

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Bank

##### 2.1.1 Pengertian Bank

Bank adalah lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut kemasyarakat serta memberikan jasa-jasa Bank lainnya. Mendengar kata Bank sebenarnya tidak asing lagi bagi kita, terutama bagi yang hidup dipertanian. Bahkan di pedesaan sekalipun saat ini kata Bank bukan merupakan kata asing dan aneh. Setiap orang selalu menyebut Bank dan selalu mengaitkannya dengan uang, sehingga selalu saja ada anggapan bahwa yang berhubungan dengan Bank selalu ada kaitannya dengan uang. Hal ini tidak salah, karena Bank merupakan lembaga keuangan atau perusahaan yang bergerak di bidang keuangan atau perusahaan yang bergerak dibidang keuangan.

Menurut Kasmir (2014:14) Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Sedangkan usaha perbankan meliputi tiga kegiatan, yaitu menghimpun dana, menyalurkan dana, dan memberikan jasa bank lainnya.

Kegiatan menghimpun dana dan menyalurkan dana merupakan kegiatan pokok bank sedangkan memberikan jasa bank lainnya hanya kegiatan pendukung. Kegiatan menghimpun dana, berupa mengumpulkan dan dari masyarakat dalam bentuk simpanan giro, tabungan, dan deposito.

Dari penjelasan tersebut bahwa Bank merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang keuangan, jadi dapat disimpulkan bahwa usaha perbankan meliputi tiga kegiatan utama yaitu :

1. Menghimpun dana
2. Menyalurkan dana
3. Memberikan jasa Bank lainnya

Kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana merupakan kegiatan pokok perbankan. Sedangkan kegiatan memberikan jasa-jasa Bank lainnya hanyalah merupakan pendukung dari kedua kegiatan di atas.

### **2.1.2 Jenis Bank**

Menurut Kasmir (2005 : 22), perbedaan jenis perbankan dapat dilihat dari segi fungsi, kepemilikan dan dari segi status. Dari segi fungsi perbedaan yang terjadi terletak pada luasnya kegiatan atau jumlah produk yang dapat ditawarkan maupun jangkauan wilayah operasinya. Kemudian kepemilikan perusahaan dilihat dari segi pemilikan saham yang ada serta akta pendiriannya. Sedangkan dari menentukan harga, yaitu antara bank konvensional berdasarkan bunga dan bank syariah berdasarkan bagi hasil.

Untuk lebih jelasnya jenis perbankan dapat ditinjau dari berbagai segi antara lain:

1. Dilihat dari Segi Fungsi, dibagi menjadi:
  - a. Bank Umum, adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan/atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.
  - b. Bank Perkreditan Rakyat (BPR), adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.
2. Dilihat dari Segi Kepemilikan, dibagi menjadi:
  - a. Bank Milik Pemerintah, yaitu di mana baik akta pendirian maupun modalnya dimiliki oleh pemerintah, sehingga seluruh keuntungan bank ini dimiliki oleh pemerintah pula. Sedangkan Bank Milik Pemerintah Daerah, yaitu di mana akta pendirian maupun modal bank sepenuhnya dimiliki oleh pemerintah daerah, sehingga keuntungan bank dimiliki oleh pemerintah daerah.
  - b. Bank Milik Swasta Nasional, merupakan bank yang seluruh atau sebagian besarnya dimiliki oleh swasta nasional serta akta pendiriannya pun didirikan oleh swasta, begitu pula pembagian keuntungannya diambil oleh swasta pula. Bank-bank swasta milik nasional termasuk pula bank-bank yang dimiliki oleh badan usaha yang berbentuk koperasi.
  - c. Bank Milik Asing, merupakan cabang dari bank yang ada di luar negeri, baik milik swasta asing maupun pemerintah asing suatu Negara.

- d. Bank Milik Campuran, merupakan bank yang kepemilikan sahamnya dimiliki oleh pihak asing dan pihak swasta nasional.
3. Dilihat dari segi status, dibagi menjadi:
    - a. Bank Devisa merupakan bank yang dapat melaksanakan transaksi ke luar negeri atau yang berhubungan dengan mata uang asing secara keseluruhan.
    - b. Bank Non Devisa merupakan bank yang belum mempunyai izin untuk melakukan transaksi sebagai bank devisa, sehingga tidak dapat melaksanakan transaksi.

