



Strategi Pelayanan Customer Servis pada Masa Pandemi Covid 19 terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BRI Cabang Pasar Gamalama Kota Ternate

Katarudin Tiakoly*

Institut Agama Islam (IAI) As-Siddiq Kie Raha

Sitasi APA:

Tiakoly, K. (2022). Strategi Pelayanan Customer Servis pada Masa Pandemi Covid 19 terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BRI Cabang Pasar Gamalama Kota Ternate. *IQRA: Jurnal Pendidikan, Sains, dan Humaniora*, 1(1), 26-41.

*Korespondensi: katarudintiakoly@iai-assiddiq.ac.id

Abstrak

Strategi Pelayanan Customer Servis Pada Masa Pandemi Covid 19 Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Gamalama Kota Ternate. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pelayanan costemer servis pada masa pandemi covid 19 terhadap kepuasan nasabah pada bank BRI Cabang Pasar Gamalama Kota Ternate. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif, penelitian yang mendeskripsikan fakta-fakta yang ada dilapangan, lokasi penelitian di bank BRI cabang Pasar Gamalama Kota Ternate dengan menggunakan pendekatan fenomenologi. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari nasabah bank BNI cabang pasar Gamalama Kota Ternate melalui hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. adapun metode pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara yang mendalam, serta dokumentasi. Teknik analisa data dilakukan setelah data dikumpulkan kemudian dilakukan analisis data, reduksi data penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pelayanan costemer servis pada masa pandemic covid 19 pada bank BRI Cabang Pasar Gamalama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dapat diketahui dari hasil wawancara. Namun demikian strategi pelayanan masih perlu ditingkatkan terkait dengan sistem pelayanan antrian yang masih semraut didepan kantor bank BRI cabang pasar Gamalama Kota Ternate.

Kata Kunci: *strategi pelayanan, customer servis BRI, covid 19, kepuasan nasabah*

Latar Belakang

Pengebaraan wabah covid 19 yang melanda dunia saat ini, tidak terkecuali di Indonesia berpengaruh kepada seluruh aktivitas ekonomi, termasuk pelayanan perbankan. Pemerintah telah menetapkan wabah covid 19 sebagai bencana non alam. Berbagai upaya pemerintah dalam melakukan pencegahan covid 19 dengan menerapkan protokol kesehatan melalui sosial distancing (jaga jarak) dan physical distending (jaga fisik) berpengaruh pada seluruh aktivitas ekonomi, tidak terkecuali aktivitas pelayanan di bank.

Fungsi Bank adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana kepada masyarakat, diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam keberhasilan pembangunan. Dierah



wabah covid 19 ini sektor perbankan sedang mengalami pergeseran produk dan pelayanan yang dihadapkan pada implikasi proses operasional bank yang menuntut perubahan strategi termasuk strategi pelayanan.

Untuk mengantisipasi penyebaran wabah covid 19 yang semakin ketat, khususnya dunia perbankan harus mampu mengkoordinasi setiap fungsi yang ada, seperti operasi/atau produk serta pelayanan keuangan, pemasaran, sumber daya manusia, serta riset dan pengembangan. Semua fungsi tersebut tidak dapat dipisahkan, dari operasional bank karena mempunyai keterkaitan dalam sistem perbankan. Dengan demikian fungsi pelayanan menjadi pertimbangan utama dalam kaitannya dengan upaya bank untuk memuaskan nasabah serta keinginan nasabah (customer driver market)

Di masa pandemi covid 19 seperti pada saat ini tentu menjadi tantangan bagi perbankan dalam menjaga kualitas pelayanan dengan memperhatikan protokol kesehatan yang diterapkan pada pertengahan bulan maret 2020, membawa dampak kepada sistem pelayanan perbankan, agar perbankan terus eksis di tengah pandemic covid 19 maka menjadi penting bagi perbankan untuk menjaga mutu kualitas pelayanan.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting bagi keberhasilan bank sebagai perusahaan jasa saat ini. Oleh sebab masalah kepuasan dan loyalitas nasabah melalui pelayanan telah menjadi komitmen bagi perbankan dalam menjalankan roda bisnisnya. Jika pelayanan yang diberikan kepada nasabah adalah pelayanan yang terbaik dan mampu memberikan kepuasan yang optimal bagi nasabah, maka hal tersebut akan berpengaruh positif terhadap kinerja usahanya. Apabila kepuasan nasabah meningkat maka akan menambah kepercayaan nasabah untuk terus melakukan pengulangan transaksi di bank yang sama sehingga akan mewujudkan adanya loyalitas atau sebaliknya.

Fungsi bank adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana kemasyarakat dan memberikan jasa lainnya. Memberikan pelayanan jasa perbankan bagi konsumennya (nasabah) adalah unsur yang paling utama. Pelayanan nasabah atau customer service pada sebuah bank merupakan jasa pelayanan yang diberikan oleh bank kepada nasabah pada khususnya dan masyarakat pada umumnya yang berkaitan dengan kegiatan usaha dan dengan di barengi dengan wabah covid 19 yang berpengaruh kepada operasional bank sehari-hari, dengan kondisi persaingan di sektor jasa dan penyebaran wabah covid yang semakin meningkat, perusahaan perbankan sebaiknya terus meningkatkan pelayanan terutama customer service. Untuk meningkatkan citra perbankan maka diperlukan karyawan yang siap melayani setiap kebutuhan nasabahnya terhadap kebutuhan produk serta pelayanan demi kepuasan nasabah.

Segala bentuk kepuasan akan bergantung dari layanan yang diberikan oleh customer service. Pelayanan yang baik akan menjadi bentuk penilaian yang baik pula oleh nasabah sehingga akan meningkatkan pelayanan menjadi lebih baik lagi. Produk perbankan adalah high contact service yang membutuhkan kompetensi yang baik sehingga nasabah merasa puas akan pelayanan yang diberikan dan mendorong terbentuknya kepercayaan masyarakat bagi nasabah yang sudah lama bergabung maupun nasabah yang akan memulai bergabung dengan bank. Oleh karena itu dengan pelayanan yang baik tentunya akan memberikan loyalitas pada nasabah yang sudah bergabung dengan perbankan.



