

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Pengertian dan fungsi Bank**

##### **2.1.1 Pengertian Bank**

Dalam buku Account Officer Jopie Jusuf (tahun 2008), bank diartikan sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Sedangkan menurut Taswan (2008) bahwa yang dimaksud dengan bank adalah lembaga yang menerima simpanan giro, deposito, dan membayar atas dasar dokumen yang ditarik pada orang atau lembaga tertentu, dan memberikan jaminan serta menanamkan dananya dalam surat berharga.

##### **2.1.2 Fungsi Bank**

Bank umum sebagai lembaga intermediasai keuangan memberikan jasa-jasa keuangan. Adapun fungsi bank dalam buku Kasmir (2008) adalah sebagai berikut :

1. Menghimpun dana (funding) dari masyarakat dalam bentuk simpanan, dalam hal ini bank sebagai tempat penyimpanan uang atau berinvestasi bagi masyarakat. Tujuan utama masyarakat menyimpan uang biasanya adalah untuk keamanan uangnya. Kemudian untuk melakukan investasi dengan harapan memperoleh uang melalui simpanannya. Tujuan lainnya adalah untuk memudahkan transaksi pembayaran. Untuk memenuhi tujuan diatas, baik untuk mengamankan uang maupun untuk melakukan investasi, bank

menyediakan sarana yang disebut dengan simpanan. Jenis simpanan yang ditawarkan sangat bervariasi tergantung dari bank adalah terdiri dari simpanan giro (*demand deposit*), simpanan tabungan (*saving deposit*), dan simpanan deposit (*time deposit*).

2. Menyalurkan dana (*lending*) kepada masyarakat, dalam hal ini bank memberikan pinjaman (*credit*) kepada masyarakat. Dengan kata lain bank menyediakan dana bagi masyarakat yang membutuhkannya. Pinjaman atau kredit yang diberikan dibagi dalam beberapa jenis sesuai dengan keinginan nasabah. Sebelum kredit diberikan bank terlebih dahulu menilai apakah kredit tersebut layak diberikan atau tidak. Penilaian ini dilakukan agar terhindar dari kerugian akibat tidak dapat dikembalikannya pinjaman yang disalurkan bank dengan berbagai sebab. Jenis kredit yang biasa diberikan oleh hampir semua bank adalah seperti kredit investasi, kredit modal kerja atau kredit perdagangan.
3. Memberikan jasa-jasa bank lainnya (*service*) seperti pengiriman uang (*transfer*), penagihan surat-surat berharga yang berasal dari dalam kota (*clearing*), penagihan surat-surat berharga yang berasal dari luar kota dan luar negeri (*inkaso*), letter of credit (*L/C*), safe deposit box, bank garansi, bank notes, travelers cheque dan jasa lainnya. Sedangkan jasa-jasa bank lainnya merupakan jasa pendukung dari semua kegiatan pokok bank yaitu menghimpun dan menyalurkan dana.

## **2.2 Sifat Industri Perbankan**

Dalam buku Panduan Dasar untuk Account Officer Jopie Jusuf versi 3.0 (2008) sebagai bisnis jasa bank memiliki 4 (empat) karakteristik khusus:

1. *Intangibility* (tidak berwujud) : pelayanan jasa perbankan tidak dapat diraba, dilihat atau dipajang.
2. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan) : jasa perbankan tidak dapat dibuat terlebih dahulu baru dikonsumsi. Tetapi harus dilakukan pada saat bersamaan. Proses produksi terjadi pada saat yang sama dengan proses konsumsi. Pelayanan jasa perbankan baru dapat dilakukan bila ada kehadiran dari personal bank tersebut. Akibatnya pengendalian kualitas (quality control) sangat sulit dilakukan. Hal inilah yang membuat bank tidak segan-segan mengeluarkan biaya besar untuk meningkatkan kemampuan karyawannya.
3. *Variability* (keanekaragaman) : kualitas pelayanan jasa perbankan memiliki tingkat keragaman yang tinggi tergantung dari tempat, waktu dan orang yang melakukannya. Variabilitas yang tinggi terjadi karena jasa perbankan sangat bergantung dari manusia.
4. *Perishability* (mudah rusak) : jasa tidak dapat disimpan karena proses produksi terjadi pada saat konsumsi.

## **2.3 Customer Service Bank**

### **2.3.1 Pengertian Customer Service Bank**

Untuk menjaga dan meningkatkan kepercayaan nasabahnya, bank perlu menjaga citra positif di mata masyarakat. Citra ini dapat dibangun melalui kualitas

produk pelayanan dan keamanan. Tanpa citra yang positif, kepercayaan yang sedang dan akan dibangun tidak akan terjaga.