### 2.1.3 Fungsi Bank

Secara umum, fungsi utama dari bank adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat untuk berbagai tujuan atau sebagai *financial intermediary*. Menurut Budisantoso dan Triandaru (2006 : 9) secara lebih spesifik bank dapat berfungsi sebagai sebagai berikut:

1. *Agent of Trust*

Dasar utama kegiatan perbankan adalah kepercayaan (*trust*), baik dalam penghimpun dana maupun penyaluran dana. Masyarakat akan mau menyimpan dananya di bank apabila dilandasi adanya unsur kepercayaan.

Masyarakat percaya bahwa uangnya tidak akan disalahgunakan oleh bank, uangnya akan dikelola dengan baik, bank tidak akan bangkrut, dan pada saat yang telah dijanjikan simpanan tersebut dapat ditarik kembali dari bank. Pihak bank sendiri akan mampu menempatkan dan menyalurkan dananya pada debitur atau masyarakat apabila dilandasi adanya unsur kepercayaan. Pihak bank percaya bahwa debitur tidak akan menyalahgunakan pinjamannya, debitur akan

mengelola dana pinjaman dengan baik, debitur akan mempunyai kemampuan untuk membayar pada saat jatuh tempo, dan debitur akan mempunyai niat baik untuk mengembalikan pinjaman beserta kewajiban lainnya pada saat jatuh tempo.

## 2. *Agent of Development*

Kegiatan perekonomian masyarakat di sektor moneter dan di sektor riil tidak dapat dipisahkan. Kedua sektor tersebut selalu berinteraksi dan saling mempengaruhi. Sektor riil tidak akan berkinerja dengan baik apabila sektor moneter tidak bekerja dengan baik. Kegiatan bank berupa penghimpun dan penyalur dana sangat diperlukan bagi lancarnya kegiatan perekonomian di sektor riil. Kegiatan bank tersebut memungkinkan masyarakat melakukan kegiatan investasi, kegiatan distribusi, serta kegiatan konsumsi barang dan jasa, mengingat bahwa kegiatan investasi, distribusi dan konsumsi tidak dapat dilepaskan dari adanya penggunaan uang. Kelancaran kegiatan investasi, distribusi, dan konsumsi ini tidak lain adalah kegiatan pembangunan perekonomian suatu masyarakat.

## 3. *Agent of Services*

Di samping melakukan kegiatan penghimpun dan penyalur dana, bank juga memberikan penawaran jasa perbankan yang lain kepada masyarakat. Jasa yang ditawarkan bank ini erat kaitannya dengan kegiatan perekonomian masyarakat secara umum. Jasa ini antara lain dapat berupa jasa pengiriman uang, penitipan barang berharga, pemberian jaminan bank dan penyelesaian tagihan.

Berdasarkan ketiga fungsi di atas didapatkan gambaran yang menyeluruh dan lengkap mengenai fungsi bank dalam perekonomian, sehingga bank tidak hanya dapat diartikan sebagai lembaga perantara keuangan (*financial intermediary institution*).

## **2.2 Kualitas Pelayanan**

### **2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan**

Menurut Toni Wijaya (2013 : 11) “kualitas adalah sesuatu yang diputuskan oleh nasabah, artinya kualitas tersebut didasarkan pada pengalaman aktual konsumen terhadap produk atau jasa yang diukur berdasarkan persyaratan tertentu”, sedangkan pelayanan adalah “berbagai aktivitas di seluruh area bisnis yang berusaha mengkombinasikan antara penjualan jasa untuk memenuhi kepuasan konsumen yang baik”. Kualitas layanan yang baik merupakan salah satu hal yang penting dan syarat penting dalam kesuksesan pada industri jasa, salah satunya perbankan. Kemampuan perusahaan untuk menyediakan suatu pelayanan yang berkualitas akan menjadi suatu senjata untuk memenangkan persaingan.

Kualitas layanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan nasabah. Nasabah selalu mengharapkan agar mendapatkan pelayanan yang maksimal dan profesional. Dimana nasabah juga dapat menilai bagaimana pelayanan yang diberikan, keramahan para pegawai, kecepatan dalam memberikan pelayanan, kecepatan dalam menangani nasabah dan memberikan produk atau jasa yang dibutuhkan nasabah.

