

## BAB 2

### TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan dijelaskan lebih mendalam yang salah satunya mengenai pengertian Bank, pengertian *teller*, pengertian *SOP*, tujuan dalam penggunaan *SOP*, pengertian kepuasan pelanggan, faktor – faktor kepuasan pelanggan, sebagai berikut :

#### 2.1 Bank Umum

Bagian ini, akan dibahas pengertian bank umum dan fungsi serta tugas pada bank Umum, sebagai berikut :

##### 2.1.1 Pengertian Bank Umum

Menurut Undang – Undang No. 10 Tahun 1998 : “Bank umum adalah bank yang melakukan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.”

Sedangkan menurut Peraturan Bank Indonesia No. 9/7/PBI/2007 : Bank Umum adalah bank yang kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran, dalam usahanya baik yang secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah. Bank umum sebagai lembaga intermediasi keuangan memberikan jasa-jasa keuangan baik kepada unit *surplus* maupun kepada unit *defisit* menurut Siamat (2005:47).

### 2.1.2 Fungsi Bank Umum

Bank umum memiliki fungsi pokok sebagai berikut menurut Siamat (2005:48) :

- a. Menyediakan mekanisme dan alat pembayaran yang lebih efisien dalam kegiatan ekonomi
- b. Menciptakan uang
- c. Menghimpun dana dan menyalurkan kepada masyarakat
- d. Menawarkan jasa-jasa keuangan lain

### 2.1.3 Usaha Bank Umum

Kegiatan usaha yang dapat dilakukan oleh bank umum menurut UU No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan adalah sebagai berikut :

- a. Menghimpun dana dari masyarakat.
- b. Memberikan kredit.
- c. Menerbitkan surat pengakuan hutang.

## 2.2 Teller

Sejalan dengan pertumbuhan bank yang sangat pesat, maka diperlukan peningkatan pelayanan terhadap masyarakat, beserta pengawasan dan pengamanan pengelolaan bank maupun transaksi perbankan dengan berbagai pihak yang salah satunya adalah *teller*, sehingga dalam bagian ini akan membahas pengertian *teller*, kedudukan dan fungsi *teller* sebagai berikut :

### 2.2.1 Pengertian Teller

Pengertian teller itu sendiri adalah petugas bank yang diberi kepercayaan penuh untuk memegang, memelihara, memeriksa, menyimpan sejumlah uang tunai dengan limitnya untuk keperluan melayani langsung dalam artian *teller* menerima uang tunai atau non tunai selama waktu yang ditentukan, agar pelayanan terhadap nasabah dilakukan dengan cepat dan efisien menurut Kasmir (2014:4).

### 2.2.2 Kedudukan dan fungsi Teller

Di setiap Unit kerja, *teller* berada di Kantor Cabang dengan mempunyai atasan langsung yaitu *head teller*. Sedangkan fungsi *teller* sendiri adalah sebagai petugas *front office* untuk menangani seluruh setoran dan penarikan tunai dai dan ke bank.

### 2.2.3 Tugas-tugas Pokok Teller

Berikut adalah sebagaimana tugas *teller* yaitu menurut Kasmir (2014:251):

- a. Sebagai pelaksana atas penyelenggaraan pelayanan kepada nasabah di area *front office*.
- b. Melaksanakan bagian-bagian rutin berupa penerimaan setoran tunai dari nasabah untuk setoran deposito, giro, tabanas maupun *transfer*.
- c. Melaksanakan kegiatan-kegiatan rutin berupa pembayaran tunai kepada nasabah atas penarikan check, deposito jatuh tempo, tabanas dan *transfer* serta aktifitas pembayaran tunai lainnya.
- d. Melakukan kegiatan pembayaran kas kecil yang muncul dari penarikan slip bayar bagian umum.

- e. Memeriksa dengan teliti dan seksama warkat-warkat tunai maupun sebelum melakukan pembayaran ataupun menerima setoran tunai/kliring dari para nasabah.
- f. Mengumpulkan warkat-warkat seperti cek, bilyet giro, setoran kliring, pemindah-bukuan dan diserahkan ke masing-masing bagian untuk diproses lebih lanjut.
- g. Menyusun *blue sheet/work sheet* dengan melampirkan *cash tag* untuk diperiksa kepada *head* untuk diperiksakan kepada *head teller*.
- h. Membuat posisi kas berupa penerimaan dan pengeluaran per hari kerja.
- i. Mencatat *cash vault register* setiap kali melakukan pengambilan maupun penyimpanan uang ke dalam *vault*.
- j. Melakukan perhitungan dan menyampaikan laporan berapa besarnya kelebihan ataupun kekurangan kas perhari.
- k. Melaksanakan tugas-tugas lainnya yang diberikan oleh *head teller* maupun *cash officer* sepanjang masih dalam ruang lingkup pelayanan pada nasabah.

