

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian *Customer Service*

Pelayanan nasabah atau *Customer Service* merupakan jasa yang diberikan oleh bank kepada nasabah pada khususnya dan masyarakat pada umumnya yang berkaitan dengan kegiatan usaha dan operasional bank sehari-hari. Terjadinya persaingan antar lembaga mikro yang semakin ketat seperti sekarang ini, berdampak kepada semua nasabah berkeinginan atau dapat memilih pelayanan mana yang terbaik dari melalui kemudahan berhubungan dengan bank, pelayanan yang cepat, dan keramahan petugas baik dari segi produk atau jasa yang ditawarkan maupun masalah pelayanan yang diberikan kepada nasabahnya.

Menurut Kasmir (2014:64) dalam buku *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan Ikatan Bankir Indonesia* bahwa *Customer Service* adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pihak nasabah, melalui pelayanan, dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.

Sedangkan menurut Rosady (2001:245) *Customer Service* adalah bentuk pelayanan untuk menarik simpati dan kepercayaan pelanggan yang akan menggunakan produk yang dijual atau dijajakan.

Berdasarkan pengertian-pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa *Customer Service* adalah kegiatan pelayanan segala kebutuhan nasabah secara memuaskan.

Seorang *Customer Service* yang merupakan bagian dari unit perusahaan yang berada di *front office* yang memiliki fungsi yaitu sebagai sumber informasi dan perantara bagi bank yang ingin mendapatkan jasa-jasa pelayanan maupun produk-produk bank. Sesuai dengan fungsinya, *Customer Service* diharapkan dapat menjelaskan ataupun melayani kebutuhan nasabah atau calon nasabah. *Customer Service* wajib memberikan pelayanan yang dapat memuaskan nasabah, sehingga nasabah atau calon nasabah tersebut bisa diajak bekerja sama dengan perusahaan kita. *Customer Service* juga harus mengetahui secara umum dan luas bentuk-bentuk pelayanan jasa dan bank dengan baik. Kesempatan berhubungan dengan nasabah yang cukup besar dapat dipergunakan secara efektif untuk melakukan kegiatan *Cross Selling* dengan nasabah, artinya *Customer Service* ikut menawarkan produk dan jasa bank kepada nasabah guna untuk mencari klien agar nasabah atau calon nasabah tersebut mau untuk menginvestasikan atau menabung dananya dengan bank tersebut.

Customer Service berkaitan erat dengan penerapan prinsip kehati-hatian dan manajemen resiko bank melalui penerapan *Know Your Customer* (KYC) dan Anti *Money Laundering*, pelaksanaan edukasi kepada nasabah agar nasabah memiliki pemahaman yang memadai mengenai produk atau aktivitas bank, pemeliharaan nasabah untuk menjamin kelangsungan usaha suatu bank, dan perlindungan terhadap hak dan kepentingan nasabah dan konsumen perbankan, khususnya terkait dengan kerahasiaan data nasabah. Dengan demikian seorang *Customer Service* memegang peranan sangat penting, apabila karyawan *Customer Service*

itu tidak ada, kegiatan Bank akan sangat terganggu dan tidak terlaksana sebagaimana mestinya.

2.2 Fungsi, Tugas, Tanggung Jawab dan wewenang *Customer Service*

2.2.1 Fungsi *Customer Service*

Customer Service memiliki fungsi, tugas, tanggung jawab sebagai seorang yang berada di *front office* yang diberi kepercayaan oleh bank untuk melayani nasabahnya, sehingga nasabah memperoleh layanan terbaik dari bank tersebut. Fungsi *Customer Service* adalah untuk memberikan jasa layanan kepada nasabah dalam hal memberikan informasi, menampung keluhan nasabah, *cross selling*, dan membantu nasabah untuk menyelesaikan masalah yang timbul. Menurut Ikatan Bankir Indonesia (2014:65) Fungsi *Customer Service* dapat dijabarkan lebih lanjut dalam kesehariannya sebagai karyawan bank sebagai berikut :

1) *Front Line Officer*

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 sebagai perantara penghubung antara bank dengan nasabah.

3) *Pusat Informasi*

Customer Service menjadi pusat dan narasumber informasi-informasi mengenai produk dan jasa bank.

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 dan keberatan nasabah.

5) *Servicing (Pelayanan)*

Customer Service berfungsi untuk menyambut nasabah dengan baik kedatangan nasabah selanjutnya akan mengerjakan kebutuhan nasabah sampai seluruh transaksinya dapat di rampungkan.

