

**IMPLEMENTASI KOMUNIKASI EFEKTIF *CUSTOMER SERVICE* DALAM  
PELAYANAN PRIMA KEPADA NASABAH  
(Studi Kasus di Koperasi Simpan Pinjam *Syari'ah Baitul Maal Wattamwil*  
Usaha Gabungan Terpadu Capem Badung)**

**I Gusti Ayu Mas Darwati**

Program Studi PPKn Universitas Dwijendra Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Universitas Dwijendra

**Fuad Hasim**

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Dwijendra

*e-mail* : [fuadyhasim@yahoo.co.id](mailto:fuadyhasim@yahoo.co.id)

**Abstrak**

Implementasi komunikasi efektif oleh customer service sangat penting dalam pelayanan prima di KSPS BMT UGT Capem Badung (Koperasi Simpan Pinjam *Syari'ah Baitul Maal Wattamwil* Cabang Pembantu Badung), karena itu perlu dilakukan penelitian yang bertujuan mengetahui bagaimanakah implementasi komunikasi efektif customer service dalam pelayanan prima kepada nasabah melalui Kegiatan Pelayanan Prima Customer Service kepada Nasabah di KSPS BMT UGT Capem Badung. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi yang dianalisis dengan deskriptif kualitatif, sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator implementasi komunikasi efektif adalah pengertian, kesenangan, pengaruh pada sikap, hubungan makin baik dan tindakan.

**Kata Kunci** : *implementasi komunikasi efektif dan pelayanan prima*

**Abstract**

Implementation of effective communication by the customer service is very important in service excellence in KSPS BMT UGT Capem Badung (Credit Unions *Syari'ah Baitul Maal Wattamwil* Branch Badung), because it is necessary to do research that aims to determine how the implementation of effective communication in the customer service excellent service to Activity customers through Customer Service Quality Service to customers in KSPS BMT UGT Capem Badung. Data collected by interview, observation and documentation were analyzed by qualitative descriptive, so that it can be concluded that the indicators of implementation effective communication is understanding, pleasure, influence on the attitude, the better relations and actions.

**Keywords**: *implementation of effective communication and excellent service*

## **1. PENDAHULUAN**

KSPS BMT UGT Capem Badung (Koperasi Simpan Pinjam *Syari'ah Baitul Maal Wattamwil* Cabang Pembantu Badung) merupakan lembaga keuangan mikro yang mengalami persaingan ketat dengan wacana kedatangan MEA (Masyarakat Ekonomi ASEAN), sehingga menuntut lembaga keuangan untuk meningkatkan profesionalitas dan daya saing agar tidak tergeser oleh lembaga keuangan asing dalam pelayanan dan pemasaran produk. Komunikasi efektif merupakan sarana paling utama untuk berinteraksi dalam segala transaksi dan tak jarang ketika melakukan transaksi seorang customer service menggunakan bahasa daerah dengan nasabah karena berasal

dari satu daerah, walaupun begitu komunikasi tetap efektif karena memenuhi indikator-indikator dari komunikasi efektif.

Mengingat betapa penting komunikasi efektif *customer service* dalam pelayanan prima kepada nasabah terdapat rumusan masalah yaitu bagaimanakah implementasi komunikasi efektif *customer service* dalam pelayanan prima kepada nasabah KSPS BMT UGT Capem Badung (Koperasi Simpan Pinjam *Syari'ah Baitul Maal Wattamwil* Cabang Pembantu Badung).

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian yang diharapkan adalah mengetahui implementasi komunikasi efektif *customer service* dalam pelayanan prima kepada nasabah KSPS BMT UGT Capem Badung (Koperasi Simpan Pinjam *Syari'ah Baitul Maal Wattamwil* Cabang Pembantu Badung). Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat secara:

a) Dari segi teoritis

- 1) Sebagai rujukan/penambah referensi kepustakaan bagi peneliti berikutnya yang ingin meneliti ataupun menganalisa penelitian tentang Implementasi Komunikasi Efektif *Customer service* dalam Pelayanan Prima kepada Nasabah KSPS BMT UGT Capem Badung (Koperasi Simpan Pinjam *Syari'ah Baitul Maal Wattamwil* Usaha Gabungan Terpadu Cabang Pembantu Badung)
- 2) Sebagai sarana bagi penulis untuk mempraktekkan teori-teori yang didapatkan selama perkuliahan dan sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S-1) di Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Dwijendra.

b) Dari segi praktis

- 1) Diharapkan berguna sebagai bahan penelitian dan informai bagi KSPS BMT UGT Capem Badung (Koperasi Simpan Pinjam *Syari'ah Baitul Maal Wattamwil* Usaha Gabungan Terpadu Cabang Pembantu Badung) dalam mengambil keputusan dan kebijakan dengan memberikan kualitas pelayanan terhadap kenyamanan dan kepuasan nasabahnya.
- 2) Hasil penelitian ini dapat dijadikan sumber inspirasi bagi yang membutuhkan, terutama bagi yang sedang menganalisis dalam mempermudah dan melancarkan analisisnya.

