

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Bank

Menurut Undang-Undang Perbankan No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan bank adalah “Badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak”.

Selain itu, Menurut Kasmir (2012 : 12), pengertian bank adalah “Lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikannya jasa bank lainnya.” Sedangkan pengertian lembaga keuangan menurut Kasmir (2012 : 12) adalah “Setiap perusahaan yang bergerak di bidang keuangan di mana kegiatannya baik hanya menghimpun dana, atau hanya menyalurkannya dana atau kedua-duanya menghimpun dana”.

Dari pengertian-pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa usaha perbankan meliputi tiga kegiatan, yaitu menghimpun dana, menyalurkan dana, dan memberikan jasa bank lainnya. Kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana merupakan kegiatan pokok bank sedangkan memberikan jasa bank lainnya hanya kegiatan pendukung. Kegiatan menghimpun dana, berupa mengumpulkan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan giro, tabungan, dan deposito. Biasanya sambil diberikan balas jasa yang menarik seperti bunga dan hadiah sebagai rangsangan bagi

masyarakat agar lebih senang menabung. Kegiatan-kegiatan menyalurkan dana, berupa pemberian pinjaman kepada masyarakat sedangkan jasa-jasa perbankan lainnya diberikan untuk kelancaran kegiatan utama tersebut.

2.2 Fungsi-Fungsi Bank

Secara umum fungsi utama bank adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat untuk berbagai tujuan atau sebagai *financial intermediary*. Secara lebih spesifik fungsi bank dapat sebagai *agent of trust*, *agent of development*, dan *agen of services*. Menurut Sigit Triandaru dan Totok Budisantoso, antara lain:

1. *Agen of Trust*

Dasar utama kegiatan perbankan adalah trust atau kepercayaan, baik dalam hal penghimpunan dana maupun penyaluran dana. Masyarakat akan mau menitipkan dananya di bank apabila dilandasi oleh unsur kepercayaan.

2. *Agen of Development*

Tugas bank sebagai penghimpun dan penyaluran dana sangat diperlukan untuk kelancaran kegiatan perekonomian di sektor riil. Kegiatan bank tersebut memungkinkan masyarakat melakukan investasi, distribusi, dan juga konsumsi barang dan jasa, mengingat semua kegiatan investasi-distribusi-konsumsi berkaitan dengan penggunaan uang.

3. *Agen of Services*

Di samping melakukan kegiatan penghimpunan dan penyaluran dana, bank juga memberikan penawaran jasa-jasa perbankan yang lain kepada

masyarakat. Jasa-jasa yang ditawarkan bank ini erat kaitannya dengan kegiatan perekonomian masyarakat secara umum.

Kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana merupakan kegiatan pokok perbankan. Sedangkan kegiatan memberikan jasa-jasa bank lainnya hanyalah merupakan pendukung dari kedua kegiatan diatas.

2.3 Peran Pelayanan Prima (*Service Excellent*)

2.3.1 Pengertian Pelayanan Prima (*Service Excellent*)

Pelayanan prima merupakan terjemahan istilah "*excellent service*" yang secara harfiah berarti pelayanan terbaik atau sangat baik. Disebut sangat baik atau terbaik karena sesuai dengan *standard* pelayanan yang berlaku atau dimiliki instansi pemberi pelayanan. Daryanto dan setyabudi (2014:107-110) pelayanan prima adalah pelayanan yang diberikan kepada masyarakat atau pengguna jasa minimal sesuai sehingga orang yang dilayani merasa puas, gembira dan senang. Menurut Kamus besar Bahasa Indonesia menjelaskan pengertian pelayanan sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain. Sedangkan melayani adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan seseorang. Definisi lain menyebutkan bahwa pelayanan adalah Menurut M. Nur Rianto Al Arif, Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah, (2010) pelayanan atau *service* adalah setiap kegiatan atau manfaat yang diberikan dari suatu pihak kepada pihak yang lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan dengan suatu produk fisik. Pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari suatu pihak kepada pihak lainnya. Sedangkan hakikat dari *customer service* atau pelayanan nasabah sendiri adalah setiap kegiatan yang dimaksud untuk memberikan kepuasan nasabah, melalui

pelayanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah Wahjono, Manajemen Pemasaran bank, (2010; 179). Jadi, Pelayanan yang baik juga harus didukung oleh sarana dan prasarana yang dimiliki perusahaan. Ketersediaan dan kelengkapan sarana dan prasarana yang dimiliki oleh perusahaan semata-mata untuk mempercepat pelayanan serta meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan.

Menurut Kasmir, Etika Customer Service, (2011:31-32) Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat, dan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.

