

**PELAKSANAAN *SERVICE EXCELLENCE* OLEH *CUSTOMER SERVICE*
PADA PT. FINANSIA MULTI FINANCE
CABANG SURABAYA**

ARTIKEL ILMIAH

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Diploma 3
Program Studi Keuangan dan Perbankan



Oleh:

DHIAN LAILATUL RACHMADHANI

NIM : 2014110131

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2017**

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Dhian Lailatul Rachmadhani
Tempat, Tanggal Lahir : Tuban, 6 Februari 1996
N.I.M : 2014110131
Program Studi : Keuangan & Perbankan
Program Pendidikan : Diploma 3
Judul : Pelaksanaan *Service Excellence* oleh *Customer Service* pada
PT. Finansia Multi Finance Cabang Surabaya

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,
Tanggal :


(Hj. Anggraeni, SE., M.Si)

Pjs. Ketua Program Studi Diploma 3
Tanggal :


(Putri Wulanditya, SE., M.Ak., CPSAK)

**IMPLEMENTATION OF SERVICE EXCELLENCE AT CUSTOMER SERVICE
IN PT. FINANSIA MULTI FINANCE
SURABAYA BRANCH**

Dhian Lailatul Rachmadhani
STIE Perbanas Surabaya
Email : rdhianlailatul@gmail.com
Perum. Karang Indah Blok BG 06 Tuban

Hj. Anggreani, S.E, M.Si
STIE Perbanas Surabaya
Email : anggi@perbanas.ac.id
Jl. Nginden Semolo 34-36 Surabaya

ABSTRACT

The current competition in this era make a lot of companies cannot get customers with standard method. A lot of companies start to use service excellence principal. It means that they will give a service excellence to their customers. As non-bank financial institutions PT.Finansia Multi Finance should have an service excellence to make their customers satisfied and interest with their products. Their customer service should do the standard of service excellence in that company. So the case that will be explain in this essay is about “are customer service have do service excellence so well or not”. I use observation and interview method. PT. Finansia Multi Finance has done to do an procedure to make their own standard of service excellence. There are some problems that face up by their customer service and they have an problem solving at each problem. PT Finansia Multi Finance have to do training for their customer service so that they will always in standard of service excellence. PT Finansia Multi Finance is already make their costumers feel satisfied because security is should help the customer service to do their job. So customer service can handle customers more fast.

Keywords: implementation, service excellence, customer service, satisfied.

PENDAHULUAN

Persaingan ketat saat ini membuat banyak perusahaan tidak bisa lagi hanya sekedar mendapatkan konsumen dengan cara – cara yang standar. Banyak perusahaan mulai menerapkan prinsip *service excellence* atau pelayanan prima. Dimana mereka akan memberikan pelayanan prima sejak kedatangan pelanggan hingga pelayanan purna jual. Prinsip “pelanggan adalah raja“, diperhatikan dengan sungguh-sungguh. Kenyataan kecenderungan orang memilih sebuah produk berdasarkan pelayanan yang baik, hingga paska purna jual dari tahun ke tahun terus meningkat. Kualitas

leasing mungkin sama, harga mungkin berbeda tipis, tetapi yang membedakan adalah berbagai *extra services* yang diberikan untuk memuaskan para konsumen kredit tersebut. Jika sebuah perusahaan ingin sukses dalam memenangkan kompetisi, mereka dituntut untuk memberikan berbagai pelayanan tambahan untuk kemudahan dan kenyamanan konsumen. Kepuasan pelanggan merupakan hal penting bagi pertumbuhan perusahaan disisi lain “*word of mouth*” terbukti efektif di indonesia, sedangkan apa yang di ungkapkan tersebut akan sangat bergantung kepada pengalaman pelanggan

ketika berinteraksi dengan jasa perusahaan yang diberikan. Keramahan *customer service* yang mempunyai empati terhadap konsumen dan sebagainya. Jika dulu membuat produk dengan kualitas tinggi sudah cukup, faktor harga bersaing juga sudah cukup, saat ini itu semua tidak lagi cukup tanpa adanya *service excellence*. Pentingnya *service excellence* terhadap pelanggan biasanya berhubungan erat dengan bisnis jasa pelayanan yang dilakukan dalam upaya untuk memberikan rasa puas dan menumbuhkan kepercayaan terhadap pelanggan atau konsumen, sehingga pelanggan merasa dirinya dihargai dan dihormati dengan baik dan benar. *Service Excellence* terhadap pelanggan juga merupakan strategi dalam rangka memenangkan persaingan. Akan tetapi tidak cukup hanya memberikan rasa puas dan perhatian terhadap pelanggan saja, lebih dari itu adalah bagaimana cara merespon keinginan pelanggan, sehingga dapat memberikan kesan positif dari pelanggan. *Service Excellence* harus ditunjang dengan kemampuan sumber daya manusia yang handal. Mempunyai visi dan misi yang dapat mengembangkan strategi dan kiat *service excellence* yang mempunyai keunggulan. Disamping itu harus diupayakan secara terus menerus agar dapat meningkatkan kemampuan para petugas pelayanan agar dapat menumbuhkan dedikasi dan memberikan pelayanan yang sebaik baiknya kepada pelanggan untuk tetap setia dengan produk dan barang jasa kita tanpa sempat untuk melirik atau berkeinginan memakai produk lain.

Makrufflis (2015) mendefinisikan pelayanan prima sebagai berikut :

Dalam memberikan pelayanan prima sebagai usaha untuk mencapai kepuasan pelanggan, pihak perusahaan dapat berpedoman pada variabel pelayanan prima. Variabel pelayanan prima tersebut adalah kemampuan (*ability*), sikap (*attitude*), penampilan (*appearance*), perhatian (*attention*),

tindakan (*action*), dan tanggungjawab (*accouttability*).

Betapa pentingnya pelayanan prima terhadap pelanggan karena keberhasilan pelayanan prima dapat juga menimbulkan hal-hal sebagai berikut :Pelayanan prima dapat menimbulkan keputusan pihak pelanggan untuk segera mendapatkan produk yang kita tawarkan pada saat itu.Dapat menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap produk kita.Dapat mempertahankan agar tetap setia menggunakan produk kita.Dapat mendorong pelanggan untuk kembali lagi membeli produk kita Berdasarkan latar belakang di atas, dapat diketahui bahwa perusahaan *leasing* dalam menyediakan sistem layanan jasa sangat memperhatikan pelayanan prima (*service excellence*) dalam memenuhi kebutuhannya. Maka berdasarkan keadaan tersebut, penyusun tertarik untuk melakukan pengamatan tentang pelaksanaan *service excellence* dan disusun dalam Tugas Akhir yang berjudul **“PELAKSANAAN SERVICE EXCELLENCE OLEH CUSTOMER SERVICE PADA PT.FINANSIA MULTI FINANCE CABANG SURABAYA”**. Agar tidak terjadi salah pengertian dengan apa yang dimaksudkan oleh penulis sehingga pembaca dapat memahami dengan mudah, maka penulis akan menguraikan secara sederhana definisi judul tiap kata yang tertulis pada judul tersebut. Adapun penjelasan mengenai pelaksanaan *service excellence* di PT. Finansia Multi Finance Cabang Surabaya sebagai berikut :

Pelaksanaan menurut Westra adalah sebagai usaha-usaha yang dilakukan untuk melaksanakan semua rencana dan kebijaksanaan yang telah dirumuskan dan ditetapkan dengan melengkapi segala kebutuhan alat-alat yang diperlukan, siapa yang akan melaksanakan, dimana tempat pelaksanaanya dan kapan waktu dimulainya. Adapun menurut Bintoro Tjokroadmudjoyo bahwa pelaksanaan adalah sebagai proses dalam bentuk

rangkaian kegiatan, yaitu berawal dari kebijakan guna mencapai suatu tujuan, maka kebijakan itu diturunkan dalam suatu program dan proyek. Jadi berdasarkan dua definisi di atas, maka pelaksanaan adalah usaha-usaha yang dilakukan untuk melaksanakan semua rencana dan kebijakan guna mencapai suatu tujuan.

