

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian *Customer Service*

Menurut Waworuntu.(1997). Kata *customer service* berasal dari dua kata yaitu “*customer*” yang berarti pelanggan dan “*service*” yang mengandung arti pelayanan. Istilah *customer service* yang diterjemahkan dalam Bahasa Indonesia mengandung arti melayani nasabah, dimana untuk bidang bisnis secara umum diartikan sebagai pelayanan pelanggan. *Customer Service* merupakan salah satu bagian dari unit organisasi yang berada di *front office* berfungsi sebagai sumber informasi serta perantara bagi pihak bank dan nasabah yang ingin mendapatkan jasa pelayanan maupun produk bank. Sesuai dengan fungsinya *customer service* diharapkan dapat melakukan “*One Stop Service*”, dalam artian nasabah cukup menghubungi bagian *customer service* dalam berhubungan dengan bank.

Tahap selanjutnya *customer service* akan menjelaskan serta berusaha menangani kebutuhan dari nasabah tersebut dengan cara menghubungi bagian terkait. Maka, hal tersebut akan meningkatkan kepuasan nasabah karena merasa kepentingannya dilaksanakan dengan rasa penuh tanggung jawab dan tidak perlu berhubungan dengan banyak orang untuk memenuhi kebutuhannya.

Menurut Kasmir. (2011:68). *Etika Customer Service, customer service* adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kegiatan dan kebutuhan kepada nasabah melalui pelayanan yang dapat memenuhi kegiatan dan kebutuhan nasabah. *Customer service* memegang peranan sangat penting dalam perusahaan maupun bank. Oleh karena itu tugas *customer service* merupakan tulang punggung kegiatan operasional dunia perbankan.

Seorang *customer service* juga diharapkan dapat memberikan pelayanan yang cepat, akurat, baik dan ramah terhadap nasabah. Pelayanan baik, memuaskan dan maksimal yang diberikan oleh *customer service* memang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah bank yang bersangkutan. Seorang *customer service* yang baik, tidak hanya dilihat dari segi fisik, namun juga dilihat dari segi nonfisik seperti kemampuan dan etika .

2.2 ,Tugas dan Tanggung Jawab Customer Service

2.2.1 Tugas Customer Service

Menurut Ikatan Bankir Indonesia. (2014). Seorang *customer service* yang berada di garis depan bank (*front office*) juga memiliki tugas seperti melayani nasabah sesuai pedoman atau ketentuan bank serta tugas tersebut harus dilaksanakan secara sungguh-sungguh mengingat pentingnya seorang *customer service* bagi bank. Tugas seorang *customer service* yaitu :

1. Pembukaan, pemeliharaan, dan penutupan rekening
 - a. Menerima permohonan pembukaan atau pengkinian data nasabah, penutupan rekening, serta pemberian dan 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 diserahterimakan dengan nasabah.
2. Pelayanan Informasi
 - a. Memberikan penjelasan atau informasi kepada nasabah mengenai produk dan jasa bank, cara mengisi formulir-formulir transaksi bank, kurs transaksi, tingkat bunga yang berlaku hari ini, serta biaya administrasi.
 - b. “Cross Selling” produk dan jasa bank.
3. Pelayanan Keluhan

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

4. Pelayanan Administrasi
 - a. Mengarahkan nasabah ke tempat yang sesuai dengan tujuan.
 - b. Melayani nasabah untuk pertanyaan saldo dan mutasi rekening, pengambilan rekening koran, nota kredit, nota debet, buku cek/bilyet giro, deposito, counter cek, warkat tolakan kliring, surat penolakan, dan tolakan inkaso.
 - c. Melakukan pencetakan buku tabungan.
 - d. Memproses permohonan dan pencabutan status blokir, stop bayar, buku hilang.
5. Pekerjaan Administratif
 - 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
 - a. Menggali kebutuhan nasabah atau calon nasabah.
 - b. Memberikan informasi mengenai alternatif atau layanan terkait kebutuhan nasabah maupun calon nasabah melalui pemberian informasi yang jelas dan tepat sesuai kebutuhan nasabah, pemberian solusi produk atau layanan bank yang sesuai dengan kebutuhan 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 atau layanan sesuai dengan kebutuhan nasabah, sesuai dengan *service level* yang ada janji kepada nasabah.
- f. Meneruskan dan memastikan proses permintaan produk atau layanan nasabah ke unit terkait sesuai dengan *service level* yang ada atau janji kepada nasabah.
- g. Melayani permintaan atau keluhan nasabah dan aktif menginformasikan nasabah serta unit lain mengenai *update* status dan solusi.
- h. Mencarikan alternatif solusi atau melakukan eskalasi atas masalah tersebut ditindaklanjuti sampai tuntas.
- i. Membuat referensi dan konfirmasi saldo berdasarkan permohonan dari nasabah.

