperkuat citra profesionalisme dalam pelayanan.

Dari segi kemampuan, para karyawan memiliki pemahaman yang mendalam terkait prosedur pengambilan BPKB dan mampu menyampaikan informasi secara sistematis dan mudah dipahami pelanggan. Tindakan cepat dan solutif juga menjadi indikator bahwa mereka memahami pentingnya responsivitas dalam menciptakan kenyamanan pelanggan.

Selain itu, rasa tanggung jawab yang tinggi ditunjukkan dengan memastikan seluruh dokumen pelanggan diserahkan dengan teliti dan tepat waktu. Bahkan dalam situasi pelayanan padat atau kendala teknis, karyawan tetap berusaha menjaga kualitas layanan. Hal ini menegaskan bahwa pelayanan prima telah menjadi bagian dari budaya kerja di lingkungan bagian BPKB.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sikap karyawan berperan besar dalam membangun kepercayaan dan kepuasan pelanggan, serta mendukung

reputasi positif perusahaan di tengah persaingan industri pembiayaan yang semakin ketat.

5.2 Saran

Agar pelayanan prima di bagian BPKB PT. FIF GROUP Cabang Lampung dapat terus ditingkatkan dan dipertahankan, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. **Penyusunan dan Penerapan SOP (*Standard Operating Procedure*)**
Diperlukan adanya penyusunan SOP yang tertulis dan terstruktur sebagai pedoman kerja yang baku untuk seluruh karyawan di bagian BPKB. SOP ini akan membantu meningkatkan efisiensi pelayanan dan mengurangi potensi kesalahan, serta memberikan kejelasan tanggung jawab bagi setiap petugas.
2. **Pelatihan Berkala dan Pengembangan untuk Karyawan serta**
Diperlukan pelatihan secara rutin untuk meningkatkan keterampilan komunikasi, empati, serta penguasaan sistem administrasi. Hal ini penting untuk menjaga konsistensi kualitas pelayanan dan memperkuat kompetensi karyawan dalam menghadapi berbagai situasi pelanggan.
3. **Evaluasi dan *Monitoring* Layanan Secara Berkala**
Evaluasi berkala terhadap pelayanan yang diberikan sangat penting dilakukan, baik melalui survei kepuasan pelanggan maupun sistem *feedback* internal. Hasil evaluasi ini dapat dijadikan acuan untuk perbaikan dan inovasi layanan ke depan.
4. **Peningkatan Motivasi dan Kesejahteraan untuk Karyawan**
Perusahaan perlu terus memperhatikan aspek kesejahteraan dan motivasi karyawan sebagai bentuk apresiasi atas kinerja mereka. Karyawan yang merasa dihargai akan cenderung memberikan pelayanan dengan semangat dan dedikasi yang lebih tinggi.

Dengan menerapkan saran-saran di atas, diharapkan pelayanan prima yang telah dibangun dapat terus ditingkatkan dan menjadikan PT. FIF GROUP Cabang Lampung sebagai penyedia layanan pembiayaan yang unggul dan terpercaya di mata masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- AISI. 2025. *Statistik Penjualan Sepeda Motor Indonesia 2025*. Diakses pada 22 Mei 2025, dari <https://www.aisi.or.id/statistic/>.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung. 2024. *Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Kabupaten/Kota dan Jenis Kendaraan di Provinsi Lampung (Unit) – 2023*. Diakses pada 22 Mei 2025, dari <https://lampung.bps.go.id/id/statistics-table/3/VjJ3NGRGa3dkRk5MTIU1bVNFOTVVbmQyVURSTVFUMDkjMw==/jumlah-kendaraan-bermotor-menurut-kabupaten-kota-dan-jenis-kendaraan-di-provinsi-lampung--unit---2023.html?year=2023>
- Barata, A. A. (2003). *Dasar-dasar pelayanan prima*. PT. Elex Media Komputindo. <https://books.google.co.id/books?id=0wfQnzlfnwMC>.
- Daryanto. (2014). *Pengertian Pelayanan*. Gramedia Pustaka Utama.
- Debora, S., Candra, Y., & Nurlina. (2016). Pengaruh Pelayanan Prima dan Profesionalisme Kerja Pegawai Terhadap Kepuasan Masyarakat (Studi Pada Kantor Kelurahan Padang Sarai Kecamatan Koto Tengah Padang). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 7(1), 43–57. <http://ojs.unitas-pdg.ac.id/index.php/manajemen/article/view/264>.
- GAIKINDO. 2025. *Bagaimana Tren Penjualan Mobil di Indonesia pada 2025*. Diakses pada 22 Mei 2025, dari <https://www.gaikindo.or.id/bagaimana-tren-penjualan-mobil-di-indonesia-pada-2025/>.
- Margaretha, M., & Natalia, N. (2012). Pengaruh sikap kerja terhadap kinerja karyawan pada PT. Duta Marga Silima di Jakarta. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Universitas Bandar Lampung*, 2(2), 111133.
- Maulidiah, S. (2014). *Pelayanan publik, pelayanan terpadu administrasi kecamatan*. Bandung: CV. Indra Prahasta.
- Nurlia, N. (2018). Strategi Pelayanan dengan Konsep Service Excellent. *Meraja Journal*, 1(2), 17–30.

- Putri, R. A., Wolor, C. W., & Marsofiyati. (2023). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kinerja Karyawan pada PT. XZY Tangerang. *Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 1(4), 374-384.
- Rasi, C. E. (2023). Pengaruh Pengalamn Kerja dan Sikap Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Ramayana Lestari Sentosa Kupang. *Jurnal Ekonomi & Ilmu Sosial*, 580.
- Ritonga, W. (2020). *Pelayanan Prima*. Surabaya: PT. Muara Karya. Hal, 108–114.
- Wardhanysyah, N. K. (2018). *Pelayanan Prima*. Kresna Bina Insan Prima.
- Silaen, N. R.;Syamsuriansyah;Chairunnisah, R.;Sari, M. R.;Maharani, E.;Tanjung, R.;. . . Putra, S. (2021). *Kinerja Karyawan*. Bandung: Widina.