Kualitas pelayanan bank yang diberikan kepada nasabah untuk memenuhi harapan nasabah dengan menyediakan produk jasa dan pelayanan pada tingkat kepuasan yang dapat diterima oleh nasabah dan menciptakan value bagi setiap nasabah. Menjaga kelangsungan hubungan dengan nasabah yang setia dan terus mengakuisisi nasabah baru dengan berlandaskan kepada konsep kepuasan nasabah akan mempunyai pengaruh yang besar terhadap peningkatan pangsa pasar (market share). Salah satu tolak ukur kepuasan nasabah yang dapat dicapai apabila para customer servis dapat berusaha keras untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan memberikan pelayanan yang prima sehingga dapat memberikan kepuasan kepada nasabah.

Salah satu kepuasan nasabah tidak akan terlepas dari pranan dari kinerja customer servis atau yang di sebut dengan (CS) yang merupakan bagian dari unit organisasi yang berada pada front office yang berfungsi sebagai sumber informasi dan perantara bagi bank dan nasabah yang ingin mendapatkan jasa pelayanan maupun produk-produk bank. Berdasarkan hasil observasi peneliti, terdapat beberapa masalah yaitu, kurangnya nasabah yang melakukan transaksi secara langsung, terjadi tumpukan antrian di arial lokasi bank, tidak diberikan vasilitas tempat duduk di areal tumpukan antrian tidak menggunakan handsanitizer antrian semraut di areal bank. Sehingga terjadi keluhan dari pihak nasabah. Oleh karena itu pihak bank harus lebih inovatif dalam memberikan informasi dan pelayanan untuk mengatasi keluhan tentang produk pelayanan yang di hadapi nasabah.

Pakta menunjukkan bahwa seringkali terjadi kesenjangan antara kinerja Bank dengan harapan nasabah. Seringkali nasabah mengeluhkan atas pelayanan yang diberikan bank, salah satu contohnya adalah dalam hal antrian pada masa covid 19 seringkali nasabah mengeluh dan menilai kalau pelayanan yang dilakukan bank kurang cepat, yang padahal bank sendiri sudah berupaya memberikan pelayanana yang cepat. Tentunya di luar itu masih dimungkinkan ada hal-hal lain pada pelayanan bank yang tidak sesuai dengan harapan nasabahnya, sehingga perlu diketahui oleh bank, hal-hal apa sajakah yang dikeluhkan oleh nasabah dari pelayanan yang diberikan bank.

Landasan Teoretis

Tinjauan Umum Tentang Bank

Kata bank berakar kata banque dalam bahasa Prancis dan dari branco dalam bahasa Italia, yang berarti peti/lemari atau bangku. Kata peti atau lemari mengisyaratkan fungsi bank sebagai tempat menyimpan benda-benda berharga, seperti peti emas, peti berlian, dan sebagainya.

Masyarakat di negara maju dan berkembang sangat tidak terlepas dari aktivitas bank, masyarakat sangat membutuhkan bank sebagai tempat untuk melakukan transaksi keuangannya. Aktivitas keuangan yang paling sering di lakukan masyarakat antara lain aktivitas penyimpanan dan penyaluran dana.

Menurut Undang-Undang Perbankan nomor 10 tahun 1998 yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit dan/bentuk lainnya dalam rangka .meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Aktivitas ekonomi dan aktivitas keuangan dalam bentuk badan usaha yang fungsinya menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana dari masyarakat dalam undang undang perbankan yang di sebut dengan bank.



Bank menghimpun dana masyarakat kemudian menyalurkan kembali ke masyarakat dalam bentuk kredit dengan tujuan mendorong kesejahteraan hidup rakyat banyak, karena itu bank juga disebut financial Intermediary.

Selanjutnya dilihat perkembangan perbankan di Indonesia dalam system operasionalnya sebuah bank dapat menganut dual banking system, ini artinya sebuah bank dalam operasinya dalam bentuk usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah selain prinsip-prinsip konvensional Undang-Undang perbankan syariah No. 21 tahun 2008 yang dimaksud dengan bank syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut dengan bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam kegiatan melaksanakan usahanya.

Selain bank konvensional bank syariah merupakan bank yang kegiatannya mengacu pada hukum Islam. Dan didalam kegiatannya tidak membebankan bunga maupun tidak membayar bunga kepada nasabah. Imbalan yang di terima oleh bank syariah maupun yang di bayar tergantung dari akad dan perjanjian antara nasabah bank.

Kehadiran bank memiliki arti penting bagi kelangsungan kegiatan ekonomi. Fungsi utama bank adalah mempertemukan dua pihak atau lebih yaitu pihak yang membutuhkan dana (borrower) di satu sisi dan pihak yang mempunyai kelebihan dana (saver) pada sisi lain.

Keberadaan bank bukanlah sekedar lembaga keuangan yang profit dan bersifat sosial, bank syariah juga menjadi lembaga bisnis dalam rangka memperbaiki perekonomian umat. dengan demikian maka dalam bentuk pinjaman kepada masyarakat harus disalurkan dalam bentuk pinjaman kepada masyarakat yang membutuhkan. Disamping itu, para penabung bank BRI juga mengharapkan agar modal yang ia setorkan dapat seefektif mungkin disalurkan dalam bentuk investasi sehingga keuntungan yang optimal bisa dicapai dengan bagi hasil. Untuk menjaring nasabah yang bersedia menanamkan atau memanfaatkan dana di bank ternyata tidak mudah. Walau menurut berbagai laporan bahwa peningkatan nasabah bank BRI pasar Gamalama terus meningkat mengalami peningkatan namun jumlah tersebut masih jauh dari harapan mengingat bangsa Indonesia khususnya Kota Ternate berada pada masa covid 19 tentu akan mempengaruhi terhadap kepuasan pelanggan.

Lembaga keuangan bank merupakan lembaga keuangan yang memberikan jasa keuangan yang paling lengkap, disamping menyalurkan dana atau memberi pinjaman (kredit) juga usaha menghimpun dana dari masyarakat luas dalam bentuk simpanan. Kemudian usaha bank dalam bentuk lainnya, memberikan jasa yang mendukung dan memperlancar kegiatan dengan memberikan pinjaman dengan kegiatan menghimpun dana.