Untuk meningkatkan citranya, bank perlu menyiapkan karyawan yang mampu menangani keinginan dan kebutuhan nasabahnya. Karyawan yang diharapkan dapat melayani keinginan dan kebutuhan nasabah ini kita sebut *customer service* (CS) atau ada juga yang menyebutnya *Services Assisance* (SA).

Menurut buku *Etika customer service* (2008 hal 180), secara umum, pengertian *customer service* adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberi kepuasan nasabah melalui pelayanan yang diberikan seseorang. Jadi intinya *customer service* melayani segala keperluan nasabah secara memuaskan. Pelayanan yang diberikan termasuk menerima keluhan atau masalah yang sedang dihadapi dengan nasabah. *Customer service* harus pandai dalam mencari jalan keluar untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh nasabahnya.

### **2.3.2 Perananan Customer Service Bank**

*Customer Service* memiliki peranan penting dalam pelayanan nasabah diberbagai bank. Oleh karena itu, peranan *customer service* juga menjadi ujung tombak dalam kegiatan operasional perbankan.

Dalam buku *Etika Customer Service* (2008 hal 181), peranan *customer service* bank adalah :

1. Mempertahankan nasabah lama agar tetap setia menjadi nasabah bank kita melalui pembinaan hubungan yang lebih akrab dengan nasabah.

2. Berusaha untuk mendapatkan nasabah baru melalui berbagai pendekatan. Misalnya meyakinkan nasabah untuk menjadi nasabah kita dan mampu meyakinkan nasabah tentang kualitas produk kita.

### **2.3.3 Fungsi Customer Service Bank**

Sebagai seorang *customer service* tentu telah ditetapkan fungsi dan tugas yang harus diembannya. Fungsi dan tugas ini harus dilaksanakan sebaik-baiknya. *Customer service* juga harus bertanggung jawab dari awal sampai selesainya suatu pelayanan nasabah.

Fungsi dan tugas-tugas *customer service* harus benar-benar dipahami sehingga dapat menjalankan tugasnya secara prima.

Dalam praktiknya, *customer service* terdapat dalam buku Etika *Customer Service* (2008 hal 182-183) :

#### **1. Front Line Officer**

Keberadaan *customer service* di bagian depan suatu bank.

#### **2. Lisson Officer**

*Customer service* adalah salah satu aparat yang menjadi perantara antara bank dan nasabah.

#### **3. Information Center**

*Customer service* adalah salah satunya personil yang dengan mudah dihubungi oleh nasabah pada kesempatan pertama.

#### **4. Salasmen (Penjual)**

Berfungsi sebagai penjual produk, dengan menjual berbagai produk yang ada pada bank.

#### **5. Servicing (Pelayanan)**

Sesuai dengan fungsinya *Customer service*, atas nama bank penerima dan menyebut baik kedatangan nasabah selanjutnya mengerjakan kebutuhan nasabah sampai seluruh transaksinya dapat dirampungkan.

#### **6. Advisor (Konsultan)**

Dalam melayani nasabah tidak jarang pula aparat *Customer service* dengan bekal pengetahuan dan wawasan yang bijak sehubungan dengan perencanaan pengelolaan keuangan nasabah.

#### **7. Maintenance Customer (Pembinaan Nasabah)**

Permasalahan pembinaan nasabah baru (sosialtasi). Aparat *Customer service* adalah account assistant atau pembina bagi setiap account atau rekening, nasabah non kredit.

#### **8. Handling Complaint**

Unit *Customer service* apabila dalam operasionalnya, nasabah tidak puas, karena terdapat ketidakcocokan atau kesepakatan, komplain dan lain-lain sebagainya. Dalam hal ini dituntut tidak saja dapat menangani keluhan akan tetapi juga diharapkan dapat memecahkan masalah dengan baik sebagai "*trouble suiter*".

## **2.4 Tugas Customer Service Bank**

### **2.4.1 Pengertian Tugas Customer service Bank**

Pengertian tugas-tugas *customer service* dalam buku *Etika Customer Service* (2008 hal 189) adalah hal-hal yang harus dilakukan atau dijalankan oleh *customer service* dalam rangka melayani nasabah.