Menurut Adawiyah (2015), definisi pelayanan prima (*service excellence*) adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada organisasi/perusahaan. Sedangkan menurut Kasmir (2011 :31) Pelayanan yang baik adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan pada pelanggan dengan standar yang telah ditetapkan, agar mereka loyal kepada perusahaan.

Menurut Kotler (2002:143), pelayanan atau *service* adalah kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik. Menurut Zeithaml, V.A, M.J Bitner dan D.D Gremler dalam Ratih Hurriyati (2006:15) *customer service* adalah terjadinya penyerahan, proses dan adanya performa atau kualitas yang dapat dirasakan oleh pengguna. Jadi *customer service* adalah suatu pihak yang dalam kegiatannya dapat memberikan manfaat pada pihak lain dengan performa atau kualitas yang baik.

Jadi judul yang dimaksud dalam TA di sini adalah usaha-usaha yang dilakukan oleh *customer service* untuk melaksanakan semua rencana dan kebijakan dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan standar yang telah ditetapkan di PT. Financia Multi Finance Cabang Surabaya guna mencapai tujuan agar mereka loyal pada perusahaan

Adapun penyusunan rumusan masalah dalam proposal ini adalah sebagai berikut : Apa persyaratan untuk menjadi *customer service* di PT. Financia Multi Finance Cabang Surabaya? Bagaimana tugas, fungsi dan peran *customer service* dalam meningkatkan *service excellence* terhadap konsumen di PT. Financia Multi Finance Cabang Surabaya? Bagaimana konsep *service excellence* di PT. Financia Multi Finance Cabang Surabaya? Bagaimana pelaksanaan *service excellence* di PT. Financia Multi Finance Cabang Surabaya? Apa upaya yang dilakukan untuk meningkatkan *service excellence* di PT. Financia Multi Finance Cabang Surabaya? Apa saja permasalahan yang dialami dalam memberikan *service excellence* serta bagaimana cara menghadapi permasalahan tersebut pada PT. Financia Multi Finance Cabang Surabaya?

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut : Untuk mengetahui persyaratan menjadi *customer service* di PT. Financia Multi Finance Cabang Surabaya. Untuk mengetahui tugas, fungsi, dan peran *customer service* dalam meningkatkan *service excellence* terhadap konsumen di PT. Financia Multi Finance Cabang Surabaya. Untuk mengetahui konsep *service excellence* di PT. Financia Multi Finance Cabang Surabaya. Untuk mengetahui pelaksanaan *service excellence* di PT. Financia Multi Finance Cabang Surabaya. Untuk mengetahui upaya apa saja yang dilakukan guna meningkatkan *service excellence*. Untuk mengetahui permasalahan dalam memberikan *service excellence* di PT. Financia Multi Finance Cabang Surabaya serta solusi dalam menghadapinya.

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut : Bagi Penyusun : Menambah wawasan dan informasi mengenai pelaksanaan *service excellence* di PT. Financia Multi Finance Cabang Surabaya. Bagi PT. Financia Multi Finance Cabang Surabaya : Sebagai bahan masukan dan pertimbangan bank dalam

upaya meningkatkan *service excellence* guna memberikan kepuasan terhadap nasabah. Bagi pembaca : Sebagai bahan bacaan yang dapat memberikan informasi serta menambah pengetahuan tentang pelaksanaan *Service Excellence* yang ada pada PT. Financia Multi Finance Cabang Surabaya. Bagi STIE Perbanas Surabaya : Dapat digunakan sebagai bahan referensi bacaan di perpustakaan STIE Perbanas Surabaya untuk penelitian lebih lanjut khususnya yang berhubungan dengan *service excellence* pada PT. Financia Multi Finance Cabang Surabaya. Sekaligus dapat menjadi contoh atau pertimbangan serta panduan bagi mahasiswa lain yang akan melakukan penelitian lebih lanjut.

Dalam memperoleh data-data yang akan digunakan saya melakukan pengumpulan data, sebagai berikut : Metode Wawancara : Metode ini dilakukan dengan cara mengadakan wawancara atau Tanya jawab langsung kepada pihak yang terkait dengan obyek yang akan ditulis untuk mendapatkan semua informasi perusahaan. Metode Observasi : Metode ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan secara langsung di PT. Financia Multi Finance Cabang Surabaya yang berhubungan dengan *Service Excellence*.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian, Fungsi, dan Jenis *Leasing*

Pengertian *leasing*, *Leasing* adalah kata dari bahasa Inggris yaitu kata *lease* yang artinya menyewakan. *Leasing* sebagai suatu lembaga pembiayaan dapat dikatakan sebagai suatu kegiatan yang masih sangat muda atau baru dilaksanakan di Indonesia pada awal tahun 1970-an dan baru diatur untuk pertama kali dalam peraturan perundang-undangan Republik Indonesia sejak tahun 1974. Eksistensi pranata hukum *leasing* di Indonesia sendiri sudah ada beberapa perusahaan *leasing* yang statusnya sama sebagai suatu lembaga keuangan non bank.

Oleh karena itu yang dimaksud dengan *leasing* adalah setiap kegiatan pembiayaan perusahaan dalam bentuk penyediaan atau penyewaan barang –barang modal untuk digunakan oleh perusahaan lain dalam jangka waktu tertentu.

Fungsi *leasing*, Fungsi *leasing* adalah sebagai sumber dana jangka menengah (dari satu tahun sampai lima tahun). Ditinjau dari segi perekonomian nasional, *leasing* telah memperkenalkan suatu metode baru untuk memperoleh barang modal dan menambah modal kerja. Sampai saat ini belum ada undang-undang khusus yang mengatur tentang *leasing* namun demikian praktek bisnis *leasing* telah berkembang dengan cepat, dan untuk mengantisipasi kebutuhan agar secara hukum mempunyai pegangan yang jelas dan pasti.

