

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Pengertian dan Fungsi Bank

2.1.1 Pengertian Bank

Menurut Kuncoro dalam bukunya Manajemen Perbankan, Teori dan Aplikasi (2010 : 68), defiinisi dari Bank adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya adalah menghimpun dana dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat dalam bentuk kredit serta memberikan jasa-jasa lalu lintas pembayaran dan peredaran uang.

Dalam buku Pemasaran Bank Kasmir, SE, MM (Tahun 2012 hal 8), Bank diartikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan jasa-jasa bank lainnya.

Pengertian Bank menurut Undang-undang Negara Republik Indonesia nomor 10 tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kembali dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk yang lain dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Menurut Very Stuart Bank adalah Suatu badan yang bertujuan memuaskan kebutuhan kredit, baik dengan alat-alat pembayarannya sendiri atau dengan uang yang diperolehnya dari orang lain, maupun dengan jalan memperedarkan alat-alat penukaran baru berupa giral

Menurut A. Abdurrahman bank adalah suatu lembaga keuangan yang melaksanakan berbagai macam jasa, seperti memberikan pinjaman, mengedarkan mata uang, pengawasan terhadap mata uang, bertindak sebagai tempat penyimpanan benda-benda berharga, membiayai usaha-usaha perusahaan.

Secara umum bank dibagi menjadi empat jenis-jenis sebagai berikut :

1. Bank Sentral

Merupakan bank yang tugasnya dalam menerbitkan uang kertas dan logam sebagai alat pembayaran yang sah dalam suatu Negara dan mempertahankan konversi uang dimaksud emas atau perak atau keduanya.

2. Bank Umum

Merupakan bank yang bukan saja dapat meminjamkan atau menginvestasikan berbagai jenis tabungan yang diperolehnya, tetapi juga dapat memberikan pinjaman dari menciptakan sendiri uang giral.

3. Bank Perkreditan Rakyat (BPR)

Merupakan bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

4. Bank Syariah

Merupakan bank yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil (sesuai kaidah ajaran islam tentang hukum riba).

2.1.3.Fungsi Bank

Adapun fungsi bank dalam buku Pemasaran Bank Kasmir,SE. MM (tahun 2012 hal 9) adalah sebagai berikut :

1. Menghimpun dana (funding) dari masyarakat dlam bentuk simpanan, dalam hal ini bank sebagai tempat penyimpanan uang untuk berinvestasi bagi masyarakat. Tujuan utama masyarakat. Kemudian untuk melakukan investasi dengan harapan memperoleh bunga dari hasil simpanannya. Tujuan lainnya adalah untuk memudahkan melakukan 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 yang bersangkutan. Secara umum, jenis simpanan yang ada di bank adalah terdiri dari simpanan giro (demand deposit), simpanan tabungan (saving deposit) dan simpanan deposito (time deposit).
2. Menyalurkan dana (lending) ke masyarakat, dalam hal ii bank memberikan pinjaman (kredit) kepada masyaraka. 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 bak terlebih dahulu menilai apakah kredit tersebut layak diberikan atau tidak. Penilaian ini dilakukan agar bank terhindar dari kerugian tersebut layak diberikan atau tidak. Penilaian ini dilakukan agar bank terhindar dari kerugian akibat tidak dapat

dikembalikannya pinjaman yang disalurkan bank dengan berbagai sebab. Jenis kredit modal kerja atau kredit perdagangan.

3. Memberikan jasa-jasa bank lainnya (services) 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*, *traveler cheque* dan jasa lainnya. Jasa-jasa bank lainnya merupakan jasa pendukung dari kegiatan pokok bank yaitu menghimpun dan menyalurkan dana.