Pada model kualitas pelayanan yang dikenal dan hingga kini banyak dijadikan acuan riset manajemen dan pemasaran jasa adalah model SERVQUAL (*Service Quality*). Menurut Fandy Tjiptono (2006:12) terdapat lima dimensi pada kualitas layanan yaitu sebagai berikut :

1. *Reliability* (Keandalan) adalah berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali.
2. *Responsiveness* (Daya Tanggap) adalah kesediaan dan kemampuan penyediaan layanan untuk membantu para nasabah dan merespon permintaan mereka dengan segera.
3. *Assurance* (Jaminan) adalah berkenaan dengan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya dan keyaninan pelanggan.
4. *Empaty* (Empati) adalah perusahaan memahami masalah para nasabahnya dan bertindak demi kepentingan nasabah serta memberikan perhatian personal kepada nasabah dan memiliki jam operasional yang nyaman.
5. *Tangibless* (Fisik) adalah berkenaan dengan fisik fasilitas layanan, peralatan/ perlengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan.

Kualitas Layanan adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para nasabah atas layanan yang mereka terima. Kualitas layanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi nasabah atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya

yang mereka harapkan. Kualitas layanan menjadi hal utama yang diperhatikan oleh perusahaan, yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan.

Secara umum, pelayanan yang diharapkan membuat nasabah puas adalah dengan memberikan nasabah apa yang dibutuhkan dan diinginkan, bukan memberikan apa yang dipikirkan dibutuhkan oleh nasabah. Memberikan pelayanan berkualitas kepada nasabah merupakan hal penting yang mempengaruhi kinerja organisasi yang kompetitif dan kualitas layanan yang produktif merupakan hal yang penting untuk dilakukan. Jika harapan nasabah terpenuhi, nasabah akan lebih puas. Sehubungan dengan hal tersebut, perusahaan harus meningkatkan daya saingnya, dengan cara bekerja untuk meningkatkan pelayanan.

### 2.2.2 Ciri-Ciri Pelayanan

Menurut Rosadi Ruslam (2012:288), ciri-ciri pelayanan yang baik yang harus diikuti oleh karyawan yang bertugas melayani pelanggan/nasabah adalah :

#### 1. Tersedianya Karyawan Yang Baik

Kenyamanan nasabah sangat tergantung dari karyawan yang melayaninya. Karyawan harus ramah, sopan, dan menarik. Disamping itu, karyawan harus cepat, tanggap, pandai bicara, menyenangkan serta pintar. Karyawan juga harus mampu menarik dan mengambil hati nasabah sehingga nasabah semakin tertarik. Demikian juga dengan cara kerja karyawan harus rapi.

## 2. Tersedianya Sarana dan Prasarana Yang Baik

Pada dasarnya nasabah ingin dilayani secara prima. Untuk melayani nasabah, salah satu hal yang paling penting diperhatikan disamping kualitas dan kuantitas sumber daya manusia adalah sarana dan prasarana yang dimiliki oleh perusahaan.

## 3. Bertanggung Jawab Kepada Setiap Nasabah Sejak Awal Hingga Selesai

Dalam menjalankan kegiatan pelayanan karyawan harus mampu melayani dari awal sampai tuntas dan selesai. Nasabah akan merasa puas jika karyawan bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diinginkan oleh nasabah.

## 4. Mampu Melayani Secara Cepat dan Tepat

Mampu melayani secara cepat dan tepat artinya dalam melayani nasabah diharapkan karyawan harus melakukannya sesuai prosedur. Layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan standar perusahaan dan keinginan nasabah.

## 5. Mampu Berkomunikasi

Mampu berkomunikasi artinya karyawan harus mampu berbicara kepada setiap nasabah. Karyawan juga harus mampu dengan cepat memahami keinginan nasabah.

## 6. Memberikan Jaminan Kerahasiaan Setiap Transaksi

Pada dasarnya, menjaga rahasia nasabah sama artinya dengan menjaga rahasia perusahaan. Oleh karena itu, karyawan harus mampu menjaga rahasia

nasabah kepada siapa pun. Menjaga rahasia nasabah merupakan ukuran kepercayaan nasabah kepada perusahaan.

7. Memiliki Pengetahuan Dan Kemampuan Yang Baik

Kemampuan dalam bekerja akan mampu mempercepat proses pekerjaan sesuai dengan waktu yang diinginkan. Demikian pula dengan ketepatan dan keakuratan pekerjaan juga akan terjamin.