Dari menganalisa penelitian pada artikel ini dapat diketahui beberapa definisi konsep yang mengacu pada implementasi komunikasi efektif *customer service* dalam pelayanan prima kepada nasabah KSPS BMT UGT Capem Badung (Koperasi Simpan Pinjam *Syari'ah Baitul Maal Wattawil Usaha Gabungan Terpadu* Cabang Pembantu Badung) dan berpedoman pada teori-teori yang relevan, yaitu implementasi Komunikasi Efektif, *Customer Service* dan Pelayanan Prima atau *Service Exellent*. Berikut definisi konsepnya:

*Pertama* Implementasi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai pelaksanaan atau penerapan. Artinya yang dilaksanakan dan diterapkan adalah kurikulum yang telah dirancang/didesain untuk kemudian dijalankan sepenuhnya. mengenai komunikasi efektif, komunikasi efektif terdiri dari dua kata yang dijadikan satu, maka dari itu definisi dari komu

efektif ada dua macam yaitu secara terminologi (istilah) dan etimologi (bahasa), berikut definisi komunikasi efektif:

a. Pengertian Komunikasi

Komunikasi sangat penting dan di butuhkan dalam menerapkan suatu komunikasi, Baik itu komunikasi *intrapersonal* maupun *interpersonal*, ataupun komunikasi massa karena kegunaan dari teori komunikasi sebagai penjelas dan pemberi suatu informasi terhadap objek-objek komunikasi dan agar komunikasi dapat menyerap dengan baik apa yang disampaikan oleh komunikator,

Menurut para ahli Komunikasi adalah sebuah proses. Menurut Laswell, Penertian komunikasi adalah sebuah proses yang memberikan gambaran siapa mengatakan apa, dengan cara apa, kepada siapa dan efek apa. Mr.Crill, Hovland menambahkan bahwa komunikasi sebagai proses komunikator memberikan *stimulan* yang umumnya terdiri atas lambang-lambang bahasa (verbal atau non verbal) sehingga terjadi perubahan tingkah laku penerima/orang lain.

Adapun yang sangat di butuhkan dalam komunikasi termasuk dalam penerapan teori komunikasi adalah komunikator, media, pesan, komunikasi dan umpan balik. Dan dari sekian elemen komunikasi yang paling banyak mempunyai peran penting dalam proses komunikasi adalah seorang komunikator, jika seorang komunikatornya handal dan mampu menciptakan komunikasi yang efektif, maka umpan baliknya akan tercapai dengan sangat baik dan yang paling dalam teori komunikasi adalah bagaimana kita bisa membangun komunikasi yang baik dan jelas sehingga tidak ada gangguan atau salah persepsi bagi komunikasi.

b. Pengertian Efektif

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia Efektif memiliki empat arti pertama efektif diartikan sesuatu yang ada efeknya atau akibat , pengaruh dan kesan yang ditimbulkan dari suatu perkara, kedua efektif diartikan manjur atau mujarab hal ini tentu sangat berkaitan erat dengan obat-obatan, ketiga efektif diartikan sesuatu yang membawa hasil atau berhasil sesuai penggunaan, yang terakhir efektif diartikan sesuatu hal yang sudah mulai di berlakukan (tentang undang-undang, peraturan).

Jadi dapat disimpulkan bahwa efektif adalah pencapaian tujuan/target dalam batas waktu dengan memerbandingkan antara pesan yang disampaikan oleh komunikator dan *feed back* dari komunikasi dalam berbagai aktivitas kegiatan sampai dengan dengan tujuan terpenuhi yang bisa dari beberapa banyaknya kuantitas dan kualitas komunikasi tanpa batas waktu yang ditetapkan.

c. Pengertian Komunikasi Efektif

Komunikasi efektif adalah komunikasi yang mampu untuk menghasilkan perubahan sikap pada orang yang terlihat dalam komunikasi. Tujuan komunikasi efektif adalah memberi kemudahan dalam memahami pesan yang disampaikan antara pemberi dan penerima sehingga bahasa lebih jelas, lengkap, *pengiriman* dan umpan balik seimbang, dan melatih menggunakan bahasa non verbal secara baik. Ada beberapa pendapat para ahli mengenai komunikasi efektif, antara lain:

- 1) Menurut Jalaluddin dalam bukunya Psikologi Komunikasi (2008:13) menyebutkan, komunikasi yang efektif ditandai dengan adanya pengertian, dapat menimbulkan kesenangan, mempengaruhi sikap, meningkatkan hubungan sosial yang baik, dan pada akhirnya menimbulkan suatu tindakan.
- 2) Johnson, Sutton dan Harris (2001: 81) menunjukkan cara-cara agar komunikasi efektif dapat dicapai. Menurut mereka, komunikasi efektif dapat terjadi melalui atau dengan didukung oleh aktivitas *role-playing*, diskusi, aktivitas kelompok kecil dan materi-materi pengajaran yang relevan. Meskipun penelitian mereka terfokus pada komunikasi efektif untuk proses belajar-mengajar, hal yang dapat dimengerti di sini adalah bahwa suatu proses komunikasi membutuhkan aktivitas, cara dan sarana lain agar bisa berlangsung dan mencapai hasil yang efektif.
- 3) Menurut Mc. Crosky Larson dan Knapp (2001) mengatakan bahwa komunikasi yang efektif dapat dicapai dengan mengusahakan ketepatan (*accuracy*) yang paling tinggi derajatnya antara komunikator dan komunikan dalam setiap komunikasi. Komunikasi yang lebih efektif terjadi apabila komunikator dan komunikan terdapat persamaan dalam pengertian, sikap dan bahasa.

Dalam melakukan komunikasi efektif antara komunikan dan komunikator diperlukan beberapa teknik agar berjalan dengan baik Adapun beberapa teknik dalam komunikasi efektif, sebagai berikut:

- 1) *Persuasif Communications* (Komunikasi Persuasif)

Komunikasi persuasif bertujuan untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku komunikan yang lebih menekan sisi psikologis komunikan. Penekanan ini dimaksudkan untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, tetapi persuasi dilakukan dengan halus, luwes, yang mengandung sifat-sifat manusiawi sehingga mengakibatkan kesadaran dan kerelaan yang disertai perasaan senang. Agar komunikasi persuasif mencapai tujuan dan sasarnya, maka perlu dilakukan perencanaan yang matang dengan mempergunakan komponen-komponen ilmu komunikasi yaitu komunikator, pesan, media, dan komunikan. Sehingga dapat terciptanya pikiran, perasaan, dan hasil pengindraannya terorganisasi secara mantap dan terpadu. biasanya teknik ini efektif, komunikan bukan hanya sekedar tahu, tapi tergerak hatinya dan menimbulkan perasaan tertentu.