### **2.3 SOP (Standard Operating Procedures)**

Setiap pekerjaan , tentu saja ada landasan yang mengatur setiap bagian yang ada di perusahaan tersebut. Sehingga, SOP sangat berperanpenting untuk mengatur setiap bagiannya. Berikut adalah penjelasannya :

### 2.3.1 Pengertian *SOP*

*SOP (Standard Operating Procedures)* pada dasarnya adalah pedoman yang berisi prosedur-prosedur operasional standar yang ada didalam suatu organisasi yang digunakan untuk memastikan bahwa semua keputusan dan tindakan, serta penggunaan fasilitas-fasilitas proses yang dilakukan oleh orang-orang di dalam organisasi yang merupakan anggota organisasi agar berjalan efektif dan efisien, konsisten, standar dan sistematis menurut Tambunan (2013:86).

Jadi, *SOP* merupakan sebuah mekanisme yang sangat vital apabila tidak dibuat dan dilaksanakan dengan baik, sehingga akan berpengaruh pada sebuah manajemen di suatu perusahaan dengan kemungkinan besar akan membuat perusahaan tersebut menjadi tidak tertata atau bahkan lebih parah lagi akan menjadi kacau.

### 2.3.2 Unsur-unsur yang ada di *SOP*

Menyusun *SOP*, ada beberapa unsur-unsur yang harus diperhatikan, karena *SOP* tidak hanya bermanfaat untuk menjadi rujukan penyusunan , akan tetapi juga berguna sebagai senjata yang mengontrol pelaksanaan penyusunan *SOP* itu sendiri, yaitu untuk melihat bagaimana *SOP* itu disusun apakah telah lengkap atau tidak. Dalam *SOP* itu sendiri, unsur-unsur tersebut tidak selalu merupakan urutan-urutan yang harus dipenuhi secara lengkap oleh setiap perusahaan , karena setiap penyusunan *SOP* mempunyai kebutuhan yang berbeda dalam setiap organisasi ataupun perusahaan menurut Tambunan (2013:140).

Adapun beberapa unsur *SOP* yang dapat digunakan untuk acuan dalam mengimplementasikan *SOP* menurut Tambunan (2013:42-165) , yaitu antara lain sebagai berikut :

a. Tujuan

Pada dasarnya penyusunan *SOP* harus mempunyai tujuan. Tujuan penyusunan *SOP* harus dinyatakan jelas agar bisa menjadi landasan setiap prosedur serta langkah kegiatan yang ada di dalam *SOP*, termasuk keputusan-keputusan yang diambil pada saat melaksanakan suatu prosedur dan kegiatan.

b. Kebijakan

Pedoman *SOP* harus dilengkapi dengan pernyataan kebijakan yang terkait, yang bertujuan mendukung pelaksanaan prosedur secara efektif dan efisien. Kebijakan-kebijakan yang terkait dengan prosedur operasional standar bersifat spesifik untuk masing-masing prosedur.

c. Petunjuk Operasional

Yang dimaksud petunjuk operasional dari prosedur adalah bagaimana pengguna akan membaca panduan prosedur operasional tersebut dengan cara benar. Bagian ini sangat penting untuk mengarahkan pengguna dalam memahami berbagai bentuk tampilan serta simbol-simbol yang digunakan didalam prosedur yang bersangkutan.

Petunjuk operasional hanya disajikan pada awal pedoman, dan tidak disajikan berulang-ulang pada setiap prosedur. Petunjuk operasional harus

dinyatakan secara lengkap, konsisten, dan bahasa yang jelas. Sehingga petunjuk operasional menjadi lebih bermanfaat.

d. Pihak Yang terlibat

Hal penting yang harus diperhatikan dalam penyusunan suatu prosedur adalah pihak atau fungsi yang terlibat di dalam prosedur yang bersangkutan.