Lembaga Keuangan yang merupakan lembaga perantara dari pihak yang memiliki kelebihan dana (surplus of funds) dengan pihak yang kekurangan dana (lack of funds), memiliki fungsi sebagai perantara keuangan masyarakat (financial intermediary).

Menurut SK Menteri Keuangan RI No.792 Tahun 1990, “Lembaga Keuangan adalah semua badan yang kegiatannya bidang keuangan, melakukan penghimpunan dan penyaluran dana kepada masyarakat terutama guna membiayai investasi perusahaan”

Salah satu lembaga keuangan atau lembaga bisnis yang bergerak dalam menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana kembali ke masyarakat dan memberikan jasa-jasa bank lainnya adalah lembaga bank. Lembaga keuangan bank merupakan salah satu sektor yang dapat



menunjang keberhasilan pembangunan ekonomi masyarakat umumnya di Indonesia dan khususnya di Kota Ternate.

Selanjutnya sebagaimana yang kita ketahui bahwa bank di Indonesia menganut system yang di sebut dengan duel banking sistem yang mengandung pengertian bahwa bahwa sebuah bank dapat beroperasi secara syariah dan secara konvensional sehingga memungkinkan nasabah dapat memberikan alternative pilihan antara bank syariah atau bank konvensional. Kedua sistem perbankan ini secara sinergis dan bersama- sama melayani kebutuhan masyarakat akan produk dan jasa perbankan.

Salah satu indikator keberhasilan sebuah bank dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat dapat dilihat dari peningkatan nasabah yang mengimpan dananya pada sebuah bank, sehingga jumlah nasabah semakin banyak dalam mempergunakan dana tersebut. Oleh karena itu sebuah bank harus bekerja keras dalam memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan para nasabah.

Kenyataanya para nasabah memiliki banyak pilihan, kekuatan nasabah semakin besar, semua ini menjadi bagian penting dalam mendorong setiap bank menempatkan orientasi kepada kepuasan nasabah semakin besar dalam memberikan pelayanan. Pihak bank memberikan pelayanan untuk memenangkan persaingan terletak pada kemampuan bank memberikan total customer value yang dapat memuaskan nasabah melalui pelayanan yang di berikan oleh pihak bank.

Pihak bank dalam membrikan pelayanan kepada nasabah tentu menggerakan seluruh personal yang ada didalamnya dalam rangka memberikan kekuatan pelayanan yang maksimal dan yang terbaik khususnya pelayanan dari sisi costumer servis, karena faktanya dilapangan customer servis sering-sering mendapatkan keluhan-keluhan dari nasabah. dan juga customer servis lebih banyak berintraksi dengan nasabah terutama dari sisi pelayanan, oleh karena itu customer servis harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik, agar nasabah merasa puas dengan produk dan pelayanan yang di berikan.

Setiap pelayanan tidak terlepas dari dua sisi ada yang baik ada juga yang buruk. Pelayanan yang buruk tentu akan dapat berakibat fatal bagi sebuah perusahaan, pada akhirnya perusahaan tidak akan mendapatkan kepercayaan dari para pelanggannya, perlahan-lahan pelanggan akan meninggalkan perusahaan tersebut apabila pelayanan yang diberikan tidak memuaskan nasabah.

Untuk menjaga dan meningkatkan kepercayaan nasabah, maka bank perlu menjaga citra positif di mata masyarakatnya. Citra ini dapat dibangun melalui kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kualitas keamanan. Tanpa citra yang positif maka kepercayaan yang sedang dan akan dibangun tidak akan efektif. Untuk meningkatkan citra perbankan, maka bank perlu menyiapkan personil yang mampu menangani dan melayani keinginan nasabahnya. Personil yang diharapkan dapat melayani keinginan dan kebutuhan nasabahnya inilah yang disebut Custemer Service atau ada juga yang disebut dengan Service Assistance.

Sebagai lembaga keuangan yang usaha utamanya memberikan jasa penyimpanan dan menyalurkannya kembali dalam berbagai alternatif pinjaman kepada masyarakat juga perlu memfokuskan pada kinerja pelayanan untuk memuaskan pelanggannya



Berdasarkan penjelasan di atas maka peneliti menarik suatu kesimpulan bahwa yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana kepada masyarakat berdasarkan prinsip-prinsip operasional sebuah bank yang dianut. (bank Syariah dan bank Convensional).

Pengertian Strategi

Strategi dalam kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) diartikan sebagai rencana yang cermat mengenai kegiatan mencapai sasaran khusus. Secara etimologi “strategi” atau “strategos” berasal dari bahasa Yunani kuno yang berarti “memimpin” atau “generalship” atau dengan analogi lain adalah sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang. Pada awalnya kata “Strategi” digunakan untuk kepentingan militer saja tetapi kemudian berkembang berbagai bidang yang berbeda seperti strategi ekonomi, pemasaran, manajemen, strategic dan lain sebagainya. Dalam definisi lain tentang strategi sebagaimana yang telah di kemukakan oleh seorang ahli Clausewitz. Clausewitz mengemukakan yang dimaksud dengan strategi adalah seni pertempuran untuk memenangkan perang, sehingga istilah strategi sering di gunakan dalam istilah peperangan atau strategi perang. Sejalan dengan uraian diatas, dari sudut etimologis berarti penggunaan kata “strategi” dalam manajemen sebuah organisasi, dapat diartikan sebagai kiat, cara dan taktik utama yang dirancang secara sistematis dalam melaksanakan fungsi-fungsi manajemen, yang terarah pada tujuan strategi organisasi.

Selanjutnya Stephanie K. Marrus, mengungkapkan definisi strategi adalah proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya untuk mencapai tujuan. Definisi umum mengenai strategi yang di ungkapkan seorang ahli yang bernama George Steiner mengartikan Strategi secara umum adalah merupakan rencana jangka panjang untuk mencapai tujuan. Strategi terdiri atas aktivitas-aktivitas penting yang diperlukan untuk mencapai tujuan. Sedangkan menurut Grant memahami strategi sebagai keseluruhan rencana mengenai penggunaan sumber daya untuk menciptakan posisi menguntungkan.