- 2) *Coersive/Instructive Communication* (Komunikasi Bersifat Perintah)

Komunikasi instruktif atau koersi teknik komunikasi berupa perintah, ancaman, sangsi dan lain-lain yang bersifat paksaan, sehingga orang-orang yang dijadikan sasaran (komunikan) melakukannya secara terpaksa, biasanya teknik komunikasi seperti ini bersifat *fear arousing*, yang bersifat menakut-nakuti atau menggambarkan resiko yang buruk. Serta tidak luput dari sifat *red-herring*, yaitu *interes* atau muatan kepentingan untuk meraih kemenangan dalam suatu konflik, perdebatan dengan menepis argumentasi yang lemah kemudian dijadikan

untuk menyerang lawan. Bagi seorang diplomat atau tokoh politik teknik tersebut menjadi senjata andalan dan sangat penting untuk mempertahankan diri atau menyerang secara diplomatis.

3) *Human Relation* (Hubungan Manusia)

Hubungan manusiawi merupakan terjemahan dari human relation. Adapula yang mengartikan hubungan manusia dan hubungan antar manusia, namun dalam kaitannya hubungan manusia tidak hanya dalam hal berkomunikasi saja, namun didalam pelaksanaannya terkandung nilai nilai kemanusiaan serta unsur-unsur kejiwaan yang amat mendalam. Seperti halnya mengubah sifat, pendapat, atau perilaku seseorang. Jika ditinjau dari sisi ilmu komunikasi hubungan manusia ini termasuk kedalam komunikasi interpersonal, pasalnya komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih dan bersifat dialogis.

Hubungan manusia pada umumnya dilakukan untuk menghilangkan hambatan-hambatan komunikasi, meniadakan salah pengertian dan mengembangkan tabiat manusia. Untuk melakukan hubungan manusia biasanya digunakan beberapa teknik pendekatan yaitu pendekatan emosional (*emosional approach*) dan pendekatan social budaya (*sosio-cultur approach*).

Jadi dapat disimpulkan bahwa Implementasi Komunikasi Efektif adalah penerapan tata cara berinteraksi dalam menyampaikan pesan atau informasi dari komunikan kepada komunikator tentang suatu objek komunikasi disetiap interaksi atau transaksi yang terjalin antar mereka berdua untuk menciptakan rasa saling pengertian, kesenangan, pengaruh pada sikap, hubungan yang makin baik dan tindakan dalam bentuk verbal maupun non verbal.

*Kedua Customer Service, Customer service* adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. (Kasmir, 2004:202)

*Customer service* memegang peranan sangat penting memberikan pelayanan dan dituntut untuk selalu berhubungan dengan nasabah dan menjaga hubungan itu tetap baik. Hal ini tentu saja harus dilakukan karena menjaga hubungan yang baik dengan nasabah juga berarti menjaga image bank agar citra bank dapat terus meningkat di mata nasabah. *Customer service* KSPS BMT UGT Capem Badung (Koperasi Simpan Pinjam *Syari'ah Baitul Maal Wattamwil* Usaha Gabungan Terpadu Cabang Pembantu Badung) dalam melayani para nasabah harus memiliki kemampuan melayani nasabah secara tepat dan cepat serta memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik dengan diikuti dengan tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan, ketepatan, dan keakuratan pekerjaannya karena *customer service* merupakan pintu gerbang utama KSPS BMT UGT Capem Badung (Koperasi Simpan Pinjam *Syari'ah Baitul Maal Wattamwil* Usaha Gabungan Terpadu Cabang Pembantu Badung).

Syarat-syarat yang harus di penuhi oleh *Customer service* (a) Persyaratan Fisik yaitu, Seorang *customer service* harus memiliki ciri-ciri fisik yang menarik. Ciri tersebut dilihat dari segi wajah, tinggi badan ideal, berat badan ideal. Selain itu *customer service* juga harus memiliki jiwa yang sehat, tak hanya jiwa tapi rohaninya pun juga harus sehat. (b) Persyaratan Mental yaitu, Persyaratan mental yang dimaksud adalah seorang *customer service* harus mempunyai sifat percaya diri sehingga dapat meyakinkan nasabah. Jika percaya diri sudah dimiliki maka perilaku sabar, ramah, murah senyum serta tanggung jawab akan mengikuti apapun kondisinya meski nasabah sedang menyampaikan kemarahan atau komplain. (c) Persyaratan Kepribadian yaitu, *Customer service* harus memiliki kepribadian yang baik saat bertemu dengan nasabah, sehingga muncul kesan pertama yang mengesankan (*first impression*). Kesan pertama tidak dapat di buat, namun di upayakan dari hati berperilaku sopan, ramah, murah senyum, bersifat humor jika diperlukan, gesit, *energetic*, mampu mengendalikan diri, tidak mudah terpancing emosi maupun terhadap hal-hal negatif, tidak mudah marah, dan gerakan tubuh yang sesuai. (d) Persyaratan Sosial yaitu, *Customer service* harus memiliki jiwa sosial yang tinggi, mudah bergaul dengan semua kalangan dan memiliki budi pekerti luhur.

*Ketiga* pengertian pelayanan prima dalam bahasa inggris disebut *service excellent*, ada beberapa para ahli mendefinisikan pelayanan prima atau *service excellent*, sebagaimana berikut :

Menurut Sutopo dan Suryanto, 2003 (dalam Heri Sulisty), mengatakan pelayanan prima (*service excellent*) sebagai pelayanan yang terbaik. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat, dan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya (Hasibuan, 2005).

Berikut ini beberapa pengertian pelayanan menurut beberapa ahli, sebagai berikut : Menurut Sutopo dan Suryanto, 2003 (dalam Heri Sulisty), mendefinisikan layanan sebagai kegiatan yang ditawarkan organisasi atau perorangan kepada konsumen yang tidak berwujud (*intangible*). Davidow dan Utal, 1989 (dalam Heri Sulisty), menerangkan bahwa pelayanan merupakan segala usaha untuk mempertinggi kepuasan pelanggan.

