

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Definisi, Peranan, dan Fungsi *Customer Service* Bank

2.1.1 Pengertian *Customer Service*

Bank selalu memberikan produk-produk yang menarik bagi nasabahnya. Dan juga sesuai dengan produk yang dipilih oleh nasabah, terdapat fasilitas yang berbeda pula. Di bank terdapat berbagai bagian, tiap bagian mempunyai tugas yang berbeda-beda.

Karena bank bergerak dibagian jasa, maka tidak hanya produk saja yang ditawarkan. Yang lebih penting adalah pelayanan dari tiap-tiap bagian. Meskipun setiap bagian menerapkan pelayanan yang baik, di dalam perbankan terdapat bagian tersendiri untuk melayani segala keperluan masyarakat yang disebut dengan *Customer Service*.

Customer Service yang bertugas untuk melayani keluhan dan keinginan dari nasabah. Dengan pelayanan yang baik, maka citra suatu bank dapat ditingkatkan. Citra ini dapat dibangun melalui kualitas produk, pelayanan, dan keamanan. Yang terpenting adalah pelayanan yang baik, karena bank bergerak dibidang jasa yang sangat mementingkan pelayanan dan keamanan.

Dalam buku *Etika Customer Service* (Kasmir, tahun 2007 : 180) pengertian *Customer Service* adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah melalui pelayanan yang

diberikan seseorang. Jadi pada intinya adalah tugas dari *Customer Service* adalah melayani nasabah secara baik. Pelayanan prima yang diberikan untuk mendengar keluhan serta masalah yang dialami oleh nasabah. Tidak hanya mendengar saja, diwajibkan bahwa seorang *Customer Service* harus mampu memberikan solusi atau mencari jalan keluar untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh nasabah.

Seorang *Customer Service* memegang peranan sangat penting disamping memberikan pelayanan juga sebagai pembina hubungan dengan masyarakat atau *public relation*. *Customer Service* bank dalam melayani para nasabah selalu berusaha menarik dengan cara merayu para calon nasabah agar menjadi nasabah bank yang bersangkutan dengan berbagai cara. *Customer Service* juga harus dapat menjaga nasabah lama agar tetap menjadi nasabah bank. Oleh karena itu, tugas-tugas yang diemban oleh para *Customer Service* merupakan tulang punggung kegiatan operasional dalam dunia perbankan.

2.1.2 Peranan *Customer Service*

Peranan *Customer Service* sangatlah penting didunia perbankan. Dalam dunia perbankan, tugas utama *Customer Service* adalah memberikan pelayanan prima dan membina hubungan yang baik dengan masyarakat. Cara yang digunakan oleh *Customer Service* untuk menarik nasabah sangatlah banyak. *Customer Service* bank berusaha untuk menarik nasabah baru dengan pelayanan

prima atau pelayanan yang memuaskan. Tidak hanya menarik nasabah baru, tetapi membuat nasabah lama menjadi lebih aman dan nyaman dengan kinerja serta pelayanan dari *Customer Service*. Maka dari itu kemajuan bank sangat tergantung oleh *Customer Service*, karena *Customer Service* yang membuat nasabah tersebut tertarik dengan produk dan pelayanannya.

Dalam buku *Etika Customer Service* (Kasmir, tahun 2007 : 181) menjelaskan peranan *Customer Service* secara umum:

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. Misal dengan meyakinkan melalui produk-produk yang ada.

2.1.3 Fungsi *Customer Service*

Seorang *Customer Service* harus mengerti dan memahami fungsi dan tugasnya. Fungsi dan tugas *Customer Service* harus dapat diterapkan sesuai dengan apa yang telah dipelajari oleh *Customer Service*. Tidak hanya diterapkan saja, tetapi *Customer Service* harus dapat bertanggung jawab atas fungsi dan tugas yang dilakukannya.

Fungsi dan tugas *Customer Service* harus dapat dipahami dengan baik, agar dapat melayani nasabah secara optimal. Jika optimal maka nasabah akan merasa puas dengan pelayanannya.

