

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Dasar Perbankan

Menurut Jopie Jusuf pengertian Bank, dinyatakan bahwa:

Bank merupakan suatu badan usaha yang melaksanakan berbagai macam jasa. Diantaranya memberi pinjaman, memberi pelayanan prima, penyimpanan uang dan barang tertentu. Atau sebagai lembaga perantara antar pihak kelebihan dana dengan kekurangan dana.

Adapun menurut B.N. Ajuha, menyatakan bahwa:

Pengertian Bank adalah suatu tempat untuk menyalurkan modal atau investasi dari mereka yang tidak dapat menggunakan modal tersebut secara menguntungkan kepada mereka yang dapat membuat modal tersebut lebih produktif untuk keuntungan masyarakat.

Sedangkan menurut UU No.7 Tahun 1992, menyatakan bahwa:

Pengertian Bank adalah suatu badan usaha yang menghimpun dananya dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk bentuk lainnya guna meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Dengan demikian, dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa Bank adalah suatu tempat menghimpun dana untuk melaksanakan berbagai macam jasa, menyalurkan modal atau investasi sesuai kebutuhan masyarakat yang mereka tidak bisa mengembangkan modalnya tersebut lebih produktif dan menguntungkan.

2.2 Fungsi dan Tujuan Bank

2.2.1 Fungsi Bank Syariah

Menurut pasal 3 Undang-Undang No. 7 Tahun 1992, fungsi utama Perbankan Indonesia adalah “sebagai penghimpun dan sebagai penyalur dana

masyarakat”. Menurut pasal 4 Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 Perbankan Indonesia “bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas ekonomi ke arah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak”.

Dalam Undang-Undang Nomor 21 tahun 2008 pasal 4 tentang Perbankan Syariah, dijelaskan fungsi Bank Syariah yaitu sebagai berikut:

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

Menurut Wiroso (2009, 82-87) fungsi Bank Syariah dibagi ke dalam empat fungsi utama, antara lain:

1. Fungsi manajer investasi

Bank Sayariah merupakan manajer investasi dari pemilik dana (shahibulmaal) dari dana yang dihimpun dengan prinsip mudharabah, karena besar kecilnya imbalan (bagi hasil) yang

diterima oleh pemilik dana, sangat tergantung pada hasil usaha yang diperoleh (dihasilkan) oleh Bank Syariah dalam mengelola.

2. Fungsi Investor

Dalam penyaluran dana, baik dalam prinsip bagi hasil atau prinsip jual-beli, Bank Syariah berfungsi sebagai investor (sebagai pemilik dana). Oleh karena itu sebagai pemilik dana maka dalam menanamkan dana dilakukan dengan prinsip-prinsip yang telah ditetapkan dan tidak melanggar syariah, ditanamkan pada sektor-sektor produktif dan memiliki resiko yang minim.

3. Fungsi Jasa Perbankan

Dalam operasionalnya, Bank Syariah juga memiliki fungsi jasa perbankan, berupa layanan kliring, transfer, inkaso, pembayaran gaji dan lainnya yang tidak melanggar prinsip syariah.

4. Fungsi Sosial

Dalam konsep perbankan syariah mewajibkan Bank Syariah memberikan layanan social melalui dana qard, zakat, dan dana sumbangan lainnya yang sesuai dengan prinsip syariah. Konsep perbankan syariah juga mengharuskan bank-bank syariah untuk memainkan dan memberikan kontribusi bagi perlindungan dan pengembangan lingkungan. Fungsi ini juga merupakan yang membedakan Bank Syariah dengan Bank Konvensional, dalam Bank Syariah fungsi social tidak dapat dipisahkan dari fungsi-fungsi lainnya dan merupakan identitas khas Bank Syariah. Bahkan dalam

Kerangka Dasar Penyusunan dan Penyajian laporan Keuangan Syariah (KDPPLKS) yang dikeluarkan IAI, bahwa salah satu unsur laporan keuangan yang mencerminkan kegiatan syariah, berupa Laporan dan Penggunaan Dana Zakat, Laporan Sumber dan Penggunaan Dana Kebijakan.