2.2. Sifat Industri Perbankan

Menurut Jopie Jusuf (2010 : 05), sebagai bisnis jasa, bank memiliki karakteristik khusus, diantaranya sebagai berikut :

1. ***Intangibility (tidak berwujud)*** : Pelayanan jasa perbankan tidak dapat diraba, dilihat dan dipajang.
2. ***Inseparability (tidak dapat dipisahkan)*** : Jasa perbankan tidak dapat dibuat terlebih dahulu baru dikonsumsi tetapi, harus dilakukan pada saat yang bersamaan. Proses produksi terjadi pada saat yang sama dengan proses konsumsi. Pelayanan jasa perbankan baru dapat dilakukan bila ada kehadiran dari personel bank tersebut. Akibatnya, pengendalian kualitas (*quality control*). Hal ini yang membuat bank tidak segan-segan mengeluarkan biaya besar untuk meningkatkan kemampuan karyawan.

3. **Variability (keanekaragaman)** : kualitas pelayanan jasa perbankan memiliki tingkat keragaman yang tinggi tergantung dari empat, waktu dan orang yang melakukannya. Variabilitas yang tinggi terjadi karena jasa perbankan sangat bergantung dari manusia.
4. **Pherisibility (mudah rusak)** : data tidak dapat disimpan karena proses produksi terjadi pada saat konsumsi.

Menurut Jopie Jusuf (2010 : 06), Industri Perbankan merupakan industry yang memiliki interaksi tinggi antara produsen dengan konsumen. Akibatnya, kualitas jasa Bank, sangat ditentukan oleh manusia, baik penyelenggara jasa (Bank), maupun penerima jasa (nasabah). Kualitas jasa perbankan ditentukan oleh kemampuan personil bank dalam menyelesaikan permintaan nasabah. Contohnya kecepatan dan kecermatan. Tetapi, kualitas tersebut juga ditentukan oleh karakteristik dari nasabah baik dari umur, sifat maupun pengetahuan nasabah tentang bank. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa sifat variabilitas jasa sangat menonjol di industry ini.

2.3. **Sumber Dana Bank**

Menurut Kasmir dalam bukunya Bank dan lembaga keuangan lainnya (2010 : 61) yang dimaksud dengan sumber dana adalah Usaha bank dalam menghimpun dana untuk membiayai operasinya.

Secara garis besar, menurut Jopie Jusuf dalam buku Panduan dasar untuk *Account Officer* versi 3.0 (hal 40-41) sumber dana bank dapat dibagi menjadi modal sendiri (*equity*) dari para pemegang saham. Sumber dana ini merupakan sumber dana tetap (permanen). Disamping itu, modal sendiri juga dapat diperkuat dengan mengadakan emisi saham baru baik dari pemegang saham lama atau dengan penjualan saham-saham ke masyarakat (*go public*) di pasar modal (*capital market*).

Dana masyarakat yaitu dana yang dihimpun dari masyarakat. Jenis ini terdiri dari tiga golongan yaitu rekening giro, rekening tabungan, dan deposito. Rekening giro merupakan dana yang murah karena membayar jasa giro yang relatif tidak besar dibandingkan dengan jenis lainnya. Dan dana yang mahal adalah deposito. Bank juga dapat menghimpun dana dengan menerbitkan obligasi, yaitu surat hutang jangka panjang. Dana-dana bank yang digunakan sebagai alat bagi operasional suatu bank, bersumber dari dana-dana sebagai berikut :

1. Dana Pihak Pertama

Adalah dana dari modal sendiri, yang berasal dari para pemegang saham.

Dana terdiri dari :

a. Modal Disetor

Adalah uang yang disetor secara efektif oleh pemegang saham, pada saat bank didirikan pada umumnya, sebagian dari setoran pertama modal pemilik bank (pemegang saham) dipergunakan bank untuk

penyediaan sarana perkantoran seperti tanah, gedung, kantor dan promosi untuk menarik minat masyarakat.

b. Agio Saham

Adalah nilai selisih jumlah uang yang dibayarkan oleh pemegang saham baru, disbanding dengan nilai nominal saham.

c. Cadangan-cadangan

Adalah sebagian laba bank yang disisihkan dalam bentuk cadangan modal, dan cadangan lainnya yang digunakan untuk menutup kemungkinan timbulnya resiko dikemudian hari.

d. Laba Ditahan

Adalah laba milik para pemegang saham yang diputuskan oleh mereka sendiri, melalui rapat umum pemegang saham untuk dibagikan sebagai deviden, tetapi dimasukkan kembali dalam modal kerja untuk operasional bank.