### **2.4.2 Tugas-tugas Customer Service Bank**

Dalam praktiknya, khususnya didunia perbankan, tugas-tugas *Customer service* yang sesuai dengan fungsinya adalah sebagai berikut terdapat dalam buku *Etika Customer Service* (tahun 2008 hal 191) :

#### **1. Sebagai Resepsionis**

Dalam hal ini, *customer service* bertugas menerima tamu/nasabah yang datang ke bank dengan ramah, sopan, tenang, simpatik, menarik, dan menyenangkan. Dalam hal ini *customer service* harus selalu memberi perhatian, berbicara dengan suara yang lembut dan jelas. Penggunaan bahasa yang mudah dimengerti serta mengucapkan salam, misalnya “Selamat Pagi/Siang/Sore”. Sesuai kondisi.

#### **2. Sebagai Deskman**

Tugas *customer service* sebagai *deskman* antara lain memberikan informasi mengenai produk-produk bank, antara lain menjelaskan manfaat dan ciri-ciri produk bank tersebut. Yang perlu dijelaskan adalah keunggulan produk kita dibandingkan dengan produk asing.

Sebagai *deskman*, tugas *customer service* juga harus menyiapkan brosur dan formulir untuk kepentingan nasabah. Kemudian menjawab pertanyaan nasabah mengenai produk bank serta membantu nasabah mengisi formulir aplikasi sesuai dengan transaksi yang ia lakukan.

### **3. Sebagai Salesman**

Sebagai salesman, tugas *customer service* adalah berusaha sekuat tenaga menjual produk perbankan. Tugas lainnya adalah melakukan *cross selling* terhadap penjualan yang dilakukan. Sebagai penjual, *customer service* mengadakan pendekatan dan mencari nasabah baru. Berusaha membujuk nasabah yang baru dan berusaha mempertahankan nasabah lama.

*Customer service* juga berusaha mengatasi setiap permasalahan yang dihadapi nasabah, termasuk keberatan dan keluhan nasabah. Keluhan nasabah tentang kelemahan produk perlu diperhatikan. Hal ini merupakan informasi yang sangat berharga apalagi jika dibandingkan dengan produk pesaing.

### **4. Sebagai Customer Relation Ship**

Hubungan dengan nasabah harus selalu dijaga melalui berbagai cara. Nasabah terkadang sering terpengaruh oleh hal yang dilakukan pesaing. Jika kita mengalami gangguan dengan nasabah, bukan tidak mungkin nasabah kita akan beralih ke bank pesaing kita.

Dalam hal ini, tugas *customer service* harus menjaga image bank dengan cara membina hubungan baik dengan seluruh nasabah merasa senang, puas dan makin



percaya kepada bank. Yang terpenting adalah sebagai penghubung antara bank dengan seluruh nasabah.

## **5. Sebagai Komunikator**

Tugas *customer service* yang terakhir adalah sebagai komunikator dengan cara memberikan segala informasi dan kemudahan-kemudahan kepada nasabah. Selain itu, juga sebagai tempat menampung keluhan, keberatan, atau konsultasi.

Dalam arti yang luas, tugas sebagai komunikator adalah mengkomunikasikan kepentingan bank dengan kepentingan nasabah. Mungkin ada komunikasi yang terputus-putus atau tersendat yang perlu diperbaiki. Komunikasi penting karena akan dapat mempererat hubungan antara nasabah dengan bank.

### **2.4.3 Syarat-syarat Seorang *Customer Service* Bank**

Persyaratan yang harus dipenuhi adalah mulai dari calon karyawan melamar sebagai karyawan khususnya untuk *customer service*. Kemudian persyaratan selama menjadi atau telah menjalankan tugasnya sebagai *customer service*. Dalam buku *Etika Customer Service* (2008 hal 194-195), adapun syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh seorang *customer service* adalah sebagai berikut :

#### **1. Persyaratan Fisik**

Seorang *customer service* harus memiliki ciri-ciri fisik yang menarik dari segi wajah, warna kulit atau ukuran badan. Wajah harus terlihat menarik. Demikian pula untuk ukuran badan misalnya tinggi yang ideal seorang wanita 160 cm dan laki-laki 165 cm. Berat badan juga harus ideal dengan tinggi badan.

Jangan melihat berat normal yang ideal. *Customer service* yang terlalu kurus atau gemuk sangat tidak menarik. Demikian pula yang terlalu pendek atau tinggi.

Disamping harus memiliki wajah yang menarik dan menawan. *Customer service* juga harus memiliki jiwa yang sehat, artinya *customer service* harus sehat jasmani dan rohani.

## **2. Persyaratan Mental**

Persyaratan mental merupakan persyaratan nonfisik tetap kejiwaan. *Customer service* harus memiliki mental yang kuat dalam melayani nasabah karena mental yang kuat akan memberikan keyakinan kepada nasabah. Mental yang kuat juga akan menimbulkan sifat kejujuran tanggung jawab yang besar terhadap apa yang dilakukannya.