Jenis *leasing* adalah sebagai berikut : *Finance leasing* : dalam sewa guna usaha ini, perusahaan sewa guna usaha (*lessor*) adalah pihak yang membiayai penyediaan barang modal. Penyewa guna usaha (*lessee*) biasanya memilih barang modal yang dibutuhkan dan atas nama perusahaan sewa guna usaha, sebagai pemilik barang modal tersebut, melakukan pemesanan, pemeriksaan dan pemeliharaan barang modal yang menjadi objek transaksi *leasing*. *Lessor* akan mengeluarkan dananya untuk membayar barang tersebut kepada *supplier* dan kemudian barang tersebut diserahkan kepada *lessee*. Sebagai imbalan tau jasa pengguna barang tersebut *lessee* akan membayar secara berkala kepada *lessor* sejumlah uang yang berupa uang rental untuk jangka waktu tertentu yang telah disepakati bersama. Jumlah rental ini secara keseluruhan akan meliputi harga barang yang dibayar oleh *lessor* ditambah factor bunga serta keuntungan pihak *lessor*. Selanjutnya *capital* atau *finance lease* masih bisa dibedakan menjadi 2, yaitu : *Direct finance lease*: Transaksi ini terjadi jika *lessee* sebelumnya belum pernah memiliki barang yang dijadikan objek *lease*. Secara

sederhana bisa dikatakan bahwa *lessor* membeli suatu barang atas permintaan *lessee* dan akan dipergunaan oleh *lessee*. *Sale and lease back*: Dalam transaksi ini *lessee* menjual barang yang telah dimilikinya kepada *lessor*. Atas barang yang sama ini kemudian dilakukan suatu kontrak *leasing* antara *lessee* dengan *lessor*. Dengan memperhatikan mekanisme ini, maka perjanjian ini memiliki tujuan yang berbeda dibandingkan *direct finance lease*. Disini *lessee* memerlukan *cash* yang bisa dipergunakan untuk tambahan modal kerja atau untuk kepentingan lainnya. Bisa dikatakan bahwa dengan sistem *sale and lease back* memungkinkan *lessor* memberikan dana untuk keperluan apa saja kepadakliennya dan tentu saja dana yang dibutuhkan sesuai dengan nilai objek barang *lease*. *Operating lease* (sewa menyewa biasa) : Dalam sewa guna usaha ini, perusahaan sewa guna usaha membeli barang modal dan selanjutnya disewagunakan kepada penyewa guna usaha. Berbeda dengan *finance lease*, jumlah seluruh pembayaran sewa guna usaha berkala dalam *operating lease* tidak mencakup jumlah biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh barang modal tersebut berikut dengan bunganya. Perbedaan ini disebabkan perusahaan sewa guna usaha mengharapkan keuntungan justru dari penjualan barang modal yang disewa guna usahakan atau melalui beberapa kontrak sewa guna usaha lainnya. Perusahaan sewa guna usaha dalam *operating lease* biasanya bertanggungjawab atas biaya-biaya pelaksanaan sewa guna usaha seperti asuransi, pajak maupun pemeliharaan barang modal yang bersangkutan. *Sales – type lease* (sewa guna usaha penjualan). Suatu transaksi sewa guna usaha, dimana produsen atau pabrikan juga berperan sebagai perusahaan sewa guna usaha sehingga jumlah transaksi bagian laba sudah diperhitungkan oleh produsen atau pabrikan. *Leverage lease* : Suatu transaksi sewa guna usaha, selain melibatkan *lessor* dan *lessee* juga melibatkan bank atau kreditur jangka

panjang yang membayai bagian terbesar transaksi. *Cross border lease* : Transaksi pada jenis ini merupakan suatu transaksi *leasing* yang dilakukan dengan melewati batas suatu Negara. Dengan demikian antara *lessor* dengan *lessee* yang dilakukan dengan melewati batas suatu Negara. Dengan demikian antara *lessor* dan *lessee* terletak pada 2 Negara berbeda

Penggolongan Perusahaan Sewa Guna Usaha (*Leasing*) terdiri dari

Independent leasing company: Perusahaan sewa guna merupakan suatu perusahaan yang berdiri sendiri, tidak terkait dengan suatu produsen barang modal sehingga dalam pembiayaan barang modal yang dilakukan oleh *independent leasing company* ini dapat beragam (tidak terfokus pada satu merek barang modal, tetapi dapat terdiri dari berbagai merek maupun jenisnya). *Non independent leasing company* : Perusahaan sewa guna usaha ini merupakan suatu perusahaan yang mempunyai hubungan langsung dengan produsen barang modal, dimana pendirian perusahaan sewa guna usaha untuk meningkatkan penjualan barang modal yang diproduksi oleh produsen yang bersangkutan. *Lease broker atau packager*: Berfungsi mempertemukan calon *lessee* dengan pihak *lessor* yang membutuhkan suatu barang modal dengan cara *leasing* tapi *lease broker* tidak memiliki barang atau peralatan untuk menangani transaksi *leasing* untuk atas namanya.

Keuntungan Sewa Guna Usaha

Pembiayaan melalui *leasing* merupakan pembiayaan yang sangat sederhana dalam prosedur dan pelaksanaannya dan oleh karena itu *leasing* yang digunakan sebagai pembayaran alternatif tampak lebih menarik. Sebagai suatu alternatif sumber pembiayaan modal bagi perusahaan-perusahaan, maka *leasing* didukung oleh keuntungan-keuntungan sebagai berikut : Fleksibel, Cepat dalam pelayanan, Adanya kepastian hukum, Terkadang *leasing* merupakan satu-satunya cara untuk

mendapatkan aktiva bagi suatu perusahaan.

Pengertian, Peran, dan Tugas Customer Service

Pengertian *customer service* adalah dalam menjaga dan melayani konsumennya, perusahaan leasing juga harus menjaga citranya. Citra perusahaan dapat terjaga melalui kualitas produk dan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut. Untuk meningkatkan citranya, perusahaan memerlukan karyawan yang mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Karyawan yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen inilah yang disebut *customer service*. Menurut Kasmir (2014:249) pengertian *customer service* secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. *Customer Service* mempunyai peranan yang sangat penting selain melayani konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya, *customer service* juga berperan dalam membina hubungan baik dengan konsumen. Hal tersebut harus dilakukan karena dengan membina hubungan yang baik maka dapat memberikan kenyamanan untuk konsumen agar tetap menjadi konsumen perusahaan tersebut. Hal tersebut juga berkemungkinan dapat menarik konsumen lainnya.

Peran *customer service* adalah *Customer Service* (CS) adalah salah satu ujung tombak terpenting bagi perusahaan dalam membangun kepuasan pelanggan. Perusahaan juga dapat memberikan persepsi yang positif kepada pelanggan. Melalui CS perusahaan dapat mengetahui apa yang menjadi keinginan konsumen. Ada beberapa peran yang dimiliki CS, peran-peran tersebut adalah sebagai berikut : CS ikut membantu perusahaan dalam mempertahankan hubungan dengan para konsumen mereka, CS membantu

perusahaan dalam membentuk citra yang baik dimata konsumen

Tugas *customer service* adalah seorang *Customer Service* tentu telah memiliki tugas dan fungsi yang telah ditetapkan. Dimana tugas dan fungsi tersebut harus dilaksanakan dengan sebaik mungkin dengan penuh rasa tanggung jawab.

Berikut ini penjelasan tugas *customer service* yang sesuai dengan fungsinya menurut Kasmir (2014:251) : Sebagai Resepsionis :Sebagai resepsionis artinya seorang *customer service* bertugas untuk menerima tamu/ konsumen yang datang ke kantor dengan ramah, sopan, tenang, simpatik, menarik, dan menyenangkan. Dalam hal ini, CS harus bersikap memberi perhatian, memberikan informasi yang diinginkan selengkap mungkin, berbicara dengan suara yang lembut dan jelas dengan bahasa yang mudah dimengerti serta mengucapkan salam. Sebagai *deskman*:Seorang CS bertugas untuk memberikan informasi mengenai produk perusahaan, menjelaskan manfaat dan ciri-ciri produk, menjawab pertanyaan konsumen mengenai produk yang dimiliki oleh perusahaan. Jika konsumen sudah memperoleh info mengenai produk yang perusahaan miliki dan bermaksud melakukan transaksi, maka CS melayani konsumen untuk mengisi berbagai aplikasi formulir. Sebagai *salesman*:Sebagai salesman artinya CS bertugas di kantor untuk menjual produk, mengadakan pendekatan, dan menarik pelanggan untuk menggunakan jasa leasing dari perusahaan tersebut. Sebagai *consumer relation officer* :Sebagai CSO artinya *customer service* bertugas untuk menjaga citra perusahaan dengan cara membina hubungan baik di depan seluruh konsumen maupun pelanggan sehingga merasa senang, puas dan makin percaya kepada perusahaan sehingga membuat konsumen loyal pada perusahaan. Sebagai komunikator:Sebagai komunikator artinya cs bertugas memberikan segala informasi dan kemudahan-kemudahan kepada

konsumen. Disamping juga sebagai tempat menampung keluhan, keberatan dan konsultasi.

