

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pegertian Bank Syariah

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah bahwa Bank Syariah adalah “bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Prinsip Syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Syariah”. Bank Umum Syariah adalah “Bank Syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran”. Perbankan Syariah adalah “segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Jadi dapat disimpulkan bahwa Bank Syariah merupakan lembaga perbankan yang dalam kegiatan operasionalnya didasarkan pada prinsip islam. Dalam melakukan kegiatan operasional perbankan syariah ini dilakukan berdasarkan adanya akad, perbankan syariah tidak menggunakan system bunga seperti pada bank konvensional.

Jika dilihat dari segi penentuan harga, maka bank dibedakan menjadi dua yaitu bank yang berdasarkan prinsip konvensional dan bank yang berdasarkan prinsip syariah. Bank berdasarkan prinsip syariah belum lama berkembang di Indonesia. Bank yang berdasarkan prinsip syariah dalam penentuan harga produknya menganut pada aturan hukum islam. Kasmir (2012:37) menjelaskan

bahwa dalam menentukan harga atau mencari keuntungan bank syariah adalah sebagai berikut:

- a. Pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudhorobah*).
- b. Pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (*musyarokah*).
- c. Prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (*murabahah*).
- d. Pembiayaan barang modal berdasarkan sewa murni tanpa pilihan (*ijaroh*).
- e. Atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang di sewa dari pihak bank oleh pihak lain (*ijarohwaiqtina*).

2.2 Asas, Tujuan, dan Fungsi Bank Syariah

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No.21 Tahun 2008 asas, tujuan, dan fungsi dari bank syariah adalah sebagai berikut:

1. Asas

Asas dari Perbankan Syariah adalah Perbankan Syariah dalam melakukan kegiatan usahanya berasaskan Prinsip Syariah, demokrasi ekonomi, dan prinsip kehati-hatian.

2. Tujuan

Tujuan dari Perbankan Syariah adalah Perbankan Syariah dalam melakukan kegiatan usahanya berasaskan Prinsip Syariah, demokrasi ekonomi, dan prinsip kehati-hatian.

3. Fungsi

Dalam menjalankan kegiatan sebagai bank syariah maka fungsi dari Perbankan Syariah adalah sebagai berikut:

- a. Bank Syariah dan UUS wajib menjalankan fungsi menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat.
- b. Bank Syariah dan UUS dapat menjalankan fungsi social dalam bentuk lembaga baitul mal, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah, atau dana social lainnya dan menyalurkannya kepada organisasi pengelola zakat.
- c. Bank Syariah dan UUS dapat menghimpun dana social yang berasal dari wakaf uang dan menyalurkan kepada pengelola wakaf (*nazhir*) sesuai dengan kehendak pemberi wakaf (*wakif*).
- d. Pelaksanaan fungsi social sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dan ayat (3) sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

2.3 Produk Bank Syariah

Pada produk-produk bank syariah ini menurut Kasmir (2012:168) jenis-jenis produk bank syariah yang ditawarkan adalah sebagai berikut:

1. *Al-wadi'ah* (simpanan)

Al-Wadi'ah merupakan titipan atau simpanan pada bank syariah. Prinsip *Al-wadi'ah* merupakan titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik perorangan maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja bila si penitip menghendaki.

2. Pembiayaan dengan bagi hasil

Prinsip bagi hasil dalam bank syariah yang diterapkan dalam pembiayaan dapat dilakukan dalam empat akad utama, yaitu:

a. *Al-Musyarokah*

Al-Musyarokah merupakan akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk melakukan usaha tertentu.

b. *Al-Mudhorobah*

Al-Mudhorobah merupakan akad kerja sama antara dua pihak atau lebih, dimana pihak pertama menyediakan seluruh modal dan pihak lain menjadi pengelola.

c. *Al-Muza'arah*

Al-Muza'arah merupakan kerja sama pengelolaan pertanian antara pemilik lahan dengan penggarap.

d. *Al-Musaqah*

Al-Musaqah adalah bagian dari *al-Muza'arah*, yaitu penggarap hanya bertanggung jawab atas penyiraman dan pemeliharaan dengan menggunakan dana dan peralatan mereka sendiri.