Jadi, menurut sumber-sumber yang ada di atas pelayanan prima pada dasarnya adalah rasa kepedulian organisasi yang berorientasi keuntungan (*profit oriented*) atau organisasi yang berorientasi sosial (*nonprofit*) terhadap pelanggan yang ditunjukkan dengan adanya sikap, perhatian, dan tindakan nyata, sehingga pelanggan merasa nyaman dengan pelayanan prima yang diberikan Menurut Judiardi (2010; 102) dikatakan bahwa *Service Excellence* yaitu:

- a. memperbaiki barang yang rusak atau usang
- b. Memberikan layanan yang menyenangkan

Pelayanan Prima (*Service Excellent*) dapat dipahami sebagai melayani sebagai melayani lebih dari yang diharapkan, dengan memberikan perhatian kepada waktu, ketepatan, keamanan, kenyamanan, kualitas, biaya, proses, dan kepuasan. Pendapat lain menyatakan bahwa layanan prima adalah pelayanan dengan standar kualitas yang tinggi dan selalu mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan

setiap saat, secara konsisiten dan akurat (Rahmayanty, Stratrgi Peningkatan Retribusi (Jasa) Pasar Niaga Daya Di Kota Makasar, 2013; 18). Mengenai pelayanan prima yang seringkali diungkapkan oleh para pelaku bisnis seperti :

- a. Layanan prima adalah membuat pelanggan merasa penting.
- b. Layanan prima adalah melayani pelanggan dengan ramah, tepat dan cepat.
- c. Layanan prima adalah pelayanan dengan mengutamakan kepuasan pelanggan.
- d. Layanan prima adalah pelayanan optimal yang menghasilkan kepuasan pelanggan.
- e. Layanan prima adalah menempatkan pelanggan sebagai mitra.
- f. Layanan prima adalah kepedulian kepada pelanggan untuk memberikan rasa puas.
- g. Layanan prima adalah upaya layanan terpadu untuk kepuasan pelanggan.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat diambil disimpulkan pelayanan prima (*service excellence*) adalah sebuah kepedulian oleh perusahaan terhadap para pelanggan dengan berusaha memberikan pelayanan sebaik mungkin dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan, berdasarkan standart dan prosedur pelayanan untuk mewujudkan kepercayaan terhadap pelanggan agar mereka selalu puas, sehingga mewujudkan pelanggan yang memiliki loyalitas tinggi.

2.3.2 Konsep Pelayanan Prima (*Service Excellence*)

Keberhasilan dalam mengembangkan dan melaksanakan pelayanan prima tidak terlepas dari kemampuan dalam pemilihan konsep pendekatannya. Menurut Ikatan Bankir Indonesia, Mengelola kualitas layana Perbankan, (2014;78-79)

Konsep pelayanan prima berdasarkan A6 faktor pelayanan prima yaitu mengembangkan pelayanan prima dengan menyelaraskan konsep-konsep Sikap (*Attitude*), Perhatian (*Attention*), Tindakan (*Action*), Kemampuan (*Ability*), Penampilan (*Appearance*), dan Tanggung Jawab (*Accountability*).

a. Sikap (*Attitude*)

Sikap (*Attitude*) adalah perilaku yang harus ditonjolkan ketika menghadapi pelanggan, yang meliputi penampilan yang sopan dan serasi, berpikir positif, sehat dan logis, dan bersikap menghargai.

b. Perhatian (*Attention*)

Perhatian (*Attention*) adalah kepedulian penuh kepada pelanggan, baik yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun pemahaman atas saran dan kritiknya, yang meliputi mendengarkan dan memahami secara sungguh-sungguh kebutuhan para pelanggan, mengamati dan menghargai perilaku para pelanggan, dan mencurahkan perhatian penuh kepada pelanggan.

c. Tindakan (*Action*)

Tindakan (*Action*) adalah berbagai kegiatan nyata yang harus dilakukan dalam memberikan layanan kepada pelanggan, yang meliputi mencatat setiap pesanan para pelanggan, mencatat kebutuhan para pelanggan, menegaskan kembali kebutuhan para pelanggan, mewujudkan kebutuhan para pelanggan, dan menyatakan terima kasih dengan harapan pelanggan mau kembali.

d. Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan (*Ability*) adalah pengetahuan dan keterampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang program pelayanan prima, yang meliputi kemampuan dalam bidang kerja yang ditekuni, melaksanakan komunikasi yang efektif, mengembangkan motivasi, dan mengembangkan *public relation* sebagai instrument dalam membina hubungan dalam dan keluar organisasi atau perusahaan.

e. Penampilan (*Appearance*)

Penampilan (*Appearance*) adalah penampilan seseorang baik yang bersifat fisik saja maupun fisik atau non fisik, yang mampu merefleksikan kepercayaan diri dan kredibilitas dari pihak lain.

f. Tanggung Jawab (*Accountability*)

Tanggung Jawab (*Accountability*) adalah suatu sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai suatu wujud keperdulian untuk menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan. Pendapat lain menyatakan bahwa konsep pribadi pelayanan prima meliputi unsur-unsur kepribadian, penampilan, perilaku, komunikasi, pengetahuan, dan penyampaian. Konsep layanan prima tersebut terdiri dari hal-hal berikut ini:

- a. Pribadi prima tampil ramah
- b. Pribadi prima tampil sopan
- c. Pribadi prima tampil yakin
- d. Pribadi prima tampil rapi
- e. Pribadi prima tampil ceria

- f. Pribadi prima senang memaafkan
- g. Pribadi prima senang bergaul
- h. Pribadi prima tampil belajar dari orang lain
- i. Pribadi prima senang dalam kewajaran
- j. Pribadi prima senang menyenangkan orang lain.

Jadi konsep pelayanan prima meliputi A6, yaitu Sikap (*Attitude*), Perhatian (*Attention*), Tindakan (*Action*), Kemampuan (*Ability*), Penampilan (*Appearance*), Tanggung Jawab (*Accountability*).

