

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian *Customer Service*

Customer Service merupakan satuan unit yang bekerja dalam *frontliner* atau bagian depan bank. Dalam bank *Customer Service* memiliki fungsi yaitu melayani nasabah atau calon nasabah. *Customer Service* wajib memberikan pelayanan yang dapat memuaskan nasabah. Sehingga nasabah atau calon nasabah tersebut bisa diajak bekerja sama dengan perusahaan kita. *Customer Service* juga melakukan kegiatan *cross selling* dengan nasabah, artinya *Customer Service* ikut menawarkan produk dan jasa kepada nasabah guna untuk mencari klien agar nasabah atau calon nasabah tersebut mau menginvestasikan atau menabungkan dananya dengan Bank tersebut.

Menurut Ikatan Bankir Indonesia, bahwa *Customer Service* sendiri adalah satuan unit kerja yang ditugaskan untuk melayani nasabah atau calon nasabah, dengan cara memberikan kepuasan dalam pelayanan (Ikatan Bankir Indonesia, 2014: 64)

Customer Service berkaitan dengan prinsip penerapan kehati-hatian dan manajemen resiko Bank melalui KYC (*Know Your Customer*) dan Anti Money Laundering. Dengan menerapkan prinsip tersebut, dapat membantu dalam hal perlindungan kerahasiaan nasabah seperti informasi profil nasabah, sehingga jika Bank tidak menerapkannya, dapat mengganggu kegiatan operasional perbankan.

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

2.2.1 *Fungsi Customer Service*

Customer Service pastinya memiliki fungsi, tugas dan tanggung jawab sebagai seorang *front office* yang diberikan kepercayaan oleh Bank untuk melayani nasabahnya. Sehingga, nasabah mendapatkan pelayan terbaik di Bank tersebut. Fungsi *Customer Service* adalah memberikan pelayanan dan jasa kepada nasabah baik memberikan suatu informasi, *Cross Selling*, menampung berbagai keluhan nasabah atau menyelesaikan masalah yang timbul. Fungsi *Customer Service* dapat dijabarkan sebagai berikut :

1) *Front Line Officer*

Customer Service sebagai cerminan penilaian baik atau buruk pelayanan di Bank.

2) *Liasson Officer*

Sebagai perantara penghubung antara bank dengan nasabah.

3) Pusat Informasi

Customer Service sebagai pusat dan narasumber informasi kepada nasabah mengenai produk dan jasa Bank.

4) *Sales* (penjual)

Customer Service menjual produk yang ada pada Bank dalam berbagai jenis. Misalnya giro, deposito, tabungan, kredit.

5) *Servicing* (pelayanan)

Menyambut nasabah dengan baik, sopan dan ramah.

6) *Financial Advisor* / Konsultan

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

7) *Maintenance Customer* (Pembinaan Nasabah)

Customer Service sebagai Pembina bagian setiap account atau rekening nasabah non kredit.

8) Penanganan Masalah

Jika ada nasabah yang kurang puas atau komplain terhadap Bank maka, *Customer Service* harus memberikan pemecahan atau penanganan masalah dengan baik.

2.2.2 Tugas – Tugas dalam *Customer Service*

Selain memiliki fungsi, *Customer Service* juga memiliki tugas yang dilakukan dalam kegiatan sehari-hari yang dijumpai oleh nasabah. Tugas yang dilakukan oleh *Customer Service* adalah sebagai berikut :

- 1) Memberikan pelayanan terhadap nasabah terkait dengan pembukaan, pemeliharaan, dan penutupan rekening.
- 2) Memberikan pelayanan informasi atau penjelasan informasi kepada nasabah. Informasi ini terkait dengan produk – produk dan jasa Bank, cara pengisian formulir transaksi Bank, kurs transaksi, tingkat suku bunga, biaya transaksi.
- 3) Memperkenalkan dan menawarkan (*Cross Selling*) produk dan jasa kepada nasabah.