Sedangkan fungsi Bank secara luas yaitu sebagai alat pemerintah untuk menjaga kestabilan ekonomi moneter dan keuangan. Fungsi Bank secara sempit yaitu sebagai alat penarik uang kartal dan uang giral dari masyarakat dan menyalurkannya ke masyarakat.

2.2.2 Tujuan Bank Syariah

Tujuan Bank Syariah yaitu untuk menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat. Bank Syariah juga memiliki tujuan atau berorientasi tidak hanya pada profit saja melainkan juga didasarkan pada *falah* (*falah oriented*). Pada Bank Konvensional orientasi perbankan hanya pada profit saja (*falah oriented*). Sedangkan tujuan Bank Konvensional yaitu menurut UU No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan (bab II pasal 4) tujuan perbankan adalah untuk menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi dan hidup rakyat banyak.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Fungsi dan Tujuan Bank yaitu keterkaitan antara fungsi dengan tujuan yang untuk meningkatkan pelaksanaan pembangunan nasional meliputi menghimpun dana, pertumbuhan

ekonomi, kestabilan ekonomi moneter dan keuangan di Indonesia kearah peningkatan kesejahteraan rakyat.

2.3 Definisi Customer Service

Menurut Kasmir dalam bukunya Etika Customer Service (2004 : 201), memberikan pengertian *Customer Service* secara umum adalah “setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah, melalui pelayanan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.

Jadi, *Customer Service* merupakan salah satu bagian dari unit organisasi yang berada digaris depan (*Front Office*), yang berfungsi sebagai jembatan hubungan antara pihak Bank dengan nasabah, sumber informasi dan perantara bagi Bank dengan nasabah yang ingin menikmati dan mengkonsumsi produk dan jasa yang ditawarkan oleh Bank.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *Customer Service* adalah perantara antara pihak Bank dengan nasabah yang memberikan berbagai sumber informasi untuk kepuasan nasabah serta berorientasi kepada keinginan dan kebutuhan nasabah.

2.4 Persyaratan Menjadi Customer Service

Menurut Yuniasih Warjui (2016) mendefinisikan mengenai persyaratan untuk menjadi seorang *Customer Service* yaitu sebagai berikut :

1. Persyaratan Fisik
Seorang *Customer Service* harus memiliki ciri-ciri fisik yang menarik seperti tinggi yang ideal dengan berat badan.
2. Persyaratan Mental
Customer Service harus memiliki perilaku yang baik seperti : sabar, ramah dan murah senyum.

3. Persyaratan Kepribadian
Syarat lain, *Customer Service* harus memiliki kepribadian yang baik seperti murah senyum, sopan, lemah lembut, simpatik, lincah, enerjik, menyenangkan, berjiwa bisnis, memiliki rasa humor, dan ingin maju.
4. Persyaratan Sosial
Customer Service harus memiliki jiwa sosial yang tinggi, bijaksana, memiliki budi pekerti luhur, pandai bergaul, pandai bicara, dan fleksibel. *Customer Service* juga harus cepat menyesuaikan diri dan mudah bekerjasama dengan berbagai pihak.
5. Syarat Pendidikan
Biasanya di tiap institusi memiliki standar masing-masing dalam menentukan kriteria calon kandidat *Customer Service*nya. Tetapi lazimnya adalah berpendidikan sekurang-kurangnya D3 (Diploma 3) atau S1 (Sarjana). Selain itu *Customer Service* juga harus menguasai bahasa asing.
6. Syarat Tambahan
Mampu memahami materi dengan baik yang nantinya akan berkaitan dengan Product Knowledge institusi tersebut.
7. Syarat Nilai
Nilai disini bukanlah nilai secara akademis, tetapi lebih kepada attitude seseorang yang siap melayani nasabah dengan segenap kelebihan yang ia miliki.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ada beberapa hal persyaratan untuk menjadi seorang *Customer Service*, yang harus diperhatikan mulai dari persyaratan fisik, mental, kepribadian, social, pendidikan, syarat tambahan yaitu mampu memahami semua materi dengan baik yang berkaitan dengan produk jasa bank, dan terakhir syarat nilai bukan hanya berupa nilai akademis namun juga dilihat dari attitudenya yang siap melayani nasabah.