2.3.3 Tahapan dalam Pelayanan Prima (*Service Excellent*)

Tahapan dalam pelayanan prima menurut Judiari, Josina, Psikolog konsumen, (2010;106)

- a) Pancarakan segenap sikap positif kepada orang lain atau pelanggan.
Langkah : identifikasi kebutuhan dasar manusia (pengertian), membaca kebutuhan pelanggan (perhatian), pengaturan waktu pelayanan (tepat waktu), situasi dan kondisi dan empati (mendengarkan).
- b) Mengidentifikasi kebutuhan pelanggan
Langkah : identifikasi kebutuhan dasar manusia manusia (pengertian), membaca kebutuhan pelanggan (perhatian), pengaturan waktu pelayanan (tepat waktu), situasi dan kondisi dan empati (mendengarkan).

c) Aplikasi diri pengidentifikasi kebutuhan pelanggan

Langkah : mengambil inisiatif untuk memperluas tanggung jawab, berkomunikasi dengan baik dan jelas atau asertif, menyambut pelanggan dengan baik, memberikan lingkungan yang menyenangkan.

d) Ada pengakuan kepuasan dari pelanggan yang anda layani.

Langkah : mengambil langkah ekstra bagi pelayanan, memberikan sikap yang menjadikan pelanggan berada di pihak anda.

2.3.4 Pentingnya pelayanan Prima

Ada beberapa alasan mengapa pelayanan prima yang penting bagi suatu perusahaan (Rahmayanty, Manajemen Pelayanan Prima 2013;3-7) :

a. Pelayanan prima memiliki ekonomi

Pelanggan adalah kunci meraih keuntungan. Tujuan tersebut berupa memaksimalkan laba dengan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, menciptakan kepemimpinan pasar dalam hal kualitas, mengatasi persaingan, melaksanakan tanggung jawab sosial dan sebagainya. Bila membina hubungan dan mempertahankan pelanggan yang sudah lama dengan memberikan pelayanan yang sangat baik dan konsisten, bila mereka puas ada kemungkinan loyalitasnya dengan memberikan informasi kepada orang lain dan tingkat kepercayaan melalui terstimony (ucapan seseorang) lebih tinggi dan efektif selain biaya yang dikeluarkan lebih rendah.

- b. Pelayanan adalah tempat berkumpulnya uang dan pekerjaan
Perusahaan bergantung pada pelanggan dan untuk pelangganlah mereka berkerja, karena pelanggan sumber uang dan pekerjaan. Memuaskan perhatian pada kebutuhan pelanggan, dengan memadukan semua kegiatan yang akan mempengaruhi pelanggan dan menghasilkan laba melalui kegiatan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
- c. Persaingan yang semakin maju
Terus membesarnya kegiatan bisnis, semakin kompetisi serta rendahnya atau turunnya pangsa pasar dikarenakan semakin banyaknya produsen yang terlibat dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa berkualitas dengan harga pelanggan.
Kemudian menurut Majid (2011;16) menjelaskan lebih spesifik betapa pentingnya *service excellent* kepada pelanggan karena beberapa alasan, yaitu :
- Pelanggan menilai efisien perusahaan melalui karyawan yang ditemui.
 - Kesan pertama (*positive first impresion*) sangat penting.
 - Perusahaan memiliki harapan dan standar yang tinggi daripada pekerja.
 - Pelanggan percaya kepada perusahaan dan akan terus senang dilayani jika ia diperlakukan dengan baik.
 - Salah satu bentuk promosi yang paling efektif dari periklanan adalah "*word of mounth*" (promosi dari mulut ke mulut). Jika pelanggan senang, dia akan memberitahukan kepada orang lain.

- f. Kita merasa senang dan bangga akan diri kita sendiri jika memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan.
- g. Pelanggan mempercayakan kita sebagai sumber informasi dan bantuan utama.

2.3.5 Upaya Penyediaan Pelayanan Prima

Secara teoritis, tujuan pelayanan publik pada dasarnya adalah memuaskan masyarakat. Untuk mencapai kepuasan itu dituntut kualitas pelayanan prima yang tercermin dari, sebagai berikut :

- a. **Transparasi**, yakni pelayanan yang bersifat terbuka, mudah dan dapat diakses oleh semua pihak yang membutuhkan dan disediakan secara serta mudah dimengerti.
- b. **Akuntabilitas**, yakni pelayanan yang dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- c. **Kondisional**, yakni pelayanan yang sesuai dengan kondisi dan kemampuan pemberi dan penerima pelayanan dengan tetap berpegang pada prinsip efisiensi dan efektifitas.
- d. **Partisipatif**, yakni pelayanan yang dapat mendorong peran serta masyarakat atau pelanggan dalam penyelenggaraan pelayanan publik dengan memperhatikan aspirasi, kebutuhan, dan harapan masyarakat.
- e. **Kesamaan hak**, yakni pelayanan yang tidak melakukan diskriminasi dilihat dari aspek apapun khususnya suku, ras, agama, golongan, status sosial dan lain-lain.

- f. Keseimbangan hak dan kewajiban, yaitu pelayanan yang mempertimbangkan aspek keadilan antara pemberi dan penerima pelayanan publik.