Dalam pelaksanaan prosedur, lebih baik menggunakan fungsi sebagai representasi dari pihak yang terlibat, daripada menggunakan nama bagian atau unit, departemen atau juga nama jabatan dan orang; yang rentan terhadap perubahan atau penggantian.

e. Formulir

Yang dimaksud formulir adalah bentuk standar dan dokumen-dokumen kosong atau lazim juga disebut blanko atau dokumen, yang lazim digunakan dalam menjalankan prosedur tertentu sebagai media yang menghubungkan tiap keputusan dan kegiatan yang dilakukan oleh setiap pihak yang terlibat di dalam prosedur tersebut.

Penggunaan *SOP*, formulir atau blanko atau dokumen, merupakan media validasi dan kontrol prosedur. Karena keberadaan formulir atau blanko atau dokumen di dalam suatu prosedur memiliki fungsi sebagai sumber terpenting untuk kontrol dan pelaksanaan audit, tidak hanya berfungsi sebagai media agar terlaksana relasi keputusan dan kegiatan antar pihak pihak yang terlibat dalam prosedur. Oleh karena itu, di dalam pedoman *SOP*, dalam setiap prosedur, harus pula dijelaskan dengan tepat bagaimana

cara pengisian setiap formulir yang digunakan dalam prosedur yang bersangkutan.

f. Masukan

Setelah formulir sebagai media masukan disiapkan, maka kegiatan didalam sistem dapat dilakukan, dengan asumsi bahwa kualitas data sudah memenuhi persyaratan sesuai yang dinyatakan dalam kebijakan ataupun syarat prosedur.

g. Proses

Proses adalah tahapan lanjutan setelah tahapan masukan dalam prosedur. Proses dapat terdiri dari satu atau lebih subproses. Hal ini juga dapat terjadi pada prosedur suatu organisasi. Proses dan sub proses adalah kegiatan yang bertujuan mengubah masukan menjadi keluaran. Data dan informasi di dalam masukan diubah menjadi informasi dan *knowledge* yang dibutuhkan oleh organisasi untuk pengambilan keputusan dan melaksanakan kegiatan dalam rangka mencapai tujuan yang ditetapkan, baik jangka pendek maupun jangka panjang.

h. Laporan

Laporan yang dimaksud dalam *SOP* harus dibedakan dengan formulir, blanko, atau dokumen. Laporan dalam suatu prosedur, biasanya sangat spesifik dan tidak akan sama dengan laporan yang diproduksi di dalam prosedur lainnya.

i. Validasi

Validasi adalah bagian yang penting dalam pengambilan keputusan dan pelaksanaan kegiatan di dalam organisasi. Tujuan dari melakukan validasi adalah untuk memastikan bahwa semua keputusan yang diambil dan kegiatan yang dilakukan telah sah (valid).

j. Kontrol

Kontrol dapat terbagi menjadi beberapa cara pandang. Ada yang menurut spesifikasinya, prosedur, kepatuhannya, dan sebagainya. Untuk dapat menerapkan *SOP* dan prosedur-prosedur, maka kontrol yang diterapkan harus mencakup semua bentuk kontrol tersebut

Berikut hal – hal yang perlu ada di *SOP* menurut Purnamasari (2015:13) sebagai berikut:

a. Konsistensi

Karena *SOP* sebagai suatu ketetapan atau prosedur kerja maka harus konsisten. Oleh karena itu, semua yang terlibat di dalamnya harus mempunyai kedisiplinan yang tinggi. Tanpa adanya kedisiplinan dengan di imbangi dengan konsistensi maka tidak akan pernah tercapai.

b. Efisiensi

Penerapan *SOP* harus ada unsur efisiensi. Karena semua aktivitas kerja diharapkan dapat dilaksanakan secara tepat, cermat, dan tepat sesuai dengan tujuan atau hasil yang ingin diraih. Ketika terjadi kerugian, langsung bisa di cek dari efisiensi sumber daya yang dimaksudkan.

c. Meminimalkan Kesalahan

*SOP* akan menjadi panduan pasti atau prosedur kerja yang dapat membimbing para karyawan agar dapat bekerja secara sistematis. Oleh karena itu sistematis ini di buat secara jelas dengan harapan tidak membuat kesalahan yang berakibat fatal bagi instansi atau perusahaan yang terkait. Melalui adanya *SOP* diharapkan para karyawan dapat meminimalkan kesalahan yang akan terjadi.

