



**PELAYANAN PRIMA BERBASIS KOMUNIKASI DALAM
PENINGKATAN JUMLAH NASABAH
(STUDI KASUS *CUSTOMER SERVICE* BNI SYARIAH
PEKALONGAN)**

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) Perbankan Syariah



Oleh:

ACHMA NUR AMALIA
NIM. 2012115043

**JURUSAN D3 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2019**

**PELAYANAN PRIMA BERBASIS KOMUNIKASI DALAM
 PENINGKATAN JUMLAH NASABAH
 (STUDI KASUS *CUSTOMER SERVICE* BNI SYARIAH PEKALONGAN)**

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
 memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) Perbankan Syariah



Oleh:

ACHMA NUR AMALIA
NIM. 2012115043

**JURUSAN D3 PERBANKAN SYARIAH
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
 2019**



SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ACHMA NUR AMALIA

NIM : 2012115043

JURUSAN : D III PERBANKAN SYARIAH

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis mwnyatakan bahwa Tugas Akhir yang berjudul “PELAYANAN PRIMA BERBASIS KOMUNIKASI DALAM PENINGKATAN JUMLAH NASABAH (STUDI KASUS *CUSTOMER SERVICE* BNI SYARIAH PEKLONGAN).” merupakan hasil karya ilmiah yang dibuat oleh penulis sendiri, kecuali referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pemalang, 14 Januari 2019

Yang menyatakan

METERAI
TEMPEL

TGL. 20

5CED6AFF725424051

6000
ENAM RIBURUPIAH

ACHMA NUR AMALIA

NIM. 2012115043



NOTA PEMBIMBING

Ahmad Syukron, M.EI

Jl. Paesan Kedungwuni Pekalongan

Lamp : 2 (dua) eksemplar

Hal : naskah tugas akhir Sdri Achma Nur Amalia

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Pekalongan

c.q. ketua jurusan perbankan syariah

di

PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian ini dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah tugas akhir saudara :

Nama : Achma Nur Amalia

Jurusan : D III Perbankan Syariah

Judul : PELAYANAN PRIMA BERBASIS KOMUNIKASI DALAM PENINGKATAN NASABAH (STUDI KASUS *CUSTOMER SERVICE* BNI SYARIAH PEKLONGAN).

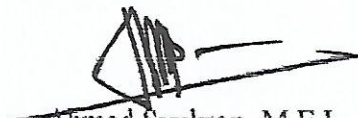
Dengan ini mohon agar tugas akhir saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbingan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Pekalongan, 17 Januari 2019

Pembimbing,



Ahmad Syukron, M.E.I

NIP. 197110152005011003



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Pahlawan, Rowolaku, Kajen Telepon 085728204134, Faksimili (0285) 423418
Website: febi.iainpekalongan.ac.id E-mail: febi@iainpekalongan.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan mengesahkan Tugas Akhir Saudari:

Nama : Achma Nur Amalia
NIM : 2012115043
Judul Tugas Akhir : Pelayanan Prima Berbasis Komunikasi Dalam Peningkatan Jumlah Nasabah (Studi Kasus *Customer Service* Bni Syariah Pekalongan)

Yang telah diujikan pada hari Rabu, tanggal 11 Juli 2018 dan dinyatakan **LULUS**, serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) dalam Ilmu Perbankan Syariah.

Dewan Penguji,

Penguji I

Penguji II


Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.
NIP. 19750220 199903 2 001


Nur Fani Arisnawati, M.M
NIDN. 2019018801

Pekalongan, 14 Maret 2019

Disahkan oleh,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.
NIP. 19750220 199903 2 001

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba	B	be
ت	ta	T	te
ث	sa	š	es (dengan titik diatas)
ج	jim	Je	je
ح	ha	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	kha	Kh	ka dan ha
د	dal	D	de
ذ	zal	Ẓ	zet (dengan titik diatas)
ر	ra	R	er
ز	zai	Z	zet
س	sin	S	es
ش	syin	Sy	es dan ye
ص	sad	ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	dad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)

ع	'ain	'	koma terbalik (diatas)
غ	gain	G	ge
ف	fa	F	ef
ق	qaf	Q	qi
ك	kaf	K	ka
ل	lam	L	el
م	mim	M	em
ن	nun	N	en
و	wau	W	we
ه	ha	H	ha
ء	hamzah	`	apostrof
ي	ya	Y	ye

2. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal rangkap	Vokal Panjang
أ = a		أ = ā
إ = i	أَي = ai	إِي = ī
أ = u	أَوْ = au	أُو = ū

3. Ta Marbutah

Ta Marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh :

مراة جميلة ditulis *mar'atun jamilah*

Ta Marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh :

فاطمة ditulis *fatimah*

4. Syaddad (tasyid, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut.

Contoh :

ربنا ditulis *rabbānā*

البر ditulis al-birr

5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh :

الشمس ditulis *asy-syamsu*

الرجل ditulis *ar-rajulu*

السيدة ditulis *as-sayyidah*

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qamariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh :

القمر ditulis *al-qamar*

البيدع ditulis *al-badi'*

اجلال ditulis *al-jalāl*

6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof /'/.

Contoh :

امرت ditulis *umirtu*

شيء ditulis *syai'un*

PERSEMBAHAN

Tugas akhir ini penulis persembahkan kepada

- ❖ Kedua orang tua penulis Slamet Mawardi, Bunadiyah serta nenek penulis Dasti yang selalu mendoakan dan memotivasi tanpa pamrih.
- ❖ Kepada saudara penulis Amirul Affan, Nurul Ilmi, Yasir Abdillah, Chaerul Umam, Siti Suryati, dan kepada ponakan saya Fakhri Zafran Khairi, M. Razqa Attaqillah semoga Allah selalu memberi keberkahan kepada kita.
- ❖ Untuk pembimbing Bapak Ahmad Syukron M.E.I., terimakasih atas bimbingan dan kesabaran dalam membimbing.
- ❖ Untuk sahabat – sahabatku Syarif, Ma`mun, Lia, Retno, Kiki, Vicky, Mba Alin, Mas Najib, Mas Tiyas, Nova, Mas Sumar, Fifi, Siti, Fitri, Fahimah terimakasih atas persahabatan dan rasa kekeluargaan yang tercipta semoga Allah SWT meridhoi perjalanan hidup kita.
- ❖ Teman – teman seperjuangan PBS B 2015, keluarga besar Racana Kusuma Bangsa- Dewi Kusuma Bangsa atas pengalamannya.

MOTTO

“Jadilah Lebih Baik Dari Hari Kemarin”

-Achma Lia

لا تقل قد ذهبت ايا
كل من سار على الدرب وصل

“Jangan pernah mengatakan hari – hariku telah berlalu. Setiap yang berjalan
dijalur yang benar pasti sampai”



ABSTRAK

Nama : ACHMA NUR AMALIA
NIM : 2012115043
Judul TA : PELAYANAN PRIMA BERBASIS KOMUNIKASI DALAM PENINGKATAN JUMLAH NASABAH (STUDI KASUS *CUSTOMER SERVICE*) BNI SYARIAH PRKALONGAN.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field reaserch*), dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Sumber data penelitian ini diperoleh dari sumber data primer dan sumber data sekunder. Sedangkan metode yang digunakan adalah metode deskriptif dan untuk menguji keabsahannya peneliti menggunakan metode triangulasi.

Penelitian ini menunjukkan pelayanan prima berbasis komunikasi merupakan penerapan komunikasi dalam menunjang perbuatan atau tindakan kepada nasabah yang disesuaikan dengan SOP (Standar Operasional Prosedur) yang berlaku di BNI Syariah Pekalongan. Penerapan corak komunikasi oleh *customer service* dalam pelayanan prima yang diberikan diharapkan mampu menunjang kepuasan nasabah. Hal ini dilakukan guna terciptanya hubungan baik antara BNI Syariah pekalongan dengan nasabah sehingga tercipta kesejahteraan bersama serta tanggung jawab dalam memberikan solusi yang terbaik kepada nasabah atas keluhan yang nasabah sampaikan.