2. Dana Pihak Kedua

Adalah dana-dana pinjaman yang berasal dari pihak luar, yang terdiri atas dana-dana sebagai berikut :

a. Call Money

Adalah pinjaman dari bank lain, yang berupa pinjaman harian antar bank. Pinjaman ini diminta, bila ada kebutuhan mendesak yang diperlukan bank. Biasanya jangka waktu *Call Money* tidak sama, sekitar satu minggu, satu bulan, dan bahkan hanya beberapa hari saja.

Jika jangka waktu hanya satu malam saja, pinjaman disebut *Overnight Call Money*.

b. Pinjaman Biasa Antar Bank.

Adalah pinjaman dari bank lain berupa pinjaman biasa. Dengan jangka waktu relative lama. Pinjaman ini umumnya terjadi jika antar bank peminjam dan bank yang memberikan pinjaman kerjasama dalam bantuan keuangan dengan persyaratan-persyaratan tertentu yang disepakati oleh kedua belah pihak, jangka waktu bersifat menengah atau panjang dengan tingkat bunga relative lunak.

c. Pinjaman Dari Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB)

Pinjaman ini, terutama terjadi ketika lembaga-lembaga keuangan tersebut masih bersifat LKBB, sebelum dikeluarkan Undang-undang no 7 tahun 1992 tentang perbankan. Setelah dikeluarkannya Undang-undang tersebut, LKBB ini hampir semua berubah status menjadi Bank Umum. Pinjaman dari LKBB ini, banyak berbentuk surat berharga yang dapat diperjualbelikan dalam pasar uang sebelum jatuh tempo, daripada kredit.

d. Pinjaman Dari Bank Sentral (BI)

Pinjaman dari Bank Sentral (BI), adalah pinjaman (kredit) yang diberikan Bank Indonesia kepada Bank, untuk membiayai usaha-usaha masyarakat yang tergolong berprioritas tinggi seperti kredit-kredit program misalnya kredit investasi pada sektor-sektor ekonomi yang harus ditunjang sesuai dengan petunjuk pemerintah seperti sektor

pertanian, pangan, perhubungan, industry kecil, koperasi, export non migas, kredit untuk

golongan ekonomi lemah dan sebagainya. Pinjaman dari bank Indonesia untuk jenis-jenis sektor tersebut, dikenal dengan istilah kredit likuiditas bank Indonesia (KLBI). KLBI merupakan instrument moneter dari bank sentral dalam rangka *refinancing facility* demi memberikan motifasi gerakan moneter bagi bank dan masyarakat ekonomi, serta merupakan sumber dana yang tergolong murah, dengan tingkat bunga relative sangat rendah.

3. Dana Pihak Ketiga (Dana dari Masyarakat)

Adalah dana yang berupa simpanan dari pihak masyarakat. Dana ini, antara lain terdiri dari :

a. Giro (*Demand Deposit*)

Adalah simpanan pihak ketiga pada bank, yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, dan surat perintah pembayaran lainnya atau dengan cara pemindahbukuan.

b. Deposito (*Time Deposit*)

Adalah simpanan pihak ketiga pada bank, yang penarikannya hanya dapat dilakukan dalam jangka waktu tertentu berdasarkan perjanjian.

c. Tabungan (*Saving Deposit*)

Adalah simpanan pihak ketiga pada bank, yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu.