Pengertian Pelayanan

Pelayanan merupakan tindakan yang dilakukan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Pelayanan dapat dilakukan secara langsung artinya karyawan langsung berhadapan dengan konsumen. Menurut Kotler dalam Sampara Lukman, pelayanan adalah setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan, dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik. Secara etimologi, pelayanan dapat pula diartikan sebagai usaha memenuhi kebutuhan orang lain. Pada dasarnya melayani adalah kegiatan yang bersifat tidak berwujud yang ditawarkan kepada konsumen atau pelanggan yang dilayani. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah setiap kegiatan yang menguntungkan dalam usaha menawarkan kepuasan terhadap pelanggan.

Etiket Pelayanan Terhadap Konsumen

Pengertian etiket yakni Etiket sering disebut dengan etika yang artinya tata cara berhubungan dengan manusia lainnya. Etika dalam bisnis ini terkait dengan moralitas yang artinya sebagai kegiatan yang baik dan buruk dalam bisnis. Dalam arti luas, etiket disebut sebagai tindakan mengatur tingkah laku manusia dalam bermasyarakat. Tingkah laku ini perlu diatur agar tidak melanggar norma-norma yang ada pada masyarakat. Pada dasarnya norma-norma yang ada pada masyarakat ini berbeda-beda sesuai dengan daerahnya. Namun nyatanya norma diberlakukan sama pada acara tertentu, sehingga masyarakat diharuskan mengikuti norma tersebut. Etiket bertujuan agar setiap norma dapat saling dihargai dan dihormati. Etiket pelayanan ini diterapkan di berbagai perusahaan guna memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan.

Etiket pelayanan yakni dalam etiket pelayanan tentunya memiliki ketentuan, hal ini dibuat agar semua komponen yang berhubungan dengan pelayanan dapat menunjang satu sama lainnya. Apabila ada salah satu aspek yang diabaikan, maka komponen pelayanan lainnya tidak akan berguna. Oleh karena itu, etiket pelayanan harus dilakukan dalam semua komponen. Berikut ini ketentuan yang diatur dalam etiket secara umum (Kasmir, 2011:81) yaitu sebagai berikut : Sikap dan perilaku : Sikap dan perilaku ditunjukkan kepada konsumen pada saat melayani atau pada saat berada dalam satu ruangan. Konsumen sering memperlihatkan sikap dan perilaku karyawan baik disengaja maupun tidak. Oleh karena itu, karyawan harus menunjukkan sikap dan perilaku yang baik. Penampilan : Penampilan merupakan secara keseluruhan dari cara bersikap, berperilaku, berpakaian, dan berbicara yang mampu membuat konsumen terkesan. Penampilan harus selalu dijaga terutama pada saat melayani konsumen. Cara berpakaian : Dalam berpakaian haruslah serasi antara baju dan celana serta warna yang digunakan. Pakaian yang digunakan harus bersih dan rapi sehingga konsumen senang untuk berada dekat dengannya. Cara berbicara : Dalam berbicara dengan konsumen harus menggunakan bahasa yang baik dan benar, sehingga konsumen dapat dengan jelas memahami setiap perkataan yang dimaksud. Gerak-gerak : Gerak-gerak merupakan pergerakan anggota badan yang diperlihatkan didepan konsumen. Gerak-gerak meliputi mimik wajah, pandangan mata, pergerakan tangan, anggota badan atau kaki. Jangan sampai gerak-gerak yang ditunjukkan *customer service* dapat membuat konsumen tersinggung atau membuat merasa dicurigai. Cara bertanya : Dalam praktiknya, konsumen memiliki sifat yang berbeda-beda, ada yang pendiam, ada pula yang banyak bertanya. Bagi konsumen yang pendiam, karyawan harus berinisiatif untuk bertanya sehingga

membuat konsumen mau berbicara dan mampu mengutarakan apa yang diinginkan. Sedangkan bagi konsumen yang banyak bertanya, karyawan harus mampu mendengarkan dan menjawab pertanyaan dengan baik.

Tujuan etiket pelayanan adalah Etiket yang diberlakukan tentunya memiliki tujuan tertentu. Adapun beberapa tujuan etiket adalah sebagai berikut : Untuk persahabatan dan pergaulan :Tujuan etiket untuk persahabatan dan pergaulan artinya etiket dapat meningkatkan keakraban dengan konsumen. Apabila sudah akrab, otomatis akan meningkat menjadi persahabatan yang pada akhirnya akan menambah pergaulan, baik di dalam maupun diluar perusahaan.Menyenangkan orang lain : Menyenangkan orang lain merupakan salah satu cara untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Dengan adanya etiket, konsumen akan merasa senang dan puas dengan pelayanan yang diberikan. Membujuk konsumen :Setiap konsumen memiliki karakter tersendiri. Terkadang konsumen perlu dibujuk untuk menjadi konsumen baru dan tetap. Dalam membujuk tentunya menggunakan etiket, dengan etiket ini konsumen akan merasa tersanjung dan terkesan, sehingga konsumen akan mau untuk menggunakan produk yang ditawarkan. Mempertahankan konsumen :Salah satu tujuan penting perusahaan dalam menjalankan usahanya adalah mempertahankan konsumen. Oleh sebab itu, pelayanan lewat etiket harus ditingkatkan, mengingat konsumen merupakan aset penting bagi perusahaan.Membina dan menjaga hubungan:Hubungan dengan konsumen harus terus dibina dan dijaga, dalam membina hubungan yaitu dengan menggunakan etiket yang lebih baik dari sebelumnya sehingga berhubungan dengan konsumen akan tetap terjalin dengan baik.Berusaha menarik konsumen:Disamping untuk mempertahankan konsumen lama, etiket bertujuan untuk menarik konsumen baru.

Lewat etiket yang baik konsumen akan terkesan sehingga konsumen akan tertarik untuk menggunakan produk atau jasa yang perusahaan tawarkan.

Manfaat etiket pelayanan adalah selain memiliki tujuan tertentu, tentunya etiket memiliki manfaat, dimana manfaat ini tidak hanya dirasakan oleh perusahaan melainkan juga konsumen. Adapun beberapa manfaat etiket sebagai berikut : Percaya diri :Dengan etiket mampu meningkatkan rasa percaya diri pada karyawan karena karyawan merasa memiliki nilai lebih dibandingkan dengan konsumen. Kelebihan ini seperti dalam cara berpakaian, berbicara, dan berperilaku. Dihormati dan dihargai:Ada istilah “Anda sopan Kami segan, Anda hormat, Kami lebih menghormati.” Sehingga dengan berperilaku sopan, ramah, dan menyenangkan pada konsumen, maka konsumen akan berperilaku demikian pula kepada kita.Disegani dan disenangi.Karyawan akan sangat disegani dan disenangi oleh konsumen dengan etiket yang dimilikinya. Konsumen yang kita hormati pada akhirnya akan segan untuk melakukan hal hal yang tidak-tidak.