- 4) Menerima dan mengatasi berbagai keluhan dari nasabah yang kurang puas dalam pelayanannya.
- 5) Mengarahkan nasabah ke tempat yang sesuai dengan tujuannya.
- 6) Memberikan informasi rekening saldo dan mutasi rekening nasabah.
- 7) Melayani nasabah untuk pengambilan rekening koran, nota kredit, nota debet, buku cek, bilyet giro, deposito, counter cek, warkat tolakan kliring, surat keterangan penolakan dan tolakan inkaso.
- 8) Memproses permohonan dan pencabutan status blokir, stop bayar dan buku hilang.
- 9) Menyiapkan dan mengelola buku tabungan.
- 10) Memonitor persediaan brosur dan slip transaksi.

2.2.3 Tanggung Jawab dalam *Customer Service*

Selain memiliki fungsi dan tanggung jawab, seorang *Customer Service* juga memiliki tanggung jawab yang harus dijalankan dan dipatuhi secara penuh dalam melayani nasabah, sehingga nasabah akan merasa puas dengan segala pelayanan yang diberikan oleh *Customer Service*. Jangan sampai nasabah menjadi kecewa terhadap pelayanan yang diberikan *Customer Service* seperti, *Customer Service* yang lalai atau mengobrol dengan karyawan lainnya. Hal tersebut akan membuat nasabah menjadi merasa kurang diperhatikan sehingga menimbulkan kesan negatif terhadap pegawai tersebut. terutama terkait dengan pencitraan Bank.

2.2.4 Wewenang dalam *Customer Service*

Terkait mengenai fungsi, tugas dan tanggung jawab *Customer Service* maka, *Customer Service* harus memiliki wewenang untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Wewenang disini dikhususkan terhadap tugas yang dilakukan *Customer Service* yang harus dilaksanakan dengan baik hingga tuntas.

Wewenang *Customer Service* yaitu sebagai berikut :

- 1) Melihat nasabah saat mengisi dan menandatangani formulir data, aplikasi maupun perjanjian.
- 2) Mengecek atau memverifikasi tandan tangan nasabah.
- 3) Melakukan pemblokiran rekening nasabah baik atas permintaan nasabah maupun sebab yang lain seperti menyimpang kebijakan Bank.
- 4) Melakukan penolakan terhadap permintaan produk dan jasa yang dilakukan nasabah apabila tidak memenuhi persyaratan Bank.
- 5) Melakukan penutupan rekening nasabah baik atas permintaan nasabah maupun sebab yang lainnya berdasarkan kebijakan Bank yang berlaku.

2.3 Dasar – Dasar *Customer Service*

2.3.1 Sikap dan penampilan yang Baik oleh *Customer Service*

Sebagai seorang yang bertugas pada bagian *front office*, *Customer Service* pasti harus memiliki sikap dan penampilan yang baik, professional dan menarik. Karena setiap bagian *front office Customer Service* akan berhadapan secara langsung dengan nasabah, sehingga dengan menampilkan sikap dan

penampilan yang baik dan professional akan membuat kesan positif dimata nasabah.

1) Sikap yang perlu diperhatikan *Customer Service* dalam melayani nasabah, yaitu sebagai berikut :

- a. Menyapa dengan lembut *customer* dengan ramah
- b. Memperhatikan posisi duduk condong ke depan
- c. Kontak mata harus selaras dengan nasabah
- d. Fokus kepada nasabah
- e. Bersikap tenang, ramah dan percaya diri
- f. Menghindari sikap interupsi
- g. Bersikap profesional
- h. Tidak bersikap merendahkan *customer* (nasabah)
- i. Mendengarkan dengan baik
- j. Berbicara dengan jelas dan tegas

2) Penampilan yang perlu diperhatikan *Customer Service* dalam melayani nasabah, yaitu sebagai berikut :