8. Berusaha Memahami Kebutuhan Nasabah

Berusaha memahami kebutuhan nasabah artinya karyawan harus cepat tanggap terhadap apa yang diinginkan oleh nasabah. Petugas harus lebih dulu berusaha untuk mengerti kemauan nasabah dengan cara mendengar penjelasan, keluhan atau kebutuhan nasabah secara baik agar pelayanan terhadap keluhan atau keinginan yang diharapkan nasabah tidak salah.

9. Mampu Memberikan Kepercayaan Kepada Nasabah

Kepercayaan calon nasabah kepada perusahaan mutlak diperlukan sehingga calon nasabah mau menjadi nasabah perusahaan yang bersangkutan. Demikian pula untuk menjaga nasabah yang lama perlu dijaga kepercayaannya dari seluruh karyawan perusahaan umumnya.

### 2.3 Pelayanan Prima

Menurut Ikatan Bankir Indonesia (2014:76), pelayanan prima adalah “layanan yang bermutu tinggi, layanan yang istimewa yang terbaik dan layanan yang prima. *Service Excellent* menggambarkan etos/budaya kerja suatu perusahaan/bank/organisasi dan karyawannya”. Budaya pelayanan prima merupakan hal yang sangat penting dalam melakukan pelayanan

terhadap nasabah. Dengan adanya penerapan budaya pelayanan prima merupakan salah satu langkah perusahaan untuk meningkatkan pelayanan terhadap nasabahnya. Dengan menerapkan sistem pelayanan prima maka nasabah akan merasa terpuaskan dengan segala layanan perbankan yang dilakukan. Pelayanan prima harus dilakukan sesuai dengan tuntutan dari pihak nasabah, karena pelayanan menjadi titik tolak kepuasan nasabah.

1. Kecepatan

Kecepatan adalah kemampuan untuk membantu nasabah dan memberikan layanan yang cepat. Pelanggan atau nasabah menginginkan pelayanan yang serba cepat dan tidak memakan waktu lama. Strategi tindakan yang dapat diambil contohnya : menampilkan sikap positif, mengambil langkah segera untuk membantu nasabah dan memenuhi kebutuhan mereka.

2. Keramahan

Untuk menciptakan kerjasama yang baik, keramahan merupakan kunci keberhasilan suatu pelayanan.

3. Ketepatan

Pelayanan yang cepat disertai dengan ketepatan sesuai dengan keinginan nasabah.

4. Kenyamanan

Suasana yang nyaman sangat berpengaruh dalam membangun karyawan serta untuk menciptakan nasabah yang loyal.

### 2.3.1 Faktor yang berkaitan dengan budaya pelayanan prima

Menurut Ikatan Bankir Indonesia (2014:78) dalam melakukan pelayanan prima terhadap nasabah juga terdapat berbagai faktor yang berkaitan dengan budaya pelayanan prima yang dilakukan *Customer Service*. Berikut ini adalah beberapa faktor yang berkaitan dengan budaya pelayanan prima.

#### 1. Kemampuan (*ability*)

Kemampuan adalah pengetahuan dan keterampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang layanan prima yang dapat meliputi kemampuan dalam bidang kerja yang ditekuni, untuk melaksanakan komunikasi yang efektif, mengembangkan motivasi menggunakan *public relation* sebagai instrument dalam membawa hubungan kedalam dan keluar organisasi/perusahaan.

#### 2. Sikap (*attitude*)

Setiap insan mempunyai perilaku yang harus ditonjolkan ketika menghadapi pelanggan yang dapat disesuaikan dengan kondisi dan kredibilitas nasabah.

#### 3. Penampilan (*appearance*)

Penampilan adalah kemampuan seseorang baik yang bersifat fisik maupun non-fisik yang mampu merefleksikan kepercayaan deviden kredibilitas dari pihak lain.

#### 4. Perhatian (*attention*)

Curahan perhatian seseorang adalah kepedulian penuh terhadap pelanggan baik yang berkaitan dengan perhatian kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun peramahan atas saran dan kritikan seorang nasabah.