Mengenal konsumen, Konsumen merupakan aset terpenting dalam dunia bisnis karena itu wajib hukumnya bagi karyawan untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Agar dapat memberikan pelayanan yang baik terlebih dahulu kita harus mengetahui karakteristik setiap konsumen. Setiap konsumen memiliki tipe yang berbeda-beda seperti tipe pemimpin, tipe penyabar, tipe pendiam, dan tipe berhati-hati. Masing-masing tipe ini harus didekati dengan metode yang berbeda pula.Misalnya ketika menghadapi tipe pemimpin. Tipe seperti ini biasanya menginginkan pelayanan yang cepat karena baginya setiap detik waktu sangatlah berharga. Untuk dapat memberikan pelayanan yang baik kepadanya, maka dapat diimbangi dengan

kerja keras dan melayani dengan semboyan sedikit berbicara banyak bekerja. Berbeda pula metode yang kita berikan apabila menghadapi konsumen yang memiliki tipe berhati-hati. Nasabah seperti ini penuh dengan perhitungan dan pertimbangan serta tidak mau mengambil resiko, sehingga untuk menghadapinya kita harus berhati-hati dan cermat serta jangan sampai merusak kepercayaannya.

GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN

PT. Finansia Multi Finance dengan brand Kreditplus, didirikan pada tanggal 9 Juni 1994 dan per 31 Januari 2013 telah mempunyai 311 lokasi kantor yang tersebar di seluruh Indonesia. Memegang ijin usaha untuk menjalankan roda usaha pembiayaan, anjak piutang dan kartu kredit. Merupakan suatu badan usaha bersama dua perusahaan multi nasional (satu perusahaan gabungan profesional Indonesia dan Singapura dan satu perusahaan Amerika). Beranjak dari pembiayaan untuk motor, mobil dan alat-alat berat, Kreditplus membangun usaha dan menjaring konsumen setianya, yang dipertahankan sejak Kreditplus berdiri sampai dengan tahun 1997. Saat krisis moneter melanda Indonesia pada tahun 1998, agar tetap bertahan Kreditplus melakukan berbagai diversifikasi usaha. Dan akhirnya bangkit kembali pada tahun 1999 dengan produk yang dibiayai terbatas pada motor dan mobil.

Disaat perekonomian Indonesia kembali stabil, Kreditplus pun menambah jumlah produk yang dibiayai menjadi berbagai jenis yaitu Motor Baru, Elektronik, KPR, Kartu Kredit dan Motor Bekas. Tidak hanya terbatas pada pengembangan produk, pengembangan sistem dan jaringan terpadu menjadi perhatian utama dari Kreditplus dalam rangka memberikan layanan terbaik kepada konsumen. On line sistem dengan berbagai jaringan Bank yang sudah bekerjasama menjadi jaminan kemudahan yang akan didapatkan di Kreditplus. Kecepatan pelayanan dalam pengajuan aplikasi, kemudahan syarat dan

pembayaran dipertahankan sampai saat ini sehingga menjadi unggulan dari Kreditplus untuk bersaing dengan perusahaan pembiayaan lainnya. Visi dan Misi Perusahaan, Visi perusahaan adalah menjadi Salah Satu Perusahaan Pembiayaan Konsumen Terbesar di Indonesia. Misi perusahaan adalah Menyediakan produk dan jasa pembiayaan konsumen yang terbaik untuk masyarakat. Membangun kerangka bagi setiap individu untuk belajar, berkembang, mewujudkan dan menciptakan nilai serta kesempatan.

Produk Leasing : Pembiayaan elektronik : Kredit plus menyediakan fasilitas pembiayaan untuk beragam produk terkini. Bekerjasama dengan lebih dari 10.000 rekanan toko, Kreditplus membantu konsumen mewujudkan impian untuk memiliki barang-barang berkualitas dengan harga yang terjangkau. Berbagai kemudahan : Persyaratan dokumen yang sederhana Proses aplikasi yang mudah dan cepat Beragam program promosi Tempat pembayaran angsuran yang tersebar luas. Cara pengajuan kredit : Kunjungi toko yang menjadi rekanan Kreditplus Pilih barang idaman yang anda inginkan. Lengkapi formulir pengajuan pembiayaan, *staff* Kreditplus akan membantu. Setelah ada persetujuan, lakukan pembayaran pertama (uang muka (bila ada) + cicilan pertama + biaya administrasi). Anda dapat membawa pulang barang idaman. Informasi lebih lanjut seputar fitur pembiayaan Kreditplus dapat diperoleh melalui petugas pemasaran di toko-toko rekanan kreditplus atau langsung menghubungi kantor cabang Kreditplus terdekat. Berikut adalah persyaratan aplikasi pengajuan kredit elektronik :

Tabel 3.1
PERSYARATAN PENGAJUAN
KREDIT

Persyaratan Umum	Pekerjaan		
	Karyawan	Wiraswasta	Profesional
Fotocopy KTP Pemohon	✓	✓	✓
Fotocopy Surat Ijin		✓	✓

UsahaPerdagangan (SIUP)			
Fotocopy NPWP	✓	✓	✓
Fotocopy Rekening Koran/rekening Tabungan 3 Bulan Terakhir		✓	✓
Fotocopy Slip Gaji atau Surat Keterangan penghasilan resmi dan sah (bulan terakhir)	✓		

atau Surat Keterangan Penghasilan resmi dan sah (bulan terakhir)			
Fotocopy Bukti Pembayaran PBB atau PLN	✓	✓	✓

Sumber : <https://www.academia.edu/28055055>

Loket pembayaran, okasi loket pembayaran yang tersebar di berbagai tempat memungkinkan anda membayar angsuran dengan mudah dan nyaman. Melalui Kantor POS Indonesia, ATM BCA, Kasir bank Permata, ATM bank Permata, Kasir bank BRI dan ATM BRI.POS INDONESIA, PERMATA BANK, BANK BRI, BANK BCA

PEMBAHASAN

Persyaratan Menjadi Customer Service di PT. Finansia Multi Finance Cabang Surabaya ,

Untuk menjadi customer service tentunya ada beberapa persyaratan yang harus terpenuhi, berikut ini adalah persyaratan untuk dapat menjadi customer service di PT. Finansia Multi Finance : Pendidikan minimal D3. Memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik. Berpenampilan menarik Sehat jasmani dan rohani. Persyaratan tersebut merupakan standart dalam melakukan perekrutan customer service di PT. Finansia Multi Finance cabang Surabaya.

Tugas, Fungsi, dan Peran Customer Service dalam Meningkatkan Service Excellence Terhadap Nasabah di PT. Finansia Multi Finance Cabang Surabaya.

Adapun Tugas dari Customer Service yaitu : Dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, customer service di PT. Finansia Multi Finance Cabang Surabaya memiliki tugas untuk melakukan pelayanan terhadap konsumen, secara langsung maupun melalui telepon.