A. Pria

- a) Menggunakan kemeja lengan panjang, dan celana kain yang bersih dan tidak kumal
- b) Model rambut pendek, berwarna hitam, tidak melebihi batas kerah baju dan rapi
- c) Menggunakan *name tag*
- d) Menggunakan dasi, warna sesuai dengan pakain yang digunakan

- e) *Accessories* hanya jam tangan dan maksimal satu cincin
- f) Tidak tercium bau badan dan bau mulut
- g) Kuku terpelihara, pendek dan bersih
- h) Jika memiliki kumis, wajib dicukur bersih
- i) Sepatu formal dan berwarna gelap (hitam)

B. Wanita

- a) Menggunakan pakaian etika bank , *blouse*, rok atau celana panjang, blazer
- b) Bagi wanita berhijab : kerudung dimasukkan kedalam blazer
- c) Hijab senada dengan pakaian yang digunakan dan tidak bermotif
- d) Bagi wanita non-hijab : rambut di cepol dengan rapi
- e) Rambut wajib berwarna hitam tidak berwarna lain
- f) Menggunakan *name tag*
- g) Kuku bersih dan terpelihara
- h) Sepatu formal (fantofel) dengan hak minimal 5 cm dan maksimal 7 cm, berwarna gelap (hitam)
- i) Merias wajah dan tidak terlalu mencolok

2.4 Pengertian *Service Excellence* atau Pelayanan Prima

Service Excellence atau disebut juga dengan pelayanan prima, merupakan hal yang sudah diwajibkan untuk dimiliki bagi semua unit kerja baik perusahaan maupun perbankan. Karena, dengan adanya pelayanan prima yang

baik dapat memberikan keuntungan baik bagi nasabah, *Customer Service* bagi bank. Salah satunya yaitu keuntungan dalam kepercayaan dan kenyamanan bagi nasabah, memberikan kesan profesional bagi *Customer Service*, dan dapat menjaga *image* atau citra yang baik bagi bank.

Fandy Tjiptono berpendapat, bahwa terdapat empat unsur pokok yang menjadi acuan dalam *Service Excellence* atau pelayanan prima, yaitu kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan (Fandy Tjiptono, 2008)

Empat unsur tersebut adalah poin penting ketika akan menghadapi nasabah atau calon nasabah. Sehingga, *Customer Service* dapat bersikap profesional dalam menjalankan kegiatan operasional bank.

2.5 Manfaat *Service Excellence*

Adanya Pelayanan Prima oleh *Customer Service* akan sangat bermanfaat baik bagi Bank, nasabah dan diri sendiri.

- 1) Bagi Bank
 - a) Meningkatkan citra Bank, karena dengan diterapkannya *Service Excellence* membuat kesan yang positif dimata nasabah.
 - b) Meningkatkan keuntungan Bank, karena dengan diterapkan *Service Excellence* akan meningkatkan tingkat kepuasan nasabah.
 - c) Membangun loyalitas nasabah, karena dengan diterapkannya pelayanan prima yang baik dan profesional membuat nasabah menjadi merasa nyaman dan setia terhadap Banknya sehingga, nasabah tidak mudah beralih tempat.

- 2) Bagi nasabah
 - a) Membuat kesan pertama yang baik dimata nasabah.
 - b) Menciptakan suasana yang nyaman karena dapat membangun kerjasama antara *Customer Service* dengan nasabahnya.
- 3) Bagi diri sendiri
 - a) Menjadi pribadi yang lebih baik atau professional.
 - b) Dapat membuat lebih percaya diri.
 - c) Mambangun *image* (citra) yang baik pada diri sendiri.

2.6 Konsep dalam Service Excellence

Dalam konsep *Service Excellence* (pelayanan Prima), disini akan dijelaskan bagaimana konsep dalam melayani nasabah (*Customer*) yang baik dan terlihat professional.