Dalam buku *Etika Customer Service* (Kasmir, tahun 2008 : 182), fungsi *Customer Service* adalah sebagai berikut :

1. Sebagai *Receptionist*

Seorang *Customer Service* berfungsi sebagai penerima tamu yang datang, baik nasabah baru maupun nasabah lama.

2. Sebagai *Deskman*

Seorang *Customer Service* berfungsi sebagai orang yang melayani berbagai macam aplikasi yang diajukan nasabah atau calon nasabah.

3. Sebagai *Salesman*

Customer Service berfungsi sebagai orang yang menjual produk perbankan sekaligus sebagai pelaksana *cross selling*.

4. Sebagai *Customer Relation*

Berfungsi sebagai orang yang dapat membina hubungan baik dengan seluruh nasabah, termasuk merayu atau membujuk agar nasabah tetap bertahan dan tidak lari dari bank yang bersangkutan apabila menghadapi masalah.

5. Sebagai Komunikator

Customer Service berfungsi sebagai orang yang menghubungi nasabah dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungannya antara bank dengan nasabah.

2.2 Sikap *Customer Service* dalam Melayani Nasabah

Sikap dalam melayani nasabah harus diperhatikan dengan baik oleh *Customer Service*, karena sikap yang kurang baik sangat berpengaruh terhadap hasil pelayanan yang diberikan. Sikap yang baik dan sewajarnya diberikan akan membuat nasabah senang dan puas terhadap pelayanan yang diberikan.

Sikap melayani nasabah yang dilakukan oleh *Customer Service* harus dilakukan secara prima. Karena hati yang senang sangat mempengaruhi pelayanan prima yang diberikan oleh *Customer Service* kepada nasabah. Jika sikap yang ditimbulkan baik, maka nasabah juga semakin betah dengan bank tersebut.

Dalam buku *Etika Customer Service* (Kasmir, tahun 2008 : 67) membagi nasabah dalam tiga tipe, yaitu :

1. Nasabah baru, artinya nasabah ini baru pertama kali datang ke perusahaan. Kedatangan nasabah ini biasa saja hanya untuk sekedar memperoleh informasi atau sudah mau melakukan transaksi.
2. Nasabah biasa (sekunder), artinya nasabah yang sudah pernah berhubungan dengan kita namun tidak rutin. Jadi kedatangannya sudah untuk melakukan transaksi. Hanya saja frekuensi transaksi dan kedatangannya belum terlalu sering.
3. Nasabah utama (primer), artinya nasabah yang sudah sering berhubungan dengan kita. Pelanggan atau nasabah primer selalu menjadikan kita nomor satu dalam berhubungan. Pelanggan ini tidak perlu diragukan lagi loyalitasnya dan sikap kita terhadap mereka harus selalu dipupuk.

2.3 Dasar-dasar Pelayanan Nasabah

Seorang *Customer Service* dalam melaksanakan tugasnya haruslah terlebih dahulu memahami pekerjaan yang akan diembannya terutama yang berkenaan dengan pelayanan terhadap nasabah.

Berikut ini dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami tersebut yaitu sebagai berikut :

1. Berpakaian dan berpakaian bersih
2. Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum
3. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama, jika kenal
4. Tenang, sopan, hormat serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan
5. Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar
6. Bergairah dalam melayani nasabah dan tunjukkan kemampuannya
7. Jangan menyela dan memotong pembicaraan
8. Mampu meyakini nasabah serta memberikan kepuasan
9. Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, minta bantuan
10. Bila belum dapat melayani, beritahukan kapan akan dilayani

2.4 Produk-produk dalam Layanan *Customer Service*

Dalam melayani nasabah seorang *Customer Service* harus menguasai jenis produk yang dimiliki oleh bank tersebut. Secara umum untuk memperoleh nasabah, produk-produk dalam layanan *Customer Service* bank adalah :

a. Simpanan Tabungan

Pengertian Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang telah disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan atau alat lain yang dapat dipersamakan dengan itu.

b. Simpanan Giro

Giro adalah simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah bayar lainnya, atau dengan cara pemindah bukuan.

c. Simpanan Deposito

Deposito adalah simpanan yang penarikannya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian nasabah dengan bank.