2.4. Customer Service

2.41. Pengertian *Customer Service*

Customer Service adalah suatu bagian dari unit organisasi atau bank, yang berada di bagian *Front Office*, yang berfungsi sebagai sumber informasi dan perantara bagi bank dan nasabah yang ingin mendapatkan jasa-jasa pelayanan dan produk-produk bank. Bentuk pelayanan *Customer Service* tidak hanya pada pemberian informasi pada nasabah, tetapi juga menerima keluhan dari nasabahnya, serta mencari jalan keluar dari setiap permasalahan yang dihadapi oleh nasabahnya, serta mencari jalan keluar dari setiap permasalahan yang dihadapi oleh nasabahnya, dengan sikap ramah, sopan, tidak memotong pembicaraan nasabah. Setelah selesai berbicara, serta mau mendengarkan setiap keluhan nasabahnya dengan empati, kemudian memberikan jalan keluar untuk setiap masalah yang dihadapi oleh nasabahnya.

Untuk menjaga dan meningkatkan kepercayaan nasabahnya, bank perlu menjaga *image* atau citra positifnya di mata masyarakat. *Image* ini, dapat dibangun melalui kualitas produk pelayanan dan keamanan. Tanpa *Image* yang baik, kepercayaan yang sedang dan akan dibangun tidak akan terjaga. Sedangkan untuk meningkatkan citranya, bank perlu menyiapkan karyawan yang mampu menangani keinginan dan kebutuhan nasabahnya, karyawan diharapkan dapat melayani keinginan dan kebutuhan nasabah kita sebut *Customer Service (CS)* atau ada juga yang menyebutnya *Service Assistance*.

Dalam buku *Etika Customer Service* Kasmir SE,MM tahun 2010, pengertian *Customer Service* adalah setiap yang diperuntukkan atau ditunjukkan untuk memberikan 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 dihadapi nasabah. *Customer Service* harus pandai mencari jalan keluar untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh nasabahnya.

2.42. Peranan *Customer Service*

Seorang *Customer Service* mempunyai peranan yang sangat penting pada kinerja bank. Dalam dunia perbankan, tugas utama seorang *Customer Service* adalah memberikan pelayanan, dan membina hubungan dengan masyarakat. *Customer Service* dalam melayani nasabah harus bersikap ramah dan sopan dan harus bisa meyakinkan nasabah maupun calon nasabah untuk tetap setia dengan bank yang bersangkutan. Secara umum, peranan seorang *Customer Service* yaitu sebagai penghubung antara bank dengan nasabah. Menurut Kasmir SE,MM dalam buku *Etika Customer Service* (2010 hal 181), peran *Customer Service* adalah :

1. Mempertahankan nasabah lama agar tetap setia menjadi nasabah kita melalui pembinaan hubungan akrab dengan nasabah.
2. Berusaha untuk mendapat nasabah baru, melalui berbagai pendekatan. Misalkan meyakinkan nasabah untuk menjadi nasabah kita dan mampu meyakinkan nasabah tentang kualitas produk kita.

2.4.3. Fungsi *Customer Service*

Sebagai seorang *Customer Service* tentu telah ditetapkan fungsi dan tugas yang harus dilaksanakannya. Fungsi dan tugas ini harus dilakukan sebaik mungkin dalam arti dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya. Fungsi dan tugas-tugas seorang *Customer Service* harus benar-benar dipahami sehingga dapat menjalankan tugasnya dengan baik. Fungsi *Customer Service* dalam buku Kasmi SE, MM (2010 hal 182-183) :

a. Sebagai *Receptionist*

Artinya seorang *Customer Service* berfungsi sebagai penerima tamu yang datang ke Bank. Tamu yang dimaksud adalah nasabah yang datang ke bank. Fungsinya dalam hal melayani pertanyaan diajukan nasabah dan memberikan informasi yang diinginkan selengkap mungkin. Ketika menerima tamu, *Customer Service* harus bersikap ramah dan sopan.