2.2.2 Tanggung Jawab *Customer Service*

Ikatan Bankir Indonesia. (2014). Dalam menjalankan tugas seorang petugas *customer service* bertanggung jawab secara penuh untuk melayani nasabah sehingga nasabah merasakan kepuasan terhadap hasil kerja dari

petugas selain merasa nyaman dalam berhubungan dengan pihak bank Adapun tanggung jawab *customer service*, yaitu :

1. Pengenalan nasabah

Di Indonesia, prinsip mengenal nasabah pertama kali diatur dalam Peraturan Bank Indonesia (PBI) No. 3/10/PBI/2001 tentang Penerapan Prinsip Mengenal Nasabah (Know Your Customer Principles) sebagaimana terakhir diubah dengan PBI No.5/21/PBI/2003. Yang dimaksud dengan Prinsip Mengenal Nasabah dalam PBI ini adalah “prinsip yang diterapkan bank untuk mengetahui identitas nasabah, memantau kegiatan transaksi nasabah termasuk pelaporan transaksi yang mencurigakan.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat dipahami bahwa penerapan prinsip mengenal nasabah (*know your customer principle*) sangat penting dalam industri perbankan guna menjaga stabilitas kesehatan bank. Seiring dengan perkembangan teknologi dan informasi, semakin kompleksnya produk dan aktivitas perbankan, maka risiko yang dihadapi oleh bank juga akan semakin meningkat. Peningkatan risiko ini mesti diimbangi dengan peningkatan kualitas manajemen risiko.

2. Pelayanan nasabah

Setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kegiatan dan kebutuhan kepada nasabah melalui pelayanan yang dapat memenuhi kegiatan dan kebutuhan nasabah.

3. Kerahasiaan bank dan nasabah

Bank diwajibkan untuk menjaga kerahasiaan profil nasabah serta jumlah tabungan yang telah disimpan serta bank memerlukan kepercayaan dari nasabah yang akan menyimpan uang di bank dan nasabah hanya perlu mempercayakan dananya untuk dikelola oleh bank.

4. Kebersihan dan kerapian ruang kerja

Kebersihan serta kerapian sangat dibutuhkan agar para pekerja dapat berkonsentrasi, tenang dan nyaman sehingga dapat menyelesaikan setiap tugas dengan baik tanpa adanya hambatan. Contoh hambatan itu seperti sampah yang tidak terpakai ada diatas meja kerja yang dapat mengganggu kenyamanan para pekerja.

5. Keamanan alat-alat identitas customer service

Keamanan alat-alat identitas customer service seperti *user-id*, *password*, anak kunci *cash box* dan laci.

6. Pelaksanaan tugas

Pelaksanaan tugas yang diberikan oleh atasan berkaitan dengan kelancaran jalannya operasional cabang.

7. Kepatuhan terhadap peraturan perusahaan

2.3 Fungsi dan Wewenang *Customer Service*

2.3.1 Fungsi *Customer Service*

Menurut Ikatan Bankir Indonesia. (2014). *Customer service* memiliki fungsi untuk memberikan jasa layanan kepada nasabah dalam hal memberikan informasi, menampung keluhan nasabah serta membantu nasabah untuk menyelesaikan masalah yang timbul. Berdasarkan fungsi tersebut diatas fungsi seorang *customer service* dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. *Front Line 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 telah diberikan oleh suatu bank.

2. *Liasson Officer*

Customer service menjadi perantara antar bank dengan nasabah. Orang pertama yang dihubungi oleh nasabah sewaktu datang ke bank adalah

petugas *customer service* baik untuk meminta informasi maupun melaksanakan transaksi.

3. *Pusat Information*

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. *Sales (penjual)*

Customer Service dapat berfungsi sebagai penjual produk, dengan menjual berbagai 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 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. *Maintance customer* (pembinaan nasabah)

Permasalahan pembinaan nasabah baru (solisitasi). Seseorang petugas *customer service* 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 operasioalnya, nasabah tidak puas karena 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 dapat menangani keluhan akan tetapi juga diharapkan dapat memecahkan masalah dengan baik sebagai “*troubleshooter*”.

2.3.2 *Wewenang Customer Service*

Sehubungan dengan tugas dan fungsi dari *customer service*, maka seorang *customer service* pun memiliki wewenang. Wewenang inilah yang merupakan wujud konkrit tugas secara lebih khusus terhadap pekerjaan yang diembannya yaitu menyelesaikan setiap pekerjaan dan tugas sampai tuntas

dengan baik (tidak ada yang tergantung atau pending, tidak ada masalah yang timbul dari pekerjaannya, kecuali memang hal itu terjadi diluar jangkauannya). Adapun wewenang *customer service* menurut *Modul Klasikal Laboratorium Operasional Bank.(2018)*. 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.