Selanjutnya Strategi yaitu sebuah konsep yang perlu dipahami dan diterapkan oleh setiap entrepreneur maupun setiap manajer, dalam segala macam bidang usaha. Strategi juga merupakan suatu keputusan, tentang tujuan-tujuan apa yang akan diupayakan pencapaiannya, tindakan-tindakan apa yang perlu dilakukan, dan bagaimana cara memanfaatkan sumber-sumber daya guna mencapai tujuan-tujuan tersebut.

Namun seiring berjalannya perkembangan ilmu pengetahuan, strategi berkembang untuk semua kegiatan organisasi termasuk keperluan ekonomi, sosial, budaya dan agama. Penggunaan kata strategi sendiri dalam manajemen atau dalam organisasi dapat diartikan sebagai kiat atau cara dan taktik utama yang dirancang secara sistematis dalam melaksanakan fungsi manajemen yang terarah pada tujuan strategi organisasi.

Buzzel dan Gale, mengungkapkan strategi adalah kebijakan dan keputusan kunci yang digunakan oleh manajemen yang memiliki dampak besar pada kinerja keuangan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus dan saling berhubungan dalam waktu dan ukuran. Dalam sebuah perusahaan, strategi merupakan salah satu faktor terpenting agar perusahaan dapat berjalan dengan baik. Strategi yang di maksud dalam penelitian ini adalah upaya atau rencana cermat yang akan dilakukan yang oleh customer servis dalam mencapai sasaran khusus, dengan adanya 3 unsur



strategi yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan pencapaian hasil/ evaluasi untuk meningkatkan Kualitas kepuasan nasabah.

Sejalan dengan pendapat dan uraian para pakar di atas, dari sudut etimologis berarti penggunaan kata “strategi” dalam manajemen sebuah organisasi, dapat diartikan sebagai kiat, cara dan taktik utama yang dirancang secara sistematis dalam melaksanakan fungsi fungsi manajemen, yang terarah pada tujuan strategi organisasi.

Macam Macam Strategi

Tinjauan pengertian dari beberapa strategi ada yang bermacam macam di antara sebagai berikut:

a. Strategi Pemimpin Pasar (market leader)

Pemimpin pasar adalah perusahaan yang diakui oleh industry yang bersangkutan sebagai pemimpin. Perusahaan yang dominan selalu ingin tetap nomor satu. Sikap ini mendorongnya untuk mengambil tindakan ke 3 arah yaitu: mengembangkan pasar keseluruhan, melindungi pangsa pasar, dan memperluas pangsa pasar.

b. Strategi Pemantang Pasar (market challenger)

Pemantang pasar adalah perusahaan “runner up” yang secara konstan mencoba memperbesar pangsa pasar mereka. Yang dalam usaha tersebut mereka berhadap secara terbuka dan langsung dengan pemimpin pasar. Strategi yang dilakukannya adalah dengan menentukan lawan dan sasaran strategi serta memilih penyerangnya.

c. Strategi Pengikut Pasar (market follower)

Pengikut pasar adalah perusahaan yang mengambil sikap tidak mengusik pemimpin pasar dan hanya puas dengan cara menyesuaikan diri terhadap kondisi-kondisi pasar.

d. Strategi Penggarap Pasar (market nicher)

Penggarap ceruk pasar adalah perusahaan yang mengkhususkan diri melayani sebagai pasar yang diabaikan perusahaan besar. Strategi yang dilakukan adalah spesialisasi dalam hal pasar, konsumen, produk, dan sebagainya.

Agama islam di turunkan sebagai agama yang universal(utuh) ini artinya bahwa dalam islam ajaran yang di sampaikan bukan mengajarkan tentang ibadah akan tetapi islam mengajarkan tentang juga tentang bermuamalah konsep islam mengajarkan bahwa dalam memberikan pelayanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Hal ini tampak dalam Al-Qur’an surah AL-Baqarah ayat 26

Terjemahnya

Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memancingkan mata terhadapnya. dan ketahuilah, bahwa Allah maha kaya lagi maha terpuji.”



Berdasarkan terjemahan ayat tersebut diatas dapat dipahami bahwa al-qur'an mengajarkan kepada kita bahwa dalam memberikan pelayanan hendaklah secara maksimal sehingga dapat di rasakan manfaatnya atau kepuasannya, dengan demikian strategi dalam memberikan pelayanan sangat di anjurkan oleh al-quran. Sehingga kepuasan dapat dirasakan manfaatnya oleh masyarakat.

Berdasarkan uraian tentang beberapa pakar rujukan ayat al-quran di atas maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa strategi adalah upaya pengelolaan manajemen yang dirancang secara sistematis dalam melaksanakan fungsi manajemen yang terarah pada tujuan strategi organisasi.

Tinjauan Umum Tentang Konsep Pelayanan

Pelayanan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) definisi “Pelayanan adalah perihal dan memudahkan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang dan jasa” Sedangkan definisi pelayanan yang lebih rinci adalah “suatu aktifitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disebabkan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen”

Selain itu pelayanan juga didefinisikan sebagai “kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor material melalui sistem prosedur dan dengan metode tertentu dalam rangka usaha memnuhi kepentingan orang lain sesuai haknya”. Dari beberapa definisi di atas, dapat diketahui bahwa ciri pokok pelayanan adalah tidak kasat mata dan melihat upaya manusia atau peralatan lain yang disediakan perusahaan penyelenggara pelayanan. Hal ini menjelaskan bahwa pelayanan adalah bentuk sistem, prosedur atau metode tertentu yang diberikan kepada orang lain dalam hal pelanggan agar kebutuhan pelanggan tersebut dapat terpenuhi sesuai dengan harapan mereka.