5. Tindakan (*action*)

Melakukan sesuatu harus memerlukan tindakan. Tindakan adalah suatu perbuatan dalam berbagai kegiatan yang nyata yang harus dilakukan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

6. Tanggung jawab (*accountability*)

Melaksanakan kegiatan tentu mempunyai tanggungjawab, yaitu suatu sikap berperihakan kepada pelanggan sebagai wujud kepedulian menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan.

### 2.3.2 Manfaat pelayanan prima

Menurut Ikatan Bankir Indonesia (2014:79), budaya pelayanan prima merupakan budaya yang sangat baik untuk diterapkan dalam operasional perbankan. Berikut ini adalah manfaat yang dapat diperoleh ketika bank melaksanakan budaya pelayanan prima, yaitu :

1. Meningkatkan citra perusahaan

Berawal dari tingkat persaingan yang semakin tajam diantara para pesaing, maka perusahaan harus meningkatkan pelayanan terhadap nasabah dengan cara mengadakan pendidikan mengenai pelayanan prima.

2. Promosi bagi bank

Dengan memberikan pelayanan prima kepada nasabah dan apabila nasabah merasa terpuaskan kebutuhannya, maka nasabah akan menyampaikan kepada orang lain. Penyampaian informasi itu merupakan promosi gratis bagi perusahaan.

### 3. Menciptakan kesan pertama yang baik

Apabila kita terbiasa dengan pelayanan prima yang kita berikan pada setiap nasabah, terutama calon nasabah akan mendapatkan suatu kesan pertamanya yang lebih mendalam, karena pelayanan yang kita berikan sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan.

### 4. Meningkatkan daya saing

Semakin tajam persaingan yang biasanya perusahaan berlomba-lomba untuk memberikan hadiah. Ada juga nasabah yang senang dengan hadiah, tetapi pada umumnya nasabah akan tertarik dengan hal itu. Tetapi ada juga nasabah yang senang apabila diberikan pelayanan prima dengan senang hati.

### 5. Meningkatkan loyalitas nasabah

Pelayanan prima yang diberikan kepada para nasabah dan calon nasabah akan memberikan dampak kepuasan nasabah dan menjadi loyal sehingga memberikan keuntungan bagi perusahaan dalam jangka panjang.

## **2.4 Kepuasan pelanggan**

### 2.4.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Menurut Kasmir (2017:235), tujuan utama dari kepuasan pelanggan memberikan pelayanan kepada seluruh karyawan dan pimpinan untuk meningkatkan jumlah pelanggan atau nasabahnya, baik secara kuantitas maupun kualitas. Secara kuantitas artinya jumlah pelanggan atau nasabah bertambah cukup signifikan dari waktu ke waktu, sedangkan secara kualitas artinya nasabah yang didapat merupakan pelanggan yang produktif (melakukan transaksi banyak dan terus-menerus) yang mampu memberikan

laba bagi perusahaan. Artinya pelanggan atau nasabah terus menambah jumlah dan jenis produk yang dibeli atau dikonsumsi dari waktu ke waktu.

Untuk mencapai tujuan tersebut dapat dilakukan dengan berbagai cara dan salah satunya dengan memberikan kepuasan pelanggan atau nasabah. Kepuasan pelanggan atau nasabah menjadi sangat bernilai bagi perusahaan, sehingga tidak heran selalu ada slogan yang mengatakan bahwa pelanggan atau nasabah adalah raja, yang perlu dilayani dengan sebaik-baiknya. Demikian pula dengan sebaliknya dengan meningkatkan kepuasan pelanggan, jumlah pelanggan juga akan ikut meningkat pula.

Jika pelayanan terbaik dapat terus dipertahankan, maka tujuan perusahaan akan dapat tercapai dengan tidak terlalu sulit. Memang dalam pelaksanaan di lapangan tidak selalu mudah, mengingat perilaku pelanggan seperti yang telah dijelaskan diatas yang beragam. Akan tetapi perlu diingat bahwa setiap perusahaan memiliki standart pelayanan yang harus dipenuhi guna melayani pelanggannya.

Secara umum dikatakan bahwa kepuasan pelanggan menurut Kasmir (2017:236), adalah harapan atau perasaan seseorang atas suatu pembelian suatu barang ataupun jasa. Artinya apa yang diharapkan dapat dicapai oleh pelanggan sesuai dengan kenyataannya. Harapan atau kenyataan inilah yang akan menentukan tingkat kepuasan pelanggan. Hanya saja tingkat kepuasan tergantung dari tingkat harapaannya. Adanya tingkat kepuasan biasanya diukur dengan tingkat sangat puas, puas, cukup puas,

kurang puas, dan tidak puas. Adanya tingkat kepuasan ini biasanya diperoleh dari pelanggan membandingkan dengan pengalaman menggunakan produk atau jasa yang sama dengan produk pesaing.