Jadi tugas *Customer Service* adalah melayani setiap keinginan nasabah yang akan melakukan pembukaan rekening bank tabungan maupun deposito. Serta tak lupa juga seorang *Customer Service* harus mampu mencari jalan keluar dari setiap masalah yang dialami oleh setiap nasabah. Tidak hanya itu, peranan *Customer Service* juga sangat penting bagi bank untuk menjaga dan meningkatkan kepercayaan nasabah serta menjaga citra positif melalui kualitas produk, kualitas pelayanan, dan keamanan.

2.5 Etika *Customer Service*

Dalam dunia perbankan pasti terdapat ketentuan-ketentuan tersendiri untuk menjadi karyawan bank, salah satunya *Customer Service*. Seorang *Customer Service* yang bekerja di bank harus mempunyai kriteria tersendiri dalam bersikap, karena

seorang *Customer Service* bertugas untuk melayani nasabah. Maka secara tidak langsung *Customer Service* harus berhubungan langsung dengan nasabah. Dalam melayani nasabah, seorang *Customer Service* harus menjaga perbuatan atau tingkah laku yang biasa disebut dengan etika.

Berikut beberapa etika bisnis yang perlu diketahui oleh seorang *Customer Service* :

1. Menjaga sikap tubuh

Hindari :

Menggaruk-garuk kepala, menggigit kuku, menekuk-nekuk ibu jari, berpangku tangan, melipat tangan, menggigit bibir, duduk membungkuk, berdiri membungkuk, berjalan dengan menyeret sepatu.

2. Berjabat tangan

Gunakan tangan kanan, genggam selama 3-5 detik, senyum dan kontak mata, ucapkan nama anda/selamat datang/kabar.

3. Menerima tamu

Berdiri saat tamu datang, sapa, senyum, dan kontak mata, tanyakan dengan sopan apakah ia telah memiliki janji, jika anda orang yang dituju maka persilahkan duduk, perkenalkan diri anda.

4. Menunjuk sesuatu

Menggunakan kelima jari dengan telapak tangan terbuka, menggunakan ujung pena untuk menunjukkan brosur atau formulir.

5. Sikap berdiri

Berdiri dengan kaki ke depan lurus di muka dan kaki belakang membuat sudut 45 derajat, berdiri dengan tegap dan biarkan lengan dan lutut tetap santai.

2.5.1 Faktor Yang Mempengaruhi Etika *Customer Service*

Upaya memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan atau nasabah harus dilakukan sungguh-sungguh dengan memperhatikan faktor-faktor utama dan faktor-faktor pendukung. Faktor utama yang berpengaruh adalah sumber daya manusia, artinya peranan manusia (karyawan) yang melayani pelanggan yang merupakan faktor utama. Dana faktor pendukungnya adalah sarana dan prasarana. Kemudian sarana dan prasarana yang digunakan juga harus dapat menjaga apa yang sudah dijaga oleh manusia.

Berikut ini beberapa ciri-ciri pelayanan yang baik yang dapat memberikan kepuasan kepada para pelanggan :

- a. Memiliki karyawan yang profesional khususnya yang berhadapan langsung dengan pelanggan.
- b. Tersedianya sarana dan prasarana yang baik yang dapat menunjang kelancaran penjualan produk ke pelanggan secara cepat dan tepat waktu.
- c. Tersedianya ragam produk yang diinginkan.
- d. Bertanggung jawab kepada setiap pelanggan dari awal hingga selesai.
- e. Mampu melayani secara cepat dan tepat, tentunya jika di banding dengan

pihak pesaing.