Kualitas Pelayanan

Pelayanan menurut Zeithaml, Parasuraman dan Berry, terdapat lima bagian yang harus terpenuhi kelima bagian tersebut yang di sebut : Tangible, Responsiveness, Reliability, Assurance, dan Emphaty. Kelima bagian tersebut juga dapat disebutkan dengan nama Kualitas Pelayanan Service Quality, atau yang disebut (SERVQUAL), kelima bagian tersebut diatas dapat dijadikan sebagai indikator/mengukur tingkat kepuasan nasabah dengan metode SERVQUAL. Sehingga dari kelima dimensi tersebut memiliki peran dalam mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah.

a. Tangible (Bukti langsung)

Tangible yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensi kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

b. Reliability (Kehandalan)

Reliability adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.



c. Responsiveness (Daya tanggap)

Responsiveness adalah suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.

d. Assurance (Jaminan)

Assurance yaitu pengetahuan, kesopanan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.

e. Emphaty (Empati)

Emphaty adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan

Selanjutnya Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima. Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Kualitas pelayanan merupakan usaha untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan pelanggan, serta ketetapan penyampaiannya untuk menyesuaikan dengan keinginan konsumen. Pelayanan yang unggul diartikan sebagai suatu cara ataupun sikap dari karyawan untuk memberikan pelayanan yang memuaskan bagi konsumen/pelanggan". Kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan secara umum merupakan 4 unsur pokok dari konsep kualitas

Dalam memenuhi kualitas pelayanan pada yang memadai di perlukan stakeholder bank yang siap melayani nasabah, dalam rangka untuk mencapai mutu pelayanan sehingga kepuasan nasabah dapat terwujud.

Pelayanan Yang Baik

Pengertian pelayanan yang baik adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan standard yang telah ditetapkan. Kemampuan tersebut ditunjukkan oleh sumber daya manusia dan sarana serta prasarana yang dimiliki. Pelayanan yang baik juga harus didukung oleh sarana dan prasarana yang dimiliki oleh perusahaan. Ketersediaan dan kelengkapan sarana dan prasarana yang dimiliki oleh perusahaan semata-mata untuk mempercepat pelayanan serta meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan

Dari definisi tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang baik adalah kemampuan perusahaan untuk menyiapkan sumber daya manusia yang handal dengan segala kelebihannya. Kesiapan sumber daya manusia ini harus didukung oleh sarana dan prasarana yang dimiliki dan sebaiknya tidak ketinggalan zaman. Untuk mencapai kecepatan dan ketepatan pelayanan yang akan diberikan, pelayanan yang baik juga perlu didukung oleh ketersediaan dan kelengkapan produk yang dibutuhkan pelanggan.



Ciri-Ciri Pelanggan yang Baik

Dalam praktiknya, pelayanan yang baik memiliki ciri-ciri tersendiri dan hampir semua perusahaan menggunakan kriteria yang sama untuk membentuk ciri-ciri pelayanan yang baik. Terdapat beberapa factor pendukung yang berpengaruh langsung terhadap mutu pelayanan yang diberikan. Yang memengaruhi pelayanan yang baik pertama adalah faktor manusia yang memberikan pelayanan tersebut. Manusia (karyawan) yang melayani pelanggan harus memiliki kemampuan melayani pelanggan secara cepat dan tepat.

Manusia (karyawan) yang melayani pelanggan harus memiliki kemampuan melayani pelanggan secara cepat dan tepat. Di samping itu, karyawan harus memiliki kemampuan dalam berkomunikasi, sopan santun, ramah dan bertanggung jawab penuh terhadap pelanggannya. Kedua pelayanan yang baik juga harus diikuti oleh tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan, ketepatan, dan keakuratan pekerjaan. Prasarana dan sarana yang dimiliki harus dilengkapi oleh kemajuan teknologi terkini. Pada akhirnya, prasarana dan sarana yang dimiliki juga harus dioperasikan oleh manusia yang berkualitas pula. Jadi dapat dikatakan kedua faktor tersebut saling menunjang satu sama lainnya.

Pelayanan Prima (service excellence)

Pengertian pelayanan prima

Berkaitan dengan pelayanan, ada dua istilah yang perlu diketahui, yaitu melayani dan pelayanan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pengertian melayani adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa yang di perlukan seseorang. Sedangkan pengertian pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang lain.

Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi yaitu perorangan kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Adapun karakteristik tentang pelayanan agar menjadi dasar bagaimana memberikan pelayanan yang terbaik, yaitu:

- 1) Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
- 2) Pelayanan itu kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang sifatnya adalah tindakan social.
- 3) Produksi dan konsumsi dari pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya kejadiannya bersamaan dan terjadi di tempat yang sama

Sementara pelayanan prima merupakan terjemahan dari istilah excellence service yang secara harfiah berarti pelayanan yang sangat baik dan atau pelayanan yang terbaik. Disebut sangat baik atau terbaik, karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki oleh instansi yang memberikan pelayanan serta memuaskan pelanggan. Instansi pelayanan harus memiliki standar pelayanan yang dapat menjadi ukuran dalam memuaskan pelanggan. Pelayanan disebut sangat baik atau terbaik atau akan menjadi prima, manakala dapat atau mampu memuaskan pihak yang dilayani (pelanggan), jadi pelayanan prima dalam hal ini sesuai dengan harapan pelanggan. Standar pelayanan adalah ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembakuan pelayanan yang baik. Dalam standar pelayanan ini juga terdapat baku mutu pelayanan. Adapun pengertian mutu merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pihak yang menginginkannya



Selanjutnya Pelayanan dapat juga diartikan setiap tindakan membantu, menolong, memudahkan, menyenangkan dan bermanfaat bagi orang lain. Pelayanan nasabah adalah rangkaian kegiatan sikap dan perilaku petugas bank dalam menerima kehadiran atau berkomunikasi dengan nasabah secara langsung maupun tak langsung. Dari pengertian diatas dapatlah disimpulkan sebagai berikut:

- a) Adanya rangkaian kegiatan sikap dan perilaku petugas bank.
- b) Adanya komunikasi dengan nasabah.
- c) Bertujuan untuk membantu menolong dan menyenangkan konsumen (nasabah) atau memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah.