3. *Bai' Al Murabahah*

Bai' Al Murabahah merupakan kegiatan jual beli pada harga pokok dengan tambahan keuntungan yang diseoakati.

4. *Bai' As-salam*

Bai' As-salam adalah pembelian barang yang diserahkan kemudian hari, sedangkan pembayaran dilakukan di muka.

5. *Bai Al-istihna'*

Bai Al-istihna' adalah kontrak penjualan antara pembeli dengan produsen (pembuat barang).

6. *Al-Ijarah (Leasing)*

Al-Ijarah (Leasing) merupakan akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa, melalui pembayaran sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang itu sendiri.

7. *Al-Wakalah*

Al-Wakalah atau wakilah artinya penyerahan atau pendelegasian atau pemberian mandate dari satu pihak kepada pihak lain.

8. *Al-Kafalah*

Al-Kafalah adalah jaminan yang diberikan penanggung kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau yang ditanggung.

9. *Al-Hawalah*

Al-Hawalah merupakan pengalihan utang dari orang yang berutang kepada orang lain yang wajib menanggungnya.

10. *Ar-Rahn*

Ar-Rahn adalah kegiatan menahan salah satu harta milik si penjamin sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya.

2.4 Sumber Dana Bank Syariah

Bank memiliki fungsi sebagai lembaga penerima dari masyarakat dan juga penyalur dana kepada masyarakat. Dalam melaksanakan fungsi tersebut Bank Syariah pun memiliki beberapa sumber dana yang digunakan dalam operasional perbankan syariah. Amir Machmud dan Rukmana (2010 : 26) menjelaskan bahwa “dalam Bank Syariah, sumber dana berasal dari modal inti

(*core capital*) dan dana pihak ketiga, yang terdiri dari dana titipan (*wadi'ah*) dan ekuitas (*mudarabah account*)". Sumber-sumber dana tersebut dijabarkan sebagai berikut:

1. Modal inti adalah modal yang berasal dari para pemilik bank, yang terdiri dari modal disetor yang disetor oleh para pemegang saham, cadangan, dan laba ditahan.
2. Dana pihak ketiga ini terdiri dari titipan/*wadi'ah*, yaitu dana titipan masyarakat yang dikelola oleh bank; dan juga investasi, adalah dana masyarakat yang diinvestasikan.

2.5 Pengertian *Customer Service*

Kasmir (2011:180), menjelaskan pengertian *Customer Service* secara umum adalah "setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah melalui pelayanan yang diberikan seseorang". Pelayanan yang diberikan adalah pelayanan berdasarkan informasi dan pelayanan jasa yang tujuannya untuk memberikan kepuasan nasabah dan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.

Customer Service harus mengetahui produk dan jasa bank dengan baik, hal ini berkaitan dengan peran seorang *Customer Service* Sebagai informan bank. Dengan penguasaan yang penuh akan produk dan jasa bank maka seorang *Customer Service* bisa memberikan pelayanan yang bagus terhadap nasabah.

Kasmir (2011:181), menjelaskan bahwa *Customer Service* "memegang peranan sangat penting di berbagai perusahaan. Dalam dunia perbankan, tugas

utama seorang *Customer Service* adalah memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat”. Dari pengertian tersebut dapat dijelaskan bahwa *Customer Service* sendiri memegang peranan yang sangat penting, karena awal pelayanan semua berada di *Customer Service*. ketika seorang nasabah datang maka *Customer Service* adalah yang akan dituju. Pentingnya keberadaan *Customer Service* adalah karena semua informasi bisa didapatkan melalui *Customer Service*. *Customer Service* juga sebagai wajah bank, jika *Customer Service* melakukan pelayanan yang baik terhadap nasabah maka akan membawa citra yang baik dimata nasabah, begitu pula sebaliknya jika *Customer Service* melakukan pelayanan yang kurang baik, maka akan membawa citra jelek dimata nasabah. Seorang *Customer Service* harus bisa menarik nasabah dan meyakinkan calon nasabah untuk tertarik menjadi nasabah suatu bank dengan berbagai cara dan juga mempertahankan nasabah.