1) Titik tolak dalam kepuasan nasabah

Bagi nasabah, nasabah harus bisa mendapatkan kepuasan atas pelayanan yang diberikan. Nasabah akan melihat bagaimana *Customer Service* dapat melayaninya dengan baik. Berikut adalah hal yang menjadi titik tolak dalam kepuasan nasabah

a) Kenyamanan

Kenyamanan disini sangat berpengaruh. Karena, dengan kenyamanan tersebut nasabah akan merasa lebih rileks saat berkomunikasi. Dan tidak timbul kesan canggung dalam komunikasi.

b) Keramahan

Dalam keramahan, akan menjadi titik tolak dalam kepuasan nasabah. Karena, dengan sikap ramah seorang *Customer Service* dapat membuat kerjasama yang baik antara nasabah dengan *Customer Service*.

c) Kecepatan

Nasabah akan melihat apakah kinerja seorang *Customer Service* tersebut terlihat lambat atau cepat. Nasabah cenderung menginginkan pelayanan yang cepat karena tidak akan memakan waktu yang lama. Terutama bagi nasabah yang terlihat tidak memiliki banyak waktu dan sangat sibuk dengan pekerjaannya.

d) Ketepatan

Nasabah juga menginginkan hasil ketepatan yang yang baik. Karena dengan ketepatan tersebut nasabah tidak akan terlihat ragu dalam melakukan kerjasama.

(Ikatan Bankir Indonesia, 2014: 77)

2) Hal – Hal yang Perlu Diketahui oleh *Customer Service*

Sebagai ada beberapa hal yang harus diperhatikan, agar terlihat professional yaitu sebagai berikut :

1. *Knowledge* (Pengetahuan)

Knowlegde (Pengetahuan) seorang *Customer Service* adalah hal utama yang sangat penting diperhatikan. Karena, *Customer Service* akan terlihat sangat professional dengan mengetahui berbagai pengetahuan yang nantinya akan dijelaskan kepada nasabah. Terutama jika *Customer Service*

akan menawarkan produk – produk dan jasa (*Cross Selling*) kepada nasabah. Hal – hal yang termasuk dalam *knowledge*, yaitu:

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

2. Skill (Kemampuan)

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

3. Attitude (Sikap)

Attitude merupakan sikap atau perilaku seseorang dalam berinteraksi dengan orang. Dalam *Customer Service attitude* sangat diperlukan bagi Bank. Karena dengan *attitude* nasabah dapat melihat bagaimana sikap

Customer Service dalam melayani nasabahnya. Ada beberapa contoh *attitude* (sikap) yang perlu diperhatikan :

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

2.7 Etika yang Terkait dalam *Service Excellence*

2.7.1 Etika ketika berbicara

- a) Dengarkan nasabah berbicara terlebih dahulu
- b) Simaklah apa yang dibicarakan oleh nasabah
- c) Jangan pernah memotong atau menyela pembicaraan nasabah
- d) Menanggapi dengan cara yang baik dan ramah
- e) Selalu tersenyum, jangan pernah menampilkan wajah yang terlihat murung, cemberut atau cuek
- f) Berbicara menggunakan bahasa formal
- g) Ketika berbicara tatap mata lawan pembicara
- h) Jangan pernah melayani nasabah dengan mengobrol atau bercanda

2.7.2 Etika ketika menerima nasabah

- a) Berdiri untuk menyambut nasabah
- b) Ucapkan salam, sapa dan senyum (selamat pagi/siang bu). Jika mengetahui namanya lebih baik disebutkan nama nasabah
- c) Mempersilakan nasabah untuk duduk terlebih dahulu

- d) Memperkenalkan diri terlebih dahulu sebelum memulai pembicaraan
- e) tanyakan apakah yang diperlukan oleh nasabah (permisi bu/pak ada yang bisa kami bantu?)
- f) jika sudah selesai berbicara dengan nasabah, tanyakan lagi (ada yang bisa saya bantu lagi bu/pak?). jika sudah tidak ada pembicaraan anda bisa mengakhiri dengan ucapan terima kasih dengan baik dan tidak lupa salam kembali.