6) *Financial Advisor/Konsultan*

Dalam perencanaan pengelolaan keuangan nasabah, *Customer Service* dibekali wawasan dan pengetahuan yang luas dan bijak.

7) *Maintenance Customer (Pembinaan Nasabah)*

Seorang *Customer Service* adalah account assistant atau pembina bagi setiap account atau rekening nasabah non kredit.

8) *Penanganan Masalah*

Jika terdapat nasabah yang kurang puas atau komplain terhadap bank, maka *Customer Service* diharapkan dapat menangani keluhan nasabah dan memecahkan masalah dengan baik sebagai "*Troubleshooter*"

2.2.2 *Tugas-Tugas Customer Service*

Selain memiliki fungsi, seorang *Customer Service* juga memiliki tugas. Tugas ini pada hakekatnya adalah penerapan dari fungsi-fungsi yang telah disebutkan diatas dan tugas ini nantinya yang dapat dijumpai oleh nasabah dalam kegiatan sehari-

hari seorang petugas *Customer Service*. Menurut Ikatan Bankir Indonesia (2014:67) Tugas yang dilakukan oleh *Customer Service* adalah sebagai berikut :

- 1) Memberikan pelayanan terhadap nasabah mengenai pembukaan, pemeliharaan dan penutupan rekening nasabah.
- 2) Memberikan pelayanan informasi atau penjelasan kepada nasabah mengenai produk dan jasa bank.
- 3) Memperkenalkan dan menawarkan (*Cross Selling*) produk dan jasa bank kepada nasabah.
- 4) Melayani keluhan nasabah, mencatat/mengadministrasikan, meneruskan, dan memonitor ke unit kerja terkait, serta menginformasikan penyelesaian keluhan ke nasabah.
- 5) Mengarahkan nasabah ke tempat yang sesuai dengan tujuannya.
- 6) Melayani nasabah untuk memberikan informasi saldo dan mutasi rekening nasabah.
- 7) Melayani nasabah untuk pengambilan rekening koran, Nota Kredit, Nota Debet, buku cek/BG, SP Deposito, Counter Cek, Warkat Tolakan, Kliring, Surat Keterangan Penolakan, dan tolakan inkaso.
- 8) Memproses permohonan dan pencabutan status blokir, stop bayar, buku hilang.
- 9) Menyiapkan dan mengelola buku tabungan
- 10) Melayani kebutuhan nasabah/calon nasabah dengan memberikan informasi tentang solusi atau layanan kebutuhan nasabah/calon nasabah

2.2.3 Tanggung Jawab *Customer Service*

Dalam menjalankan tugasnya seorang *Customer Service* bertanggung jawab secara penuh untuk melayani nasabah, sehingga nasabah merasa puas dengan segala pelayanan yang diberikan oleh *Customer Service*. Dalam buku Ikatan Bankir Indonesia (2014:69) Tanggung jawab *Customer Service* dalam bank secara rinci sebagai berikut :

- 1) *Customer Service* bertanggung jawab atas pengenalan pelayanan nasabah yang dihadapi.
- 2) Menjaga Kerahasiaan bank dan data nasabah.
- 3) Kebersihan dan kerapian ruang kerja.
- 4) Keamanan alat-alat identitas *Customer Service*.
- 5) Pelaksanaan tugas yang diberikan oleh atasan, berkaitan dengan kelancaran jalannya operasional cabang.
- 6) Kepatuhan terhadap peraturan perusahaan.

2.2.4 Wewenang *Customer Service*

Terkait dengan fungsi, tugas dan tanggung jawab dari *Customer Service*, maka seorang *Customer Service* memiliki wewenang untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Wewenang inilah yang merupakan wujud konkrit tugas secara lebih khusus terhadap karyawan *Customer Service* yang harus dilaksanakan dengan baik hingga tuntas. Dalam buku Ikatan Bankir Indonesia (2014:69) Wewenang *Customer Service* adalah sebagai berikut :

- 1) Melihat nasabah mengisi dan menandatangani formulir, aplikasi maupun perjanjian-perjanjian.
- 2) Memeriksa dan melakukan verifikasi tanda tangan nasabah.
- 3) Melakukan penolakan permintaan buku bilyet giro dan cek apabila tidak memenuhi persyaratan.
- 4) Melakukan penolakan permintaan pembukaan rekening apabila nasabah tidak memenuhi persyaratan atau prosedur yang telah ditetapkan oleh bank.
- 5) Melakukan penutupan rekening baik atas permintaan nasabah atau karena sebab lainnya berdasarkan prosedur internal bank.
- 6) Melakukan pemblokiran rekening nasabah baik atas permintaan nasabah atau pihak lain yang berwenang.