b. Sebagai *Deskman*

Artinya seorang *Customer Service* berfungsi sebagai orang yang melayani berbagai macam aplikasi yang diajukan nasabah atau calon nasabah. Artinya jika nasabah yang sudah memperoleh informasi secara lengkap kemudian bermaksud melakukan transaksi, petugas *Customer Service* melayani nasabah untuk mengisi berbagai aplikasi seperti formulir, slip atau lainnya. Pelayanan diberikan termasuk memberikan arahan dan petunjuk cara-cara pengisian aplikasi tersebut hingga tuntas, serta prosedur transaksi yang diinginkan.

c. Sebagai *Salesman*

Maksudnya *Customer Service* berfungsi sebagai orang yang menjual produk perbankan sekaligus sebagai pelaksanaan *Cross Selling*. Menjual produk artinya menawarkan produk bank kepada setiap calon nasabah yang datang ke bank. Dalam hal ini *Customer Service* harus pandai meyakinkan nasabah agar mau membeli produk yang ditawarkan.

d. Sebagai *Customer Service Officer*

Yaitu berfungsi sebagai orang yang dapat membina hubungan baik dengan nasabah, termasuk merayu atau membujuk agar nasabah tetap bertahan dan tidak lari dari bank yang bersangkutan apabila menghadapi masalah. Fungsi *Customer Service Officer* dapat dilakukan dengan berbagai cara, misalnya komunikasi melalui telepon atau secara langsung.

2.4.4. Tugas *Customer Service*

Menurut buku *Etika Customer Service* Kasmir, SE, (2010 : 191) dalam prakteknya, khususnya di dunia perbankan, tugas-tugas *Customer Service* yang sesuai dengan fungsinya adalah sebagai berikut :

1. Sebagai *Receptionist*

Dalam hal ini, *Customer Service* bertugas menerima nasabah yang datang ke bank dengan ramah, sopan, senang, simpati, menarik dan menyenangkan. Dalam hal ini *Customer Service* harus selalu memberikan perhatian, berbicara dengan suara lembut dan jelas. Penggunaan bahasa yang mudah dimengerti serta mengucapkan salam, misal “Selamat

pagi/siang/sore". Sesuai kondisi. Selama melayani nasabah *Customer Service* tidak dapat diperkenankan meroko, makan, minum atau mengobrol sesama karyawan. Jika hal ini dilakukan, konsentrasi terhadap pelayanan nasabah menjadi terganggu. Misalnya mulut mengunyah sesuatu akan mengganggu kualitas suara. Kemudian merokok dapat mengganggu kesehatan nasabah dan ruangan menjadi pengap. Demikian pula berbicara dengan sesama karyawan ketika sedang melayani nasabah dapat menyinggung nasabah karena merasa diremehkan.

2. Sebagai *Deskman*

Sebagai deskman, tugas *Customer Service* antara lain memberikan informasi mengenai produk-produk bank, antara lain menjelaskan manfaat dan ciri-ciri produk bank. Yang perlu juga dijelaskan adalah keunggulan produk kita dibandingkan produk pesaing.

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 serta berusaha membujuk nasabah yang baru serta mempertahankan nasabah lama. *Customer Service* juga berusaha mengatasi setiap permasalahan yang dihadapi nasabah, termasuk keberatan dan keluhan nasabah lama.

Customer Service juga berusaha mengatasi setiap permasalahan yang dihadapi nasabah, termasuk keberatan dan keluhan nasabah. Keluhan

nasabah tentang kelemahan produk perlu kita perhatikan. Hal ini merupakan informasi yang sangat berharga apalagi jika dibandingkan dengan produk pesaing.

4. Sebagai *Customer Relation Officer*

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 berarti kita akan beralih ke bank pesaing kita.

Dalam hal ini, tugas *Customer Service* harus menjaga image baik dengan cara membina hubungan baik dengan seluruh nasabah sehingga nasabah merasa senang, puas dan semakin percaya kepada bank. Yang terpenting adalah sebagai penghubung antar bank dengan seluruh nasabah.