2.3.6 Tujuan Pelayanan Prima

Terdapat beberapa tujuan pelayanan prima yaitu (Rahmayanty, Manajemen Pelayanan Prima, 2013; 12-13)

- a. Memberikan rasa puas dan kepercayaan pada konsumennya. Kualitas memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan.
- b. Kemudian adanya pelayanan prima tetap menjaga dan pelanggan merasa diperhatikan dan dipentingkan segala kebutuhannya.
- c. Serta upaya mempertahankan pelanggan agar tetap loyal untuk menggunakan produk barang atau jasa yang ditawarkan tersebut.

2.3.7 Ciri-ciri Pelayanan yang baik

Berikut ini beberapa ciri pelayanan yang baik (Kasmir, Etika Customer Service, 2011:33-39) adalah sebagai berikut :

- a. Tersedianya Karyawan yang baik

Kenyamanann nasabah sangat tergantung dari karyawan yang melanyaninya, karyawan harus ramah, sopan, dan menarik. Di samping itu, karyawan harus cepat tanggap, pandai berbicara menyenangkan serta pintar. Karyawan juga harus mampu memikat dan mengambil hati nasabah sehingga nasabah semakin tertarik.

b. 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.

c. Bertanggung Jawab Kepada Setiap Nasabah Sejak Awal Hingga Selesai

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 pelayanan yang diinginkannya. Jika terjadi sesuatu, karyawan yang dari awal menangani masalah tersebut, segera mengambil alih tanggung jawabnya.

d. 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.

e. Mampu Berkomunikasi

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

f. 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 terhadap siapa pun. Menjaga rahasia nasabah merupakan ukuran kepercayaan nasabah perusahaan.

g. Memiliki Pengetahuan dan Kemampuan yang baik

Karena tugas karyawan selalu berhubungan dengan manusia, karyawan perlu didik khusus mengenai kemampuan dan pengetahuannya untuk menghadapi nasabah atau kemampuan dalam bekerja.

h. Berusaha Memahami Kebutuhan Nasabah

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

i. Mampu Memberikan Kepercayaan kepada Nasabah

Kepercayaan merupakan ujung tombak perusahaan untuk menjalankan aktivitasnya. Sekali pelayanan yang diberikan dapat memuaskan pelanggan, maka akan menimbulkan kepercayaan. Satu hal yang diingat bahwa meningkatkan kepercayaan lebih berat daripada mempertahankan kepercayaan yang sudah diberikan.

2.4 **Pengertian Penampilan**

Penampilan merupakan citra perusahaan di mata nasabahnya. Dalam melayani nasabah atau pelanggan, karyawan dituntut untuk berpenampilan

semanarik mungkin. Dengan penampilan awal yang baik akan memberikan kesan pertama yang baik pula terhadap nasabah sehingga akan timbul rasa kagum, simpatik, dan hormat terhadap nasabah. Demikian pula sebaliknya dengan penampilan yang buruk akan memberikan kesan yang negatif. Penampilan pertama dilihat dari cara berpakaian, gaya dan gerak-gerik. Kemudian, sikap dan perilaku kita dalam menerima tamu maupun pada saat melayani tamu. Sikap perilaku ini juga didukung oleh cara kita berbicara, cara kita bertanya maupun cara kita mananggapi atau memberikan penjelasan kepada nasabah.

2.4.1 Cara Berpenampilan

Secara umum penampilan yang prima yang ditampilkakan oleh setiap karyawan perusahaan, baik yang berpenampilan fisik maupun nonfisik (Kasmir, Etika Customer Service, 2011:127-129) adalah sebagai berikut :

a. Wajar

Yaitu maksunya setiap karyawan perusahaan harus wajar dalam berpakaian, bersikap, dan bertindak. Baik penampilan yang bersifat fisik maupun nonfisik akan mudah terlihat seperti dalam hal cara berpakaian.

b. Berpakaian

Penampilan pertama adalah cara berpakaian yang harus diperhatikan. Dalam hal ini cara berpakaian harus selalu berpenampilan rapi, serasi dan bersih dan tidak menggunakan aksesoris dan *make up* yang berlebihan.

c. Selalu Mengucapkan Salam

Selalu mengucapkan salam bila bertemu atau berpisah dengan nasabah atau tamu. Ucapkan bisa selamat pagi, siang, sore atau malam tergantung kondisi waktunya. Jika sudah mengenal namanya, juga diikuti dengan menyebutkan namanya. Dan jangan lupa mengucapkan ucapan terima kasih dan sampai bertemu lagi.

d. Selalu Bersikap Optimis

Sikap optimis harus dimiliki oleh karyawan. Optimis artinya selalu akan memberikan harapan sesuai yang kita inginkan. Dengan optimisme yang tinggi akan dapat meningkatkan gairah kita dalam menjalankan kegiatan.

e. Berperilaku yang Baik

Berperilaku yang baik artinya memiliki akhlak dan budi pekerti yang baik. Karyawan yang memiliki akhlak dan budi pekerti yang baik juga akan memiliki jiwa yang baik pula.

f. Dalam Melayani Tamu atau Nasabah

Dalam melayani tamu atau nasabah karyawan harus lemah lembut dan sopan karena hal ini dapat membuat nasabah merasa dihargai.

g. Selalu Memberikan Perhatian dan Suka Membantu

Dalam melayani nasabah karyawan selalu memberikan perhatian penuh dan sungguh-sungguh. Artinya karyawan jangan bersikap acuh atau tidak peduli dalam menghadapi tamu atau nasabah. Nasabah yang merasa memperoleh perhatian serius akan sangat senang.