2.5.1 Fungsi *Customer Service*

Menurut Ikatan Bankir Indonesia (2014:65) fungsi *Customer Service* adalah sebagai berikut:

1. *Front Liner Officer*

Keberadaan *Customer Service* berada di bagian 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 suatu 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 dapat dengan mudah dihubungi oleh nasabah pada kesempatan pertama, maka petugas *Customer Service* menjadi pusat dari nara sumber informasi mengenai produk dan jasa bank.

4. *Sales* (penjual)

Customer Service dapat berfungsi sebagai penjual produk, dengan menjual 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 (*solisitas*). Seorang petugas *Customer Service* harus adalah account assistant atau Pembina bagi setiap account atau rekening nasabah non kredit. Hal ini merupakan perpanjangan dan pengembangan fungsi kedua yaitu *Liasson officer*.

8. Penanganan Masalah

Unit *Customer Service* apabila dalam operasionalnya, nasabah tidak puas, karena ketidakcocokan atau kesepakatan, complain 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 diharap dapat memecahkan masalah dengan baik sebagai “*roubleshooter*”.

2.5.2 Tugas dan tanggung jawab *Customer Service*

(Modul LOB 2016:15) berikut ini merupakan tugas dan tanggung jawab *Customer Service*:

1. *Tugas Customer Service*

- 1) Memberikan pelayanan kepada nasabah yang berkaitan dengan pembukaan rekening tabungan, giro, deposito, kredit dan permohonan nasabah yang lainnya.
- 2) Menerima, melayani dan mengatasi permasalahan yang disampaikan oleh nasabah sehubungan dengan ketidakpuasan nasabah atas pelayanan yang diberikan oleh bank.
- 3) Mengadministrasikan file nasabah (CIF – Customer Information file).

- 4) Memperkenalkan dan menawarkan produk dan jasa yang ada dan yang baru sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah.

2. Tanggung jawab *Customer Service*

Menurut Ikatan Bankir Indonesia (2014:69) tanggung jawab *Customer Service* adalah sebagai berikut:

- 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 Usser-ID anak kunci cash box dan laci.
- 6) Pelaksanaan tugas yang diberikan oleh atasan, berkaitan dengan kelancaran jalannya operasional cabang.
- 7) Kepatuhan terhadap peraturan perusahaan.

2.5.3 Wewenang *Customer Service*

Menurut Ikatan Bankir Indonesia (2014:69) wewenang petugas *Customer Service* adalah sebagai berikut:

1. Menyaksikan nasabah mengisi dan menandatangani formulir, aplikasi, perjanjian-perjanjian.(contoh:standing instruction, surat kuasa auto debet,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 nasaabah atas permintaan nasabah atau pihak lain yang berwenang.

2.6 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 menerapkah system 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, yaitu:

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 kinerja karyawan serta untuk menciptakan nasabah yang loyal.

2.6.1 Faktor yang berkaitan dengan budaya pelayanan prima

Menurut Ikatan Bankir Indonesia (2014:78) dalam melakukan pelayanan prima terhadap nasabah juga terdapat beberapa 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 pemahaman 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 keberpihakan kepada pelanggan sebagai wujud kepedulian menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan.

2.6.2 Manfaat pelayanan prima

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. Penyampain 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 sesuatu 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 nasabah yang senang apabila diberikan pelayanan yang prima dengan senang hati.

5. Meningkatkan loyalitas nasabah

Pelayanan prima yang diberikan kepada para nasabah dan calon nasabah akan

memberikan dampak kepuasan nasabah akan menjadi loyal sehingga memberikan keuntungan bagi perusahaan dalam jangka panjang.