2.8 Mengatasi *Handling Complain* bagi *Customer Service*

Dalam melayani nasabah, *Customer Service* tidak hanya melakukan pelayanan dalam hal pembukaan atau penutupan rekening maupun *cross selling* saja, melainkan juga menangani keluhan – keluhan nasabahnya. Keluhan yang diajukan nasabah akan selalu berhubungan dengan bank. Beberapa keluhan yang biasa diajukan yaitu keluhan berupa *financial* atau terkait dengan produk dan jasa – jasa bank.

Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia (PBI) No.7/7/PBI/2005 tentang ‘Penyelesaian Pengaduan Nasabah’ dan PBI No.10/10/PBI/2008 tentang ‘Perubahan Atas Peraturan Bank Indonesia No.7/7/PBI/2005, yaitu :

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

Sehingga, agar pelaksanaan ketika melayani nasabah yang sedang mengajukan pengaduan keluhan dapat berjalan dengan baik, Bank wajib untuk menetapkan kebijakan dan prosedur terkait dengan penerimaan pengaduan, penanganan pengaduan, penyelesaian pengaduan, serta pemantauan penanganan dan

penyelesaian pengaduan. Setiap pengaduan yang diajukan nasabah wajib di catat sehingga dapat digunakan sebagai bukti atas pengaduan.

Menurut Ikatan Bankir Indonesia, bahwa Bukti yang harus dicatat dalam pengaduan nasabah, yaitu :

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

(Ikatan Bankir Indonesia, 2014 :137)

Dalam penanganan pengaduan nasabah yang sudah diatur oleh PBI, secara garis besar ada beberapa tahapan dalam menghadapi proses pengaduan nasabah, berdasarkan Ikatan Bankir Indonesia yaitu :

1. Nasabah menyampaikan pengaduan kepada Bank. Pengaduan dapat disampaikan dengan datang ke Bank atau melalui *Call Center* Bank
2. *Customer Service* atau *Call Center*, akan menerima pengaduan nasabah, kemudian melakukan pencatatan pengaduan nasabah tersebut dan mengidentifikasi apakah pengaduan tersebut berupa pernyataan atau sebuah pertanyaan
3. Petugas Bank kemudian akan mendaftarkan pengaduan tersebut ke dalam sistem pengaduan (*Complain Management System*) di Bank untuk dikirimkan ke departemen.

4. Selanjutnya pada bagian departemen *Resolving Party*, akan dilakukan investigasi untuk dapat menyelesaikan pengaduan tersebut. Lamanya investasi tergantung dari jenis pengaduan yang diterima dan perkiraan kerja yang dibutuhkan (*Service Level Agreement/SLA*).
5. Setiap SLA yang dilalui harus melalui tingkatan pemberitahuan kepada tiap tingkatan manajemen di departemen yang bersangkutan. Tujuannya untuk memberikan informasi terkait pengaduan nasabah tersebut.
6. Setelah dilakukan investigasi dan menemukan jalan keluar. *Resolving Party* akan menghubungi *Logger* untuk memberitahukan bahwa pengaduan nasabah telah ditindaklanjuti dan menghubungi nasabah untuk memberitahukan bahwa pengaduannya telah selesai diinvestigasi dan telah menemukan jalan keluarnya.

2.9 Training Communication bagi Customer Service

Training communication adalah kunci untuk kesuksesan dalam pelayanan. *Training communication* atau pelatihan komunikasi merupakan suatu teknik yang harus dijalani oleh banyak pekerja agar pekerja dapat melayani dengan baik. Oleh karena itu, dibutuhkan adanya *training communication* disetiap perusahaan baik swasta maupun non swasta bahkan perbankan juga wajib diadakan kegiatan *training communication*, karena untuk dapat menarik nasabah atau calon nasabah dibutuhkan *skill* yang profesional bagi unit pekerja.