Mental *customer service* harus ditunjukkan dengan perilaku yang baik dan sabar, ramah dan murah senyum. Hindari bersikap marah/emosi dan putus asa. *Customer service* juga harus memiliki rasa percaya diri (*self confidence*) yang tinggi, tidak rendah diri, memiliki rasa tanggung jawab. Semua ini merupakan ukuran mental yang harus dipenuhi oleh seorang *customer service*.

## **3. Persyaratan Kepribadian**

*Customer service* harus memiliki kepribadian yang baik seperti murah senyum, sopan dan lemah lembut dalam melayani nasabah. *Customer service* juga harus energik dan gesit. Selain itu, *customer service* harus memiliki jiwa bisnis yang tinggi, memiliki rasa humor dan selalu ingin maju.

Dalam melayani nasabah, kesan pertama yang mengesankan (*first impression*) perlu ditonjolkan. *Customer service* juga harus mengendalikan diri (*self control*), tidak mudah marah, tidak terpancing untuk berbuat dan berkata kasar. *Customer service* harus mampu mengendalikan gerakan-gerakan tubuh yang mengesankan serta tidak terpancing untuk berbicara hal-hal yang bersifat negatif.

#### **4. Persyaratan Sosial**

*Customer service* harus memiliki jiwa sosial yang tinggi terhadap seluruh nasabah. *Customer service* harus bijaksana dan memiliki budi pekerti yang luhur. Disamping itu, *customer service* harus pandai bergaul dengan semua kalangan.

Hal ini harus diperhatikan dari persyaratan sosial adalah bahwa *customer service* harus pandai bicara dan tidak kaku. *Customer service* juga harus mampu dengan cepat menyesuaikan diri dengan lingkungannya. *Customer service* harus dapat bekerja sama dengan berbagai pihak.

#### **2.5 Sikap Melayani Nasabah**

Agar pelanggan dapat merasa puas, maka dalam melayani nasabah harus diatur sedemikian rupa. Janganlah ketika *customer service* mengerjakan sesuatu, *customer service* bersikap berpura-pura, atau jengkel, atau sikap yang tidak menyenangkan lainnya. Dampak dari sikap tersebut akan menyebabkan pelayanan yang diberikan menjadi tidak sempurna dan pada akhirnya nasabah kecewa.

Beberapa sikap yang harus diperhatikan dalam melayani seluruh jenis nasabah dalam buku *Etika Customer Service* (2008 halaman 69-73) adalah sebagai berikut :

### **1. Beri Kesempatan Nasabah Bicara**

Artinya karyawan memberikan kesempatan kepada nasabah untuk mengemukakan segala keinginannya terlebih dahulu. Dalam hal ini, *customer service* harus dapat menyimak setiap pembicaraan yang dikemukakan nasabah. *Customer service* juga harus berusaha memahami keinginan dan kebutuhan nasabah.

Disamping mendengar dengan seksama, karyawan bila perlu membuat catatan dikertas secara garis besar sehingga tidak perlu mengulang hal-hal yang sudah dikemukakan sebelumnya.

### **2. Dengarkan Baik-baik**

Selama nasabah mengemukakan pendapatnya, *customer service* harus mendengar dan menyimak baik-baik. *Customer service* juga jangan membuat gerakan yang dapat menyinggung nasabah seperti gerakan tubuh, tangan dan kaki yang dianggap kurang sopan.

Mendengar baik-baik artinya pada saat nasabah mengemukakan persoalannya *customer service* harus mendengar dengan penuh perhatian sehingga nasabah merasa senang. Penuh perhatian akan menyebabkan nasabah senang untuk menjelaskan persoalan yang sedang dihadapinya serta keinginannya.

### **3. Jangan Menyela Pembicaraan**

Jangan menyela pembicaraan artinya sebelum nasabah selesai bicara *customer service* dilarang memotong atau menyela pembicaraan usahakan *customer service* member tanggapan setelah nasabah sudah selesai berbicara.

Memotong atau menyela nasabah yang sedang berbicara merupakan perbuatan yang tidak sopan. Hal ini juga dapat mengganggu konsentrasi nasabah untuk mengemukakan pendapatnya.

Terkadang konsentrasi nasabah menjadi terganggu sehingga lupa apa yang harus dikemukakan. Biasanya nasabah malas untuk mengingat kembali apa yang sudah ia jelaskan sebelumnya. Oleh karena itu, untuk hal yang kurang perlu jangan menyela atau memotong pembicaraan dan usahakan pembicaraan berjalan tuntas terlebih dahulu.