Adanya penerapan pelayanan prima yang didorong komunikasi verbal/non-verbal rupanya memberikan dampak positif terhadap kepuasan nasabah BNI Syariah Pekalongan. Dilihat dari kegiatan *customer service* yang selalu mengutamakan pelayanan terhadap nasabah, memperhatikan kualitas diri, berpenampilan menarik dan mampu berkomunikasi dengan baik maka semakin menarik jika beberapa faktor tersebut ditinjau kembali apakah sesuai dengan kualitas pelayanan yang berhasil dicapai atau malah sebaliknya.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan prima berbasis komunikasi memberikan dampak positif bagi nasabah maupun BNI Syariah Pekalongan. Diantaranya, jumlah nasabah BNI Syariah Pekalongan mengalami peningkatan jumlah nasabah sebanyak 20 – 25 setiap harinya dan peningkatan jumlah nasabah meningkat sebesar 80 – 85% sejak 5 tahun terakhir dihitung dari tahun 2013 – 2017, serta nasabah merasa puas dengan pelayanan prima berbasis komunikasi yang diberikan oleh *customer service* sehingga dapat meningkatkan loyalitas nasabah terhadap BNI Syariah Pekalongan.

Kata kunci : pelayanan prima, komunikasi, dan *customer service*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT, tuhan semesta alam yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini walaupun tidak terlepas dari hambatan – hambatan. Sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, serta keluarganya, sahabat, dan seluruh umat di akhir zaman.

Penulisan Tugas Akhir ini merupakan syarat terakhir yang dibuat guna meraih gelar Ahli Madya (A.Md) pada jurusan D3 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan. Kelemahan, kekurangan telitian, kesempitan dalam berpikir adalah hal – hal yang mengiringi penulis dalam pembuatan Tugas Akhir ini. Namun, syukur Alhamdulillah adalah pribadi – pribadi yang luhur, arahan yang terang dan pendampingan yang membenarkan dari semua pihak yang banyak membantu sehingga penulisan Tugas Akhir ini dapat selesai.

Oleh karena itu salam *ta`dhimi* dan rasa terimakasih penulis ucapkan kepada:

Bapak Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M. Ag selaku Rektor IAIN Pekaongan.

Ibu Dr. Shinta Dewi Rismawati, SH., M.H, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.

Bapak H. Tamammudin, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah IAIN Pekalongan.

Bapak Ahmad Syukron M.E.I., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan penulis selama masa Studi di IAIN Pekalongan.


Bapak dan ibu dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama di bangku perkuliahan.

Segenap staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis IAIN Pekalongan yang telah memberikan pelayanan akademik dengan baik kepada penulis.

Segenap staf BNI Syariah Pekalongan yang telah memberikan izin dan membantu penulis untuk melakukan penelitian.

Semoga Allah SWT memberikan balasan kebaikan yang berlipat ganda kepada semuanya dan Tugas Akhir ini agar bermanfaat dan dapat menambah wawasan serta pengetahuan bagi penulis maupun pembaca. Aamiin.

Pemalang, 14 Januari 2019
Penulis,



Achma Nur Amalia
NIM.2012115043



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
PERSEMBAHAN.....	viii
MOTTO	ix
ABSTRAK	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	10
D. Penegasan Istilah.....	12
E. Sistematik Penulisan.....	13
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Pelayanan (Service) dalam Perbankan Syariah	
1. Pengertian Pelayanan (<i>Service</i>).....	15
2. Dimensi Kualitas Pelayanan	16
B. Pelayanan Prima dalam Perbankan Syariah	

1. Pengertian Pelayanan Prima	18
2. Unsur-Unsur Pelayanan Prima.....	18
3. Ciri-Ciri Pelayanan Prima.....	19
4. Faktor Pelayanan Prima	21
5. Strategi Pelayanan Prima	23
C. Komunikasi (<i>Communication</i>)	
1. Pengertian Komunikasi	24
2. Unsur – unsur Komunikasi	25
3. Proses Komunikasi	26
4. Fungsi dan Tujuan Komunikasi	29
5. Klasifikasi Komunikasi	33
6. Pola – pola komunikasi	36
D. <i>Customer Service</i> dalam Perbankan Syariah	
1. Pengertian <i>Customer Service</i>	38
2. Dasar-Dasar Pelayanan Nasabah	38
3. Penanganan Keluhan Pelanggan Oleh <i>Customer Service</i>	41
E. Konsep Bank Syariah	
1. Pengertian Bank Syariah	42
2. Landasan Bank Syariah	43
F. Penelitian Terdahulu	44
 BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	50
B. Tempat dan Waktu Penelitian	50
C. Sumber Data Penelitian	51

D. Teknik Pengumpulan Data	52
E. Analisis Keabsahan Data	53
F. Metode Analisis Data	54

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	56
1. Profil BNI Syariah Pekalongan	
a. Sejarah BNI Syariah Pekalongan.....	56
b. Visi, Misi, Dan Nilai – Nilai BNI Syariah Pekalongan	58
c. Profil BNI Syariah Pekalongan.....	59
d. Struktur Organisasi BNI Syariah Pekalongan.....	60
2. Produk – Produk Pelayanan BNI Syariah	
a. Produk Jasa	61
b. Layanan.....	67
3. Sumber Daya Insani (SDI) BNI Syariah Pekalongan	
a. Jumlah dan <i>Background</i> Pendidikan Karyawan BNI Syariah Pekalongan.....	71
b. Manajemen <i>Rekrutment</i>	74
c. Standar Kompetensi SDI BNI Syariah	75
d. Pengembangan SDI BNI Syariah.....	76
4. <i>Customer Service</i> BNI Syariah Pekalongan	
a. Peran <i>Customer Service</i>	78
b. Fungsi <i>Customer Service</i>	79
c. <i>Standard Operating Procedures</i>	80
d. Mekanisme Pelayanan Prima BNI Syariah.....	87

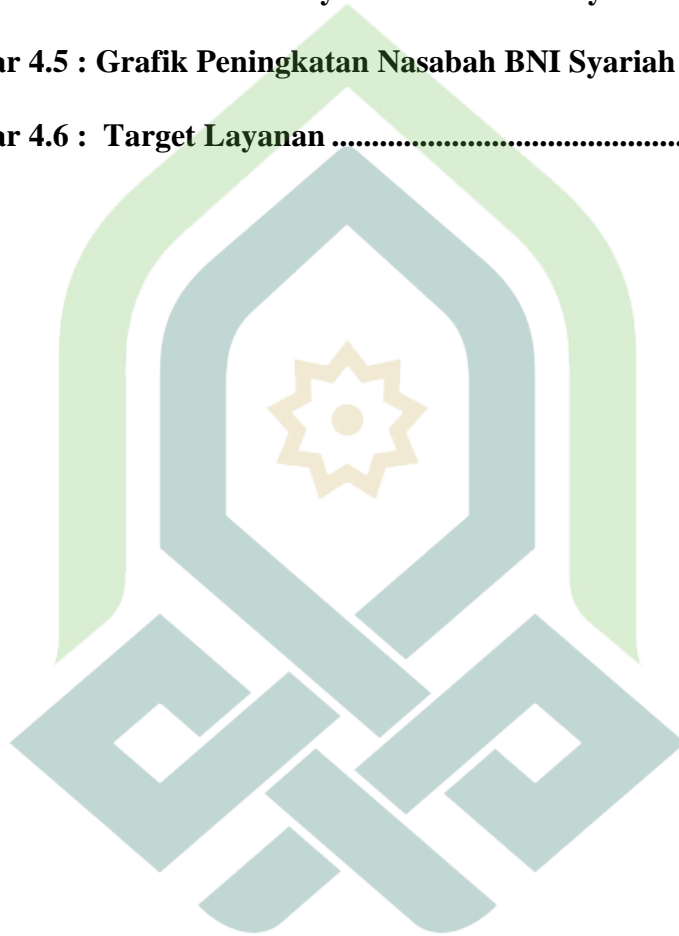
B. Pembahasan

1. Kondisi Pelayanan Prima Berbasis Komunikasi Di BNI Syariah Pekalongan 91
2. Peran Pelayanan Prima Berbasis Komunikasi Dalam Peningkatan Nasabah Di BNI Syariah Pekalongan..... 93