Sumber : <https://www.academia.edu/28055055>

Pembiayaan mobil dan motor, Kreditplus memberikan solusi untuk pembiayaan motor / mobil Anda dengan keterangan sebagai berikut : Umur kendaraan maksimal 8 (delapan) tahun. Jangka waktu pembiayaan mulai dari 6 (enam) bulan sampai dengan 36 (tiga puluh enam) bulan. 3 Jam sudah bisa transaksi. Informasi lebih lanjut seputar fitur pembiayaan Kreditplus dapat diperoleh melalui petugas pemasaran di toko - toko rekanan Kreditplus atau langsung menghubungi kantor cabang Kreditplus terdekat. Berikut adalah persyaratan aplikasi pengajuan kredit mobil/motor :

Tabel 3.2
PERSYARATAN KREDIT
MOBIL/MOTOR

Persyaratan Umum	Pekerjaan		
	Karyawan	Wiraswasta	Profesional
Fotocopy KTP Pemohon	✓	✓	✓
Fotocopy Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP)		✓	✓
Fotocopy NPWP	✓	✓	✓
Fotocopy Rekening Koran / Rekening Tabungan 3 Bulan Terakhir		✓	✓
Fotocopy Slip Gaji	✓		

Customer service juga menangani komplain, mengenalkan profil perusahaan, serta memasarkan produk perusahaan.

Fungsi dari customer service yaitu: Sebagai Penerima Tamu, Sebagai penerima tamu hal yang harus dilakukan yaitu : Memberikan perhatian pada setiap konsumen yang datang, Berdiri dan bangun dari tempat duduk sambil memperlihatkan senyum yang cerah, kalau sedang sibuk dapat juga dengan tetap duduk, Mengucapkan salam “selamat pagi/siang/sore, apa yang bisa kami bantu”. Menunjukkan sikap ramah, lemah lembut dan simpatik. Berbicara dengan jelas dan mudah ditangkap. Sedangkan hal yang tidak boleh dilakukan yaitu : Memperlihatkan sikap acuh tak acuh atau mendiamkan konsumen, Memakan makanan ringan, Menggunting kuku dan membenahi baju, Membuat konsumen menunggu terlalu lama. Sebagai Sales Perusahaan. Sebagai sales perusahaan hal yang perlu dilakukan yaitu : Mampu menjual berbagai jenis produk dari kredit plus, mampu melakukan pendekatan, mampu menangani keberatan dan keluhan konsumen. Sedangkan hal yang tidak boleh dilakukan yaitu : Mendiamkan ketidaktahuan konsumen terhadap informasi kredit, Membiarkan keluhan konsumen, Tidak memberikan pelayanan prima sehingga konsumen merasa tidak puas. Sebagai Penghubung antara Perusahaan dengan Konsumen. Sebagai penghubung antara perusahaan dengan konsumen hal yang harus dilakukan yaitu : Melakukan komunikasi yang mudah dipahami, Berusaha memperoleh informasi yang lengkap, sehingga memahami materi yang akan disampaikan, Menggunakan waktu secara tepat dan efektif, Sedangkan hal yang tidak boleh dilakukan yaitu : Menggunakan kata-kata tidak sopan dan kasar, Tidak peduli dengan informasi yang diberikan, Tidak peduli dengan situasi dan kondisi

Peran dari customer service yaitu : Customer service merupakan ujung tombak perusahaan dalam memberikan pelayanan prima guna memberikan kepuasan untuk konsumen. Melalui tangan customer service perusahaan dapat memberikan persepsi yang positif kepada konsumen. Melalui tangan customer service pula sebuah perusahaan mampu mengetahui apa yang menjadi kebutuhan konsumen. Hal tersebut menjadikan peran customer service sangatlah penting untuk kelancaran kegiatan operasional perusahaan. Adapun peran customer service di PT. Finansia Multi Finance Cabang Surabaya sebagai berikut : Mempertahankan konsumen lama agar tetap menjadi konsumen setia perusahaan, Berusaha untuk mendapatkan konsumen baru melalui berbagai pendekatan.

Konsep Service Excellence di PT. Finansia Multi Finance Cabang Surabaya

Pelayanan prima (service excellence) merupakan pelayanan yang baik, cepat, cermat dan akurat sehingga dapat menyenangkan dan memuaskan konsumen dengan sebaik-baiknya. Pelayanan yang lama/lelet akan menyebabkan perusahaan kehilangan konsumennya. Untuk memberikan pelayanan prima harus meliputi beberapa hal sebagai berikut : Penguasaan etiket pelayanan, Penguasaan sistem dan prosedur pelayanan, Penguasaan tugas pekerjaan, Peralatan yang berfungsi dengan baik, Terampil menggunakan sistem dan peralatan, Professional dengan memiliki dua yaitu Professional dengan memiliki dua sikap yang loyal, sikap setia dan menjaga nama baik perusahaan, sikap loyal ini dapat ditunjukkan dalam bentuk tidak menjelek-jelekan nama perusahaan kepada konsumen serta menerima tugas dan melaksanakannya dengan tanggungjawab, Dedikasi dan pengabdian, Setiap karyawan harus menyadari bahwa perusahaan adalah sawah ladangnya, kehancuran perusahaan

adalah hidupnya sendiri. Untuk itu harus ditanamkan perasaan mencintai perusahaannya, menjaga harta kekayaan perusahaannya, dan menjaga nama baik perusahaan. Konsep penerapan service excellence harus dijalankan dengan baik oleh customer service dalam memberikan pelayanan kepada konsumen PT. Financia Multi Finance Cabang Surabaya, antara lain : Cara Melayani Tamu, Berikan perhatian kepada setiap tamu yang akan datang. Senyum kepada konsumen. Ucapkan salam. Sapa “ada yang bisa saya bantu?”. Service memberikan layanan terbaik. Mengucapkan maaf untuk memperhalus permintaan. Menanggapi keluhan dengan bijaksana. Responsive setelah mengetahui keluhan konsumen. Mengucapkan terimakasih. Macam-macam tamu dan cara menghadapinya. Tamu Pria, Tidak sabaran, Mudah dipengaruhi, Cepat dalam memutuskan, Mudah dipengaruhi nasehat. Cara menghadapinya : Layani dengan cepat tanpa berbelit-belit, Beri penjelasan secara singkat menuju poin yang ingin kita sampaikan. Tamu Wanita, Sulit dipengaruhi oleh bujukan, Cepat terpengaruh suasana kantor, Mementingkan status sosial, Cara menghadapinya : Layani dengan sabar dan penuh perhatian. Tamu Marah : Biarkan tamu melampiaskan kemarahannya, Tunjukkan pengertian, Tenangkan diri anda, Ulangi apa yang disampaikan, Terima permintaannya, Hadapi dengan bijaksana, Ulur waktu hingga yang bersangkutan tenang. Konflik dengan tamu. Usahakan jangan terjadi konflik dengan tamu. Bila terpaksa terjadi konflik maka : untuk menyelesaikannya, Kokohkan dengan pendirian, Selesaikan dengan kepala dingin dan bijaksana, Jangan menyelesaikan secara pribadi., Bila tidak dapat diselesaikan, serahkan kepada pimpinan.