- f. Mampu berkomunikasi secara jelas, menyenangkan dan mampu menangkap keinginan dan kebutuhan pelanggan.
- g. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi, terutama dalam hal keuangan bagi dunia perbankan.
- h. Memberikan pengetahuan dan kemampuan yang baik tentang produk yang dijual.
- i. Mampu memberikan kepercayaan kepada pelanggan.

Hal-hal yang mempengaruhi pelayanan kepada nasabah adalah sebagai berikut :

1. Sumber daya manusia, yaitu yang secara umum seluruh karyawan yang terlibat mulai dari *Cleaning Service* sampai Direktur. Namun secara khusus adalah karyawan yang berhubungan langsung dengan nasabah, seperti :
 - a. *Customer Service*
 - b. Humas (*Public Relation*)
 - c. *Salesman/Salesgirl*
 - d. Teller
 - e. Satuan pengaman (Satpam)
 - f. Operator telepon
2. Jenis-jenis karyawan yang khusus memberikan pelayanan pada masing-masing perusahaan.
 - a. *Customer Service*

Customer Service merupakan petugas atau karyawan yang sengaja dibentuk untuk melayani pelanggan/nasabah oleh industri keuangan seperti: perbankan, asuransi, atau *leasing*. Fungsi CS adalah sebagai *receptionist, deskman, salesman, customer relation officer* dan komunikator.

b. Humas (*Public Relation*)

Public Relation atau hubungan baik dengan masyarakat (humas) memiliki fungsi yang sedikit berbeda dengan CS. Fungsi yang diemban oleh humas adalah sebagai *receptionist, customer relation officer, dan komunikator. Public Relation* sengaja dibentuk hampir oleh semua perusahaan terutama sebagai *customer relation officer*. Fungsi ini dibentuk sebagai orang yang dapat membina hubungan baik dengan seluruh nasabah, relasi perusahaan, pemerintah dan berfungsi memberikan informasi ke masyarakat luas. PR juga berfungsi memberikan informasi perusahaan termasuk bagaimana menghadapi pihak-pihak yang bermasalah dengan pihak perusahaan, seperti menjelaskan duduk persoalan yang sebenarnya terhadap suatu masalah.

c. Pramuniaga

Merupakan karyawan yang khusus melayani konsumen untuk memilih barang, menanyakan suatu tentang barang yang biasa dilakukan oleh supermarket/swalayan. Pramuniaga juga bertugas menyusun barang-

barang atau menyiapkan keperluan toko sebelum dibuka.

d. Teller/kasir

Khusus untuk teller atau kasir, fungsi pelayanannya sangat berbeda dengan CS dan humas, walaupun sebagai fungsi CS secara langsung juga diemban oleh kasir atau teller yang pertama adalah sebagai orang yang menerima semua setoran uang (baik yang tunai atau non tunai) dari berbagai pihak, dan fungsi kasir atau teller yang kedua adalah sebagai orang yang melakukan pembayaran uang (tunai dan non tunai) kepada berbagai pihak. Artinya semua uang yang keluar dari perusahaan harus melewati kasir atau teller.

e. Satuan pengamanan (Satpam)

Tugas satuan pengamanan (satpam) dalam memberikan pelayanan sangat mempengaruhi kualitas pelayanan perusahaan secara keseluruhan. Satpam yang bertugas melindungi seluruh aset perusahaan juga berkewajiban melindungi keamanan nasabah.

f. Operator telepon

Operator telepon adalah petugas yang bertugas menerima telepon dari nasabah atau melakukan komunikasi lewat telepon dengan nasabah. Penerima telepon harus bersuara lembut dan ramah karena jika suara ditelepon kurang jelas dapat menimbulkan salah paham. Peranan operator telepon sangat besar pengaruhnya terhadap kualitas pembayaran yang diterima nantinya.

3. Sarana dan Prasarana

Kenyamanan ruangan, peralatan (untuk bank kita kenal dengan nama banking hall), tempat ibadah, toilet, parker, Automatic Teller Machine (ATM) untuk nasabah, kualitas produk, ragam produk, isi, kemasan, harga, promosi.