#### 2.4.2. Keuntungan Pelanggan Puas

Menurut Kasmir (2017:237), meningkatkan kepuasan pelanggan tentu saja banyak memberikan keuntungan bagi perusahaan. Dalam praktiknya apabila pelanggan puas atas pelayanan yang diberikan, maka ada dua keuntungan yang diterima perusahaan terutama untuk pelanggan yang sudah pernah membeli di perusahaan, yaitu :

##### 7. Mempertahankan Nasabah Lama

Artinya, pelanggan atau nasabah yang lama akan tetap dapat dipertahankan (tidak lari ke perusahaan lain) atau dengan kata lain pelanggan loyal kepada perusahaan. Mempertahankan pelanggan lama bukan saja penting tetapi merupakan kewajiban. Perusahaan berusaha sekuat tenaga agar pelanggan lama tidak lari ke perusahaan lain. Kegagalan dalam mempertahankan pelanggan lama merupakan kegagalan yang dianggap sangat serius.

##### 8. Kepuasan Nasabah Lama Akan Menular Kepada Nasabah Baru

Artinya, diharapkan pelanggan atau nasabah yang lama akan menarik pelanggan masuk menjadi pelanggan baru dengan berbagai cara. Biasanya seringkali terjadi melalui promosi dari mulut ke mulut, dari pelanggan lama ke pelanggan baru. Cara seperti ini diharapkan mampu meningkatkan jumlah pelanggan. Kepuasan pelanggan dengan cara memberikan rekomendasi atau memberitahu akan pengalamannya yang menyenangkan tersebut dan

merupakan iklan dari mulut ke mulut. Artinya pelanggan atau nasabah lama akan dengan cepat menular ke pelanggan lain dan berpotensi menambah pelanggan baru.

## **2.5 Customer Service**

### **2.5.1. Pengertian *Customer Service* Bank**

Menurut Ikatan Bankir Indonesia (2014:179), *Customer Service* adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan melalui pelayanan yang diberikan seseorang nasabah ataupun pelanggan secara memuaskan. Pelayanan yang diberikan termasuk menerima keluhan atau masalah yang sedang dihadapi oleh nasabah.

### **2.5.2. Tugas dan Fungsi *Customer Service* Bank**

Menurut Ikatan Bankir Indonesia (2014:67), sebagai *Customer Service* tugas utamanya adalah memberikan pelayanan membina hubungan baik dengan masyarakat atau nasabah, sehingga harus ditekuni dengan penuh kemampuan, kecekatan dan kesabaran dalam memberikan pelayanan. Seorang *Customer Service* juga harus bertanggung jawab dari awal sampai selesainya suatu pelayanan yang diberikan kepada nasabah selama di bank.

Pelayanan yang diberikan itu biasanya meliputi pelayanan pembukaan rekening tabungan, giro dan deposito. Menerima, melayani dan mengatasi hambatan nasabah mengadministrasikan resi permintaan dan pengambilan buku cek, bilyet giro, serta kuasa. Memberikan informasi tentang saldo dan mutasi nasabah. Mengadministrasikan buku cek, bilyet giro, dan buku tabungan, memperkenalkan produk baru, dan sebagainya.

### **Fungsi *Customer Service* :**

Menurut Ikatan Bankir Indonesia (2014:65), *Customer Service* berfungsi untuk memberikan jasa layanan kepada nasabah yaitu memberikan jasa layanan kepada nasabah yaitu memberikan informasi, menampung keluhan nasabah, *Cross selling*, dan membantu nasabah untuk menyelesaikan masalah yang timbul. Berdasarkan fungsi tersebut diatas fungsi seorang *customer service* dapat dijabarkan lebih lanjut dalam kesehariannya sebagai karyawan bank, yang mana fungsi-fungsi tersebut adalah sebagai berikut:

1. *Front line officer*

Keberatan *customer service* berada dibagian depan suatu bank, maka *customer service* menjadi cerminan penilaian baik atau buruknya pelayanan suatu bank. Pelayanan yang dilakukan oleh *customer service* dapat mempengaruhi persepsi nasabah terhadap layanan yang diberikan oleh suatu bank.