2.5 Peranan Customer Service

Menurut Kasmir (2004 : 98) mendefinisikan peranan *Customer Service* sebagai berikut :

1. Bertanggung jawab terhadap kelancaran dan layanan bank.
2. Melakukan investigasi terhadap keluhan masalah yang sesuai dengan standar penanganan keluhan.
3. Menjamin kelancaran dan pemahaman arus informasi yang tepat guna bagi nasabah, khususnya mengenai semua jenis produk dan jasa bank dalam hal ini customer service menjawab pertanyaan nasabah mengenai pelayanan

jasa perbankan serta menampung keluhan nasabah tentang layanan jasa perbankan.

4. Menjamin kelancaran dan keramah-tamahan pelayanan jasa bank terhadap nasabah baik itu kredit maupun tabungan.

Sehingga, peranan dari seorang *Customer Service* adalah menangani semua keluhan dan masalah nasabah, sesuai keinginan dan kebutuhan nasabah, serta bertanggung jawab terhadap kelancaran dan layanan Bank.

2.6 Fungsi dan Tugas *Customer Service*

Fungsi dan tugas yang harus dilaksanakan dalam arti dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya dan bertanggung jawab dari awal sampai sesuatu pelayanan. Fungsi dan tugas *Customer Service* yang harus benar-benar dipahami sehingga seorang *Customer Service* dapat menjalankan tugasnya secara prima.

Menurut Kasmir (2004 : 203), fungsi dan tugas *Customer Service* sebagai berikut:

1. Sebagai *Receptionist*

Receptionist artinya *customer service* sebagai penerima tamu/nasabah yang datang dengan ramah tamah, tenang simpatik, menarik dan menyenangkan. Dalam hal ini *customer service* harus bersikap memberi perhatian, berbicara dengan suara yang lembut dan jelas dengan bahasa yang mudah dimengerti. Selama melayani pelanggan *customer service* tidak diperkenankan merokok, makan dan minum.

2. Sebagai *Deskman*

Deskman artinya *customer service* sebagai orang yang melayani berbagai macam aplikasi yang diajukan nasabah atau calon nasabah. Untuk memberikan informasi mengenai produk-produk bank, menjelaskan manfaat dan ciri-ciri bank. Kemudian menjawab pertanyaan nasabah mengenai produk bank serta membantu pelanggan untuk mengisi formulir aplikasi.

3. Sebagai *Salesman*

Saleman artinya *customer service* sebagai orang yang menjual produk perbankan sekaligus mengadakan pendekatan dan mencari nasabah baru serta berusaha mempertahankan nasabah lama. Juga berusaha mengatasi setiap permasalahan yang dihadapi nasabah termasuk keberatan atau keluhan nasabah.

4. Sebagai *Customer Service Relation Officer*

Customer service artinya sebagai orang yang dapat membina hubungan baik dengan seluruh pelanggan.

5. Sebagai Komunikator

Komunikator *customer service* sebagai orang yang menghubungi pelanggan dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungannya antara perusahaan dengan pelanggan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa fungsi dan tugas dari seorang Customer Service adalah menjalin hubungan baik dengan seluruh nasabah dan membantu mengatasi masalah, serta menjadi komunikator pemberi informasi tentang segala hal produk jasa bank yang mudah dipahami dengan cara ramah tamah, menarik, simpatik dan menyenangkan bagi nasabah.