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**A. Kesimpulan 99****B. Saran 100****DAFTAR PUSTAKA 101****LAMPIRAN – LAMPIRAN**

DAFTAR GAMBAR

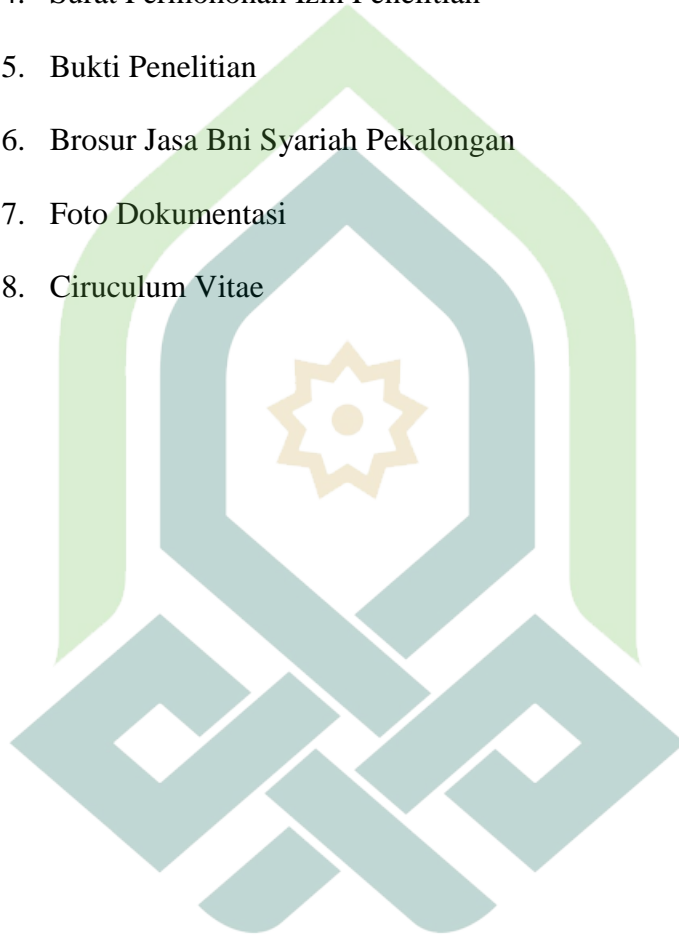
Gambar 1.1 : Grafik Peningkatan Nasabah BNI Syariah	9
Gambar 4.2 : Struktur Organisasi BNI Syariah.....	60
Gambar 4.3 : Data <i>Customer Service</i> BNI Syariah Pekalongan	73
Gambar 4.4 : Mekanisme Pelayanan Prima BNI Syariah	87
Gambar 4.5 : Grafik Peningkatan Nasabah BNI Syariah	94
Gambar 4.6 : Target Layanan	95





DAFTAR LAMPIRAN

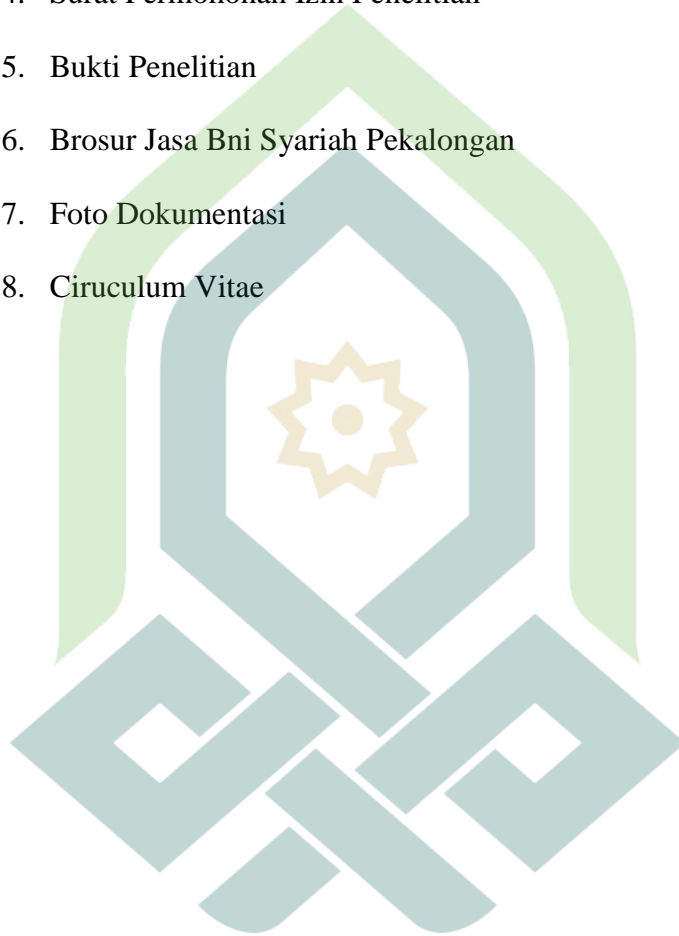
1. Daftar Wawancara
2. Surat Penunjukan Pembimbing
3. Nota Pengesahan Dewan Pembahas Proposal
4. Surat Permohonan Izin Penelitian
5. Bukti Penelitian
6. Brosur Jasa Bni Syariah Pekalongan
7. Foto Dokumentasi
8. Cirriculum Vitae





DAFTAR LAMPIRAN

1. Daftar Wawancara
2. Surat Penunjukan Pembimbing
3. Nota Pengesahan Dewan Pembahas Proposal
4. Surat Permohonan Izin Penelitian
5. Bukti Penelitian
6. Brosur Jasa Bni Syariah Pekalongan
7. Foto Dokumentasi
8. Cirriculum Vitae



BAB I PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Dewasa ini, dunia perbankan syariah telah berkembang pesat hingga pada daerah – daerah tertentu meskipun belum semua kawasan tersentuh. Bank syaria'ah adalah bank yang tidak mengandalkan bunga dalam oprasional produknya baik penghimpunan maupun penyaluran dananya dan lalu lintas pembayaran serta peredaran uang dari dan untuk debitur derdasarkan prinsip-prinsip hukum Islam.¹

Dalam setiap aktivitas operasional bank syariah tentunya didukung oleh beberapa garda penting, diantaranya (*front liner*) yang lebih dikenal dengan *customer service* dan *back office*. Eksistensi *customer service* yang melayani nasabah sebagai pelayan urgen yang harus ada di dalam kinerja bank syariah. *Customer Service* adalah praktisi perbankan yang ditemui oleh nasabah saat nasabah memutuskan bermitra dengan bank.

Ditinjau dari segi bahasa *customer service* berasal dari dua akar kata yaitu *customer* yang memiliki arti pelanggan dan *service* yang artinya pelayanan atau layanan. Pelayanan diartikan sebagai tindakan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada nasabah (pelanggan).²

¹ Wang Sawidjaya Z, *Pembiayaan Bank Syariah* (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2012), hlm. 15–16.

² Kasmir, *Sistem Operasional Bank* (Jakarta: Pustaka Ilmu, 2004), hlm. 64.