2.9.1 Manfaat dari adanya *training communication* adalah :

- a) Membangun keterampilan teknik dalam berkomunikasi yang efektif
- b) Membantu dalam mengontrol emosi. Sehingga kita bisa mengontrol emosi yang baik agar komunikasi dapat efektif
- c) Memahami etika yang ada dalam komunikasi baik baik

2.9.2 Kegiatan yang dilakukan dalam *training communication*

- a) Presentasi
- b) Diskusi
- c) Roleplay
- d) Game

2.9.3 Materi yang ada dalam *training communication*

- a) Materi tentang etika dan sikap dalam pelayanan yang baik
- b) Teknik komunikasi yang efektif
- c) Konsep pelayanan prima (*Service Excellence*)

2.9.4 Hal yang biasanya dilakukan dalam *Training Communication*

- a) Presentasi
- b) Diskusi
- c) *Roleplay*
- d) *Game*

(www.trainingcenter.co.id)

2.10 Training Peralatan bagi Customer Service

Training peralatan ini biasanya dilakukan tentang bagaimana cara mengoperasikan peralatan yang mendukung untuk sumber daya manusia dalam bekerja. Contohnya jika dalam perbankan, pasti diajarkan bagaimana cara mengoperasikan komputer serta aplikasi atau software yang berkaitan dengan pekerjaannya seperti cara menghitung bunga, menginput data nasabah, menginput data keuangan, cara menggunakan alat-alat perbankan seperti pin Pad, *cash box*, *passbook* printer, ban uang, *tellstruk*, lampu ultra violet, mesin penghitung uang, mesin deteksi kertas asing, dan lain-lain. Begitu juga dengan perusahaan, para karyawan juga diajarkan bagaimana mengoperasikan komputer yang mendukung pekerjaannya.

2.11 Sertifikasi

Semakin majunya perkembangan zaman, semakin ketat pula untuk bisa bekerja dalam perusahaan. Terutama perbankan, untuk dapat lolos seleksi karyawan dalam divisi yang sangat penting, karyawan dituntut untuk memiliki sertifikasi yang berkaitan dengan perbankan. Sertifikasi yang ada dalam dunia perbankan seperti : sertifikasi *customer service*, sertifikasi manajemen resiko, dan sertifikasi lainnya.

Masuknya MEA dalam perkembangan kita, malahan akan semakin membuat peluang bekerja semakin luas. Namun, masih banyak sumber daya manusia terutama SDM lokal masih memiliki pengetahuan yang kecil. Oleh

karena itu, untuk dapat bersaing lebih unggul lagi, terutama jika ingin memasuki dunia perbankan dibutuhkan adanya sertifikasi profesi perbankan. Alhasil dapat diperoleh hasil yang maksimal baik dalam *knowledge*, *skill* dan *attitude*.

Memiliki sertifikasi baik dalam divisi *Teller* maupun *Customer Service* akan sangat berguna ketika akan melamar pekerjaan dalam perbankan, karena akan memiliki poin tambahan dalam divisi yang akan dikerjakan.

(LPPI Sertifikasi Keahlian Perbankan, 2017)

2.12 Kursus Bahasa Inggris atau TOEFL

Kursus bahasa inggris atau *TOEFL* merupakan salah satu tolak ukur yang sebagian perusahaan maupun perbankan lihat kemampuannya. Karena semakin majunya dunia bisnis ditambah dengan adanya MEA, kini tidak hanya pekerja dari lokal aja yang melamar, melainkan orang luar negeri juga dapat bekerja di negeri orang. Sehingga untuk dapat bersaing dengan orang luar negeri, kita dipacu untuk bisa berbahasa inggris walaupun penggunaan bahasa inggrisnya masih pasif. Namun, jika bagi *Customer Service* atau *Teller* yang merupakan frontliner Bank dan langsung berhadapan dengan nasabahnya, Bank akan menuntut karyawannya untuk dapat berbahasa Inggris dengan aktif.