2.4.2 Pengertian Cara Berpakaian

Cara berpakaian merupakan salah satu bagian penting dari penampilan. Pakaian menunjukkan kepribadian seseorang. Artinya dari caranya berpakaian seseorang akan dapat ditebak karakter atau sifat-sifatnya. Oleh karena itu, cara berpakaian pun harus memperoleh perhatian yang cukup serius dalam memberikan layanan.

Cara berpakaian dapat langsung dilihat oleh nasabah. Oleh karena itu, ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam berpakaian. Faktor-faktor ini harus saling mendukung sehingga cara berpakaian dapat serasi dan sepadan. Faktor-faktor yang dimaksud antara lain : a. Warna yang dikenakan; b, model yang digunakan; c. Keserasian antara lain celana/rok dan baju; d. Cara mengenakan pakaian tersebut; e. Aksesoris melekat.

Apabila kelima faktor ini tidak diperhatikan atau tidak dijalankan maka tidak akan enak dipandang mata. Jadi faktor warna juga disesuaikan dengan warna kulit seseorang jika pakaian tersebut bukan pakaian seragam, karyawan harus memakai seragam tersebut tanpa memperhatikan kulit seseorang.

Demikian dengan keserasian warna, dan model pula didukung oleh cara mengenakan pakaian tersebut. Artinya jika baju lengan panjang, maka sebaiknya jangan digulung sehingga tetap terlihat rapi dan tidak kusut. Baju sebaiknya dimasukkan ke dalam celana tau rok, jangan dibiasakan bebas keluar. Pemakaian kancing baju juga jangan dilepas terutama di atas dada, baik untuk pakaian wanita maupun pria.

Jadi dapat disimpulkan kelima faktor di atas tidak bisa diabaikan jika ingin memiliki penampilan yang sedap dipandang mata nasabah. Berpakaian yang baik akan dapat menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi serta memotivasi yang tinggi pula terhadap nasabah.

2.4.3 Cara Berpakaian

Seperti sudah dijelaskan di atas bahwa ada lima faktor yang saling mendukung untuk tampil secara prima lewat berpakaian. Salah satu cara yang dianggap paling penting adalah cara mengenakan pakaian tersebut. Dalam praktiknya, cara berpakaian yang baik adalah sebagai berikut : (Kasmir, Etika Customer Service, 2011:137-141)

1. Gunakan Pakaian Dinas (Seragam)

Pakaian dinas atau seragam adalah pakaian yang memang sudah ditentukan oleh perusahaan untuk digunakan pada hari-hari yang sudah ditentukan. Pakaian dinas juga terkadang sama setiap hari dan ada pula yang berbeda-beda sesuai dengan harinya. Namun ada juga yang hanya pada hari-hari tertentu saja.

2. Gunakan Pakaian Rapi, Bersih, dan Necis

Dalam berpakaian yang juga perlu diperhatikan adalah kerapian dan kebersihannya. Pakaian yang rapi dan bersih juga akan menyenangkan orang yang memmakainya.

3. Hindari Pakaian yang Tidak Lazim

Untuk pekerjaan tertentu seperti pekerjaan kantoran, penggunaan pakaian memiliki aturan tersendiri. Artinya, hindari pemakaian pakaian yang tidak lazim digunakan. Ketidaklaziman tersebut bisa daro warna, model ataupun keserasianya.

4. Jangan Mengenakan Aksesori

Terkadang untuk menambah keindahan dalam berpakaian diperlukan berbagai aksesori. Dengan adanya aksesori, penampilan dengan pakaian yang digunakan terkesan semakin anggun. Oleh karena itu, jangan kenakan aksesori yang berlebihan pada pakaian. Demikian pula aksesori yang digunakan pada badan usahakan bahwa baik ukuran maupun bertanya disesuaikan dengan kondisi yang umum digunakan.

5. Gunakan Celana/Rok yang Gelap

Untuk celana, yang perlu diperhatikan adalah variasi kantong yang ada. Usahakan jangan berlebihan dan yang normal saja. Demikian juga untuk wanita dalam pemakaian rok. Ada perusahaan tertentu selalu mengharuskan tingginya di atas lutut. Namun, untuk perusahaan lain ada yang juga yang di bawah lutut. Untuk pria, apabila menggunakan celana usahakan gunakan warna agak gelap, misalnya hitam, biru tua, atau coklat. Salah satu tujuan penggunaan warna yang agak gelap untuk celana atau rok adalah menghindari kesan kotor dan kumal.

6. Masukkan Baju ke dalam Celana

Berpakaian harus rapi dan necis karena hal ini merupakan bentuk kepribadian yang terlihat mata langsung. Untuk hal tersebut, dalam berpakaian, masukkan baju ke dalam celana atau rok, sehingga terlihat rapi. Kenakan kemeja atau baju wanita dengan kancing yang rapi. Begitu pula untuk wanita, baju yang dikenakan juga harus dimasukkan ke dalam rok. Lengan baju juga jangan digulung baik sedikit maupun banyak.