2.3 Sikap dan penampilan yang baik oleh *Customer Service*

Sebagai seorang *Customer Service* dalam pelayanan prima atau *Service Excellence* diperlukan suatu sikap dan penampilan yang baik, profesional, dan menarik. Dalam buku Ikatan Bankir Indonesia (2014:72) Sikap dan penampilan *Customer Service* diperlukan guna membangun keyakinan bagi nasabah dan *image* positif bagi perusahaan.

- 1) Sikap yang perlu diperhatikan *Customer Service* dalam melayani nasabah sebagai berikut :
 - a. Menyapa dengan lembut nasabah yang datang.
 - b. Memperhatikan posisi duduk condong ke depan.
 - c. Kontak mata harus selaras dengan nasabah.

- d. Fokus kepada nasabah.
 - e. Bersikap tenang ramah dan percaya diri.
 - f. Memberikan kesempatan nasabah berbicara
 - g. Tidak menyela pembicaraan.
 - h. Bersikap profesional.
 - i. Tidak bersikap merendahkan nasabah.
 - j. Mendengarkan nasabah dengan baik.
 - k. Berbicara dengan jelas dan tegas.
- 2) Penampilan yang perlu diperhatikan *Customer Service* dalam melayani nasabah yaitu sebagai berikut :

A. PRIA

- 1) Menggunakan seragam sesuai ketentuan bank (antara lain: kemeja lengan panjang, menggunakan dasi, *name tag*, celana kain, tidak kumal. Tidak kusut dan tidak ada noda).
- 2) Rambut pendek tidak melebihi kerah baju dan tersisir rapi.
- 3) Jika berkumis dicukur rapi dan tidak boleh bercabang.
- 4) Menggunakan sepatu formal berwarna hitam model pantopel.
- 5) Tidak tercium bau badan dan mulut.
- 6) Kuku terpelihara, pendek dan bersih.
- 7) Assesoris berupa jam tangan dan maksimal 1 (satu) cincin.

B. WANITA

- 1) Menggunakan seragam sesuai ketentuan bank (antara lain: rok, blous dan blazer serta *name tag*).

- 2) Bagi wanita berkerudung dimasukkan kedalam blazer.
- 3) Warna hijab senada dengan pakaian yang digunakan dan tidak bermotif.
- 4) Bagi wanita non hijab rambut dicepol dengan rapi.
- 5) Rambut wajib berwarna hitam dan tidak berwarna lain.
- 6) Kuku bersih dan terpelihara.
- 7) Rias wajah dengan warna tidak menyolok.
- 8) Menggunakan sepatu formal berwarna hitam model pantopel dengan hak minimal 3 cm dan maksimal 7 cm.

2.4 Service Excellence

Service Excellence sangat penting bagi perusahaan termasuk bank. Kebanyakan nasabah saat ini semakin pintar memilih produk yang memiliki kemudahan dan kenyamanan yang lebih dari pesaing. Oleh karena itu pelayanan merupakan salah satu alternatif yang dapat dijadikan perbedaan antara bank satu dengan yang lainnya. Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan (Barata, 2003:30)

Pelayanan yang baik memungkinkan bank untuk memperkuat kesetiaan nasabah dan meningkatkan pangsa pasar (*market share*), karena itu pelayanan yang baik menjadi hal yang sangat penting sekaligus berpengaruh dalam operasional bank.

2.4.1. Pengertian Service Excellence

Pelayanan adalah bagian dari *marketing*. Falsafah yang mendasari kegiatan usaha bank adalah kepercayaan masyarakat. Terciptanya kualitas layanan tentunya

akan menciptakan kepuasan terhadap pengguna layanan, yang pada akhirnya dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya terjalin hubungan yang harmonis antara penyedia jasa dengan nasabah, memberikan dasar yang baik bagi terciptanya loyalitas nasabah dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*) yang menguntungkan bagi penyedia jasa tersebut. *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.

Barata (2006:20).

Pendapat lain mengatakan bahwa pelayanan prima (*Service Excellent*) adalah suatu pelayanan yang terbaik dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Dengan kata lain, pelayanan prima merupakan suatu pelayanan yang memenuhi standar kualitas. Pelayanan yang memenuhi standar kualitas adalah suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan dan kepuasan pelanggan/masyarakat.

Maddy (2009:8).