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.

2.4 Syarat-Syarat Customer Service

Untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabah customer service harus memiliki syarat-syarat dalam menunjang performance pada saat melakukan pekerjaan melayani nasabah menurut *Modul Klasikal Laboratorium Operasional Bank*. (2018). antara lain :

1. Syarat Fisik

Seorang *customer service* harus memiliki penampilan menarik seperti ukuran tinggi badan yang ideal, berat badan ideal, serta memiliki jiwa yang sehat jasmani maupun rohani.

2. Syarat Mental

Customer service harus memiliki mental yang kuat dalam melayani nasabah serta perilaku yang baik seperti sabar, ramah, murah senyum, harus timbul percaya diri yang tinggi (*self confidence*), tidak minder, punya inisiatif, teliti, cermat, rajin, jujur, serius, hati-hati, dan punya rasa tanggung jawab dalam melayani nasabah sehingga dapat tumbuh rasa percaya diri yang kuat agar terbiasa menguasai keadaan dan pengendalian diri saat menghadapi masalah dalam kondisi apapun.

3. Syarat Kepribadian

Dalam melayani nasabah kesan pertama yang mengesankan (*first impression*) perlu ditonjolkan serta *customer service* harus mampu mengendalikan diri (*self control*), tidak mudah marah, tidak terpancing untuk berbuat dan berkata kasar, ketidaksabaran dan

rasa tidak puas serta mampu mengendalikan untuk berbicara hal-hal yang bersifat negatif. Maka itu *customer service* harus memiliki kepribadian yang mengesankan seperti :

- a. Berpenampilan energik dan gesik.
- b. Memiliki rasa humor dan selalu ingin maju.
- c. Mampu mengendalikan diri seperti tidak mudah marah
- d. Mengendalikan gerakan tubuh yang dapat memancing orang untuk berbuat sesuatu.

4. Syarat Sosial

Customer service harus memiliki jiwa sosial yang tinggi, bijaksana, berbudi pekerti yang halus, pandai bergaul, pandai berbicara dan *fleksibel*. *Customer service* juga harus menyesuaikan diri, mudah bekerja sama, tenang dan tabah. Yang harus diperhatikan oleh *customer service* saat melayani nasabah yaitu :

- a. Berikan perhatian kepada nasabah yang datang.
- b. Berikan senyuman kepada nasabah.
- c. Ucapkan salam kepada nasabah (misal : selamat pagi Bapak/ Ibu).
- d. Ucapkan sapa : Ada yang bisa saya bantu Bapak / Ibu).
- e. Berikan pertanyaan yang terbaik dengan prinsip “Nasabah adalah Raja”.
- f. Ucapkan maaf untuk memperhalus permintaan.
- g. Menanggapi komplain nasabah dengan bijaksana.

- h. Responsif setelah mengetahui keluhan nasabah.
- i. Berikan salam, permintaan maaf jika kurang memuaskan kepada nasabah pada saat akan meninggalkan anda.

2.5 Kualitas Pelayanan

2.5.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Wijaya. (2011:11) kualitas adalah sesuatu yang diputuskan oleh nasabah, artinya kualitas tersebut didasarkan pada pengalaman aktual konsumen terhadap produk dan jasa yang diukur berdasarkan persyaratan tertentu” sedangkan pelayanan menurut Mahmoeidin (2010 :2) adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan. Definisi lain menyebutkan bahwa pelayanan adalah suatu bentuk kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh instansi pemerintah baik di pusat, di daerah, BUMN, dan BUMD dalam bentuk barang maupun jasa dalam rangka pemenuhan kebutuhan masyarakat sesuai perundang-undangan yang berlaku (KEPMENPAN 81/93).

Kualitas layanan menjadi suatu keharusan yang wajib dilakukan oleh perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan nasabah. Nasabah selalu mengharapkan agar mendapatkan pelayanan yang maksimal dan profesional, dimana nasabah juga dapat menilai bagaimana pelayanan diberikan, keramahan para karyawan, kecepatan dalam

memberikan pelayanan serta dalam menangani nasabah dalam memberikan produk dan jasa yang dibutuhkan nasabah.

2.5.2 Ciri-Ciri Pelayanan

Menurut Rosadi Ruslam (2012:228), ciri-ciri pelayanan yang baik harus diikuti oleh karyawan yang bertugas melayani pelanggan/nasabah, yaitu:

1. Tersedianya Karyawan Yang Baik

Kenyaman nasabah sangat tergantung dari karyawan yang melayaninya. Karyawan harus ramah, sopan dan menarik. Disamping itu, karyawan diharuskan tanggap, cepat, pandai berkomunikasi, menyenangkan, serta pintar. Karyawan juga harus mampu menarik dan mengambil hati nasabah sehingga semakin tertarik. Demikian juga dengan cara kerja karyawan yang harus rapi.