Etika berpenampilan sebagai berikut : Pakaian Kerja haruslah bersih, Pakaian bersih memberikan kesan baik bagi pemakainya, karyawan/ti Kredit Plus bukan pekerja kasar jadi tidak boleh

berpakaian kotor. Rapi, Pakaian karyawan/ti tidak boleh tidak rapi, karena akan memberikan kesan tentang kondisi kantor yang kacau balau/ tidak terlihat rapi. Enak dipandang, Dari segi warna, warna yang mencolok aka mengganggu pandangan konsumen, corak dan motif harus sesuai, perpaduan yang salah akan menimbulkan kesan norak. Mode yang actual sehingga menambah gengsi perusahaan dan gengsi pribadi karyawan/ti itu sendiri. Resmi, Karyawan/ti perusahaan tidak diperkenankan memakai baju santai. Sopan Karyawti Kredit Plus adalah pekerja pelayan konsumen dari suatu perusahaan bukan wanita pajangan. Pakaian yang baik kalau ditambah kesan “menonjol” akan memberikan kesan negative. Pakaian harus menarik tetapi tidak boleh merangsang. Yang tidak boleh dalam berpakaian : Kancing baju dilepas, Urakan, Saku penuh dan membengkak, Meawah dan glamour, Dari bahan mengkilap, Nyentrik, Kuno, Ukuran tidak sesuai, Model merangsang, Bau apek, Tata Rias, Gunakan alat make-up secara wajar yang pantas bagi seorang pegawai, penggunaan makeup yang mencolok mengesankan genit atau nakal. Begitu juga make-up yang tebal tidak tepat untuk ke kantor, lebih tepat digunakan di ruang pesta. Penggunaan aksesoris dan sepatu Aksesoris yang boleh digunakan adalah dalam jumlah yang pantas tidak boleh memakai kalung sampai memenuhi dada, gelang memenuhi pergelangan tangan, cincin disepuluh jari, dan anting lebih dari satu. Sepatu harus tertutup dengan tinggi minimal 5 cm. stocking tidak boleh yang bermotif dan warna hitam. Stocking warna terang akan memberi kesan memperbesar kaki, namun warna abu abu memberi kesan melangsingkan

Etika berbicara sebagai berikut Kontak mata Tatap mukanya saja dengan pandangan yang wajar idak melotot dan menunduk Tidak boleh memandang ke arah lain yang dapat mengganggu konsentrasinya. Tidak boleh memandang kekurangan konsumen Jika nasabah tampil

dengan pakaian yang kurang pantas, berlaku tetap wajar, seakan-akan tidak ada masalah dengan pakaiannya. Konsentrasi Tidak boleh memikirkan masalah lain, karena tidak akan mengerti apa yang dikehendaki konsumen. Melamun akan menyebabkan tidak menyambung, bahkan dapat melontarkan pertanyaan dengan kalimat yang tidak tertata dengan baik, yang dapat membuat konsumen tersinggung. Tidak memotong pembicaraan. Tidak boleh memotong pembicaraan kecuali konsumen tenggelam dalam pembicaraannya. Jauh, boleh dipotong dengan cara yang sopan. Tidak boleh mendebat nasabah apalagi melawan konsumen. Tidak memonopoli pembicaraan. Hanya mempunyai hak untuk mendengarkan, hak berbicara dilakukan setelah ditanya. Pakai kata yang mudah. Catat yang penting. Akhiri dengan basa basi. Konsumen dilepas dengan salam.

Etika bertelepon sebagai berikut

: Menerima Telepon. Jangan biarkan pesawat telepon bordering lebih dari 3 kali. Ucapkan salam. Akhiri dengan ucapan terimakasih dan salam. Biarkan penelepon yang menutup teleponnya terlebih dahulu. Saat menelepon. Catat poin-poin yang akan disampaikan. Tunggu nada dering sampai 7 kali baru memutuskan untuk menutup telepon. Ucapkan salam dan perkenalkan diri dengan jelas dan sopan. Menerima Telepon untuk orang lain setelah mengucapkan salam pembuka. Katakan untuk menunggu sebentar. Beritahu orang yang dituju dan katakan dari siapa bila yang dituju tidak ada di tempat, katakan kepada penelepon dan tawarkan apa ada yang bisa dibantu.

Pelaksanaan *Service Excellence* di PT. Finansia Multi Finance Cabang Surabaya

Dalam keseharian seorang *customer service* di Kredit Plus Cabang Surabaya, dituntut untuk senantiasa memperhatikan dan menerapkan berbagai aturan dalam upaya memberikan pelayanan yang prima guna memberikan kepuasan dalam

memenuhi kebutuhan konsumennya. Adapun penerapan *service excellence* di PT Finansia Multi Finance sebagai berikut. Sebelum memberikan pelayanan selalu menyambut dengan hangat, tulus, berkesan, semangat, mengucapkan salam dan sapa. Kerapian pakaian sangat dijaga. Selalu senyum sewajarnya, sopan, dan hormat dalam memberikan pelayanan. Mendengar dan bertanya jika ingin mengetahui hambatan dari konsumen. Selalu menanyakan nama konsumen sebelum memberikan pelayanan. Menguasai pengetahuan dan semangat dalam bekerja. Berbicara dengan jelas dan tegas. Menjaga kondisi mood agar tetap baik dan bagus. Memperlakukan dengan adil. Bersikap tenang, sabar dan sopan di depan konsumen. Pada saat melayani nasabah via telepon antara lain: Tidak membiarkan telepon bordering lebih dari 3 kali. Berucap salam. Menanyakan identitas nasabah. Suara tidak monoton. Menyiapkan kertas dan pulpen. Mendengarkan dengan baik, ulang dan ringkas pembicaraan nasabah, Menentukan waktu konfirmasi, Mengucapkan salam. Hal ini akan meningkatkan rasa kepuasan konsumen karena konsumen merasa bahwa kepentingannya dilaksanakan dengan baik dan dengan rasa tanggung jawab. Oleh karena itu, pemberian *service excellence* sangat penting baik bagi perusahaan maupun konsumen, *customer service* harus mampu memberikan pelayanan prima agar konsumen senantiasa puas dan percaya terhadap perusahaan sehingga akan terus mampu menjalankan kegiatan operasionalnya dengan lancar dan baik.

Upaya Untuk Meningkatkan *Service Excellence* di PT. Finansia Multi Finance

Dalam memberikan pelayanan yang prima selain menetapkan konsep tentunya dalam pelaksanaan juga harus ada upaya peningkatan agar pelayanan yang diberikan senantiasa mampu memberikan kepuasan terhadap konsumen. Kredit Plus sangat memperhatikan upaya peningkatan tersebut, terbukti dengan diadakannya

pelatihan guna meningkatkan kemampuan karyawannya dalam memahami konsumennya. Dalam pelatihan tersebut karyawan akan diajarkan tentang etika pelayanan yang baik dan bagaimana cara menumbuhkan hal tersebut dalam diri masing-masing karyawan. Pelatihan tersebut sangatlah bermanfaat dan memberikan dampak positif terhadap pelayanan yang diberikan oleh Kredit Plus kepada konsumennya. Hal ini dapat terlihat dari sikap karyawan yang sangat baik, ramah, dan sopan, sehingga konsumen mampu merasakan pemberian pelayanan yang prima dari sikap dan tanggung jawabnya dalam bertugas

Permasalahan Dalam Menghadapi Konsumen dan Cara Menghadapi Permasalahan tersebut di PT. Finansia Multi Finance Cabang Surabaya.

Permasalahan dalam memberikan *service excellence* adalah sebagai berikut : Dalam memberikan pelayanan prima, *customer service* memiliki beberapa permasalahan yaitu : Dalam menghadapi konsumen yang sudah tua, karna kebanyakan kurang mampu dalam memahami persyaratan dan cenderung sulit dalam mengutarakan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginannya, yang kedua dalam menghadapi konsumen yang cerewet, konsumen ini cenderung mengejar dan ingin semua permintaannya terselesaikan dalam waktu yang sangat cepat.