Sedangkan pelayanan nasabah atau *customer service* menurut ahli adalah aktivitas diseluruh area bisnis yang berusaha mengombinasikan antara penjualan jasa untuk memenuhi kepuasan konsumen mulai dari pemesanan, pemrosesan hingga pemberian hasil jasa melalui komunikasi demi mempererat kerja sama dengan konsumen.³

Customer service yang merupakan bagian dari unit *front liner* memiliki fungsi sebagai sumber informasi serta perantara bagi bank dan nasabah yang ingin mendapatkan jasa pelayanan maupun produk bank.⁴ Sesuai dengan fungsi inilah *customer service* diharapkan dapat melakukan “*One Stop Service*”, artinya nasabah cukup mendatangi dan menghubungi *customer service* saja dalam berhubungan baik dengan bank. Selanjutnya *customer service* akan menjelaskan ataupun mengerjakan kebutuhan nasabah tersebut dengan menghubungi bagian yang terkait. Hal ini dilakukan demi menjaga kepuasan, kenyamanan dan integritas dari bank termasuk di BNI Syariah Cabang Pekalongan.

Fungsi yang diterapkan dalam kinerja sehari-hari diharapkan dapat meningkatkan kepuasan nasabah karena merasa kepentingannya dikerjakan dengan penuh rasa tanggung jawab dan tidak perlu berhubungan dengan banyak orang untuk memenuhi kebutuhannya. Dalam kedudukannya sebagai *center* dan *contact point* antara bank dengan nasabah, *customer service* haruslah mengetahui secara umum dan luas bentuk – bentuk

³ Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi 2* (Jakarta: Salemba Empat, 2006), hlm. 139.

⁴ Kasmir, *Etika Customer Service* (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2005), hlm. 182.

pelayanan jasa dan produk – produk bank dengan baik. Sebagai *salesman*, *customer service* berfungsi sebagai orang yang menjual produk sekaligus sebagai pelaksana *cross selling*.⁵ *Customer service* dituntut untuk selalu berhubungan dengan nasabah juga berarti menjaga *image* bank agar citranya dapat terus meningkat di mata nasabah.

Dalam setiap perjalanan aktivitasnya, *customer service* selalu dituntut untuk bekerja semaksimal mungkin. Ini karena peran *customer service* sangat berpengaruh pada kredibilitas perusahaan. Demikian juga halnya saat melayani nasabah, layanan umum dan layanan prima harus dilakukan agar loyalitas nasabah semakin tinggi. Mengingat keberadaan *front linner* begitu signifikan, terutama *customer service*, maka tidak menutup kemungkinan (*skill*), sikap (*attitude*), penampilan (*performance*), perhatian (*attention*), tindakan (*action*) dan tanggung jawab (*responsibility*) akan menjadi kebiasaan setiap hari.

Seorang *customer service* tidak akan pernah terlepas dari komunikasi. Baik dalam praktek internalisasi perbankan syariah ataupun aktualisasi eksternal seperti melayani calon nasabah, menghadap keluhan nasabah, mendengarkan problem atau masalah yang dialami nasabah, dan lain sebagainya. Pelayanan prima berbasis komunikasi atau *service excellence communication* merupakan penerapan komunikasi dalam menunjang perbuatan atau tindakan kepada pelanggan apa yang mereka harapkan pada saat nasabah maupun calon nasabah membutuhkan, dengan cara yang

⁵ Kasmir, *Etika Customer Service*, ...hlm. 23.

mereka inginkan. Hal ini dilakukan guna terciptanya hubungan baik dengan nasabah maupun calon nasabah guna terciptanya kesejahteraan bersama. Komunikasi yang dilakukan *customer service* meliputi dua komponen, yaitu verbal (bahasa verbal) dan nonverbal (bahasa tidak verbal). Dalam kehidupan bermasyarakat, terdapat kelompok – kelompok sosial yang memiliki perbedaan khas, yang pada intinya menyangkut bahasa verbal dan nonverbal masing – masing untuk saling berkomunikasi.⁶

Penerapan corak komunikasi setiap hari oleh *customer service* dalam pelayanan prima yang diberikan diharapkan mampu menunjang kepuasan nasabah. Dengan komunikasi, manusia mempelajari dan menerapkan cara – cara untuk mengatasi permasalahan dalam kehidupan sosial. Komunikasi nonverbal adalah proses komunikasi dimana pesan yang disampaikan tidak menggunakan kata – kata. Contoh komunikasi non verbal adalah menggunakan gerakan isyarat, bahasa tubuh, ekspresi wajah, dan kontak mata, penggunaan objek seperti pakaian, potongan rambut, dan sebagainya, simbol – simbol, serta cara berbicara seperti intonasi, penekanan, kualitas suara, gaya emosi dan gaya bicara.⁷

Komunika verbal yaitu komunikasi yang dilakukan dengan cara berbicara kepada satu sama lain.⁸ Tidak menutup kemungkinan komunikasi mencakup pula pada bidang perbankan syariah di Indonesia khususnya

⁶ Effendy, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2003), 53.

⁷ Fitriana Umami Dewi, *Public Speaking; Kunci Sukses Bicara di depan Publik*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), hlm. 74.

⁸ Adi Kusrianto, *Pengantar Desain Komunikasi Visual*, (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2006), hlm. 3.

dibagian *front-linner*, yaitu *customer service*. Komunikasi verbal merupakan salah satu bentuk komunikasi yang lazim digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan bisnis kepada pihak lain baik secara lisan maupun tulisan.

Seorang *customer service* tidak boleh menganggap remeh sebuah komunikasi yang sedang digelutinya. Bagaimana pun cara menyampaikannya tentunya harus diperhatikan dengan seksama. Masalah komunikasi bisa menjadi sebab dan akibat dari kegagalan operasional dan administrasi; misalnya, `rasa tak percaya` dapat menimbulkan komunikasi yang buruk sehingga mengakibatkan lebih besarnya “rasa tak percaya” itu.⁹

Pelayanan prima berbasis komunikasi merupakan tindak lanjut dari pelayanan publik atau pelayanan umum. Sederhananya, pelayanan umum digunakan kepada siapa saja yang berada pada khazanah perbankan syariah atau sekiranya seperti calon nasabah, nasabah yang memiliki keluhan, nasabah pembiayaan. Sedangkan pelayanan prima lebih kearah lanjutan yang mengerucut, artinya pelayanan prima yang dilakukan oleh *Customer Service* diberikan kepada orang – orang yang telah terikat atau menjalin kerjasama dengan lembaganya dalam hal ini adalah Bank BNI Syariah Cabang Pekalongan.

Salah satu tujuan pokok dari *public relation*, *public service*, *Service Excellence* terhadap *External Public* adalah mempererat hubungan dengan

⁹ T.M. Lillico, *Komunikasi Manajemen* (Jakarta: Erlangga, 1980), hlm. 6.

orang-orang atau instansi di luar organisasi / perusahaan, demi terciptanya publik yang menguntungkan organisasi.¹⁰ Peran aktif *customer service* dalam menjalankan tugasnya untuk menjaga stabilitas kinerja, integrasi perbankan syariah, dan kualitas pelayanan merupakan salah satu cara yang digunakan untuk menciptakan kepuasan serta loyalitas nasabah dengan memberikan pelayanan terbaik. Sebagaimana Firman Allah SWT dalam surat An- Nisa ayat 36, yang berbunyi:

وَأَعْبُدُوا اللَّهَ وَلَا تُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَبِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ
وَالْجَارِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَالْجَارِ الْجُنُبِ وَالصَّاحِبِ بِالْجَنبِ وَابْنِ السَّبِيلِ وَمَا مَلَكَتْ أَيْمَانُكُمْ
إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ مَنْ كَانَ مُخْتَلًا فُحُورًا (٣٦)

Artinya : “Dan sembahlah Allah dan janganlah kamu menyekutukan-Nya dengan sesuatu apapun, dan berbuat baiklah kepada kedua orang tuamu, kerabat – kerabatmu, anak – anak yatim, orang – orang miskin, tetangga dekat atau tetangga jauh, teman sejawat, ibnu sabil dan hamba sahaya yang kamu miliki. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang – orang yang sombong dan membanggakan diri.”