2.7 Wewenang Customer Service

Sehubungan dengan wewenang Customer Service yaitu perihal penolakan permintaan pembukaan rekening bilamana tidak memenuhi persyaratan atau prosedur yang telah ditetapkan oleh Bank, maka dalam hal ini telah dikeluarkan peraturan dari Bank Indonesia, yaitu Peraturan Bank Indonesia No. 3/10/PBI/2001 tanggal 18 Juni 2001 tentang penerapan prinsip mengenal nasabah (Know Your Customer Principles). Dimana peraturan yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia dimaksudkan untuk memperkecil risiko yang dihadapi Bank terutama dari sisi keuangan bank yaitu sisi aktiva maupun passiva. Adapun wewenang tersebut antara lain:

1. Menyaksikan nasabah mengisi dan menandatangani formulir, aplikasi, perjanjian-perjanjian.
2. Melakukan penolakan permintaan pembukaan rekening bilamana 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 intern bank.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa wewenang *customer service* adalah yang berhubungan dengan tugas dan fungsi *customer service* untuk menyelesaikan setiap pekerjaan dari awal pembukaan sampai akhir penutupan rekening dengan teliti atas permintaan nasabah.

2.8 Tanggung Jawab Customer Service

Menurut Ikatan Bankir Indonesia, dalam bukunya yang berjudul Mengelola Kualitas Layanan Perbankan (2014 : 69) tanggung jawab seorang *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 User-ID, password, anak kunci cash box dan laci.
6. Pelaksanaan tugas yang diberikan oleh atasan, berkaitan dengan kelancaran jalannya operasional cabang.
7. Kepatuhan terhadap peraturan perusahaan.

Jadi, dari beberapa hal diatas dapat disimpulkan bahwa Tanggung Jawab *Customer Service* adalah menangani semua yang berkaitan dengan nasabah, menjaga rahasia bank dengan nasabah, menjaga kebersihan dan kerapian ruang kerja, mengamankan semua alat-alat identitas *Customer Service*, serta melaksanakan semua tugas yang diberikan oleh Bank untuk kelancaran jalannya bank serta kepatuhan terhadap peraturan perusahaan.

2.9 Definisi Pelayanan

Menurut Ikatan Bankir Indonesia, dalam bukunya yang berjudul Mengelola Kualitas Layanan Perbankan (2014 : 75) mendefinisikan Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau nasabah yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Sejalan dengan pengertian tersebut, dapat dijabarkan karakteristik dari suatu pelayanan sebagai berikut:

1. Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
2. Pelayanan pada kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang bersifat tindakan social.
3. Kegiatan produksi dan konsumsi dalam pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya terjadi dalam waktu dan tempat bersamaan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Pelayanan adalah berbagai usaha apa saja yang dilakukan untuk menjunjung tinggi kepuasan pelanggan.

2.10 Pengertian Budaya Layanan Prima

Menurut Ikatan Bankir Indonesia, mendefinisikan bahwa Layanan Prima atau layanan unggulan adalah pihak bank memberikan layanan yang istimewa atau yang maksimal kepada nasabah, dan kesiapan dalam memecahkan suatu permasalahan secara profesional. Sedangkan Budaya layanan prima pun muncul sebagai pedoman dalam pelaksanaan layanan prima yang bertujuan untuk menyenangkan dan memuaskan nasabah (Ikatan Bankir Indonesia, 2014 : 76), yaitu :

1. Kecepatan
Kecepatan adalah kemampuan untuk membantu nasabah dalam mengatasi masalahnya dengan cepat dan tidak memakan waktu lama, hal ini akan memberikan kesan sikap positif bagi nasabah.
2. Keramahan

Keramahan merupakan sikap positif bagi bank yang harus dimiliki dan kunci utama keberhasilan dalam suatu pelayanan.

3. Ketepatan
Ketepatan adalah menangani keinginan nasabah dengan pelayanan yang cepat dengan disertai ketepatan.
4. Kenyamanan
Kenyamanan yang sangat berpengaruh dalam kinerja karyawan untuk menciptakan nasabah yang loyal dengan suasana nyaman.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Budaya Layanan Prima merupakan layanan prima yang menangani nasabah dengan kecepatan, keramahan, ketepatan dan kenyamanan yang diberikan oleh Bank.