d. Penyelesaian Masalah

Kadangkala konflik itu bisa saja terjadi tanpa terduga, misalnya dengan sesama karyawan, karyawan dengan supervisor, karyawan dengan pimpinan dan sebagainya. Konflik bisa menjadi berkepanjangan dan seakan – akan tidak ada yang menjadi penengah untuk menyelesaikan konflik tersebut. Maka dari itu peranan *SOP* di butuhkan dalam penyelesaian dalam suatu konflik yang terkait. Sedangkan pihak yang terkait dengan konflik harus tunduk terhadap *SOP* tersebut akan mudah untuk mencari jalan keluarnya.

e. Perlindungan Tenaga Kerja

Hal ini yang di maksudkan untuk melindungi para karyawan yang berkaitan dengan persoalan karyawan, seperti sikap loyalitas karyawan terhadap perusahaan dan karyawan sebagai individu secara personal. *SOP* memberi batas yang jelas secara sistematis agar kedua hal tersebut tidak tercampur aduk dan menimbulkan persoalan yang sulit untuk diatasi.

f. Peta Kerja

*SOP* yang dibuat bisa sebagai pola, yang dimana semua aktivitas yang dilakukan sudah tertata secara rapih dan dijalankan didalam pikiran masing – masing sebagai suatu kebiasaan yang pasti akan terjadi. Melalui *SOP*, pola kerja akan menjadi lebih fokus dan tidak melebar kemana – mana. Hal ini sangat membantu dalam kemajuan perusahaan. Selain itu peta kerja yang jelas akan mendukung aktivitas lebih disiplin.

g. Batasan Pertahanan

*SOP* dapat diibaratkan seperti benteng pertahanan yang kokoh. Karena secara prosedural semua aktivitas institusi ataupun perusahaan sudah tertera dengan sangat jelas. Karena itu, bila ada inspeksi – inspeksi yang datangnya dari luar harus melewati beberapa prosedur, tidak bisa langsung menuju ke bagian departemen atau bagian tertentu.

### 2.3.3 Tujuan SOP

*SOP* disusun dengan tujuan sebagai berikut menurut Tambunan (2013:143) :

- a. Menjamin akan terlaksananya kegiatan-kegiatan organisasi yang telah sesuai dengan kebijakan dan ketentuan organisasi yang ada baik secara efektif dan efisien.
- b. Menjamin keandalan pemrosesan dan produksi laporan yang dibutuhkan organisasi.
- c. Menjamin kelancaran proses pengambilan keputusan organisasi secara efektif dan efisien.

- d. Menjamin terlaksananya aspek kontrol kegiatan yang dapat mencegah terjadinya penyelewengan maupun penggelapan oleh anggota organisasi maupun pihak-pihak lain

Adapun pendapat lain tentang tujuan dan fungsi dari *SOP* seperti uraian berikut ini menurut Purnamasari (2015:16) :

- a. Memberikan sebuah rekaman kegiatan dan pengoperasiannya secara praktis.
- b. Mengetahui dengan jelas peran dan fungsi tiap – tiap posisi dalam organisasi.
- c. Membentuk kedisiplinan kepada semua anggota organisasi baik dalam institusi, organisasi, maupun perusahaan.
- d. Menjaga tingkat kinerja yang konsisten pada masing – masing unit kerjanya.
- e. Memperlancar pekerjaan atau tugas bagi karyawan.
- f. Ketika ada penyelewengan / penyalahgunaan wewenang *SOP* ini bisa dijadikan sebagai dasar hukum yang kuat untuk mengambil tindakan.
- g. Memberikan kemudahan dalam menyaring, menganalisis, dan membuang hal - hal atau pekerjaan yang tidak sesuai dengan prosedur.
- h. Untuk meminimalkan kesalahan / kegagalan, keraguan / duplikasi, dan inefisiensi.
- i. Memperbaiki kualitas atau performa karyawan itu sendiri.
- j. Membantu menguatkan regulasi perusahaan.
- k. Memastikan tiap – tiap aktivitas operasional.
- l. Menjelaskan segala peralatan untuk keefektifan program pelatihan.
- m. Memberikan kemudahan dalam melaksanakan pekerjaan sehingga semua

karyawan menyadari akan tanggungjawab pekerjaan, memahami, dan mengetahui hak dan kewajibannya.