Dalam *terminologi* lain, pelayanan disebut juga jasa. Kotler, 1994 (dalam Rambat Lupiyoadi) mengemukakan jasa atau *service* adalah setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apa pun dan produksinya mungkin berkaitan dengan produk fisik atau tidak.

Berdasarkan beberapa definisi di atas dapat diambil kesimpulan bahwa pelayanan atau *service* adalah aktifitas manfaat yang ditawarkan oleh suatu organisasi/ perorangan dalam proses membantu kepada orang lain dengan cara-cara tertentu dimana *sensitivity* (kepekaan) dan hubungan interpersonal dibutuhkan untuk menciptakan kepuasan dan loyalitas yang ditentukan oleh keakraban, kehangatan, penghargaan, kedermawanan, dan kejujuran yang dilakukan oleh penyedia jasa.

Beberapa *definisi* tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa pelayanan prima (*service excellent*) merupakan pelayanan yang dianggap terbaik (bila belum memiliki standar), pelayanan yang sesuai atau melebihi standard (bagi yang sudah memiliki standard, mutlak dibuatkan standar pelayanan sebagai alat ukur dalam menentukan apakah sudah sesuai dengan kriteria pelayanan prima, layanan yang sangat memahami kebutuhan *customer*, memberikan kepuasan yang lebih daripada yang diharapkan oleh *customer*, sehingga dapat memenangkan hati pelanggannya.

Tujuan dari *service excellent* atau pelayanan prima yaitu (a) mencegah pembelotan dan membangun kesetiaan pelanggan atau *customer loyalty*. Pembelotan pelanggan atau berpalingnya pelanggan disebabkan karena kesalahan pemberian pelayanan maupun sistem yang digunakan oleh perusahaan dalam melayani pelanggan. (b) dapat memberikan rasa puas dan kepercayaan pada konsumennya. Dalam pelaksanaannya pelayanan prima merupakan pelayanan yang sangat baik dan melampaui harapan pelanggan dan pelayanan yang memiliki ciri khas kualitas (*quality nice*). Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan pelanggan. Kebutuhan yang sesuai dengan rasa dan nilai subjektif kepada pelanggan. Dalam jangka waktu yang panjang perusahaan yang akan tetap bertahan hidup dalam menghadapi persaingan bisnis yang mengglobal adalah perusahaan yang terus melakukan perbaikan dalam kegiatan pelayanan, operasional dan jasa atau inovasi produk untuk selalu meningkatkan kualitas. (c) tetap menjaga dan merawat (*maintenance*) agar pelanggan merasa diperhatikan dan dipentingkan segala kebutuhannya atau keinginannya. Pelayanan dengan standar kualitas yang tinggi dan selalu mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan setiap saat, secara konsisten dan akurat (handal). (d) merupakan upaya mempertahankan pelanggan agar tetap loyal untuk menggunakan produk barang atau jasa yang ditawarkan tersebut.

## **2. METODE**

Rancangan penelitian ini adalah menggunakan rancangan studi kasus yang diuraikan secara deskriptif. Dengan rancangan studi kasus dimaksudkan dapat melakukan kajian secara mendalam dan terfokus pada implementasi komunikasi efektif customer service dalam pelayanan prima kepada nasabah KSPS BMT UGT Capem Badung (Koperasi Simpan Pinjam Syari'ah Baitul Maal Wattamwil Usaha Gabungan Terpadu Cabang Pembantu Badung).

Dalam penelitian ini, Penulis menggunakan *Customer service* di KSPS BMT UGT Capem Badung (Koperasi Simpan Pinjam Syari'ah Baitul Maal Wattamwil Usaha Gabungan Terpadu Cabang Pembantu Badung), sebagai subjek penelitian, hal ini bertujuan untuk memperoleh hasil penelitian secara langsung dari subjek yang diteliti, untuk mendapatkan informasi yang kongkrit.

Penulis menggunakan teknik informan untuk memperoleh hasil penelitian. Yaitu *Customer service* di KSPS BMT UGT Capem Badung (Koperasi Simpan Pinjam Syari'ah Baitul Maal Wattamwil Usaha Gabungan Terpadu Cabang Pembantu Badung) yang memiliki keahlian serta memiliki pemahaman terbaik mengenai isu-isu tertentu, sehingga informan merupakan narasumber.

*Customer service* disana berjumlah satu orang yaitu M. Sulaiman, beliau berasal dari Pasuruan yang mendapatkan mandat dari PPS Sidogiri (Pondok Pesantren Sidogiri) Pasuruan untuk bertugas di KSPS BMT UGT Capem Badung (Koperasi Simpan Pinjam *Syari'ah Baitul Maal Wattamwil* Usaha Gabungan Terpadu Cabang Pembantu Badung) sebagai *Customer service* karena beliau memiliki kemampuan yang profesional sebagai *resepsionis, deksman, salesman, customer relation officer* dan *communicator* dan sudah dilatih selama tiga bulan untuk memperdalam pengetahuan tentang tugas-tugas yang menjadi tanggung jawabnya. Selain *Customer service* untuk menambah informasi dan demi kesempurnaan penelitian ini penulis juga mencari informasi kepada Kepala Cabang Pembantu yaitu Fathur Roji dan *Account Officer* yaitu Suriyanto, karena mereka berdua juga ikut andil dalam melayani nasabah dan penerapan komunikasi efektif kepada nasabah.

Terdapat tiga teknik yang penulis lakukan dalam pengumpulan data penelitian ini, sebagaimana berikut :

1) Teknik Wawancara

Untuk mendapatkan data yang dapat menjelaskan penelitian, teknik pengumpulan data adalah teknik wawancara tatap muka. Penulis akan membuat daftar pertanyaan kemudian mengajukan pertanyaan kepada subjek penelitian, Teknik wawancara dipilih karena memiliki beberapa keunggulan di antaranya adalah:

- a) Memungkinkan untuk mengajukan banyak pertanyaan yang memiliki durasi yang sangat panjang.
- b) Memungkinkan bagi peneliti untuk memahami kompleksitas masalah dan menjelaskan maksud kepada *responden*.
- c) Partisipasi responden lebih tinggi dibandingkan teknik kuesioner.