7. Gunakan Tanda Pengenal

Gunakan tanda pengenal yang telah diwajibkan secara baik. Tujuannya adalah agar nasabah dengan mudah dapat menyebut atau memanggil nama yang bersangkutan.

8. Gunakan Sepatu dan Kaus Kaki

Guna melengkapi kerapian, kebersihan, dan keserasian dalam berpakaian, juga harus diikuti oleh pemakaian sepatu dan kaus kaki yang serasi. Kaus kaki yang digunakan juga harus bersih dan tidak bau. Karena kaus kaki yang kotor dan bau dapat menimbulkan udara yang kurang sedap sehingga akan menimbulkan pelayanan yang tidak sedap pula.

2.5 Pengertian Customer Service

Secara umum, pengertian *Customer Service* (Kasmir, Etika Customer Service, 2011:79-180) adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditunjukan untuk memberikan kepuasan nasabah melalui pelayanan yang diberikan seseorang. Jadi intinya *customer service* melayani segala keperluan nasabah secara memuaskan. Pelayanan yang diberikan termasuk menerima keluhan atau masalah

yang sedang dihadapi dengan nasabah. *Customer service* harus pandai dalam mencari jalan keluar untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh nasabahnya.

2.5.1 Peranan *Customer Service Bank*

Customer service memegang peran sangat penting di berbagai perusahaan. Dalam dunia perbankan, tugas utama seorang *customer service* adalah memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat. *Customer service* bank dalam melayani para nasabah selalu berusaha menarik dengan cara menyakinkan para calon nasabah agar menjadi nasabah bank yang bersangkutan dengan berbagai cara. Selain itu *customer service* juga harus dapat menjaga nasabah lama agar tetap menjadi bank. Oleh karena itu, tugas *customer service* merupakan tulang punggung kegiatan operasional dalam dunia perbankan.

Secara umum, peranan *customer service* bank (Kasmir, Etika Customer service, 2011: 181) adalah

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

Namun, secara khusus tugas *customer service* ini dibebankan oleh orang yang memang dididik untuk memegang fungsi sebagai *customer service* suatu bank.

2.5.2 Fungsi *Customer Service Bank*

Customer service berfungsi untuk memberikan jasa layanan kepada nasabah dalam hal memberikan informasi, menampung keluhan nasabah, *Cross Selling*, dan membantu nasabah untuk menyelesaikan masalah yang timbul. Berdasarkan fungsi tersebut di atas fungsi seorang customer service dapat dijabarkan lebih lanjut dalam kesehariannya sebagai karyawan Bank, yang mana fungsi-fungsi tersebut menurut (Ikatan Bank Indonesia, Mengelola Kualitas layanan Perbankan, 2014:65-66) adalah sebagai berikut:

1. *Front Line Officer*

Keberadaan *customer service* berada di bagian depan suatu bank, maka customer service menjadi cerminan penilaian bank 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 dengan mudah dihubungi oleh nasabah pada kesempatan pertama, maka petugas customer service menjadi pusat dan narasumber informasi-informasi mengenai

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

4. berfungsi sebagai penjual produk, dengan menjual *Sales* (Penjual)

Customer service dapat berbagai produk yang ada pada bank, seperti berbagai jenis tabungan, giro, deposito, kredit, serta mengetahui keluhan 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 *customer service* dibekali untuk pengetahuan dan wawasan yang bijak sehubungan dengan perencanaan pengelolaan keuangan nasabah.

7. *Maintenance Customer*

Permasalahan pembinaan nasabah baru (solisitasi). Seorang petugas *customer service* adalah *account assistant* atau pembina bagi setiap *account* atau rekening non kredit. Hal ini merupakan perpajangan dan pengembangan fungsi kedua yaitu *Liasson Officer*.

8. Penanganan Masalah

Unit costomer service apabila dalam operasionalnya, nasabah tidak puas, karena terdapat ketidakcocokan 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 menangani keluhan akan tetapi juga diharapkan dapat memecahkan masalah dengan baik sebagai “troubleshooter”

2.6 Tanggung Jawab Customer Service

Pengertian tugas-tugas *customer service* adalah hal-hal yang harus dilakukan atau dijalankan oleh *customer service* dalam rangka melayani nasabah. Tugas-tugas yang diberikan sudah diatur dengan pedoman tertentu, maka perlu dipelajari secara mendalam mengingat yang akan dihadapi atau dilayani oleh *customer service* bukanlah benda mati, akan tetapi manusia yang memiliki tingkah laku dan keinginan yang beragam. (Kasmir, Etika Customer Service, 2011: 190)

Setiap tugas yang dijalankan oleh *customer service* harus berjalan secara sungguh-sungguh karena tugas tersebut karena tugas yang melayani nasabah bukanlah tugas ringan. Ada sedertan tugas yang harus dijalakannya sepanjang hari. Kelalaian akan tugas yang dijalakan akan berakibat fatal bagi bank. Bank akan kehilangan nasabah atau tidak memperoleh nasabah baru. Kelalain tersebut juga akan berakibat buruk atas karier dari *customer service* itu sendiri.