Jadi jika disederhanakan, *Service Excellence* berarti pelayanan terbaik sesuai standart kualitas yang baik dalam memenuhi harapan dan kebutuhan nasabah, sehingga nasabah akan merasa puas dengan pelayanan yang diterima.

Ada beberapa definisi layanan prima menurut Rahmayanty (2010:17) adalah sebagai berikut:

- 1) Layanan prima adalah pelayanan yang sangat baik dan melampaui harapan pelanggan. Awalnya pelanggan memiliki harapan yang sederhana dan sementara dibenaknya yang bersifat biasa dengan standar yang umum yang

banyak diberikan oleh perusahaan lainnya namun ternyata adanya pelayanan ekstra yang tidak diduga dan merupakan *surprise* dari pelayanan perusahaan seperti seorang nasabah mendapatkan email ucapan ulang tahun dari perusahaan perbankan tempat ia menabung, maka nasabah akan merasa diberikan perhatian khusus dan merasa dihargai.

- 2) Layanan Prima adalah pelayanan yang memiliki ciri khas kualitas (*quality nice*). Ciri khas kualitas yang baik meliputi kemudahan, kecepatan, ketepatan, kehandalan dan *emphaty* dari petugas pelayanan dalam pemberian dan penyampaian pelayanan kepada pelanggan yang berkesan kuat yang dapat langsung dirasakan pelanggan waktu itu dan saat itu juga.
- 3) Layanan Prima adalah pelayanan dengan standar kualitas yang tinggi dan selalu mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan setiap saat, secara konsisten dan akurat (handal). Berorientasi kepada kepuasan pelanggan, selalu mengikuti perkembangan standar Internasional / ISO, dan menerapkan manajemen mutu total / konsistensi dan kesadaran mutu yang tinggi (*high quality consciouness*) seperti *customer orientation* (fokus pelanggan), *robotics*, *QC-Circles* (siklus kendali mutu), *automation* (otomatisasi), *discipline in the workplace* (disiplin), *quality improvement* (Perbaikan mutu), *zero defects* (kerusakan nol), dan sebagainya.
- 4) Layanan Prima adalah pelayanan yang memenuhi kebutuhan praktis (*practical needs*) dan kebutuhan emosional (*emotional needs*) pelanggan. Kebutuhan praktis meliputi nilai yang dirasakan dengan bentuk berwujud fisik (*tangible*) dan kebutuhan emosional yang dirasakan kepada fisiologis pelanggan.

Berdasarkan definisi-definisi yang telah dijelaskan diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa keberhasilan suatu pelayanan prima atau *Service Excellence* tergantung pada penyelarasan kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan tanggung jawab dalam pelaksanaannya saat penyampaian jasa. Dimana pelayanan prima yang diberikan perusahaan melalui penyampaian jasa oleh karyawan dengan melampaui harapan dapat menimbulkan kepuasan dan konsumen akan menjadi loyal terhadap perusahaan.

2.5 Tujuan *Service Excellence*

Dalam buku *Manajemen Pelayanan Prima*, Rahmayanty (2013). Tujuan dari *service excellence* atau pelayanan prima yaitu:

- 1) Mencegah berpalingnya pelanggan dan membangun kesetiaan pelanggan (*customer loyalty*). Berpalingnya pelanggan disebabkan karena kesalahan pemberian pelayanan maupun sistem yang digunakan oleh perusahaan dalam melayani pelanggan.
- 2) Memberikan rasa puas dan kepercayaan pada konsumennya. Dalam pelaksanaannya pelayanan prima merupakan pelayanan yang sangat baik dan melampaui harapan pelanggan sebagai pelayanan yang memiliki ciri khas kualitas (*quality nice*).
- 3) Menjaga dan merawat kepercayaan pelanggan agar merasa diperhatikan dan dipentingkan segala kebutuhannya atau keinginannya. Dengan memiliki standar kualitas yang tinggi dan selalu mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan setiap saat, maka pelanggan akan tetap loyal terhadap perusahaan.

- 4) Upaya mempertahankan pelanggan agar tetap loyal untuk menggunakan produk barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

2.6 Manfaat *Service Excellence*

Service Excellence atau pelayanan prima memiliki manfaat yang sangat besar bagi bank, selain untuk meningkatkan citra baik bank dihadapan nasabah, *Service Excellence* juga dapat menjaga loyalitas nasabah terhadap bank karena kepuasan yang diterima nasabah dari pelayanan yang diberikan, dan ketika nasabah sudah loyal maka nasabah tersebut akan enggan untuk berpindah ke bank lain, sehingga secara tidak langsung bank akan memperoleh keuntungan dalam waktu jangka panjang.