2.6.3 Ciri-ciri pelayanan yang baik

Menurut Kasmir (2011:31), pengertian pelayanan yang baik adalah “kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan standar yang telah ditetapkan”. Dalam pelayanan yang baik terdapat beberapa ciri yaitu:

1. Tersedianya karyawan yang baik

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

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 perusahaan. Peralatan dan fasilitas yang dimiliki seperti ruang tunggu dan ruang untuk menerima tamu harus dilengkapi berbagai fasilitas sehingga membuat pelanggan nyaman atau betah dalam ruangan tersebut.

3. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga akhir

Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai artinya

dalam menjalankan kegiatan pelayanan karyawan harus mampu melayani dari awal sampai tuntas atau selesai. Nasabah akan merasa puas jika nasabah bertanggung jawab terhadap suatu pelayanan yang diinginkannya.

4. Mampu melayani secara cepat dan tepat

Mempu melayani secara cepat dan tepat artinya dalam melayani nasabah diharapkan karyawan harus melakukannya sesuai prosedur. Layanan yang diberikan sesuai dengan 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. Selain itu, karyawan harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti. Jangan menggunakan istilah yang sulit dimengerti.

6. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi

Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi artinya karyawan harus menjaga kerahasiaan nasabah terutama yang berkaitan dengan uang dan pribadi nasabah. Khusus untuk nasabah lembaga keuangan seperti bank, kerahasiaan nasabah sangat dijunjung tinggi. Bank tidak boleh sembarangan memberikan informasi kecuali memang dipersyaratkan oleh undang-undang.

7. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik

Untuk menjadi karyawan yang khusus melayani pelanggan harus memiliki

pengetahuan dan kemampuan tertentu. Karena tugas karyawan selalu berhubungan dengan manusia, karyawan perlu dididik khusus mengenai kemampuan dan pengetahuannya untuk menghadapi nasabah atau kemampuan dalam bekerja. Kemampuann dalam bekerja akan mampu mempercepat proses pekerjaan sesuai dengan waktu yang diinginkan.

8. Berusaha memahami kebutuhan nasabah

Berusaha memahami kebutuhan nasabah artinya karyawan harus cepat tanggap terhadap apa yang diinginkan oleh nasabah. Karyawan yang lamban akan membuat nasabah lari. Usahakan mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan nasabah secara cepat.

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 agar tidak lari. Semua ini melalui pelayanan keryawan khususnya dari seluruh karyawan perusahaan umumnya.

Dari beberapa ciri pelayanan yang baik diatas maka dapat disimpulkan bahwa, pelayanan yang baik dari *Customer Service* dapat dilakukan dengan pengadaan sarana dan prasarana yang memadai dari pihak bank itu sendiri. Disamping itu *Customer Service* juga harus bisa menggunakan peralatan yang tersedia dengan baik agar proses yang dilakukan bisa lebih efektif dan efisien. Kemampuan berkomunikasi juga sangat penting bagi seorang *Customer Service*,

Customer Service harus mampu berkomunikasi dengan baik terhadap setiap nasabah yang dilayani tanpa membeda-bedakan nasabahnya. Penguasaan yang bagus mengenai pekerjaan juga sangat penting dilakukan oleh *Customer Service* sebagai upaya dalam melakukan peningkatan pelayanan terhadap nasabah di suatu bank.