Salah satu kualitas pelayanan yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah modal servqual (service quality). Service quality adalah perbandingan antara kenyataan yang diterima lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu dan nasabah akan puas, sebaliknya jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu. Maka dapatlah disimpulkan bahwa pelayanan pelanggan merupakan aktivitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen/nasabah, baik sebelum transaksi, saat transaksi dan sesudah transaksi. Pelayanan dapat dibedakan menjadi tiga kelompok, yaitu:

- a. Care service, adalah pelayanan yang ditawarkan kepada pelanggan yang merupakan produk utamanya. Misalnya perbankan produk utamanya adalah sebagai sarana penyimpanan dana masyarakat dan menyalurkan dana kepada masyarakat
- b. Supporting service merupakan pelayanan tambahan (pendukung). Untuk meningkatkan nilai pelayanan atau untuk membedakan dengan pelayanan-pelayanan dari pihak "pesaingnya". Misalkan fasilitas mobile-banking dan internet banking. Fasilitas ATM.

Metode

Berdasarkan permasalahan penelitian tersebut di atas, penelitian ini dikelompokkan sebagai penelitian deskriptif kualitatif, di mana penelitian diskriptif kualitatif adalah penelitian yang mendeskripsikan mak'na, dan menggambarkan pemahaman, pengertian tentang sesuatu fenomena, kejadian, ke dalam aktivitas manusia dengan terlibat secara langsung atau tidak langsung dalam penelitian yang diteliti.

Menurut S. Nasution ada tiga unsur pendukung yang sangat penting dalam menentukan lokasi penelitian yaitu: tempat, pelaku dan aktivitas. Langkah awal dilakukan peneliti adalah menentukan lokasi penelitian, Lokasi penelitian yaitu bank BRI cabang pasar Gamalama Kota Ternate. BRI ini dijadikan lokasi penelitian berdasarkan pertimbangan bahwa bank BRI secara letaknya geografis sangat strategis, karena berada pada titik pusat Kota Ternate tengah jalan Sultan Abidin Syah Kecamatan Kota tengah yang merupakan dua aktivitas ekonomi yang berlangsung bersamaan sekaligus setiap hari. Hal ini dapat mempengaruhi perputaran uang/modal setiap saat dimana nasabah dengan mudah dapat menabung hasil pendapatan atau menarik modal dari hasil taransaksi jual beli di bank yang terletak berhempitan dengan bank BRI cabang pasar Gamalam Selain itu juga bagi masyarakat yang yang memdiami wilayah kelurahan Kota Ternate tengah pun dengan mudah dapat melakukan transaksi keuangan dengan cepat dan mudah setiap saat.



Pembahasan

Strategi Pelayanan Customer Servis di masa Pandemi Covid 19 Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Cabang Pasar Gamalama Kota Ternate

Bank sebagai lembaga atau badan usaha yang bergerak dalam bidang financial yang menggerakkan ekonomi masyarakat terutama dalam menghimpun dana, dan menyalurkan dana kembali ke masyarakat dan memberikan jasa-jasa bank lainnya, bank haruslah didukung oleh sarana dan prasarana demi kelancaran suatu aktivitas ekonomi lembaga tersebut, sarana dan prasaran pendukung tentu memberikan kesan kepada nasabah terhadap suatu lembaga tersebut. Jika kesan yang kurang memberikan kepuasan kepada nasabah maka akan berdampak terhadap kinerja bank sehingga nasabah akan semakin hari semakin berkurang, bahkan nasabah bisa berpindah ke bank lain. Dengan demikian orientasi kepuasan nasabah otomatis terletak kepada sarana dan prasaran pendukung yang memadai demi tercipta kepuasan bagi nasabah yang ingin melakukan transaksi ekonomi tanpa ada keluhan. Sehingga nasabah betah berurusan dengan bank. Untuk menjaga dan meningkatkan kepercayaan, maka bank harus menjaga citra positif di mata masyarakat.

Sebagaimana hasil wawancara peneliti dengan bapak bongso ade nasabah bank BRI cabang pasar Gamalama Kota Ternate terhadap sarana dan prasarana bapak bongso ade mengatakan dan menjelaskan Bahwa:

Sejauh yang saya rasakan dan saya amati bahwa sarana dan prasarana cukup lengkap Jika sarana dan prasarana tidak lengkap maka secara otomatis saya tidak dapat melakukan transaksi. Dan saya tidak pernah mendapati nasabah mengeluh dengan sarana dan prasana yang ada.

Berdasarkan tanggapan informan tersebut diatas maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa sarana dan prasarana untuk mendukung aktivitas ekonomi di bank BRI cabang gamalama Kota Ternate telah terpenuhi dengan baik.

Selanjutnya customer servis adalah orang yang disertai tanggung jawab untuk memberikan kepuasan kepada nasabah dan juga sebagai public relation ini artinya seorang customer servis harus mampu terhubung dengan masyarakat diperlukan sikap dan prilaku yang tenang. Ketenangan dalam melayani nasabah dalam setiap pekerja sangat diutamakan yang ditunjukkan oleh customer servis adalah suatu sikap yang sangat penting dalam memberikan kepuasan kepada nasabah. Ketenangan mencakup sikap dan prilaku yang baik, ramah, sopan murah senyum dan komunikatif dan terhindar dari sifat pemaarah, emosi dan cepat putus asa terhadap nasabah dalam melakukan transaksi. Komunikatif yang dimaksud adalah customer servis harus mampu memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungannya dengan nasabah.

Selanjutnya ungkapan hasil wawancara peneliti dengan bapak bongso ade nasabah bank BRI cabang pasar gamalama Kota Ternate mengungkapkan bahwa:

Menurut saya customer servis menunjukkan sebagai pribadi yang ramah, aman, dan tertib

Hal yang sama juga diungkapkan Ibu Firda Fadilah nasabah bank BRI cabang pasar. Gamalama Kota Ternate. Hasil wawancara peneliti dengan Ibu Firda Fadilah mengungkapkan dan menjelaskan bahwa:



Ketika saya melakukan transfer customer servis selalu menunjukkan perilaku yang ramah, murah senyum dan menghormati saya dengan mengucapkan salam dan menyapa boleh saya bantu?