5. Sebagai *Communicator*

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.

2.4.5. Syarat-syarat Seorang *Customer Service*

Tugas yang diemban oleh *Customer Service*, amat berat oleh sebab itu, sebelum ditugaskan, *Customer Service* Bank dilakukan beberapa persyaratan tertentu. Untuk menjadi seorang *Customer Service* bank diperlukan beberapa khusus. Artinya rekrutmen dan seleksi karyawan pun jelas berbeda dengan yang

lainnya. Persyaratan ini mutlak untuk dipenuhi sehingga calon *Customer Service* mampu mengemban tugas yang diberikan kepadanya. Persyaratan yang harus dipenuhi adalah mulai dari calon karyawan melamar sebagai karyawan khususnya untuk *Customer Service*. Kemudian persyaratan selama menjadi atau menjalankan tugasnya sebagai *Customer Service*. Menurut Kasmir (2005 : 194) syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh seorang *Customer Service* adalah sebagai berikut :

1. Persyaratan Fisik

Seorang *Customer Service* harus memiliki cirri-ciri yang menarik dari segi wajah, warna kulit atau ukuran badan. Wajah harus terlihat menarik. Demikian pula ukuran badan misalnya tinggi harus ideal seorang wanita 160 cm dan laki-laki 165 cm. berat badan juga harus ideal dengan tinggi badan.

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 kepercayaan diri yang baik. Mental yang baik juga mampu memberikan keyakinan kepada nasabah..mental yang kuat akan menimbulkan sifat kejujuran dan tanggung jawab yang besar terhadap apa saja yang dilakukannya.

Mental seorang *Customer Service* harus ditunjukkan dengan perilaku yang baik dan sabar, ramah dan murah senyum. Hindari bersikap emosi dan cepat

putus asa. Seorang *Customer Service* juga harus memiliki rasa percaya diri (*self confidence*) yang tinggi, rendah diri, memiliki inisiatif, teliti, cermat, rajin, jujur, serius hati-hati dan 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, melayani nasabah. *Customer Service* juga 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* juga harus mampu mengendalikan gerakan-gerakan tubuh yang mengesankan serta tidak terpancing untuk berbicara hal-hal yang negative.

4. Persyaratan Sosial

Customer Service harus memiliki budi pekerti yang luhur. Disamping itu, *Customer Service* harus pandai bergaul dengan sesama kalangan.

Hal ini harus diperhatikan dari persyaratan social adalah bahwa *Customer Service* harus pandai berbicara dan tidak kaku. *Customer Service* juga harus mampu cepat menyesuaikan diri dengan lingkungannya. *Customer Service* harus dapat bekerja sama dengan berbagai pihak.

2.4.6. Sikap Melayani Nasabah

a. Sikap yang ramah

Nasabah merupakan inti pekerjaan seorang *Customer Service*. Menjadi seorang *Customer Service* yang professional harus bisa bekerja dengan benar bersama rekan kerja dan selalu bersahabat. Anda akan dituntut untuk selalu bersikap baik, mempunyai sifat perhatian dan menunjukkan rasa untuk selalu membantu kepada pelanggan, sekalipun pelanggan yang anda hadapi sedang menghadapi permasalahan atau marah.

b. Menunjukkan profesionalisme.

Melakukan pekerjaan sebagai *Customer Service* itu tidak selamanya menyenangkan karena tidak selamanya juga seorang *Customer Service* dapat menjawab keluhan para pelanggan sampai dengan puas.

c. Dapat menyelesaikan suatu masalah.

Menjadi seorang *Customer Service* haruslah memiliki dedikasi terhadap masalah pelanggan serta dapat membantu pelanggan untuk menemukan solusi dari permasalahan tersebut.