Customer Service memiliki 2 fungsi yaitu mempertahankan nasabah lama dan berusaha menarik nasabah baru. Sesuai dengan fungsi tersebut, tugas yang diberikan pun haruslah sesuai dengan fungsinya. Artinya tugas yang pertama adalah

berusaha untuk mempertahankan nasabah lama dengan pelayanan lebih baik dan tetap menjaga kualitas pelayanan. Kemudian, berusaha menarik nasabah baru sebanyak mungkin cara menyakinkan nasabah melalui tugas-tugas yang diberikan. Tugas tersebut harus dijalankan secara keseluruhan dan tidak dapat dilakukan sebagian-sebagian. Hal ini disebabkan antara tugas yang satu dengan tugas yang lain saling berkaitan erat. Gunanya menjalankan tersebut *customer service* dituntut untuk memiliki kemampuan yang prima sepanjang hari.

Kemampuan prima dapat dilakukan melalui pelatihan yang mendalam sebelum menjadi *customer service*. Hal yang paling penting adalah adanya kemauan yang besar dari *customer service* untuk terus belajar memahami berbagai karakter nasabah. Kemudian, mampu mengoreksi setiap kesalahan yang dibuatnya baik sengaja maupun tidak sengaja.

Mengoreksi setiap tindakan atau perbuatan yang dilakukan adalah hal yang positif. Koreksi diri melalui introspeksi diri dapat dilakukan setiap hari sehingga kesalahan atau keliruan tidak terulang pada kasus yang sama. Kesalahan adalah guru untuk mengoreksi diri.

Koreksi diri tidak selalu datang karena adanya nasabah atau keluhan dari nasabah semata, akan tetapi juga dapat dilakukan melalui kebaikan nasabah dengan cara menanyakan secara halus bagaimana sebaiknya menurut nasabah. Hal ini dapat ditanyakan langsung kepada tidak hanya satu nasabah, akan tetapi beberapa nasabah. Semakin banyak nasabah yang ditanyakan, semakin baik. Janganlah

sekali-kali *customer service* membusungkan dada seolah-olah apa yang telah ia lakukan merupakan yang terbaik.

2.6.1 Jenis Tugas *Customer Service*

Berikut adalah jenis tugas yang dilakukan oleh *customer service* (Ikatan Bankir Indonesia, Mengelola Kualitas Layanan Perbankan, 2014:67-68) adalah sebagai berikut :

1. Pembukaan, pemeliharaan dan penutupan rekening.

Detail rincian tugas :

- a. Menerima permohonan pembukaan/pengkinian data nasabah/penutupan rekening, serta pemberian / pencabutan fasilitas.
- b. Memeriksa kelengkapan dan kebenaran pengisian formulir.
- c. Mengadministrasikan data customer dan pembukaan rekening.
- d. Menyerahkan bukti kepemilikan rekening, kartu yang terkait dengan rekening, bilyet deposito kepada nasabah.
- e. Menerima permintaan pembayaran bunga deposito.
- f. Melakukan aktivasi PIN dari kartu yang terkait dengan rekening dan telah diserahkan kepada nasabah.

2. Pelayanan informasi

Detail rincian tugas :

- a. Memberikan penjelasan/informasi kepada nasabah mengenai : produk dan jasa bank, cara pengisian formulir-formulir transaksi bank, kurs

transaksi, tingkat suku bunga yang berlaku hari ini serta biaya administrasi.

b. “*Cross selling*” produk dan jasa.

3. Pelayanan keluhan

Detail rincian tugas :

Menerima keluhan nasabah, mencatat/ mengadministrasikan, meneruskan dan memonitor ke unit kerja terkait, serta mengisi formasi penyelesaian keluhan ke nasabah.

4. Pelayanan administrasi

Detail rincian tugas :

- a. Mengarahkan nasabah ke tempat yang sesuai dengan tujuannya.
- b. Melayani nasabah untuk : pertanyaan saldo dan mutasi rekening, pengambilan rekening koran, nota kredit, nota debit buku cek/BG, SP Deposito, Counter Cek, warkat tolakan kliring, surat keterangan penolakan, dan tolakan inkaso.
- c. Melakukan pencetakan buku tabungan.
- d. Memproses permohonan dan pencabutan status blokir, stop bayar, buku hilang.

5. Pekerjaan administratif

Detail rincisn tugas :

- a. Menyiapkan dan mengelola buku tabungan.
- b. Memonitor persediaan brosur dan slip transaksi.

- c. Menyimpan kartu yang terkait dengan rekening yang telah dicetak untuk diserahkan kepada nasabah.

6. Pelayanan Solusi

Detail rincian tugas :

- a. Menggali kebutuhan nasabah/calon nasabah.
- b. Memberikan informasi tentang solusi/layanan kebutuhan nasabah/calon nasabah.
- c. Meneruskan kebutuhan kredit atau investasi kepada unit terkait dengan memastikan proses layanan nasabah berjalan dengan baik.
- d. Memproses layanan bisnis non kredit, baik secara langsung maupun melalui unit lainnya.
- e. Memproses permintaan produk/layanan sesuai dengan kebutuhan nasabah, sesuai dengan *service level* yang ada/janji kepada nasabah.
- f. Meneruskan dan memastikan proses permintaan produk/layanan sesuai dengan kebutuhan nasabah ke unit terkait sesuai dengan *service level* yang ada/janji kepada nasabah.
- g. Mencari alternatif solusi atau melakukan eskalasi atas masalah yang belum bisa diselesaikan serta memastikan bahwa masalah tersebut ditindaklanjuti sampai tuntas.