2.6.4 Standar penampilan *Customer Service*

Menurut Ikatan Bankir Indonesia (2014:70) standar penampilan juga dibutuhkan oleh seorang *Customer Service*. Standar yang dimiliki meliputi penampilan, gaya berpakaian, dan sikap dalam melayani. Berikut ini adalah standar dari penampilan petugas *Customer Service* yang biasanya diatur dalam standar pada masing-masing bank:

1. Penampilan diri

Seorang petugas *Customer Service* harus mengenakan pakaian yang sepadan dengan kombinasi yang menarik. Penampilan seorang *Customer Service* harus mengenakan pakaian yang rapi, bersih, terlihat menarik dan terkesan pakaian yang dikenakan benar-benar dapat memikat hati konsumen/nasabah. Pelaksanaan standar penampilan ini berkaitan erat dengan faktor-faktor atau kegiatan-kegiatan, diantaranya:

- 1) Memelihara personal *hygiene*, lingkungan dan perusahaan.
- 2) Memelihara presentasi atau penampilan pribadi.
- 3) Mengidentifikasi sikap tubuh.
- 4) Intonasi suara yang baik.

2. Percaya diri, bersikap akrab, dan penuh dengan senyum dalam melayani nasabah

Seorang nasabah akan merasa nyaman dan terpuaskan apabila dilayani dengan sikap bersahabat, akrab, dan penuh percaya diri, oleh karena itu seorang petugas *Customer Service* harus optimis serta tidak ragu-ragu dalam bertindak, yakin, serta memiliki kepercayaan diri yang tinggi sehingga mampu memberikan layanan yang optimal.

3. Menyapa dengan lembut, dan berusaha menyebutkan nama jika kenal

Seorang yang disapa dengan menggunakan nama akan merasa tersanjung dan dihormati serta dihargai, oleh karena itu pada saat nasabah datang, petugas *Customer Service* harus segera menyapa dan usahakan menyapa dengan menyebutkan namanya.

4. Bersikap tenang, sopan, hormat, dan serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan

Seorang *Customer Service* harus berusaha melayani nasabah dalam keadaan tenang, tidak terburu-buru, sopan santun dalam bersikap, menghormati nasabah/konsumen serta tekun mendengarkan sekaligus berusaha memahami keinginan konsumennya. Memberikan pandangan mata selalu kepada nasabah pada saat berbicara membantu memberikan sikap yang nyaman dan sekaligus memberikan penghargaan kepada nasabah.

5. Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar

Dalam berkomunikasi dengan nasabah, seseorang petugas *Customer Service* dituntut untuk menggunakan bahasa yang baik dan benar. Suara yang

digunakan harus jelas, dalam arti mudah dipahami serta tidak menggunakan istilah-istilah yang sulit dipahami dan dimengerti oleh nasabah.

6. Bergairan dalam melayani nasabah

Nasabah akan merasa senang apabila dilayani oleh *Customer Service* yang dapat memberikan pelayanan yang prima dengan menunjukkan kemampuannya dalam melayani, dan pelayanan tersebut dilakukan dengan penuh antusias, bergairah dan penuh semangat, seolah-olah mereka sangat tertarik dengan keinginan dan harapan nasabah.

7. Hindari menyela atau memotong pembicaraan

Pada saat nasabah sedang berbicara, *Customer Service* harus menghindari untuk memotong atau menyela pembicaraan, dan menghindari kalimat yang bersifat teguran atau sindiran yang dapat menyinggung perasaan nasabah.

8. Mampu meyakini nasabah serta memberikan kepuasan

Setiap pelayanan yang diberikan oleh seorang *Customer Service* haruslah mampu meyakini nasabah melalui penyampaian argument-argumen yang logis dan masuk akal.

9. Meminta bantuan dan informasi kepada pihak lain apabila ada permasalahan yang tidak dapat ditangani sendiri

Apabila ada pertanyaan atau masalah yang tidak sanggup untuk dijawab atau diselesaikan oleh petugas *Customer Service*, maka petugas *Customer Service* harus berani untuk meminta bantuan petugas atau unit lain yang mampu dan memiliki wewenang untuk memperoleh jawaban atau penyelesaian masalah tersebut.

10. Meminta nasabah untuk menunggu waktu pelayanan apabila belum dapat dilayani

Apabila pada saat tertentu petugas *Customer Service* sibuk dan tidak dapat melayani nasabah, maka beritahukanlah kepada nasabah tersebut kapan akan dilayani dengan penuh simpatik.