Selain manfaat bagi bank yang diperoleh, *Service Excellence* juga bermanfaat bagi personal diri sendiri, karena dengan melakukan *Service Excellence* yang baik secara tidak langsung akan membentuk pribadi yang lebih baik dan profesional, percaya diri dalam bekerja dan memungkinkan untuk jenjang karir di masa depan.

2.7 Konsep dalam *Service Excellence*

Dalam konsep *Service Excellence* akan dijelaskan bagaimana konsep yang dilakukan untuk melayani nasabah yang baik dan profesional.

2.7.1 Titik Tolak Kepuasan Nasabah

Seorang nasabah harus bisa mendapatkan kepuasan atas pelayanan yang diberikan oleh *Customer Service*. Nasabah akan melihat bagaimana seorang

Customer Service dapat melayaninya dengan baik dan profesional. Berikut ini adalah hal yang menjadi titik tolak dalam kepuasan nasabah.

a) Kecepatan

Kecepatan berarti kemampuan untuk membantu nasabah dan memberikan layanan yang cepat. Seorang nasabah sangat menginginkan pelayanan yang serba cepat dan tidak memakan waktu yang lama. Strategi yang dapat diambil yaitu dengan menampilkan sikap positif, mengambil langkah segera untuk membantu nasabah dan memenuhi kebutuhan mereka.

b) Keramahan

Keramahan merupakan kunci keberhasilan suatu pelayanan untuk menciptakan kerjasama yang baik antara nasabah dengan *Customer Service*.

c) Ketepatan

Nasabah pasti menginginkan hasil ketepatan yang baik, karena dengan ketepatan tersebut nasabah tidak akan terlihat ragu dalam melakukan kerjasama dengan perusahaan.

d) Kenyamanan

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

(Ikatan Bankir Indonesia. 2014 : 77)

2.7.2 Hal-hal yang perlu diketahui oleh *Customer Service*

Customer Service memegang peranan sangat penting di berbagai perusahaan. Dalam dunia perbankan, tugas utama seorang *Customer Service* adalah memberikan pelayanan dan membina hubungan baik dengan masyarakat.

Customer Service bank dalam melayani para nasabah selalu berusaha menarik dengan cara meyakinkan para calon nasabah agar menjadi nasabah bank dengan berbagai cara. Sebagai modal dalam memberikan pelayanan kepada nasabah, seorang *Customer Service* perlu mengetahui tentang 3 pilar dalam budaya *Service Excellence* yaitu KSA (*Knowledge, Skill, Attitude*) berikut ini adalah masing-masing penjelasannya :

1. Knowledge (Pengetahuan)

Knowledge (Pengetahuan) adalah hal utama yang sangat penting diperhatikan. Karena, *Customer Service* akan terlihat sangat professional dalam mengetahui berbagai pengetahuan yang nantinya akan dijelaskan kepada nasabah. Terutama jika *Customer Service* akan melakukan *Cross Selling* yaitu menawarkan produk-produk dan jasa bank kepada nasabah. Hal-hal yang termasuk dalam *Knowledge* yaitu :

- a) Memahami prosedur dan sistem. Karena, dalam memahami hal ini akan membuat *Customer Service* lebih disiplin dalam bekerja dan tidak membuat kesalahan atau penyimpangan
- b) Mengetahui produk dan jasa bank. Karena, dengan memiliki pengetahuan produk dan jasa bank membuat *Customer Service* dapat menjelaskan atau menjawab pertanyaan dengan baik kepada nasabahnya.
- c) Memahami produk dan jasa dari pesaing. Hal ini juga penting karena dengan mengetahui hal tersebut dapat dilihat bagaimana keunggulan dari produk dan jasa yang ditawarkan.

2. *Skill* (Kemampuan)

Skill (Kemampuan) merupakan keterampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang layanan prima seorang *Customer Service*. Kemampuan yang harus dimiliki diantaranya yaitu :

- a) Mampu membina relasi (hubungan) kepada nasabah.
- b) Berkomunikasi secara efektif.
- c) Mampu bekerja dibawah tekanan.
- d) Mendengar dengan baik.
- e) Mampu menganalisa setiap kejadian.
- f) Kemampuan dalam mengambil setiap keputusan dengan cepat dan tepat.