Ayat di atas menjelaskan tentang relasi atau hubungan antar manusia, dimana kita harus selau berbuat baik terhadap sesama manusia karena Allah SWT tidak menyukai orang – orang yang sombong dan membanggakan diri mereka sendiri.¹¹ Kaitannya dengan penelitian ini adalah seorang *customer service* harus ramah menghadapi nasabah, perilaku dan sikap yang harus

¹⁰ Nikmah Hadiati, “*Public Relation: Teoritis Dalam Menjalin Hubungan dengan Publik*”, (Pasuruan: Lunar Media, 2010), hlm.31.

¹¹ TafsirQ, “*Surat An- Nisa` dan terjemah*”, <https://tafsirq.com/4-an-nisa/ayat-36>, di akses pada tang al 10 Februari pukul 10:00 WIB.



sopan terhadap nasabah maupun calon nasabah, berkomunikasi yang nyaman serta memberi pelayanan prima sehingga nasabah merasa sangat puas dan mampu menarik kesetiaan (loyalitas) nasabah agar tetap menggunakan jasa pelayanan yang BNI Syariah Cabang Pekalongan berikan. Dari sini terlihat adanya kondisi dimana saling menguntungkan kedua belah pihak. *Customer service* memberikan pelayanan umum dan pelayanan prima yang komunikasinya sangat dibutuhkan guna memberikan kepuasan terhadap nasabah sehingga nasabah merasa puas karena keinginannya dilayani dengan baik.

Peneliti akan melakukan penelitian terhadap *customer service* BNI Syariah Cabang Pekalongan terkait pola pelayanan komunikasi baik pelayanan publik, maupun pelayanan prima untuk mengetahui dampak yang terjadi dari pelayanan prima berbasis komunikasi. Setiap perbankan pasti memiliki Standar Operasional Prosedur (SOP), demikian juga dengan *frontliner* dalam penelitian ini adalah *customer service*. SOP adalah pedoman atau acuan untuk melaksanakan tugas pekerjaan sesuai dengan fungsi dan alat penilaian kinerja instansi pemerintah berdasarkan indikator – indikator teknis, administratif, dan prosedural sesuai dengan tata kerja, prosedur kerja dan sistem kerja pada unit kerja yang bersangkutan.¹²

SOP yang berlaku untuk *customer service* diantaranya berpenampilan menarik, cakap, memiliki wawasan luas, memiliki kepewasaan, berkarakter,

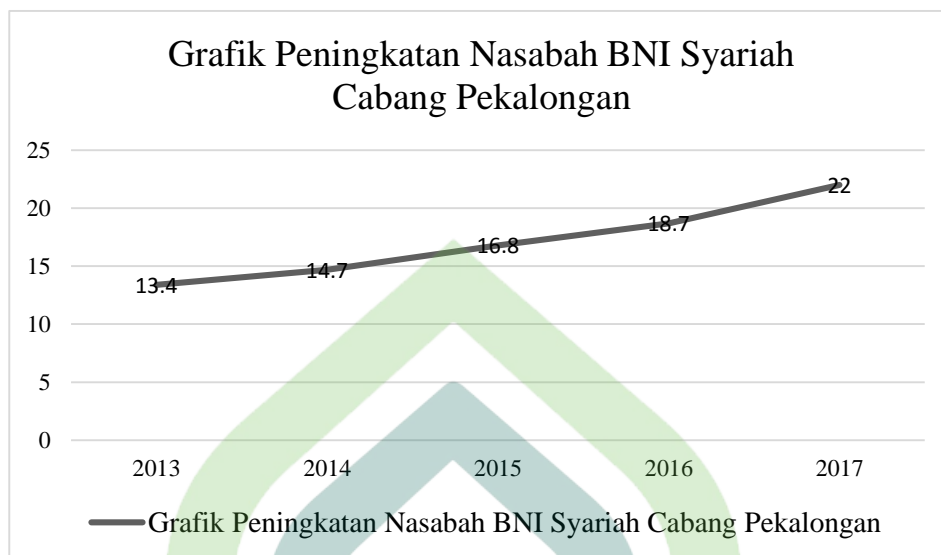
¹² <http://elidakusumastuti.blogspot.com/2015/03/sistem-informasi-perbankan-dan-standar-html>, diakses pada 9 Maret 2018 pukul 19:28 WIB.

dan beretika baik. Dalam menjalankan aktivitas pelayanan primanya *customer service* menyambut ramah nasabah, tersenyum, dan menarik. Saat nasabah berhadapan langsung dengan *customer service* maka nasabah adalah raja dan tidak pernah salah.

Usaha ini dilakukan agar tercipta tanggung jawab dalam memberikan solusi yang terbaik kepada nasabah atas keluhan yang nasabah sampaikan. Dalam memberikan pelayanannya *customer service* selalu berusaha maksimal agar nasabah baru maupun lama merasa nyaman. Dengan adanya pelayanan prima berbasis komunikasi yang dilakukan *customer service* dalam melayani nasabahnya baik nasabah baru maupun lama berdampak positif dalam hal peningkatan nasabah setiap harinya dibandingkan sebelum adanya peningkatan kualitas pelayanan prima berbasis komunikasi yang dilakukan oleh *customer service*. Dengan adanya peningkatan nasabah setiap tahunnya menjadikan BNI Syariah Cabang Pekalongan setiap tahunnya menjadi salah satu bank dengan peringkat pelayanan terbaik tingkat BNI Syariah nasional¹³ sehingga telah terbukti keunggulannya dalam hal jasa yang diberikan kepada nasabah secara profesional dan sesuai prinsip syariah. Pelayanan yang diberikan BNI Syariah Cabang Pekalongan selalu disambut positif oleh nasabah maupun calon nasabahnya. Hal ini dibuktikan dengan adanya grafik peningkatan nasabah BNI Syariah Cabang Pekalongan selama 5 tahun terakhir.

¹³ “Siska Novita, Unit Pelayanan Nasabah atau *Customer Service*, Wawancara, Pekalongan: 4 Juli 2018.

Gambar 1.1



Grafik tersebut menjelaskan bahwa setiap tahunnya BNI Syariah Pekalongan mengalami peningkatan nasabah dilihat dari tahun 2013 mengalami peningkatan sebanyak 13.4%, 2014 sebanyak 14.7%, 2015 sebanyak 16.8%, 2016 sebanyak 18.7% dan 2017 sebanyak 22.0% . Terbukti dengan jumlah nasabah yang selalu bertambah 20 hingga 25 nasabah setiap harinya. Peningkatan nasabah yang dialami BNI Syariah Cabang Pekalongan selama 5 tahun terakhir mengalami peningkatan yang signifikan yaitu mencapai 80 – 85% , dan jumlah nasabah saat ini mencapai sekitar 70.000 nasabah baik *funding maupun landing*.¹⁴

Berdasarkan uraian di atas, pentingnya pelayanan prima dalam menciptakan citra BNI Syariah Cabang Pekalongan serta mempertahankan

¹⁴ “Siska Novita, Unit Pelayanan Nasabah atau *Customer Service*, Wawancara, Pekalongan: 4 Juli 2018.

reputasi Lembaga Keuangan Syariah yang sudah terbentuk, maka peneliti akan memfokuskan penelitian ini pada “**Pelayana Prima Berbasis Komunikasi Dalam Peningkatan Jumlah Nasabah (Studi Kasus Pada Customer Service Di Bni Syariah Pekalongan)**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana kondisi Pelayanan Prima Berbasis Komunikasi di BNI Syariah Cabang Pekalongan?
- b. Bagaimana peran pelayanan prima berbasis komunikasi pada *customer service* dalam meningkatkan jumlah nasabah di BNI Syariah Cabang Pekalongan?

C. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada masalah di atas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui penerapan pelayanan prima berbasis komunikasi melalui *customer service* sebagai upaya peningkatan nasabah pada BNI Syariah Cabang Pekalongan.
- b. Untuk mencermati pelayanan prima berbasis komunikasi yang dilakukan *customer service* dalam melayani nasabah di BNI Syariah Cabang Pekalongan.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian atau penulisan Tugas Akhir ini adalah Sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Untuk menambah pengetahuan penulis mengenai peran pelayanan prima berbasis komunikasi yang dilakukan *customer service* dalam peningkatan nasabah di BNI Syariah pekalongan.

b. Manfaat Praktis

1. Dengan penulisan tugas akhir ini penulis berharap dapat memberikan sumbangan pemikiran, pengetahuan serta informasi dan menambah wawasan bagi pembaca khususnya mengenai gambaran pelaksanaan pelayanan prima berbasis komunikasi dalam pelayanan nasabah yang baik.
2. Penelitian ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat mendapatkan gelar Ahli madya (A.Md) dari program D III Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN (Instiut Agama Islam Negeri) Pekalongan.

D. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalah pahaman dalam mempresentasikan, terhadap judul, “**Pelayanan Prima Berbasis Komunikasi Dalam Peningkatan Jumlah Nasabah (Studi Kasus Pada *Customer Service* Di Bni Syariah Pekalongan)**” penulis memberikan beberapa penegasan istilah sebagai berikut:

1. Pelayanan Prima

Pelayana prima merupakan terjemahan dari istilah “*excellent 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.¹⁵

2. Komunikasi

Proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung secara lisan, maupun tidak langsung melalui segala media.¹⁶

3. Peningkatan

Proses, cara, perbuatan untuk meningkatkan. Dalam hal ini yang dimaksud peningkatan yaitu proses untuk meningkatkan Service Excellence di BNI Syariah Cabang Pekalongan.

4. Nasabah

Orang yang menjadi langganan sebuah bank (lembaga keuangan) karena uangnya diputar melalui bank (lembaga) tersebut.¹⁷

5. *Customer Service*

Customer Service merupakan bagian dari unit organisasi *front liner* memiliki fungsi sebagai sumber informasi serta perantara bagi bank dan

¹⁵ Zaenal Mukarom dan Muhibudin Wijaya Laksana, *Manajemen Pelayanan Publik*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), hlm. 148.

¹⁶ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2010), hlm. 19.

¹⁷ Osman Rabilly, *Kamus Internasional Cet. II*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1991), hlm. 494.

nasabah yang ingin mendapatkan jasa pelayanan maupun produk bank.¹⁸

6. BNI Syariah Pekalongan

BNI Syariah Pekalongan adalah suatu lembaga perbankan di Indonesia. Bank ini semula bernama Unit Usaha Syariah Bank Negara Indonesia yang merupakan anak perusahaan PT BNI, Persero, Tbk. Sejak 2010, Unit Usaha BNI Syariah berubah menjadi bank umum syariah dengan nama PT Bank BNI Syariah.¹⁹

E. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini akan menjelaskan dasar serta permasalahan yang akan dibahas penulis yang meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, penegasan istilah, metode penelitian, dan sistematika penulisan.²⁰

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi tentang teori – teori yang menjadi dasar bagi penelitian dalam menganalisis dan melakukan pembahasan terhadap masalah yang akan diteliti serta teori yang digunakan dalam penulisan Tugas Akhir ini yaitu akan dijabarkan lebih lanjut mengenai pengertian, pelayanan prima, teori komunikasi terhadap nasabah, dan implikasi.

¹⁸ Kasmir, *Etika Customer Service* (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2005), hlm. 182.

¹⁹ Wikipedia, *Bank BNI Syariah*, https://id.wikipedia.org/wiki/Bank_BNI_Syariah, pada tanggal 28 November 2017, pukul 3:22.

²⁰ H. Dalman, *Menulis Karya Ilmiah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 206.

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini memberikan gambaran umum kepada pembaca tentang BNI Syariah Pekalongan yang meliputi: latar belakang BNI Syariah Pekalongan, visi dan misi, data lokasi, struktur organisasi, serta gambaran pelayanan prima berbasis komunikasi dan implikasinya studi kasus *Customer Service* di BNI Syariah Pekalongan.

BAB IV: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dibahas tentang pembahasan dari laporan tugas akhir ini, yaitu analisis pelayanan prima berbasis komunikasi dan implikasinya studi kasus *Customer Service* di BNI Syariah Pekalongan.

BAB V: PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran yaitu, berfungsi untuk memberikan inti dari uraian yang telah dijelaskan pada bab – bab sebelumnya.²¹

²¹ H. Dalman, *Menulis Karya Ilmiah*, ..., hlm. 210.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan pada pembahasan mengenai “Pelayanan Prima Berbasis Komunikasi (Studi Kasus Pada *Customer Service* BNI Syariah Pekalongan)” diatas, maka penulis memberikan kesimpulan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Kondisi Pelayanan Prima Berbasis Komunikasi di BNI Syariah Pekalongan.

Perkembangan yang cukup memuaskan yang dicapai BNI Syariah Pekalongan tidak luput dari pelayanan prima berbasis komunikasi yang dilakukan oleh *customer service*. Kondisi pelayanan prima berbasis komunikasi sudah sesuai dengan standar layanan yang diterapkan namun masih terdapat kendala dalam panjangnya antrian. Namun, kondisi tersebut dapat diatasi dengan adanya evaluasi yang dilakukan bersama pemimpin BNI Syariah Pekalongan. Diluar dari keluhan tersebut, pelayanan prima berbasis komunikasi yang dilakukan *customer service* dinilai cukup memuaskan dilihat dari prestasi yang didapatkan BNI Syariah Pekalongan dalam 5 (lima) tahun terakhir.

2. Peran Pelayanan Prima Berbasis Komunikasi *Customer Service* Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di BNI Syariah Pekalongan.

Sejauh ini peran pelayanan prima berbasis komunikasi *customer service* berperan dengan baik. Hal ini dapat dilihat dari prestasi-prestasi

yang dicapai oleh BNI Syariah Pekalongan. Pelayanan yang diberikan BNI Syariah Cabang pekalongan selalu disambut positif oleh nasabah maupun calon nasabahnya. Hal ini dibuktikan dengan adanya peningkatan nasabah BNI Syariah Pekalongan selama 5 tahun terakhir. Adapun peran yang dilakukan BNI Syariah Pekalongan dalam peningkatan pelayanan prima berbasis komunikasi, yaitu dengan: pelatihan *product knowledge*, Pelatihan standar layanan dan *selling skill*, *refresh product* dan *morning briefing*, *role play* untuk petugas *frontliners*, Penilaian Layanan Cabang secara Berkala untuk Semua Aspek Layanan secara Internal, Penilaian Layanan dengan Metode *Mistery Shopper* dan MRI dan *sharing Moments*.

B. Saran

1. Bagi peneliti selanjutnya agar dapat lebih dalam lagi untuk mengulik permasalahan mengenai pelayanan prima berbasis komunikasi oleh *customer service*.
2. Bagi BNI Syariah Pekalongan diharapkan dapat meningkatkan pelayanan prima berbasis komunikasi dan meminimalisis panjangnya antrian di *customer service*.
3. Bagi Nasabah dapat lebih sabar dalam mengantri dan diharapkan menanyakan syarat – syarat yang diperlukan saat pembukaan rekening kepada satpam agar lebih cepat dalam proses pelayanan di *customer service*.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Adya, Atep Barata. 2003. *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Arikunto, Suharsini. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azmar, Saifudin. 1998. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Burhan, M. Bugin. 2011. *Penelitian kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- Cangara, Hafied. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Dalman, H. 2013. *Menulis Karya Ilmiah*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Effendy. 2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Hadiati, Nikmah. 2010. *Public Relation: Teoritis Dalam Menjalinkan Hubungan dengan Publik*. Pasuruan: Lunar Media.
- Ismail. 2011. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Prenada Media Group.
- J Moleong, Lexy. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- K Sudarsono, Dewi. 2008. *Sistem Manajemen Komunikasi Teori, Model, dan Aplikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Kasmir. 2004. *Sistem Operasional Bank*. Jakarta: Pustaka Ilmu.
- Kasmir. 2005 *Etika Customer Service*. Jakarta: PT Raja Grafindo.