2. *Liasson officer*

*Customer service* adalah satu aparat yang menjadi perantara antara bank dengan nasabah. Orang pertama yang dihubungi oleh nasabah sewaktu datang ke bank adalah petugas *customer service*, baik untuk meminta informasi maupun untuk melaksanakan transaksi.

3. Pusat informasi

*Customer service* adalah satu-satunya personil yang dengan mudah dihubungi oleh nasabah pada kesempatan pertama, maka petugas *customer service*

menjadi pusat dan narasumber informasi mengenai produk dan jasa bank. Oleh karenanya dituntut personil yang mempunyai pengetahuan dan wawasan yang cukup baik mengenai industri perbankan.

4. Sales (penjual)

*Customer service* dapat berfungsi sebagai penjual produk, dengan menjual berbagai produk yang ada pada bank, seperti berbagai jenis tabungan, giro, deposito, kredit serta mengetahui keluhan dan keberatan nasabah.

5. *Servicing* (pelayanan)

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

6. *Financial 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 (solisitasi). Seorang petugas *customer service* adalah *account assistant* atau pembina bagi setiap *account* atau rekening nasabah non kredit. Hal ini merupakan perpanjangan dan pengembangan fungsi kedua yaitu *leasson officer*.

8. Penanganan masalah

Unit *customer service* apabila dalam operasinya, nasabah tidak puas, karena terdapat ketidakcocokkan atau kesepakatan, komplain dan lain-lain

sebagainya, maka adalah tepat apabila orang pertama yang dihubungi adalah petugas *customer service*. Dalam hal ini dituntut tidak saja dapat menangani keluhan akan tetapi juga diharapkan dapat memecahkan masalah dengan baik sebagai “*troubleshooter*”.

### 2.5.3. Tanggung jawab dan wewenang *Customer Service*

#### Tanggung jawab *Customer service*

Menurut Ikatan Bankir Indonesia (2014:69), dalam menjalankan tugasnya seorang petugas *customer service* bertanggung jawab secara penuh untuk melayani nasabah sehingga nasabah merasakan kepuasannya terhadap hasil kerja petugas tersebut, disamping merasa nyaman dalam berhubungan dengan pihak bank. Berikut ini secara rinci tanggung jawab petugas *customer service* sebuah bank.

1. Pengenalan nasabah.
2. Pelayanan nasabah.
3. Kerahasiaan bank dan nasabah.
4. Kebersihan dan kerapian ruang kerja.
5. Keamanan alat-alat identitas *customer service*, yaitu user-ID, *password*, anak kunci *cash box* dan laci.
6. Pelaksanaan tugas yang diberikan oleh atasan, berkaitan dengan kelancaran jalannya operasional cabang.
7. Kepatuhan terhadap peraturan perusahaan.

### **Wewenang *Customer Service***

Sehubungan dengan tugas dan fungsi dari *customer service*, maka seorang *customer service* memiliki wewenang. Menurut Ikatan Bankir Indonesia (2014:69), wewenang merupakan wujud konkrit tugas secara lebih khusus terhadap pekerjaan yang diembannya yaitu menyelesaikan setiap pekerjaan dan tugas sampai tuntas dengan baik (tidak ada yang tergantung atau pending, tidak ada masalah yang timbul dari pekerjaannya, kecuali memang hal itu terjadi diluar jangkauannya).

Adapun wewenang petugas *customer service* adalah sebagai berikut:

1. Menyaksikan nasabah mengisi dan menandatangani formulir, aplikasi, perjanjian-perjanjian (Contoh : *standing instruction*, surat kuasa auto debit, dll)
2. Melakukan penolakan permintaan pembukaan rekening apabila tidak memenuhi persyaratan atau prosedur yang telah ditetapkan oleh bank.
3. Melakukan verifikasi tanda tangan *customer*.
4. Melakukan penolakan permintaan buku bilyet giro dan cek apabila tidak memenuhi persyaratan.
5. Melakukan penutupan rekening baik atas permintaan nasabah maupun karena sebab lainnya berdasarkan prosedur internal bank.
6. Melakukan pemblokiran rekening nasabah baik atas permintaan nasabah atau pihak lain yang berwenang.