3. *Attitude* (Sikap)

Attitude (Sikap) merupakan sikap atau perilaku seseorang dalam berinteraksi dengan orang lain. Dalam *Customer Service attitude* sangat diperlukan bagi bank. Karena dengan attitude nasabah dapat melihat bagaimana sikap *Customer Service* dalam melayani nasabahnya. Ada beberapa contoh *attitude* (sikap) yang perlu diperhatikan yaitu :

- a) Bersikap terbuka dan positif terhadap semua permasalahan yang dihadapi.
- b) Senantiasa antusias.
- c) Senantiasa ceria dalam bekerja.

2.8 Mengatasi *Handling Complain* bagi *Customer Service*

Dalam melayani nasabah, *Customer Service* tidak hanya melakukan pelayanan dalam hal pembukaan atau penutupan rekening maupun melakukan *Cross Selling* saja, melainkan menangani berbagai macam keluhan daei

nasabahnya. Keluhan yang diajukan nasabah akan selalu berhubungan dengan bank. Beberapa keluhan yang biasa diajukan yaitu berupa *financial* atau terkait dengan produk dan jasa-jasa bank.

Berdasarkan peraturan Bank Indonesia (PBI) No.7/7/PBI/2005 tentang 'Penyelesaian Pengaduan Nasabah' kemudian dilengkapi oleh PBI No.10/10/PBI/2008 tentang 'Perubahan Atas Peraturan Bank Indonesia No.7/7/PBI/2005, yaitu :

Bank Indonesia sebagai regulator menaruh perhatian yang sangat jelas tentang penyelesaian pengaduan nasabah yang dilakukan oleh pihak perbankan.

Sehingga, agar pelaksanaan ketika melayani nasabah yang sedang mengajukan pengaduan keluhan dapat berjalan dengan baik. Bank wajib untuk menetapkan kebijakan dan prosedur terkait dengan penerimaan pengaduan, penanganan pengaduan, penyelesaian pengaduan, serta pemantauan pengaduan, dan penyelesaian pengaduan. Setiap pengaduan yang diajukan nasabah wajib dicatat sehingga dapat dipergunakan sebagai bukti atas pengaduan.

Menurut Ikatan Bankir Indonesia (2014:137), bahwa bukti yang harus dicatat dalam pengaduan nasabah yaitu :

1. Nomor Registrasi pengaduan.
2. Tanggal ketika menerima pengaduan.
3. Nama nasabah (identitas nasabah).
4. Nama dan nomor telepon petugas bank yang saat itu sedang bertugas menerima pengaduan.
5. Kronologi singkat pengaduan.

Dengan dibuatnya PBI yang mengatur tentang Pengaduan Nasabah, maka setiap bank diharuskan untuk mempunyai sistem penanganan pengaduan dengan baik. Secara garis besar ada beberapa tahapan dalam menghadapi proses pengaduan nasabah. Berdasarkan Ikatan Bankir Indonesia yaitu :

- 1) Nasabah menyampaikan pengaduannya kepada bank. Pengaduan dapat disampaikan dengan datang ke bank atau melalui *call center* bank.
- 2) *Customer Service* atau *Call Center*, akan menerima pengaduan nasabah, kemudian melakukan pencatatan pengaduan nasabah tersebut dan mengidentifikasi apakah pengaduan tersebut berupa pernyataan atau sebuah pertanyaan.
- 3) Petugas bank kemudian akan mendaftarkan pengaduan tersebut kedalam sistem pengaduan (*Complain Management System*) di bank untuk dikirimkan ke departemen yang menjadi sebab pengaduan itu terjadi.
- 4) Departemen yang dituju oleh pengaduan nasabah selanjutnya disebut "*Revolving Party*", akan dilakukan investigasi untuk dapat menyelesaikan pengaduan tersebut. Lamanya investigasi tergantung dari jenis pengaduan yang diterima dan perkiraan kerja yang dibutuhkan (*Service Level Agreement/SLA*).
- 5) Setiap SLA yang dilalui harus melalui tingkatan pemberitahuan kepada tiap tingkatan manajemen di departemen yang bersangkutan. Tujuannya untuk memberikan informasi terkait pengaduan nasabah tersebut.
- 6) Setelah dilakukan investigasi dan menemukan solusi. *Resolving Party* akan menghubungi Logger untuk memberitahukan bahwa pengaduan nasabah telah

ditindaklanjuti dan menghubungi nasabah untuk memberitahukan bahwa pengaduannya telah selesai diinvestigasi dan telah menemukan solusinya.

Amalia Gita (2014)