2) Observasi

Teknik ini sangat relevan digunakan dalam penelitian yang meliputi pengamatan kondisi interaksi *customer service* baik *interpersonal* atau *antarpersonal*, kelompok atau organisasi adalah lembar pengamatan dan catatan kejadian. Beberapa informasi yang diperoleh dalam penelitian adalah tempat, pelaku, kegiatan, kejadian peristiwa.

Alasan penelitian menggunakan observasi adalah untuk menyajikan gambaran realistik, perilaku atau kejadian, untuk menjawab pertanyaan mengenai implementasi komunikasi efektif *customer service* dalam pelayanan prima di KSPS BMT UGT Capem Badung (Koperasi Simpan Pinjam *Syari'ah Baitul Maal Wattamwil* Usaha Gabungan Terpadu Cabang Pembantu Badung)

3) Dokumentasi

Dokumentasi dapat diartikan sebagai cara pengumpulan data yang diperoleh dari dokumen dokumen atau catatan yang tersimpan baik berupa transkrip, buku, dan lain sebagainya.

Dalm hal ini peneliti atau penulis mengumpulkan catatan, literature ataupun dokumen yang langsung diperoleh dari pihak KSPS BMT UGT Capem Badung (Koperasi Simpan Pinjam

*Syari'ah Baitul Maal Wattamwil* Usaha Gabungan Terpadu Cabang Pembantu Badung) untuk keperluan penelitian.

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini teknik deskriptif kualitatif, teknik analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menganalisis fenomena etika komunikasi dari persepektif *customer service* KSPS BMT UGT Capem Badung (Koperasi Simpan Pinjam *Syari'ah Baitul Maal Wattamwil* Usaha Gabungan Terpadu Cabang Pembantu Badung) untuk mendapatkan informasi yang akurat dan fakta tentang implementasi komunikasi efektif dalam pelayanan *Customer service* kepada para nasabah KSPS BMT UGT Capem Badung (Koperasi Simpan Pinjam *Syari'ah Baitul Maal Wattamwil* Usaha Gabungan Terpadu Cabang Pembantu Badung)

Pemilihan lokasi penelitian di khususkan di kantor KSPS BMT UGT Capem Badung (Koperasi Simpan Pinjam *Syari'ah Baitul Maal Wattamwil* Usaha Gabungan Terpadu Cabang Pembantu Badung) alamat Dalung Permai Blok. NN no. 47 Kerobokan Kuta Utara Badung Bali. Lembaga ini merupakan lembaga independent, tidak menggunakan dana dari pemerintah akan tetapi dari cabang-cabang dan capem-capem yang berada di naungan KSPS BMT UGT Sidogiri Pusat Pasuruan Jl. Sidogiri Barat RT.03 RW.02 Kraton Pasuruan 67151 Jawa Timur.

KSPS BMT UGT Capem Badung (Koperasi Simpan Pinjam *Syari'ah Baitul Maal Wattamwil* Usaha Gabungan Terpadu Cabang Pembantu Badung) memiliki Kedekatan yang khusus pada masyarakat mikro, karena memberikan kemudahan pada mereka untuk mengajukan pembiayaan yang berbasis syariah dengan bagi hasil yang terjangkau. Sehingga mereka merasa terlayani dengan baik.

Kedekatan itu berawal dari silaturahmi yang merupakan adat khas Jawa bahkan Indonesia, yang menjadikan hubungan antara KSPS BMT UGT Capem Badung (Koperasi Simpan Pinjam *Syari'ah Baitul Maal Wattamwil* Usaha Gabungan Terpadu Cabang Pembantu Badung) dengan Masyarakat khususnya para nasabah deposan atau debitur seperti saudara bahkan keluarga. Itulah yang menjadi landasan peneliti tertarik untuk

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penerapan komunikasi efektif yang dilakukan oleh *customer service* dalam kegiatan pelayanan prima kepada nasabah dapat diketahui dari wawancara penulis lakukan kepada para karyawan KSPS BMT UGT Capem Badung (Koperasi Simpan Pinjam *Syari'ah Baitul Maal Wattamwil* Cabang Pembantu Badung), khususnya bagi *customer service*.

Berdasarkan hasil wawancara penulis, maka dapat dijelaskan secara umum bahwa Implementasi Komunikasi Efektif *Customer service* dalam Pelayanan Prima kepada Nasabah, dapat digambarkan sebagai berikut:

- 1) Cara menimbulkan rasa saling pengertian kepada nasabah

Dari wawancara yang telah dilakukan, seluruh informan penelitian sepakat bahwa untuk menimbulkan rasa saling pengertian dengan nasabah yaitu dengan menggunakan teknik hubungan manusia yaitu selain saling berkomunikasi di dalamnya terkandung unsur-unsur

kejiwaan yang amat mendalam yang berasal dari hati ke hati. Menurut M. Sulaiman *Customer service*, untuk menimbulkan rasa saling pengertian diperlukan pendekatan dari hati ke hati, karena itu lebih mengena dengan kejiwaan sehingga menimbulkan rasa saling percaya.