Cara menghadapi permasalahan sebagai berikut : Penyelesaian untuk hambatan yang pertama, yaitu *customer service* harus sabar dan telaten dalam memberikan pelayanan hingga konsumen tersebut mampu memahami apa saja yang *cs* jelaskan, penyelesaian untuk hambatan yang kedua, yaitu *customer service* harus tetap sabar, teliti dan cekatan dalam memenuhi kebutuhan konsumen tersebut sehingga konsumen tersebut merasa puas dengan kecepatan dan ketepatan pelayanan yang diberikan.

KESIMPULAN, SARAN, DAN IMPLIKASI

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab 4 sesuai dengan tujuan penelitian yang telah dilakukan di PT. Finansia Multi Finance Cabang Surabaya maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

Persyaratan menjadi customer service di PT. Finansia Multi Finance Cabang Surabaya yaitu pendidikan minimal D3, memiliki kemampuan berkomunikasi dengan baik, berpenampilan menarik, dan sehat jasmani rohani.

Customer service di PT Finansia Multi Finance Cabang Surabaya memiliki tugas untuk melakukan pelayanan terhadap konsumen, secara langsung maupun melalui telepon serta menangani komplain, mengenalkan profil perusahaan, dan memasarkan produk perusahaan. Customer Service juga memiliki fungsi sebagai penerima tamu, sales perusahaan dan penghubung antara perusahaan dengan konsumen. Untuk meningkatkan service excellence peran customer service sangatlah penting yakni mempertahankan konsumen lama agar tetap mejadi konsumen setia perusahaan serta berusaha untuk mendapatkan konsumen baru melalui berbagai pendekatan.

Service excellence merupakan pelayanan yang baik, cepat, cermat dan akurat sehingga dapat menyenangkan dan memuaskan konsumen dengan sebaik baiknya. PT. Finansia Multi Finance memiliki konsep *service excellence* yaitu tata cara melayani tamu baik dalam menghadapi berbagai jenis karakter konsumen dan cara menghadapi permasalahan dengan konsumen. Kemudian etika berpenampilan dengan menciptakan kinerja yang baik dengan memperhatikan sikap sopan, berpenampilan rapi, bersih, serta enak dipandang. Konsep selanjutnya yaitu etika dalam berbicara dan bertelepon, komunikasi yang baik dengan konsumen

merupakan ujung tombak dalam memberikan pelayanan prima karena dengan komunikasi, perusahaan akan mengetahui kebutuhan konsumen, jika kebutuhan terpenuhi maka akan memberikan kepuasan bagi konsumen dan perusahaan itu sendiri.

Dengan memiliki konsep yang baik PT. Finansia Multi Finance mampu menerapkan service excellence dengan baik. Ini dapat terlihat dari keseharian karyawannya terutama customer service dalam melayani konsumen yaitu dengan menyambut konsumen yang datang dengan hangat, tidak lupa mengucapkan salam, memperhatikan kerapian pakaian, menguasai pengetahuan tentang produk perusahaan, bersemangat dalam bekerja, fokus dengan menjaga kontak mata dengan konsumen, serta memiliki sikap yang tenang dalam menghadapi berbagai permasalahan. Tidak hanya sikap dalam melayani secara langsung tapi melayani konsumen melalui telepon juga sangat diperhatikan yaitu tidak membiarkan telepon bordering lebih dari tiga kali, menanyakan identitas, mencatat informasi atau permintaan dari konsumen yang kemudian diulang dan disimpulkan lagi, memberi waktu untuk konfirmasi, dan terakhir mengucapkan salam kembali.

PT. Finansia Multi Finance memiliki upaya dalam meningkatkan pelayanan ke konsumen dengan mengadakan pelatihan. Dengan adanya pelatihan tersebut mampu menciptakan karyawan sesuai dengan konsep yang ditetapkan sehingga pelayanan akan berjalan dengan baik dan terus mengalami peningkatan guna memberikan kepuasan bagi nasabah.

Hambatan yang dialami oleh customer service di PT. Finansia Multi Finance dalam memberikan service excellence yaitu dalam menghadapi konsumen yang sudah tua, karna kebanyakan kurang mampu dalam memahami persyaratan dan cenderung sulit dalam mengutarakan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginannya

sehingga membutuhkan kesabaran yang lebih dalam melayaninya. Hambatan selanjutnya adalah dalam menghadapi konsumen yang cerewet, konsumen cenderung mengejar dan ingin semua permintaannya terselesaikan dalam waktu yang sangat cepat sehingga customer service harus tetap sabar, cekatan namun teliti sehingga konsumen merasa puas dengan kecepatan dan ketepatan pelayanan yang diberikan

Saran

Sebaiknya PT. Finansia Multi Finance Cabang Surabaya selalu menerapkan konsep service excellence karena pada dasarnya PT. Finansia Multi Finance Cabang Surabaya memiliki customer service yang berkompeten dan dalam menghadapi konsumen yang banyak kemauan dan pelayanan yang cepat, sebaiknya PT. Finansia Multi Finance menambah jumlah customer service karena melihat kondisi PT. Finansia Multi Finance yang hanya memiliki satu customer service ini kurang mampu memberikan pelayanan yang cepat. Apabila PT. Finansia Multi Finance menambah customer service maka pelayanan dapat diberikan dengan cepat dan konsumen tidak perlu menunggu lama. Sehingga dapat membantu perusahaan dalam memberikan pelayanan prima yang maksimal untuk konsumen.

Implikasi

Dalam hal ini PT. Finansia telah melaksanakan pelatihan terhadap para customer servicenya agar senantiasa sesuai dengan standar service excellence yang telah ditetapkan oleh PT. Finansia itu sendiri, sehingga tujuan PT. Finansia dalam memuaskan konsumen tercapai. Yang kedua PT. Finansia telah berusaha untuk memenuhi kemauan konsumen dengan cepat dengan cara menugaskan satpam untuk senantiasa aktif membantu customer service dalam melayani konsumen Mengenai penambahan

customer service masih dalam tahap pengajuan ke kantor pusat

DAFTAR RUJUKAN

Agustinus Budidarma. 2014. *Job Description* presdir diakses tanggal 4 april 2017 pukul 11:20 wib (<https://www.scribd.com/document/332247876/Job-Description-Presiden-Direktur>)

Asrul Hosein. 2009. *Job Description* regional manager diakses tanggal 4 april 2017 pukul 11:44 wib (<https://asrulhosein.wordpress.com/2009/08/10/komponen-dasar-struktur-regional-management/>)

Buku Pedoman Penulisan dan Penilaian Tugas Akhir Diploma, 2017, STIE Perbanas Surabaya

Diligia. 2012. Pengertian Leasing. Diakses pada tanggal 2 April 2017 pukul

09.45

(<https://rivaldiligia.wordpress.com/2012/03/30/pengertian-leasing/>)

Fandy Ayu. 2013. Sejarah Kredit Plus. Diakses tanggal 29 maret 2017 pukul 13:49 WIB (https://www.academia.edu/28055067/BAB_I_SEJARAH_KREDIT_PLUS_PT_Finansia_Multi_Finance)

Rahmah Sari, 2016. "Pelaksanaan Service Excellence di PT. Bank Yudha Bhakti, TBK Cabang Darmo". TA Diploma tak diterbitkan, STIE Perbanas Surabaya.

Rozak Ismail. 2010. *Job Description* kepala unit diakses tanggal 4 april 2017 pukul 13:02(repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/20953/1/Appendix.pdf)