- Kusrianto, Adi. 2006. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Lillico. T.M. 1980. *Komunikasi Manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2006 *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi*. Jakarta: Salemba Empat, 2006.
- Machfoedz, Mahmud. 2008. *Dasar – dasar Komunikasi Bisnis*. Yogyakarta: AMP YKPN.
- Modul. 2006. *Service Excellence*. Pekalongan.
- Mukarom, Zaenal dan Wijaya, Muhibudin Laksana. 2015. *Manajemen Pelayanan Publik*. Bandung: Pustaka Setia.
- Nur Nasution, Muhammad. 2004. *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nur, M. Rianto Al Arif. 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Purwanto, Ngalim. 1998. *Prinsip-Prinsip dan Teknik Evaluasi Pengajaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rabilly, Osman. 1991. *Kamus Internasional Cet. II*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Ratminto, dan Septi, Atik Winarsih. 2005. *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sawidjaya, Wang Z. 2012. *Pembiayaan Bank Syariah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Sukarmi. 2017. *Aspek Hukum Perbankan Syariah Dari Teori Kepraktik*. Yogyakarta: Deepublish (Group Penerbit CV Budi Utama).
- Teguh, Muhammad. 2005. *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi III*, Jakarta: Pusat Bahasa.
- Uchjana, Onong Effendy. 2013. *Komunikasi Teori dan Praktik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Umami, Fitriana Dewi. 2013 *Public Speakin: Kunci Sukses Bicara di depan Publik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Widjaja, H.A.W. 2010. *Komunikasi: Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

B. PENELITIAN TERDAHULU

- Baidah, Nur. 2009. “*Manajemen Jasa Pelayanan di BNI Syariah Cabang Pekalongan*”. Tugas Akhir. Pekalongan: IAIN Pekalongan.
- Illah, Qonitatul. 2009. “*Komunikasi Public Relations Terhadap Publik Eksternal Dalam Meningkatkan Citra Kospin Jasa Syariah Pekalongan*”. Tugas Akhir. Pekalongan: IAIN Pekalongan.
- Inayati, Khoirul. 2016. “*Penerapan Nilai – Nilai Etika Perbankan Syariah Pada Bagian Customer Service di BNI Syariah Cabang Pekalongan*”. Tugas Akhir. Pekalongan: IAIN Pekalongan.

- Khiyaroh, Rifatul. 2016. "*Etika Komunikasi Customer Service Dalam Pelayanan Nasabah Di Bank Syariah Mandiri (BSM) Pemalang*". Tugas Akhir. Pekalongan: IAIN Pekalongan.
- Manan, Abdul. 2013. "*Nilai – Nilai Etika Komunikasi Customer Service Dalam Pelayanan Nasabah (Studi Kasus Di KJKS BMT Bahtera Group Cabang Warungasem Batang)*". Tugas Akhir. Pekalongan: IAIN Pekalongan.
- Nur Baeti, Ismi Sholihah. 2017 "*Mekanisme Pelayanan Prima Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah Mandiri KCP Kajen Pekalongan*", Tugas Akhir. Pekalongan: IAIN Pekalongan.
- Oktavia, Umifah. 2009. "*Strategi Komunikasi Pemasaran Terhadap Kepuasan Nasabah BMT SM NU (Syariah Muawanah Nahdatul Ulama) Kota Pekalongan*". Tugas Akhir. Pekalongan: IAIN Pekalongan.
- Rahma, Desi Hayati. 2015. "*Analisis Fungsi Komunikasi Customer Service dalam Pelayanan Nasabah di Bank BTN Cabang Pekalongan*". Tugas Akhir. Pekalongan: IAIN Pekalongan.
- Rokhmah, Anis Utoyo. 2016. "*Pengaruh Pelayanan Prima (Service Excellence) Pada Front – Liner Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah Mandiri Cabang Pekalongan*". Tugas Akhir. Pekalongan: IAIN Pekalongan.

Romdhiana, Putri Larasati. 2008. *“Manajemen Jasa Pelayanan pada Customer Service di Bank Syariah Mandiri Cabang Pekalongan”*. Tugas Akhir. Pekalongan: IAIN Pekalongan.

C. DOKUMEN

Struktur Organisasi BNI Syariah Pekalongan

D. INTERNET

BNI Syariah. *“Alamat Kantor Cabang”*.

<http://www.bnisyariah.co.id/id-id/kontak/lokator/cabang>.

Diakses tanggal 13 Februari 2018).

BNI Syariah. *“Corporate Banking and Small Bussiness”*.

<http://www.bnisyariah.co.id/id->

[id/bisnis/corporatebankingandsmallbussines](http://www.bnisyariah.co.id/id-bisnis/corporatebankingandsmallbussines). Diakses tanggal

13 Februari 2018.

BNI Syariah, *“Corporate Banking and Small Bussiness”*,

<http://www.bnisyariah.co.id/id->

[id/bisnis/corporatebankingandsmallbussines](http://www.bnisyariah.co.id/id-bisnis/corporatebankingandsmallbussines) (Diakses tanggal

13 Februari 2018).

BNI Syariah. *“Corporate Banking and Small Bussiness”*.

<http://www.bnisyariah.co.id/id->

[id/bisnis/corporatebankingandsmallbussines](http://www.bnisyariah.co.id/id-bisnis/corporatebankingandsmallbussines). Diakses tanggal

13 Februari 2018.

BNI Syariah. *“E-banking”*, <http://www.bnisyariah.co.id/id->

[id/ebanking](http://www.bnisyariah.co.id/id-ebanking). Diakses tanggal 13 Februari 2018.

- BNI Syariah. “*International*”. <http://www.bnisyariah.co.id/id-id/bisnis/international>. Diakses tanggal 13 Februari 2018.
- BNI Syariah, “*International*”. <http://www.bnisyariah.co.id/id-id/bisnis/international>. Diakses tanggal 13 Februari 2018.
- BNI Syariah. “*Sejarah BNI Syariah*”. <http://www.bnisyariah.co.id/id-id/perusahaan/tentangbnisyariah/visimisi>. Diakses tanggal 13 Februari 2018.
- BNI Syariah. “*SMS banking*”. <http://www.bnisyariah.co.id/id-id/ebanking>. Diakses tanggal 13 Februari 2018.
- BNI Syariah. “*Treasury*”. <http://www.bnisyariah.co.id/id-id/bisnis/treasury>. Diakses tanggal 13 Februari 2018.
- BNI Syariah. “*Visi dan Misi BNI Syariah*”. <http://www.bnisyariah.co.id/id-id/perusahaan/tentangbnisyariah/visimisi>. Diakses tanggal 13 Februari 2018.
- <http://elidakusumastuti.blogspot.com/2015/03/sistem-informasi-perbankan-dan-standar-html>. Diakses tanggal 9 Maret 2018.
- TafsirQ. “*Surat An- Nisa` dan terjemah*”, <https://tafsirq.com/4-an-nisa/ayat-36>. Diakses tanggal 10 Februari 2017.
- Wikipedia. “*Bank BNI Syariah*”. https://id.wikipedia.org/wiki/Bank_BNI_Syariah. Diakses tanggal 28 November 2017.

E. WAWANCARA

Ahmad, Andi. 2018. Wawancara Dengan Bagian Umum. Pekalongan.

Novita, Siska. 2018. Wawancara Dengan Unit Pelayanan Nasabah atau
Customer Service Head. Pekalongan.

Nurul, 2018. Wawancara Dengan Nasabah BNI Syariah. Pekalongan.

Nurrahmawati, 2018. Wawancara Dengan Nasabah BNI Syariah.
Pekalongan.