2.6.2 Tanggung jawab *Customer Service*

Seorang petugas customer service bertanggung jawab secara penuh untuk melayani nasabah sehingga nasabah merasakan kepuasannya terhadap hasil

customer service tersebut. Berikut ini secara rinci tanggungjawab petugas *customer service* sebuah bank :

- a. Pengenalan nasabah.
- b. Pelayanan nasabah.
- c. Kerahasiaan bank dan nasabah.
- d. Keberhasilan dan kerapian ruang kerja.
- e. Keamanan alat-alat identitas customer service, yaitu User-ID, password, anak kunci *cash box*, dan laci.
- f. Pelaksanaan tugas yang diberikan oleh atasan, berkaitan dengan kelancaran jalannya operasional cabang.
- g. Kepatuhan terhadap peraturan perusahaan.

2.6.3 Wewenang Customer Service

Sehubungan dengan tugas dan fungsi dari customer service, maka seorang customer service memiliki wewenang. Wewenang ini yang merupakan wujud konkrit tugas secara lebih khusus terhadap pekerjaan yang diserahkan yaitu menyelesaikan setiap pekerjaan sampai tuntas dengan baik (tidak ada yang tergantung atau pending, tidak ada masalah yang timbul dari pekerjaannya, kecuali memang hal itu terjadi diluar jangkannya).

Adapun wewenang petugas customer service (Ikatan Bankir Indonesia, Mengelolah Kualitas Layanan Perbankan, 2014:69-70) adalah sebagai berikut :

- a. Menyaksikan nasabah mengisi dan menandatangani formulir, aplikasi, perjanjian-perjanjian, misalnya : standing instruction, surat kuasa auto debet, dll
- b. Melakukan penolakan permintaan pembukaan rekening apabila tidak memenuhi persyaratan atau prosedur yang telah ditetapkan oleh bank.
- c. Melakukan verifikasi tanda tangan *customer*.
- d. Melakukan penolakan permintaan buku bilyet giro dan cek apabila tidak memenuhi persyaratan.
- e. Melakukan penutupan rekening baik atas permintaan nasabah maupun karena sebab lainnya berdasarkan prosedur interbal bank.

2.7 Syarat Seorang Seorang Customer service

Sebelum, ditugaskan seorang customer service harus terlebih dulu memiliki persyaratan tertentu. Persyaratan yang harus dipenuhi adalah mulai dari calon karyawan melamar sebagai karyawan khususnya untuk customer service. Adapun persyaratan yang harus dipenuhi oleh seorang customer service, antara lain : (Kasmir, Etika Customer Service, 2011:193-196)

1. Persyaratan fisik

Seorang customer service memiliki ciri-ciri fisik yang menarik dari segi wajah, ukuran badan. Demikian pula untuk ukuran badan misalnya tinggi yang ideal seorang wanita 160 cm dan laki-laki 165 cm . Berat badan juga harus ideal dengan tinggi badan . seorang customer service yang terlalu

kurus atau gemuk sangat tidak menarik. Demikian pula seorang customer service yang terlalu pendek atau terlalu tinggi.

Disamping itu seorang customer service juga harus memiliki jiwa yang sehat . artinya, customer service harus sehat jasmani dan rohaninnya.

2. Persyaratan Mental

Merupakan persyaratan nonfisik tetapi kejiwaan. Customer service harus memiliki mental yang kuat dalam melayani nasabah karena dengan mental yang kuat dapat memberikan kepercayaan diri yang lebih baik. Memiliki mental yang kuat juga dapat menimbulkan sifat kejujuran dan tanggung jawab yang besar terhadap apa harus dilakakukan.

Customer service juga harus memiliki rasa percaya diri (self confidence) yang tinggi, memiliki inisiantif, telioti, cermat, rajin, serius, dan memiliki rasa tanggung jawab.

3. Persyaratan kepribadian

Seorang customer service harus memiliki kepribadian yang baik misalnya murah senyum, sopan, dan lemah lembut dalam melayani nasabah. Dalam melayani nasabah, kesan pertama yang harus dilakukan *first impression* yaitu memberikan kesan yang baik kepada nasabah . customer juga harus mampu mengendalikan diri (self control), tidak mudah marah tidak mudah terpancing untuk berbuat dan berkata kasar serta tidak terpancing untuk berbicara hal-hal yang bersifat negatif.

4. Persyaratan sosial

Customer service harus memiliki jiwa sosial yang tinggi terhadap seluruh nasabah dan harus bijaksana serta memiliki budi pekerti yang luhur. Di samping itu, customer service harus pandai bergaul dengan semua kalangan.

Hal lain yang harus diperhatikan dari persyaratan sosial adalah bahwa seorang customer service harus pandai berbicara dan tidak kaku. Customer service juga harus mampu dengan cepat menyesuaikan diri dengan lingkungannya dan dapat bekerja sama dengan berbagai pihak.