Dalam memberikan pelayanan terutama fungsi dan tugas customer servis harus benar-benar menunjukkan kinerja yang baik dan maksimal demi tercipta kepuasan bagi nasabah/masyarakat. Fungsi dan tugas customer servis harus dilaksanakan sebaik mungkin dan harus bertanggungjawab dari awal hingga akhir dalam melayani nasabah/masyarakat. Kualitas layanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan/nasabah atas layanan yang di terima. Kualitas layanan dapat diketahui dari dengan cara membandingkan persepsi nasabah atas layanan yang benar benar diterima.

Hasil wawancara peneliti dengan Nurdianingsih A.Robo, nasabah bank BRI cabang pasar Gamalama mengungkapkan dan menjelaskan bahwa:

Selama saya menjadi nasabah di BRI cabang pasar Gamalama saya merasa sangat aman dengan pelayanan yang di berikan.

Hal yang sama juga di ungkapkan oleh Sartika Irwan nasabah bank BRI cabang pasar Gamalama mengungkapkan dan menjelaskan bahwa:

Saya sangat senang dengan pelayanan yang diberikan BRI. Cabang pasar Gamalama selama saya menjadi nasabah di bank BRI cabang pasar Gamalama Kota Ternate

Berdasarkan ungkapan para nasabah BRI cabang pasar Gamalama Kota Ternate peneliti menyimpulkan bahwa mutu pelayanan yang dirasakan oleh para nasabah bank BRI cabang pasar Gamalama telah menunjukkan rasa kepuasan dalam setiap pelayanan yang di berikan pihak bank BRI. Cabang pasar Gamalama Kota Ternate, terutama pelayanan yang di berikan oleh customer servis.

Selanjutnya kualitas pelayanan terutama yang berhubungan dengan pelayanan jasa bank, pelanggan akan merasa puas bila masyarakat/nasabah mendapatkan pelayanan baik sesuai dengan yang diharapkan. Nasabah yang merasa puas akan menunjukkan kemungkinan untuk membeli kembali produk-produk yang ditawarkan pihak bank. Pelanggan yang puas akan cenderung memberikan informasi dari mulut ke mulut terhadap produk yang ditawarkan oleh bank.

Kejujuran dalam suatu perusahaan sangat dibutuhkan dalam melakukan pelayanan terdapat transaksi nasabah terutama kejujuran kerja customer servis dalam melayani nasabah itu sendiri, karena hal tersebut dapat menentukan timbulnya trust (kepercayaan) bagi nasabah dalam melakukan transaksi. Kerahasiaan dalam melakukan transaksi adalah modal yang sangat penting dalam membangun kepercayaan itu.

Hasil wawancara peneliti dengan Lisa Ade nasabah bank BRI cabang pasar Gamalama beliau mengungkapkan bahwa:

Customer servis sangat menjaga rahasia transaksi setiap saya melakukan transaksi.

Kejujuran kerja customer servis adalah jantung dari kepercayaan pihak lembaga khususnya customer servis demi menjaga citra perbankan itu sendiri. Dengan demikian peneliti menyimpulkan bahwa kejujuran yang di bangun dalam rangka menjaga kepercayaan bank terhadap nasabah bank BRI telah diaplikasikan dengan baik dalam rangka menjaga kepercayaan



nasabah. Pelayanan prima merupakan pelayanan yang memenuhi standar kualitas sesuai dengan dengan harapan yang dirasakan nasabah/masyarakat. Setiap kegiatan yang bertujuan dalam menciptakan kepuasan nasabah, setiap masalah diharapkan dapat diselesaikan dengan baik. Salah satu layanan yang diberikan memberikan saran dan solusi atas keluhan dan masalah yang ditemui.

Untuk memberikan nuansa keindahan dalam hal berpenampilan, seorang customer servis harus memiliki persyaratan tertentu. Seorang customer servis yang baik harus memiliki beberapa persyaratan baik yang berupa persyaratan fisik maupun mental. Persyaratan fisik terkait dengan kecantikan wajah, postur tubuh, warna kulit atau proporsional badan kelihatan menarik. Sedangkan persyaratan mental adalah seorang customer servis harus mengembangkan sikap dan perilaku yang baik, ramah, murah senyum dan terhindar dari sikap pemarah dan emosi. Dengan demikian sehingga pelayanan yang diberikan oleh customer servis dirasakan manfaatnya.

Hasil wawancara peneliti dengan Ibu lisa Ade nasabah bank BRI. Cabang Gamalama mengungkapkan bahwa:

Selama saya menjadi nasabah bank BRI cabang pasar Gamalama Ternate saya sangat senang melihat penampilan para customer servis.

Berpenampilan yang menarik adalah satu cara untuk memberikan pelayanan yang memuaskan dan maksimal kepada nasabah. Penampilan adalah salah satu bentuk keindahan yang harus ditunjukkan oleh customer servi. Dengan berpenampilan menarik terbentuklah karakter keindahan dalam memberikan pelayanan yang memuaskan nasabah.

Pengebaran wabah covid 19 yang melanda dunia saat ini berpengaruh terhadap kehidupan sosial, politik tak terkecuali lembaga perbankan. Strategi pelayanan yang diterapkan oleh bank adalah untuk mematuhi protokoler kesehatan yang di undang-undangkan oleh pemerintah, seperti jaga jarak, memakai masker, mencuci tangan hendaklah dilakukan sehingga menimalisir penyebaran covid 19 dapat diatasi. Akan tetapi faktanya menunjukkan bahwa yang terjadi dimasyarakat kadang kadang masyarakat tidak mau mematuhi aturan pemerintah hal ini disebabkan karena masyarakat/atau nasabah kurang memahami pentingnya penerapan protokoler kesehatan tersebut.

Hasil wawancara peneliti ketika peneliti mewancarai beberapa nasabah Ibu Nurdianingsih A. Robo mengatakan dan mengungkapkan bahwa:

Saya kurang puas dengan pelayanan antrian pada masa covid 19 ini karena sangat terbatas.

Hal yang sama juga disampaikan Ibu Firda Fadilah nasabah bank BRI cabang pasar Gamalama menyatakan dan mengungkapkan bahwa:

Saya merasa kurang puas karena pelayanan pada masa pandemic covid 19 ini sangat tidak teratur/terbatas.