- n. Melindungi organisasi / unit kerja dan karyawan dari malapraktik atau kesalahan lainnya.

#### **2.3.4 Manfaat SOP**

Adapun Manfaat *SOP* sebagai sebuah pedoman, *SOP* berperan dalam memberikan acuan terkait dengan kegiatan-kegiatan yang dijalankan dalam organisasi agar berjalan efektif, sehingga membantu organisasi dalam mencapai tujuannya, baik yang bersifat jangka pendek maupun jangka panjang menurut Tambunan (2013:108). Secara terperinci, peran dan manfaat *SOP* sebagai pedoman didalam suatu organisasi adalah sebagai berikut :

- a. Menjadi Pedoman Kebijakan

Sebagai suatu pedoman kebijakan merupakan peran dan manfaat pertama *SOP* bagi organisasi. *SOP* yang efektif pastilah disusun dengan berdasarkan kebijakan yang ada dalam organisasi. Kebijakan-kebijakan ini menjadi sumber prosedur operasional standar. Jadi, boleh dikatakan bahwa, *SOP* adalah bentuk praktis kebijakan-kebijakan organisasi. Dan *SOP* menjadi sangat penting bagi organisasi untuk membuat kebijakan-kebijakan organisasi menjadi aplikatif atau layak terap dan mencapai manfaat yang optimal bagi organisasi.

b. Menjadi Pedoman Kegiatan

Memiliki *SOP*, maka organisasi berharap bisa mengatur kegiatan-kegiatannya dengan lebih efektif. *SOP* yang efektif harus mampu menyederhanakan setiap pekerjaan agar tidak mempersulit orang yang berhubungan dengan kegiatan tersebut atau orang yang membutuhkan hasil dari kegiatan tersebut.

Sebagai pedoman kegiatan, *SOP* harus berperan mengurangi pengulangan kerja yang tidak perlu. Karena pengulangan kerja adalah bentuk lain dari ketidak efektifan. Jadi, sebagai pedoman kegiatan, *SOP* harus berjalan efektif dan efisien sesuai dengan kebutuhan organisasi dan dalam kondisi apapun.

c. Pedoman Birokrasi

Penerapan *SOP*, seharusnya birokrasi kegiatan menjadi lebih jelas dan tidak berbelit-belit. Dalam hal ini, peran dan manfaat ini, terkait dengan anggota-anggota organisasi pada tingkatan jabatan yang mempunyai wewenang birokrasi. *SOP*, diharuskan menggambarkan setiap titik pengesahan birokrasi sebagai kontrol keabsahan langkah - langkah kegiatan.

d. Menjadi Pedoman Administrasi

Diterapkannya *SOP*, maka sudah seharusnya organisasi mampu menyelenggarakan administrasi kegiatan secara baik. Sangat penting bagi organisasi untuk menyelenggarakan administrasi secara baik, sebab banyak bukti praktis yang menunjukkan bahwa kemampuan operasional yang baik, tidak ada gunanya tanpa administrasi yang baik. Setiap prosedur operasional

standar pada dasarnya mengandung juga kegiatan administrasi. Administrasi dalam *SOP* yang efektif harus diterapkan dalam setiap prosedur, yaitu dengan pengertian bahwa administrasi merupakan metode untuk memastikan bagaimana dokumen, formulir, blanko, dan laporan-laporan digunakan, di distribusikan, dan di dokumentasikan dalam setiap prosedur yang ada.

e. Menjadi Pedoman Evaluasi Kinerja

Penerapan *SOP*, di organisasi akan mempunyai ukuran kinerja yang lebih baik. Evaluasi kinerja yang dilaksanakan dengan penerapan *SOP*, merupakan ukuran ketaatan (*compliance*) kepada prosedur. Ukuran ketaatan ini, apabila berjalan secara optimal dapat membantu organisasi untuk mengurangi terjadinya penggelapan dan penyelewengan dalam kegiatan-kegiatan yang dilaksanakannya.