### **4. Ajukan Pertanyaan Setelah Nasabah Setelah Selesai Bicara**

Seperti dikatakan sebelumnya, jangan memotong atau menyela pembicaraan jika ada pertanyaan kepada nasabah selesai bicara. Pengajuan pertanyaan kepada nasabah dilakukan apabila nasabah sudah selesai bicara.

Dalam mengajukan pertanyaan, *customer service* pun harus memilih dulu pertanyaan yang dianggap penting. Kemudian, gunakan bahasa yang mudah dipahami atau dengan kata lain, pengajuan hendaknya dengan bahasa yang baik singkat dan jelas.

## **5. Jangan Marah dan Mudah Tersinggung**

Karena nasabah memiliki bermacam-macam karakter, jika ada kata-kata atau sikap nasabah yang kurang berkenan, *customer service* jangan cepat emosi atau tersinggung. Cara bicara, sikap atau nada bicara dalam menanggapi nasabah jangan sekali-kali menyinggung nasabah.

Selain itu *customer service* jangan mudah marah terhadap nasabah yang bertempramen tinggi. Usahakan *customer service* tetap sabar dalam melayaninya.

## **6. Jangan Mendebat Nasabah**

Dalam praktiknya, terkadang apa yang diinginkan nasabah tidak sesuai dengan kondisi perusahaan. Oleh karena itu, jika ada hal-hal yang kurang disetujui, usahakan berikan penjelasan yang sopan.

*Customer service* jangan sekali-kali berdebat atau memberi argument yang tidak dapat diterima nasabah. Hal ini disebabkan nasabah tidak suka dibantah atau didebat. Jika perlu untuk membantah, gunakanlah cara yang halus sehingga nasabah tidak merasa lebih rendah atau salah.

## **7. Jaga Sikap Sopan, Ramah dan Selalu Berlaku Tenang**

Dalam melayani nasabah, sikap sopan santun dan ramah tamah harus selalu dijaga. Begitu pula dengan emosi harus tetap terkendali dan selalu berlaku tenang dalam menghadapi nasabah yang kurang menyenangkan.

Ada istilah yang mengatakan “Anda Sopan Kami Segan”. Sikap sopan santun dan ramah dapat membuat nasabah menjadi segan sehingga nasabah

berinteraksi lebih dari yang diberikan, jika mau dihormati orang lain, maka juga harus menghormati orang lain.

#### **8. Jangan Menangani Hal-Hal yang Bukan Merupakan Pekerjaannya.**

Dalam praktiknya, sering ditemukan karyawan yang mengani pekerjaan yang sebenarnya bukan wewenangnya untuk melakukan hal tersebut. Terkadang karyawan merasa mampu melakukan semua hal. Padahal kemampuannya sangat kurang sehingga dapat memberikan informasi yang salah dan keliru. Oleh karena itu, sebaiknya *customer service* tidak menangani tugas-tugas yang bukan menjadi wewengnya. Serahkan kepada karyawan yang berhak sehingga tidak terjadi kesalahan dalam memberikan informasi.

### **2.6 Etiket Pelayanan**

Telah kita ketahui bahwa dalam memberikan pelayanan kepada setiap nasabah, *customer service* selalu dituntut agar dapat memuaskan nasabah tanpa melanggar harga diri atau etika. Dalam memberikan pelayanan juga diperlukan etiket sehingga kedua belah pihak, baik nasabah maupun karyawan perusahaan dapat saling menghargai.

Secara umum etiket pelayanan yang dapat diberikan oleh *customer service* dalam rangka pelayanan pada buku *Etika Customer Service* (2008 hal 84-86) adalah sebagai berikut :

#### **1. Mengucapkan Salam**

Mengucapkan salam pada saat bertemu dengan nasabah, seperti selamat pagi, selamat siang atau selamat sore. Jika kita sudah mengetahui agama

nasabah, misalnya Muslim, maka ucapkan assalamualaikum. Begitu pula jika sudah kenal nama sebelumnya, sekaligus dengan namanya.

## **2. Mempersilahkan Tamu**

Setelah mengucapkan salam, segera mempersilahkan tamu untuk masuk atau duduk dengan sopan. Jika masih melayani nasabah atau sedang mengambil atau membereskan sesuatu pekerjaan seluruh nasabah untuk menunggu sebentar dengan ramah dan sopan.

Baik dalam mengucapkan salam maupun mempersilahkan tamu masuk atau duduk, selalu dengan ramah dan murah senyum.