Andy, 2018. Wawancara Dengan Nasabah BNI Syariah. Pekalongan.

Erna, 2018. Wawancara Dengan Nasabah BNI Syariah. Pekalongan.

Wibiwo, 2018. Wawancara Dengan Nasabah BNI Syariah. Pekalongan.





KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS ISLAM

Jl. Kusumabangsa No. 09 Telp (0285) 412575 – Faksimile. (0285) 423418

Nomor : 771/In.30/M.1/PP.00.9/11/2017

10 Nopember 2017

Lamp : -

Hal : Penunjukkan Pembimbing Proposal & Tugas Akhir

Kepada Yth.

Ahmad Syukron, M.E.I

Di

PEKALONGAN

Assalamu'alaikum. Wr. Wb.

Diberitahukan dengan hormat bahwa mahasiswa berikut ini :

Nama : Achma Nur Amalia
Nim : 2012115043
Semester : V (Lima)

dinyatakan telah memenuhi syarat untuk mendapatkan bimbingan penyusunan Proposal dan Tugas Akhir (TA), dengan judul : "Pelayanan Prima Berbasis Komunikasi Oleh Customer Service (CS) Dan Implikasinya Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank BNI Syariah Pekalongan"

Sehubungan dengan itu, dimohon kesediaan Bapak/Ibu untuk membimbing mahasiswa tersebut di atas.

Demikian permohonan ini untuk dilaksanakan sesuai dengan peraturan yang berlaku. Atas kesediaan dan perhatiannya disampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

a.n. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Wakil Dekan Bidang APL



Dr. AM. M. Hafidz Ma'shum, M. Ag.
NIP. 197806162003121003

NB.

1. Pembimbing Proposal sekaligus Pembimbing Tugas Akhir
2. Satu (1) mahasiswa mendapatkan 1 pembimbing
3. Setelah proposal dinyatakan layak untuk diseminarkan, formulir surat persetujuan seminar proposal harap ditandatangani

Visi Perbankan Syariah

Menjadi jurusan yang terkemuka dan kompetitif untuk menghasilkan sarjana profesional di bidang perbankan syariah berwawasan ke-Indonesiaan di tingkat nasional pada tahun 2036



SURAT KETERANGAN

NO : PLS/1/01

PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pekalongan menerangkan bahwa :

- Nama : ACHMA NUR AMALIA
- NIM : 2012115043
- Jurusan : D III Perbankan Syariah

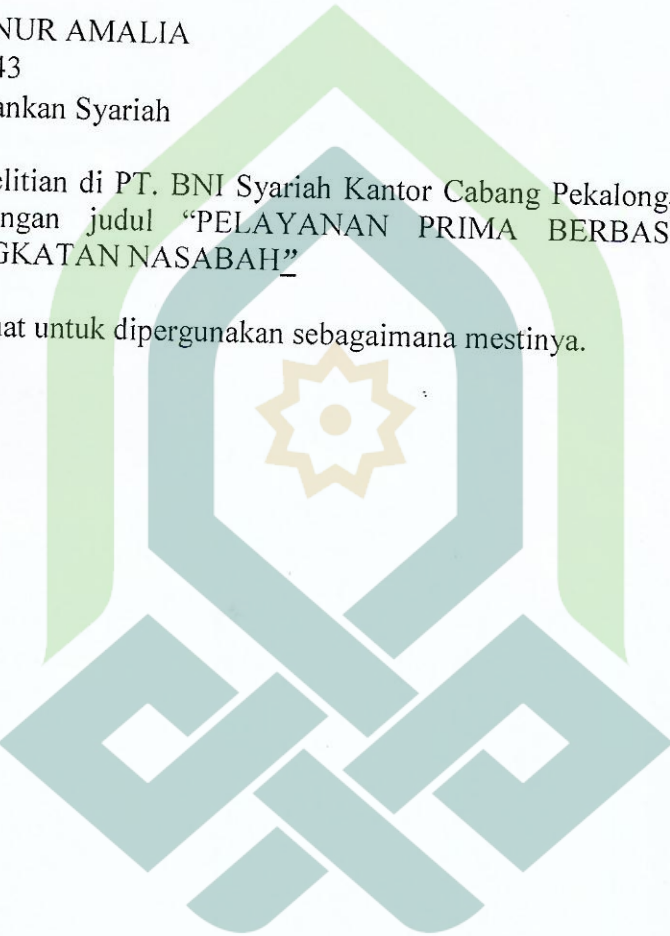
Telah melakukan observasi / penelitian di PT. BNI Syariah Kantor Cabang Pekalongan guna penyusunan skripsi dengan judul "PELAYANAN PRIMA BERBASIS KOMUNIKASI DALAM PENINGKATAN NASABAH"

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekalongan, 8 Januari 2019

PT. Bank BNI Syariah
Kantor Cabang Pekalongan

Akhmad W
Branch Office Head



CURICULUM VITAE

A. Identitas Pribadi

1. Nama Lengkap : Achma Nur Amalia
2. NIM : 2012115043
3. Tempat, Tanggal Lahir : Pemalang, 19 Agustus 1996
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Agama : Islam
6. Alamat : Jl. Raya Ambokulon 02/01 No. 11
Kecamatan Comal Kabupaten Pemalang


B. IDENTITAS ORANG TUA

1. Nama Ayah : Slamet Mawardi
- Nama Ibu : Bunadiyah
- Alamat : Jl. Raya Ambokulon 02/01 No. 11
Kecamatan Comal Kabupaten Pemalang

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. TK Pertiwi Ambokulon, lulus tahun 2003
2. SDN Ambokulon, lulus tahun 2009
3. SMP N 1 Ujijami, lulus tahun 2012
4. MAS Simbangkulon, lulus tahun 2015
5. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan D3 Perbankan Syariah,
tahun akademik 2015/2016

Pemalang, 23 Januari 2019
Yang menyatakan,


Achma Nur Amalia
2012115043

Hal : Nota Pengesahan Seminar Proposal

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan
di-

PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Bersama surat ini kami sampaikan bahwa setelah memperhatikan dan menelaah perbaikan dari proposal Tugas Akhir Saudara:

Nama : Achma Nur Amalia

NIM : 2012115043

Judul Proposal : Pelayanan Prima Berbasis Komunikasi Dalam
Peningkatan Masabah (Studi kasus customer
Service BMI Syariah cabang Pekalongan)

Menyatakan bahwa proposal TA tersebut telah diperbaiki sesuai dengan saran dari para dewan pembahas.

Demikian permohonan ini, atas perhatiannya disampaikan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.**

Pekalongan, 8 Oktober 2018

Pemohon

Achma Nur Amalia

NIM 2012115043

Pembahas I

Agus Fakhriha

NIP.

Pembahas II

ADE SUNJASTAN

NIP.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
UNIT PERPUSTAKAAN

Jl.Kusuma bangsa No.9 Pekalongan.Telp.(0285) 412575 Faks (0285) 423418
Website :perpustakaan iain-pekalongan.ac.id |Email : perpustakaan@iain
pekalongan. ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika IAIN Pekalongan, yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : **ACHMA NUR AMALIA**
NIM : **2012115043**
Jurusan/Prodi : **D III PERBANKAN SYARIAH**

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada
Perpustakaan IAIN Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Tugas Akhir Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

**“PELAYANAN PRIMA BERBASIS KOMUNIKASI DALAM PENINGKATAN
JUMLAH NASABAH**

(STUDI KASUS *CUSTOMER SERVICE* BNI SYARIAH PEKALONGAN)”

beserta perangkat yang di perlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksektif ini
Perpustakaan IAIN Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan,
mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan
menampilkan/mempublikasikannya lewat internet atau media lain secara **fulltext** untuk
kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama
saya sebagai penulis/pencipta atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan
IAIN Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta
dalam karya ilmiah saya ini

Dengan demikian ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, Maret 2019



ACHMA NUR AMALIA
NIM. 2012115043

NB: Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam cd.