Evaluasi kinerja yang dilakukan intensif dan teratur, dapat membantu menilai efektifitas dan efisiensi *SOP*, dan meningkatkan kinerja organisasi yang bersangkutan.

f. Menjadi Pedoman Integrasi

Melalui penerapan *SOP*, diharapkan organisasi memiliki rangkaian alur-alur kinerja yang terpadu satu dengan yang lainnya. Tidak ada gunanya memiliki dan menerapkan *SOP* apabila prosedur-prosedur yang terdapat dalam organisasi berdiri sendiri, dimana terdapat kegiatan-kegiatan yang tumpang tindih atau ada banyak penggunaan dokumen dan formulir yang berulang, terdapat banyak laporan-laporan yang tidak termanfaatkan secara optimal,

terjadi distribusi laporan-laporan yang tidak tepat atau malah tidak ada standar dalam penerapan prosedur menurut Tambunan (2013:115)

Pendapat lain tentang manfaat dari *SOP*, yang dapat menjadi pedoman dalam melaksanakan tugas, menyelesaikan pekerjaan secara konsisten sehingga dapat menjadi alat komunikasi dan pengawasan menurut Puspitasari (2012:32) :

- a. Meningkatkan rasa percaya diri karyawan dalam melakukan suatu pekerjaan dan mengetahui dengan jelas pekerjaan yang harus dilakukan.
- b. Dapat digunakan sebagai salah satu alat pelatihan dan tolak ukur kinerja karyawan

## **2.4 Kepuasan Pelanggan**

Kemampuan perusahaan untuk dapat mengenali, memenuhi serta dapat memuaskan kebutuhan pelanggan dengan baik, merupakan strategi pada setiap perusahaan. Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis. Bagian ini akan membahas pengertian kepuasan pelanggan, faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, pengukuran kepuasan pelanggan, dimensi kepuasan pelanggan, strategi kepuasan pelanggan, manfaat kepuasan pelanggan sebagai berikut :

### **2.4.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja berada di bawah harapan atau diatas harapan, dengan kata lain pelanggan tidak puas atau

puas. Tetapi, jika kinerja melebihi harapan, maka pelanggan merasa puas dan senang. Jika kinerja yang dirasakan di bawah harapan, maka yang akan dirasakan pelanggan adalah kecewa karena pelayanan yang diberikan tidak memuaskan. Kepuasan ini tentu saja akan mempengaruhi citra perusahaan tersebut dalam memberikan layanan yang diinginkan oleh pelanggan menurut Kotler (2005)

Kepuasan pelanggan secara keseluruhan menunjukkan sikap terhadap pelayanan yang telah disediakan, atau reaksi emosional untuk perbedaan antara apa yang pelanggan harapkan dan apa yang telah mereka terima dari layanan yang telah diberikan menurut Hansemark (2004). Ada pendapat lain tentang kepuasan pelanggan, Kepuasan pelanggan adalah evaluasi pelanggan dari produk atau layanan dalam hal apakah telah memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan menurut Zeithaml, Bitner, & Gremler (2009)

#### **2.4.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah**

Banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah yang dapat membuat nasabah meninggalkan bank, baik untuk sementara waktu atau untuk selamanya. Agar kejadian ini tidak terulang, maka ada beberapa faktor yang harus dipahami menurut IBI (2014:64) yaitu :

- a. Pelayanan yang tidak memuaskan

Banyak hal yang menyebabkan nasabah tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh seorang petugas yang melayani. Nasabah merasa tidak dilayani dengan baik atau merasa diabaikan, merasa di sepelekan atau tidak diperhatikan, atau kadang nasabah merasa tersinggung dengan apa yang mereka terima dari petugas yang melayani.

b. Produk yang tidak baik

Kelengkapan produk perbankan yang ditawarkan kurang sehingga pilihan yang sesuai dengan keinginan nasabah tidak tersedia. Produk perbankan yang ditawarkan oleh bank yang bersangkutan tidak memiliki kelebihan atau keunggulan tertentu jika dibandingkan dengan produk perbankan yang ditawarkan bank pesaing.

c. Ingkar janji, tidak tepat waktu

Petugas yang melayani tidak menepati janji seperti yang diberikan pada saat pelayanan. Begitu juga dengan penyelesaian pekerjaan yang tidak sesuai dengan keinginan nasabah.

d. Biaya yang relatif mahal

Biaya yang dibebankan kepada nasabah relatif lebih mahal jika dibandingkan dari biaya bank pesaing. Hal ini juga menyebabkan nasabah dapat meninggalkan bank.