- 2) Cara membuat suasana nyaman dan senang ketika menerapkan komunikasi efektif dalam pelayanan prima  
Dari wawancara yang telah dilakukan, seluruh informan penelitian sepakat bahwa untuk membuat suasana nyaman dan senang diperlukan teknik komunikasi persuasif yaitu lebih menekankan pada sisi psikologis yang dilakukan dengan halus, luwes dan mengandung sifat-sifat manusiawi sehingga mengakibatkan kesadaran dan kerelaan yang disertai perasaan senang. Menurut Fathur Roji Kepala Capem, sopan semua karyawan KSPS BMT UGT Capem Badung (Koperasi Simpan Pinjam Syari'ah *Baitul Maal Wattamwil* Cabang Pembantu Badung) sudah dilatih untuk sopan santun yang merupakan bagian dari SOP kepada para nasabah yang diantaranya dapat menimbulkan rasa nyaman ketika berinteraksi dengan para nasabah
- 3) Cara memberikan pengaruh/ajakan kepada para nasabah  
Dari wawancara yang telah dilakukan, seluruh informan penelitian sepakat bahwa untuk memberikan pengaruh/ajakan kepada para nasabah tentang produk di KSPS BMT UGT Capem Badung (Koperasi Simpan Pinjam Syari'ah *Baitul Maal Wattamwil* Cabang Pembantu Badung) diperlukan teknik komunikasi persuasive yaitu teknik yang menekan sisi psikologis sehingga berdampak terhadap kerelaan nasabah untuk mengikuti ajakan atau terpengaruh dengan *customer service*. Menurut M. Sulaiman *Customer service*, seorang *customer service* harus menguasai produk-produk yang ada di KSPS BMT UGT Capem Badung (Koperasi Simpan Pinjam Syari'ah *Baitul Maal Wattamwil* Cabang Pembantu Badung) dan kelebihanannya dengan fasih, sehingga nasabah tidak mengeluh dengan mengikuti ajakan *customer service*.
- 4) Cara menciptakan hubungan baik antara nasabah dan *customer service*  
Dari wawancara yang telah dilakukan, seluruh informan penelitian sepakat bahwa untuk menciptakan hubungan baik antara *customer service* dan nasabah diperlukan teknik hubungan manusia teknik ini digunakan untuk meniadakan kesalahpahaman dengan pendekatan emosional dan sosial budaya. Menurut Suriyanto *Account Officer*, karyawan dengan nasabah harus memiliki hubungan yang erat bukan hanya sebagai nasabah akan tetapi sebagai *Ikhwanul Muslimin*.
- 5) Cara memberikan dorongan/motivasi kepada nasabah untuk memperoleh keuntungan ketika penerapan komunikasi efektif dalam pelayanan prima  
Dari wawancara yang telah dilakukan, seluruh informan penelitian sepakat bahwa untuk memberikan dorongan/motivasi kepada nasabah diperlukan teknik komunikasi bersifat

perintah dalam artian positif karena teknik ini mengandung perintah dengan menjelaskan dampak negative bila tidak mengikutinya dan memberi tekanan untuk mengikuti dorongan *customer service*. Menurut M. Sulaiman *Customer service*, walaupun menggunakan teknik komunikasi bersifat perintah akan tetapi tetap tidak pernah memaksa dan memberi tekanan kepada nasabah, semuanya dikembalikan lagi kepada kehendak nasabah.

- 6) Agar terhindar dari tekanan dan ketegangan ketika menerapkan komunikasi efektif dalam pelayanan prima  
Dari wawancara yang telah dilakukan, seluruh informan penelitian sepakat bahwa untuk terhindar dari tekanan dan ketegangan ketika menerapkan komunikasi efektif dalam pelayanan prima diperlukan rasa saling pengertian dengan kemampuan memahami pesan dengan cermat sebagaimana yang dimaksud komunikator dan diselingi humor di sela-sela komunikasi efektif tersebut. Menurut M. Sulaiman *Customer service*, karyawan harus memiliki rasa toleransi kepada nasabah karena nasabah adalah raja sesaat yang harus dilayani dengan baik.
- 7) Memadukan ekspresi dan ucapan atau verbal dan non verbal dalam penerapan komunikasi efektif  
Dari wawancara yang telah dilakukan, seluruh informan penelitian sepakat bahwa untuk memadukan ekspresi dan ucapan dengan niat yang jelas, minat dengan *factor obyektif* dan *subyektif*, pandangan tentang informasi dan tanggapan, kelekatan informasi dengan komunikator serta keterlibatan panca indra dalam berkomunikasi efektif. Menurut M. Sulaiman *Customer service*, untuk memadukan ekspresi dan ucapan diperlukan keahlian yang didapat dari latihan terus-menerus dan membiasakannya.
- 8) Pengaruh kehidupan sosial dengan penerapan komunikasi efektif dalam pelayanan prima  
Dari wawancara yang telah dilakukan, seluruh informan penelitian sepakat bahwa kehidupan sosial sangat berpengaruh dengan penerapan komunikasi ini, penerapan komunikasi ini sangat identic dengan kehidupan sosial dalam segi komponen komunikasi efektif yaitu, komunikator, komunikan, saluran, pesan dan tanggapan. Menurut M. Sulaiman *Customer service*, kehidupan sosial merupakan cikal bakal dari komunikasi efektif yang sangat berdampak pada komunikasi efektif.
- 9) Penggunaan media ketika menerapkan komunikasi efektif dalam pelayanan prima  
Dari wawancara yang telah dilakukan, seluruh informan penelitian sepakat bahwa penggunaan media dalam penerapan komunikasi efektif ini cukup sering terutama *handphone* dan paplet, karena untuk menginformasikan tentang kabar yang berkenaan dengan nasabah dan transaksi. Menurut M. Sulaiman *Customer service*, media sangat penting karena merupakan sarana untuk berkomunikasi efektif ketika tidak berhadapan langsung dengan nasabah.
- 10) Penggunaan simbol/isyarat ketika menerapkan komunikasi efektif dalam pelayanan prima

Dari wawancara yang telah dilakukan, seluruh informan penelitian sepakat bahwa penggunaan simbol/isyarat tidak terlalu diperlukan dalam komunikasi efektif ini kecuali ketika berhadapan dengan nasabah yang mengidap tuna rungu. Menurut Suriyanto *Account Officer*, simbol/ isyarat juga sering digunakan bila nasabah sulit memahami pesan yang disampaikan misalnya dikarenakan awamnya tentang perbankan.