2.4.7. Etika Layanan *Customer Service*

Dalam melayani nasabah, seorang *Customer Service* dituntut untuk berpenampilan menarik karena penampilan adalah hal pertama yang dilihat oleh nasabah. Secara umum penampilan yang prima yang ditam[ilkan oleh setiap bank adalah :

1. Wajar, maksudnya sikap dan tindakan setiap karyawan bank tidak dibuat-buat.
2. Dalam hal berpakaian harus selalu rapi, serasi, bersih dan tidak menggunakan dan make-up yang berlebihan.
3. Selalu mengucapkan salam ketika bertemu atau berpisah dengan termasuk ucapan terima kasih.
4. Selalu bersikap optimis dan tidak pesimis serta tidak ragu-ragu dalam bertindak, sehingga mampu memberikan kepada nasabah atas layanan yang diberikan.
5. Berprilaku yang baik, lincah gesit, mudah bergaul dan cepat tanggap namun tidak over acting didepan nasabah yang pada akhirnya dapat membuat nasabah jengkel.
6. Lemah lembut dan sopan santun dalam melayani tamu atau nasabah, membuat nasabah merasa dihargai oleh karyawan bank.
7. Selalu memberikan perhatian, tidak cuek dalam menghadapi nasabah, dalam hal ini nasabah merasa dihargai.
8. Selalu suka membantu sehingga nasabah merasa ringan dalam menghadapi permasalahannya.

2.4.8. Manfaat dari bagian *Customer Service*

Selain memiliki fungsi, seorang *Customer Service* yang berada di garis depan bank (*Front Office*) juga memiliki manfaat dan kegunaan yang pada

hakekatnya adalah penerapan dari tugas-tugas yang telah disebutkan diatas, nantinya bisa dilihat nasabah dalam kehiatan sehari-hari.

- a. Melakukan fungsi layanan informasi produk simpana pembiayaan.
- b. Melakukan fungsi layanan sebagai petugas *Customer Service*.
- c. Melakukan fungsi *Maintenance* data nasabah.
- d. Melakukan fungsi pemasteran data.
- e. Melakukan fungsi *Maintenance* pemindahbukuan/*standing instruction*.
- f. Melakukan fungsi sebagai petugas marketing dan selling.

2.5. Pengertian Pelayanan Prima (*Service Excelent*)

Pelayanan Prima (*Service Excelent*) secara harfiah berarti pelayanan yang sangat baik, atau pelayanan yang terbaik. Pelayanan Prima (*Service Excelent*) adalah faktor kunci dalam keberhasilan bank. Jika bisnis bank tumbuh dan berkembang dan tetap bisa bertahan dalam persaingan maka keuntungan dan pendapatan juga harus meningkat.

Untuk melaksanakan hal ini, kita perlu meningkatkan jumlah nasabah yang kita miliki dengan demikian kita memelihara dan mempertahankan nasabah seperti halnya mendapatkan nasabah baru. Jadi dalam hal memenangkan bisnis baru, kita juga perlu mempertahankan loyalitas konsumen yang ada.

Pelayanan Prima (*Service Excelent*) berarti memelihara dan mempertahankan nasabah kita dan menambah nasabah baru. Banyak aspek yang dapat memberikan kepuasan nasabah dan bukan hanya sekedar memberikan

yang terbaik. Dalam era pasar bebas saat ini, banyak ditawarkan barang-barang bermutu saja, tapi hubungan yang berlanjut dan berkesinambungan antara bank dan nasabah belum diperhatikan dengan baik. Pelayanan Prima (*Service Excelent*) yang baik dibutuhkan semua anggota perusahaan. Pelayanan Prima (*Service Excelent*) bukan hanya sekedar memberikan suatu layanan, hal ini memerlukan sedikit layanan, hal ini pelayanan ekstra dan sesuai dengan harapan nasabah yang mengharapkan pilihan, langkah, sikap dalam berhubungan dengan nasabah yang tepat.