### 2.4.3 Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Ada empat metode yang dilakukan perusahaan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan menurut Tjiptono (2008:210), yaitu :

a. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah serta nyaman bagi para pelanggannya guna untuk menyampaikan saran, kritik, pendapat dan keluhan mereka lainnya. Media yang biasanya digunakan bisa berupa kotak saran, kartu

komentar, saluran telepon khusus bebas pulsa, website dan lain-lain. Dimana dengan cara begitu, diharapkan ide atau masukan akan tersalur untuk perusahaan sebagai bahan evaluasi.

b. *Ghost Shopping* (Pembelajaan Misteri)

Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang *Ghost Shoppers* (Pembelajaan Misterius) untuk berperan atau pura-pura sebagai pelanggan yang potensial produk perusahaan dan pesaing. Para pembelaja misterius akan diminta untuk mengamati dengan seksama dan menilai cara perusahaan dan pesaingnya melayani permintaan spesifik pelanggan, menjawab pertanyaan pelanggan dan mengenai setiap keluhan. Hal tersebut dilakukan sebagai cara melakukan penilaian terhadap kinerja karyawan pada perusahaan tersebut.

c. *Lost Customer Analysis* (Analisis Pelanggan yang Berhenti)

Sedapat mungkin perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah berpindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu bisa terjadi dan sehingga perusahaan dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan dalam bertindak selanjutnya.

d. *Survey* Kepuasan Pelanggan

Sebagian besar riset kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode *survey*, baik survei melalui pos, telepon, *e-mail*, internet, maupun

wawancara langsung. Melalui *survey* perusahaan akan memperoleh tanggapan dan timbal balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan kesan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

Tanggapan lain tentang mengukur kepuasan pelanggan, ada 6 konsep umum yang dipakai untuk mengukur kepuasan terhadap pelanggan menurut IBI (2014:70), yaitu:

a. Kepuasan Pelanggan Keseluruhan

Caranya, yaitu dengan menanyakan kepada pelanggan mengenai tingkat kepuasan atau jasa yang bersangkutan serta menilai dan membandingkan dengan tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan atau jasa yang mereka terima dari para pesaing.

b. Dimensi Kepuasan Pelanggan

Prosesnya melalui empat langkah, pertama, mengidentifikasi dimensi – dimensi kunci kepuasan pelanggan. Kedua, meminta pelanggan menilai jasa perusahaan berdasarkan item – item spesifik seperti kecepatan layanan atau keramahan staf pelayanan terhadap pelanggan. Ketiga, meminta pelanggan menilai jasa pesaing berdasarkan item – item spesifik yang sama. Keempat, meminta pelanggan menentukan dimensi – dimensi yang menurut mereka ada dikelompok penting dalam menilai kepuasan pelanggan keseluruhan.

c. Konfirmasi Harapan.

Pada cara ini kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual dari jasa yang dijual perusahaan.

d. Minat Pembelian Ulang

Kepuasan pelanggan diukur berdasarkan apakah mereka akan, mengadakan pembelian ulang atas jasa atau yang sama mereka konsumsi.

e. Kesiediaan Untuk Merekomendasi

Cara ini merupakan ukuran yang penting, apalagi bagi jasa yang pembelian ulangnya relatif lama, seperti jasa pendidikan tinggi

f. Ketidakpuasan Pelanggan

Dapat dikaji misalnya dalam hal komplain, biaya garansi, *word of mouth* yang negatif, serta *defections*.

#### 2.4.4 Dimensi Kepuasan Pelanggan

Pelanggan akan merasa puas apabila harapannya telah terpenuhi atau sangat puas bila harapan pelanggan terlampaui. Menurut Handi (2004:37) ada lima dimensi utama kepuasan pelanggan yaitu :

a. *Price* (harga)

Untuk pelanggan yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *Value for money*

yang tinggi. Komponen harga ini relatif tidak penting bagi mereka yang tidak sensitif terhadap harga.

b. *Service Quality* (kualitas Layanan)

*Service quality* sangat tergantung dari tiga hal yaitu sistem, teknologi dan manusia. Kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru karena pembentukan *attitude* dan *behaviour* yang seiring dengan keinginan perusahaan bukanlah pekerjaan yang mudah. Pembenahan harus dilakukan mulai dari proses rekrutmen, training dan budaya kerja.

c. *Product Quality*

Pelanggan merasa puas setelah membeli dan menggunakan produk tersebut apabila kualitas produknya baik.

d. *Emotional Factor*

*Emotional factor* ditunjukkan oleh konsumen atas kepuasan yang diperoleh mereka dalam menggunakan suatu produk atau jasa yang dapat menimbulkan rasa bangga dan rasa percaya diri.

e. *Efficiency* (Kemudahan)

Kemudahan dalam memperoleh produk atau jasa tersebut dan kemudahan dalam pembayaran dapat membuat pelanggan akan semakin puas bila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan suatu produk atau pelayanan.