11) Efektifitas media dalam penerapan komunikasi efektif dalam pelayanan prima

Dari wawancara yang telah dilakukan, seluruh informan penelitian sepakat bahwa media sangat efektif digunakan dalam penerapan komunikasi efektif ini karena komunikasi bisa mencapai saling pemahaman walaupun tidak secara langsung. Menurut Suriyanto *Account Officer*, media adalah alat komunikasi kedua setelah panca indra yang bisa mencapai saling pemahaman antara *customer service* dan nasabah.

12) Efektifitas simbol/isyarat dalam penerapan komunikasi efektif dalam pelayanan prima

Dari wawancara yang telah dilakukan, seluruh informan penelitian sepakat bahwa simbol/isyarat cukup efektif dalam penerapan komunikasi ini, karena bisa mencapai saling pemahaman antara komunikator dan komunikan, walaupun tidak semua bisa memahaminya. Menurut M. Sulaiman *Customer service*, simbol/isyarat merupakan alat komunikasi ketiga setelah media, karena tingkat keefektifannya masih di bawah media.

13) Cara menghadapi nasabah yang menderita tuna rungu

Dari wawancara yang telah dilakukan, seluruh informan penelitian sepakat bahwa untuk menghadapi nasabah yang menderita tuna rungu diperlukan komunikasi dengan simbol/isyarat, karena keterbatasan nasabah yang hanya bisa di tanggapi dengan menggunakan simbol/isyarat untuk mencapai saling pemahaman antar kedua belah pihak. Menurut M. Sulaiman *Customer service*, bagi nasabah penderita tuna rungu isyarat adalah cara satu-satunya untuk memberikan pesan dan mendapatkan *feedback*.

14) Tindakan *customer service* dalam penerapan komunikasi efektif ketika mati listrik

Dari wawancara yang telah dilakukan, seluruh informan penelitian sepakat bahwa bila terjadi mati listrik ketika penerapan komunikasi efektif ini, maka yang dilakukan adalah melakukan transaksi dengan manual dalam melayani nasabah. Menurut Fathur Roji Kepala Capem, langkah pertama dicari penyebab mati listrik, bila itu disebabkan factor internal maka dicarikan solusi agar menyala kembali dan bila dikarenakan factor external maka transaksi dilakukan secara manual untuk memenuhi kebutuhan nasabah.

15) Cara menghadapi nasabah yang masih awam tentang perbankan

Dari wawancara yang telah dilakukan, seluruh informan penelitian sepakat bahwa untuk menghadapi nasabah yang sangat awam tentang perbankan diperlukan teknik hubungan manusia yaitu komunikasi yang mengandung unsur-unsur kemanusiaan untuk meniadakan salah pengertian atau salah paham antara kedua belah pihak dengan pendekatan emosional dan social budaya. Menurut M. Sulaiman *Customer service*, untuk menghadapi nasabah

yang sangat awam tersebut dalam penyampaian pesan harus perlahan-lahan dan dengan penuh kesabaran.

- 16) Cara menyampaikan pesan yang tidak berbelit-belit atau tidak jelas

Dari wawancara yang telah dilakukan, seluruh informan penelitian sepakat bahwa untuk menyampaikan yang tidak berbelit-belit/tidak jelas dibutuhkan latihan khusus terus menerus dan membiasakannya. Menurut M. Sulaiman *Customer service*, dalam hal tersebut kita harus banyak belajar dari kehidupan sehari-hari/kehidupan sosial dan mempraktekkannya sampai benar-benar fasih.

- 17) Tindakan *customer service* bila mendengar kabar tidak enak ketika penerapan komunikasi efektif dalam pelayanan prima

Dari wawancara yang telah dilakukan, seluruh informan penelitian sepakat bahwa bila mendengarkan kabar tidak enak tentang orang terdekat, maka yang harus dilakukan adalah menyelesaikan/menustankan transaksi, kemudian meminta izin kepada atasan untuk segera pulang. Menurut M. Sulaiman *Customer service*, bila hal tersebut terjadi ketika bertugas, maka dahulukan tugas yang bisa dijangkau lalu meminta izin kepada atasan agar nasabah tidak merasa kecewa dengan pelayanan yang sedang berlangsung.

- 18) Pentingnya humor dalam penerapan komunikasi efektif dalam pelayanan prima

Dari wawancara yang telah dilakukan, seluruh informan penelitian sepakat bahwa humor sangat penting dalam penerapan komunikasi efektif ini, karena mampu mengurangi ketegangan, rasa sakit akibat stres dan memberikan dukungan atau meningkatkan rasa emosional kepada nasabah. Menurut M. Sulaiman *Customer service*, humor dalam penerapan komunikasi efektif menunjukkan keakraban antara nasabah dan *customer service*/seluruh karyawan.

- 19) Teknik yang dominan dalam penerapan komunikasi efektif

Dari wawancara yang telah dilakukan, seluruh informan penelitian sepakat bahwa teknik yang dominan dalam penerapan komunikasi efektif ini adalah komunikasi persuasif. Menurut M. Sulaiman *Customer service*, mayoritas karyawan KSPS BMT UGT Capem Badung (Koperasi Simpan Pinjam Syari'ah *Baitul Maal Wattamwil* Cabang Pembantu Badung) adalah santri yang dididik untuk sopan santun dengan sesama yang menjadi sifat yang melekat pada santri tersebut dan seluruh karyawan sudah dilatih sebelum menjadi karyawan sesuai dengan SOP yang berlaku.

- 20) Tingkat kesulitan menerapkan komunikasi efektif di kantor dan di lapangan

Dari wawancara yang telah dilakukan, seluruh informan penelitian sepakat bahwa lebih sulit menerapkan komunikasi efektif di lapangan, karena memiliki resiko lebih tinggi daripada menerapkannya di kantor. Menurut M. Sulaiman *Customer service*, di lapangan jangkauannya lebih luas daripada di kantor, sehingga memerlukan kemampuan lebih untuk memberikan pelayanan kepada para nasabah.