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 sebagai sarana dan prasarana yang dimiliki oleh perusahaan.

3. Bertanggung Jawab kepada Setiap Nasabah Sejak Awal Hingga Selesai

Dalam menjalankan setiap kegiatan pelayanan karyawan harus mampu melayani dari awal sampai tuntas dan selesai. Nasabah akan

merasa puas jika karyawan bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diinginkan oleh nasabah.

4. Mampu Melayani Secara Tepat dan Cepat

Mampu melayani secara tepat dan cepat artinya dalam melayani nasabah diharapkan karyawan harus melakukannya secara 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.

5. Mampu Berkomunikasi

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

6. Memberikan Jaminan Kerahasiaan Setiap Transaksi

Pada dasarnya menjaga rahasia nasabah sama artinya dengan menjaga rahasia perusahaan. Oleh karena itu, karyawan harus mampu menjaga privasi setiap nasabah.

7. Memiliki Pengetahuan dan Kemampuan Yang Baik

Kemampuan dalam bekerja akan mampu mempercepat proses sesuai dengan waktu yang diinginkan. Demikian pula dengan ketepatan dan keakuratan pekerjaan juga akan terjamin.

8. Berusaha Memahami Kebutuhan Nasabah

Karyawan harus cepat dan tanggap terhadap apa yang diinginkan oleh nasabah. Petugas harus lebih dulu berusaha untuk mengerti

kemauan nasabah dengan cara mendengar penjelasan, keluhan dan kebutuhan nasabah dengan baik agar pelayanan yang diharapkan oleh nasabah tidak salah.

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 lama perlunya ada kepercayaan yang harus dijaga.

2.6 Pelayanan Prima

2.6.1 Pengertian Pelayanan Prima

Menurut Ikatan Bankir Indonesia. (2014:76). Pelayanan prima adalah” layanan yang bermutu tinggi, layanan istimewa yang terbaik. *Service Excellent* menggambarkan etos atau budaya kerja suatu perusahaan atau bank atau organisasi dan karyawannya”. Budaya pelayanan prima merupakan hal yang sangat penting dalam melakukan pelayanan terhadap nasabah. Dengan adanya penerapan budaya pelayanan prima maka merupakan salah satu langkah perusahaan untuk meningkatkan pelayanan terhadap nasabahnya. Dengan menerapkan sistem 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.

1. Kecepatan

Kecepatan merupakan kemampuan untuk membantu nasabah dan memberikan layanan yang cepat. Pelanggan atau nasabah menginginkan pelayanan yang serba cepat tetapi akurat. Strategi tindakan yang dapat diambil contohnya yaitu menampilkan sikap positif, mengambil langkah segera 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 serta keinginan nasabah.

4. Kenyamanan

Suasana yang nyaman sangat berpengaruh dalam memotivasi karyawan

2.6.2 Faktor Budaya Pelayanan Prima

Faktor-faktor yang berkaitan dengan budaya pelayanan prima menurut buku Ikatan Bankir Indonesia (2014), yaitu :

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 dan menggunakan public relation sebagai instrumen dalam membawa hubungan kedalam dan keluar organisasi atau perusahaan.

2. Sikap (*attitude*)

Setiap insan mempunyai perilaku yang harus ditonjolkan ketika menghadapi pelanggan yang dapat disesuaikan dengan kondisi dan kemauan nasabah.

3. Penampilan (*appearance*)

Penampilan adalah kemampuan seseorang baik 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 peramahan 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*)

Suatu sikap berpihak kepada pelanggan sebagai wujud kepedulian menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan

2.6.3 Manfaat Pelayanan Prima

1. Meningkatkan citra perusahaan

Berawal dari persaingan semakin tajam bagi 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 nasabah merasa puas karena telah terpenuhi kebutuhannya maka nasabah akan menyampaikan kepada orang lain sehingga penyampaian informasi menjadi promosi gratis bagi perusahaan.

3. Menciptakan kesan pertama yang baik

Jika petugas terbiasa dengan pelayanan prima yang diberikan untuk nasabah terutama bagi calon nasabah maka calon nasabah akan mendapatkan kesan pertama yang mendalam, karena pelayanan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan di butuhkan.

4. Meningkatkan daya saing

Semakin tajam persaingan biasanya perusahaan akan memberikan hadiah bagi nasabah, ada nasabah yang senang dengan hadiah tersebut ada pula nasabah yang senang apabila diberikan pelayanan prima dengan senang hati.

5. Meningkatkan loyalitas nasabah

Pelayanan prima yang diberikan kepada para nasabah dan calon nasabah akan menjadi loyal sehingga memberikan keuntungan bagi perusahaan dalam jangka panjang.