### 2.4.5 Strategi Kepuasan Pelanggan

Melalui strategi kepuasan pelanggan, perusahaan berharap dapat meningkatkan pangsa pasar, penjualan dan jumlah pelanggannya. berikut strategi pelanggan yang dapat diterapkan pada perusahaan jasa menurut Tjiptono (2008:216):

a. Strategi Manajemen Ekspektasi Pelanggan

Ekspektasi pelanggan dibentuk dan didasarkan pada sejumlah faktor, seperti pengalaman berbelanja dimasa lalu, opini teman dan kerabat, serta informasi dan janji - janji perusahaan dan para pesaingnya.

b. Relasi Pemasaran dan Manajemen

Relasi pemasaran dan manajemen merupakan cara berpikir mengenai pelanggan, pemasaran, dan penciptaan nilai, bukan sekedar serangkaian alat, teknik dan taktik. Dengan kata lain, relasi pemasaran dan manajemen merupakan rancangan integratif atau holistik yang memperkuat kompetensi pemasaran perusahaan.

c. *After Marketing* (Setelah Pemasaran)

Tahap ini menekankan pentingnya aktivitas pemasaran dan komunikasi setelah transaksi pembelian. Khususnya dalam rangka memberikan keyakinan setelah tahap pembelian (agar konsumen yakin bahwa keputusan pembelian yang dilakukannya benar-benar bijaksana) dan membangun loyalitas merek.

d. Strategi Retensi Pelanggan

Strategi retensi pelanggan difokuskan pada teknik-teknik yang digunakan untuk mempertahankan pelanggan agar pelanggan tidak beralih pada pemasok atau perusahaan jasa yang lain.

e. Pelayanan Pelanggan *Superior*

Pelayanan pelanggan *superior* diwujudkan dengan cara menawarkan layanan yang lebih baik dibandingkan para pesaing.

f. Strategi Pemasukan atau Infusi Teknologi

Teknologi bisa dimanfaatkan secara efektif untuk meningkatkan dan memuaskan pengalaman layanan kepuasan pelanggan.

g. Sistem Penanganan Komplain secara Efektif

Di dunia industri yang sama-sama bergerak dibidang jasa, wajib untuk menanggapi komplain dari para pelanggannya, agar dapat mengetahui tingkat kepuasan pelanggan. Pada hakikatnya ada dua tujuan utama pelanggan menyampaikan komplain. Pertama, untuk menutupi kerugian ekonomis, dan kedua adalah untuk memperbaiki citra diri (*self-image*).

h. Strategi Pemulihan Layanan

Dalam perusahaan jasa, seberapa kerasnya usaha penyedia jasa, tetap saja kekecewaan atau tidak kepuasan pelanggan tidak terhindarkan. Maka dari itu, taktik - taktik pemulihan layanan sangat dibutuhkan guna untuk

memberikan dampak yang positif terhadap nilai kepuasan pelanggan, minat pembelian ulang, loyalitas dan komitmen pelanggan, juga persepsi pelanggan terhadap keadilan pelayanan jasa.

#### 2.4.6 Manfaat Kepuasan Pelanggan

Ada beberapa manfaat jika perusahaan dapat memaksimalkan tingkat kepuasan pelanggannya menurut Tjiptono (2008:140) antara lain adalah :

- a. Terjalin relasi atau hubungan jangka panjang antara perusahaan dan para pelanggannya.
- b. Terbentuknya peluang pertumbuhan bisnis melalui pembelian ulang, *cross-selling*, dan *up-selling*.
- c. Terciptanya loyalitas pelanggan.
- d. Terjadinya rekomendasi dari mulut ke mulut yang positif, sehingga berpotensi menarik pelanggan baru dan sangat menguntungkan bagi perusahaan.
- e. Reputasi perusahaan dan persepsi pelanggan semakin positif di mata pelanggan.
- f. Akan mempengaruhi laba yang diperoleh perusahaan.