#### 4. PENUTUP

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan dapat diambil kesimpulan bahwa implementasi komunikasi efektif *customer service* dalam pelayanan prima kepada nasabah KSPS BMT UGT Capem Badung (Koperasi Simpan Pinjam Syari'ah Usaha Gabungan Terpadu Baitul Maal Wattawil Cabang Pembantu Badung) adalah tata cara penerapan seorang *customer service* dalam pelayanan prima kepada nasabah dengan menggunakan komunikasi yang dapat menimbulkan rasa saling percaya antara *customer service* sebagai perwakilan instansi dan para nasabah, menimbulkan perasaan senang pada nasabah dan dan *customer service* ketika diterapkan komunikasi efektif oleh *customer service* yang berefek nasabah untuk selalu menggunakan jasa dan produk KSPS BMT UGT Capem Badung (Koperasi Simpan Pinjam Syari'ah Usaha Gabungan Terpadu Baitul Maal Wattawil Cabang Pembantu Badung), memengaruhi sikap nasabah untuk selalu menggunakan jasa dan produk KSPS BMT UGT Capem Badung (Koperasi Simpan Pinjam Syari'ah Usaha Gabungan Terpadu Baitul Maal Wattawil Cabang Pembantu Badung) dan dapat menimbulkan tindakan kepada nasabah untuk menggunakan jasa dan produk KSPS BMT UGT Capem Badung (Koperasi Simpan Pinjam Syari'ah Usaha Gabungan Terpadu Baitul Maal Wattawil Cabang Pembantu Badung).

##### **Bagi Customer Service**

*Customer service* merupakan palang pintu bagi suatu instansi dan pintu adalah tempat keluar masuk dari instansi tersebut, nasabah/klien bagaikan seorang raja dan ratu sesaat yang harus dilayani sebaik mungkin, bila dari awal dan akhir nasabah merasa nyaman dengan pelayanan *customer service*, maka harumlah nama instansi dan mendapatkan keuntungan yang berlimpah. Maka dari itu *customer service* harus hati-hati dalam melayani klien jangan sampai ada kesalahan pahaman yang bisa merusak citra diri *customer service* bahkan instansi yang di singgahi.

*Customer Service* juga dituntut profesional dalam melaksanakan tugas-tugas yang diembannya dan menjadi tanggung jawabnya, keprofesionalitasnya bukan hanya untuk nasabah akan tetapi sesama karyawan di KSPS BMT UGT Capem Badung, karena sesama karyaan adalah sebuah team atau organisasi yang anggotanya saling berkaitan satu sama lain sehingga bila salah satu dari anggota atau sebagian tidak kompak maka berdampak pada kinerja dari sebuah team tersebut.

##### **Bagi Nasabah**

Walaupun nasabah bagaikan seorang raja dan ratu sesaat, akan tetapi nasabah tetap harus mengikuti peraturan yang berlaku dalam instansi tersebut, karena instansi dengan badan hukumnya juga memiliki hak dalam kesejahteraan instansi tersebut.

Bila seorang nasabah mematuhi peraturan yang ada dalam suatu instansi tersebut, maka nasabah tersebut berhak mendapatkan pelayanan prima dari *customer service*

## 5. DAFTAR PUSTAKA

- Adi. 2002. *Perilaku Konsumen*. Studia Press, Jakarta
- Amin, Abdullah 2009. *Ekonomi, Asuransi, dan Keuangan Syari'ah*. Grasindo, Jakarta.
- Applbaum, Ronald L, 1974, *Strategies for Persuasive Communication*, Charles E.Merril Publishing Company, Columbus, Ohio Jakarta
- Daymon, Christine dan Holloway, Immy 2008. *Metode-Metode Riset Kualitatif dalam Public Relations dan Marketing Communications*, penerjemah Cahya Wiratama, Benteng Yogyakarta.
- Deddy. 2002. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Remaja Rosdakarya Nugroho, Bandung.
- Depdikbud 1996 *Kamus Besar Bahasa Indonesia 571*, Balai Pustaka Jakarta.
- Fathur Roji, Kepala Capem, Wawancara Kantor Cabang Pembantu Badung BMT UGT Sidogiri
- Hidayatin, Noviana 2013. *Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah di BMT UGT Sidogiri Capem Waru*, Penelitian UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Jalaludin Rakhmat 2003, *Metode Penelitian Komunikasi*, PT. Remaja Rosdakarya Bandung.
- Jalaludin Rakhmat 2008, *Psikologi Komunikasi*, PT. Remaja Rosdakarya Bandung.
- M. Sulaiaman, Customer Service, Wawancara Kantor Cabang Pembantu Badung BMT UGT Sidogiri
- M. Taufik Juliane. 2010 , *Komunikasi Terapeutik dan Konseling dalam Praktek Kebidanan* . Jakarta Selatan : Salemba Medika
- Onong Uchjana, Effendi 2008 *Dinamika Komunikasi* PT. Remaja Rosdakarya Bandung
- Produk BMT UGT Sidogiri 17 Pebruari 2015 Buku Panduan Produk KSPS Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Indonesia, Pasuruan.
- RAT XV Denpasar 17 Pebruari 2015, *Buku Panduan Rapat Anggota Tahunan KSPS BMT UGT Sidogiri Indonesia*, Pasuruan
- Ruben Brent D dan Lea P Stewart 2006. *Communication and Human Behavior*. Allyn and Bacon United States
- Standart Operasional Pelayanan 17 Pebruari 2015 *Buku Panduan Standart Operasional Prosedur KSPS Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Indonesia*, Pasuruan.
- Suriyanto, Account Officer, Wawancara Kantor Cabang Pembantu Badung BMT UGT Sidogiri