Hal yang sama juga di sampaikan Ibu lisa ade nasabah BRI hasil wawancara peneliti Ibu lisa Ade mengatakan bahwa:

Saya merasa tidak puas dengan sistem antrian pada saat ini, bukan hanya saya sendiri ada juga nasabah lain yang mengeluh.



Sebaliknya hal yang berbeda diungkapkan oleh Ibu Sartika Irwan sebagaimana hasil wawancara peneliti dengan Ibu Sartika Irwan menyatakan bahwa:

Saya sangat puas dan senang dengan pelayanan dimasa pandemic covid 19 karena bank BRI cabang pasar Gamalama telah menerapkan protokoler kesehatan demi kesehatan kita bersama.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan beberapa nasabah bank BRI tersebut diatas maka peneliti menarik suatu kesimpulan bahwa protokoler yang diterapkan oleh bank BRI dalam rangka mematuhi aturan yang diterapkan oleh pemerintah di mana untuk mencegah penyebaran covid 19 tidak boleh berkerumun, jaga jarak, dan cuci tangan. Peraturan pemerintah ini berlaku untuk semua aktivitas kehidupan masyarakat saat ini termasuk kepada nasabah dan aktivitas bank BRI. Demi menjaga penyebaran covid tersebut bank BRI cabang pasar Gamalama Menerapkan P2M dimana saling peduli, saling menjaga, dan saling melindungi. Alasan lain dari ungkapan beberapa nasabah tersebut diatas di sebabkan karena ada sebagian nasabah yang kurang memahami pentingnya arti kesehatan dan juga disebabkan karena faktor pendidikan masyarakat semakin rendah. Sehingga belum memahami pentingnya arti kesehatan.

Pemerintah pusat terus menerus memberikan arahan kepada pemerintah daerah dalam hal ini pemerintah Kota Ternate untuk selalu menerapkan protokoler kesehatan. Baik instansi pemerintah maupun swasta dan termasuk bank BRI. Cabang pasar Gamalama Kota Ternate untuk terus melakukan upaya pencegahan terhadap penyebaran covid 19. Agar penyebaran covid 19 dapat dicegah dengan baik.

Kesimpulan

Berdasarkan uraian hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan peneliti tersebut di atas, maka peneliti menyimpulkan bahwa Strategi Pelayanan Customer Servis di Masa Pandemi Covid 19 Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BRI cabang pasar Gamalama Kota ternate (Provinsi Maluku Utara) dapat memberikan kepuasan kepada nasabah. Hal ini dapat dilihat dari hasil wawancara peneliti dengan beberapa nasabah terkait aspek-aspek pelayanan yang dilakukan customer servis terhadap kepuasan nasabah. Hasil wawancara peneliti terkait dengan aspek aspek pelayanan customer servis terhadap pelayanan nasabah diantaranya aspek sarana dan prasarana cukup lengkap. Selanjutnya hasil wawancara peneliti terkait dengan pelayanan customer servis terkait perilaku customer servis dalam melayani nasabah telah menunjukkan perilaku yang ramah, aman dan tertib dalam melayani para nasabah, walaupun ada beberapa nasabah yang masih mengeluh disebabkan karena tingkat pemahaman tentang pentingnya kesehatan yang masih rendah, sehingga masih ada beberapa nasabah yang masih mengeluh terkait dengan aspek pelayanan yang di berikan customer servis terhadap nasabah pada masa pandemi covid 19 seperti pelayanan yang diberikan oleh pihak bank ditentukan harus memakai masker, pihak bank masih melakukan sistem antrian di halaman kantor bank. Hal ini dilakukan oleh pihak bank dalam memenuhi peraturan pemerintah tentang protokoler kesehatan demi menjaga lebih meluasnya wabah penyebaran covid 19.



Daftar Pustaka

- Achwan, Harry Tjahjono dan Totok Subjacto (2001). *Aspek-Aspek Hukum Perbankan Di Indonesia*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- B.N Mubun (2003). *Kamus Manajemen*. Jakarta: PustakaSinar Harian.
- Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Pusat Bahasa, Edisi 4, Jakarta : PT. Gramedia Pusat Utama, 2008,
- Dian Amalia Farhan (2018). *Strategi Pelayanan Prima Oleh Customer Service untuk Membangun Loyalitas Nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga*. Purwokerto: IAIN Purwokerto.
- Emzir (2012). *Analisa Data: Metodologi Penelitian Kualitatif Cet.1-3*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Fandy Tjiptono (2017). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: ANDI.
- Hadadi Nawawi dan Martini (1996). *Intrumen Penelitian Bidang Sosial*. Yokyakarta:Gaja Mada University Press.
- Hadari Nawawi (2000). *Managemen Strategi Organisasi Non Profit Bidag Pemerintahan Dengan Ilustrasi di bidang pendidikan*. Yogyakarta: Gadjah Mada Universitas Press.
- Hadari Nawawi (2012). *Manajemen Strategi Organisasi Non Profit Bidang Pemerintahan Dengan Ilustrasi di Bidang Pendidikan*. Yogyakarta: Gajah Mada Universitas Press, 2012
- Irwan Misbach (2013). *Bank Syariah: Kualitas Layanan, Kepuasan, dan Kepercayaan*. Makassar: Alauddin University Press.
- Kasmir (2006). *Etika Customer Service*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Kasmir (2006). *Kewirausahaan*. Jakarta: PT. Grafindo Pustaka.
- M. Nur Rianto (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta cv.
- M.. Ismail Yustanto dan M. Karbet Widjatakusuma (2002). *Menggagas Bisnis Islam*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Malayu S.P. Hasibuan (2001). *Dasar-dasar Perbankan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Manullang (2008). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa penerbangan PT. Garuda Indonesia Airlines di Bandara Polonia Medan*. Thesis-S2, Universitas Sumatera Utara.
- Muhammad (2005). *Bank Syariah Problema dan Prospek Perkembangan di Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Muri Yusuf (2014). *Metode penelitian Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Kencana.
- Nina Rahmayanty (2013). *Manajemen Pelayanan Prima*. Yokyakarta: Graha Ilmu.
- Ratminto dan Atik (2005). *Manajemen Pelayanan*. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Suharsimi, Arikunto (2010). *Prosudur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: Rineka Cipta.