2.11 Faktor Budaya Layanan Prima

Menurut Ikatan Bankir Indonesia, dalam bukunya yang berjudul Mengelola Kualitas Layanan Perbankan (2014 : 78) mendefinisikan bahwa Budaya pelayanan prima adalah “cara bagaimana menyelaraskan faktor-faktor yang berkaitan dengan budaya pelayanan prima. Adapun faktor-faktor yang terkait budaya layanan prima”, yaitu :

1. Kemampuan (*Ability*)
Kemampuan adalah pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk menunjang layanan prima dalam bidang kerja untuk melaksanakan komunikasi yang efektif.
2. Sikap (*Attitude*)
Sikap merupakan perilaku positif yang diberikan kepada nasabah yang menunjang untuk menghadapi pelanggan yang bermacam-macam sifat sesuai kemauan nasabah.
3. Penampilan (*Appearance*)
Penampilan adalah kreatifitas seseorang baik bersifat fisik maupun non fisik yang sangat menunjang untuk memberikan rasa kepercayaan agar menarik pelanggan.
4. Perhatian (*Attention*)
Perhatian adalah rasa kepedulian penuh terhadap pelanggan baik perhatian kebutuhan maupun saran dan kritikan seorang nasabah.
5. Tindakan (*Action*)
Tindakan merupakan kecepatan dalam menangani masalah dengan nyata yang harus dilakukan dan memberikan pelayanan kepada pelanggan.

6. Tanggung jawab (*Accountability*)

Tanggung jawab yaitu, suatu sikap yang berpihak kepada pelanggan sebagai wujud kepedulian dan meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan.

Sehingga, dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa pelayanan prima yang diberikan *Customer Service* kepada nasabah harus mencakup pada keenam faktor tersebut yaitu kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan tanggung jawab.

2.12 Manfaat Pelayanan Prima

Menurut Ikatan Bankir Indonesia, dalam bukunya yang berjudul Mengelola Kualitas Layanan Perbankan (2014 : 79), manfaat yang dapat diperoleh sebuah perusahaan atau institusi perbankan dengan melaksanakan budaya pelayanan prima bagi nasabah, yaitu:

1. Meningkatkan citra perusahaan
2. Promosi bagi bank
3. Menciptakan kesan pertama yang baik
4. Meningkatkan daya saing
5. Meningkatkan Loyalitas nasabah

Sehingga, dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa Manfaat Pelayanan Prima kepada nasabah harus mencakup kelima tersebut, yaitu meningkatkan citra perusahaan, promosi bagi bank, menciptakan kesan pertama yang baik, meningkatkan daya saing, dan meningkatkan loyalitas nasabah.

2.13 Etika, Etiket Dan Sikap *Customer Service*

Menurut Tjipto (2008 : 56) etika dasar *Customer Service* dalam melayani nasabah, sebagai berikut :

- a. Mengetahui Nasabah
Supaya *Customer Service* dapat memberikan pelayanan prima, maka harus mengenal karakteristik nasabah dengan baik. Karakteristik yang berbeda-beda menanganinya juga berbeda.
- b. Mengetahui Kemauan Nasabah
Sebagai *Customer Service* Bank harus memahami apa saja kemauan nasabah. *Customer Service* harus yakin berprinsip bahwa calon nasabah semuanya loyal, tunjukkan pada nasabah bahwa Bank tersebut adalah Bank yang dapat memenuhi keinginannya sehingga tidak berpaling pada Bank lain.
- c. Menginformasikan Produk-produk Bank
- d. Tidak Memaksakan Kehendak
- e. Melayani sampai Tuntas
- f. Menjamin Rahasia Nasabah
- g. Melayani Dengan Ceria dan Senyum
- h. Tidak Berprasangka Negatif
- i. Mendengarkan Keluhan Nasabah
- j. Mengucapkan Terima Kasih

Sehingga dari pernyataan diatas, dapat disimpulkan bahwa etika, etiket dan sikap *Customer Service* sangatlah berpengaruh terhadap kenyamanan pelanggan karena *Customer Service* harus mencakup pernyataan diatas yaitu etika dasar yang meliputi mengenal nasabah, mengetahui kemauan nasabah, menginformasikan produk-produk bank, tidak memaksakan kehendak, melayani sampai tuntas, menjamin rahasia nasabah, melayani dengan ceria dan senyum, dan tidak berprasangka buruk.