

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA DAN PENDEKATAN MASALAH**

#### **2.1 Tinjauan Pustaka**

##### **2.1.1 Pengertian Bank**

Menurut Undang-undang Pasal 1 ayat 2 Undang-undang No.10 Tahun 1998 tentang perubahan Undang-undang Republik Indonesia No.7 tahun 1992 tentang perbankan “Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.”

Menurut Pasal 5 ayat 1 Undang-undang No.10 Tahun 1998 yang merupakan perubahan Undang-undang No.7 Tahun 1992 tentang perbankan, membagi bank dalam 2 jenis yaitu:

- 1) Bank Umum yaitu bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.
- 2) Bank Perkreditan Rakyat yaitu bank yang melaksanakan kegiatan usahanya secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Berdasarkan pendapat diatas, maka dapat ditarik kesimpulan, bank adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran.

### **2.1.2 Tujuan dan Fungsi Bank**

Dalam pasal 2,3 dan 4 Undang-undang N0.7 Tahun 1992 sebagaimana telah diubah dengan Undang-undang No.10 Tahun 1998 tentang Perbankan, dinyatakan asas, fungsi dan tujuan yaitu:

#### **Asas**

Perbankan Indonesia dalam melaksanakan kegiatan usahanya berasaskan demokrasi ekonomi dengan menggunakan prinsip kehati-hatian.

#### **Fungsi**

Fungsi utama Perbankan adalah sebagai penghimpun dan penyalur dana masyarakat.

#### **Tujuan**

Perbankan Indonesia bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional kearah peningkatan rakyat banyak.

Sebagai lembaga kepercayaan, bank dituntut untuk selalu memperhatikan kepentingan masyarakat di samping kepentingan bank itu sendiri dalam mengembangkan usahanya. Bank juga harus bermanfaat bagi pembangunan ekonomi nasional sesuai dengan fungsinya sebagai *Agent Of Development* dalam rangkamewujudkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi dan stabilitas.

### 2.1.3 Jenis-jenis Bank

Menurut Malayu, (2017:30) adapun beberapa jenis perbankan diantaranya sebagai berikut:

#### 1) Bank Sentral

Bank Indonesia pertama kali diatur oleh Undang-undang No.11 Tahun 1953 tentang Undang-undang Pokok Bank Indonesia, yang kemudian digantikan oleh Undang-undang No.13 Tahun 1968 tentang Bank Sentral. Dalam Undang-undang tersebut, bank sentral yang dimaksud adalah Bank Indonesia, dimiliki oleh Negara dan merupakan badan hukum. Bank Indonesia menurut Undang-undang No.13 Tahun 1968 mempunyai tugas pokok pembantu pemerintah dalam:

- a) Mengatur, menjaga, dan memelihara kestabilan nilai rupiah
- b) Mendorong kelancaran produksi dan pembangunan serta memperluas kesempatan kerja guna meningkatkan taraf hidup rakyat. Bank Indonesia menjalankan tugas pokok tersebut berdasarkan kebijakan yang ditetapkan pemerintah dan dibantu Dewan Moneter, yang terdiri dari menteri-menteri yang membidangi keuangan dan perekonomian serta Gubernur Bank Indonesia.

#### 2) Bank Umum

Bank umum adalah bank yang dapat memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran, dimana dalam pelaksanaan kegiatan usahanya dapat secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah. Sebagaimana halnya fungsi dan tugas perbankan Indonesia, bank umum juga merupakan *Agent Of Development*

yang bertujuan meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional ke arah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak. Dalam rangka melaksanakan fungsi dan tugasnya, bank umum dapat melakukan kegiatan usaha pokok berikut, diantaranya:

- a) Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan berupa giro, deposito berjangka, sertifikat deposito, tabungan, dan bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu.
  - b) Memberikan kredit.
  - c) Menerbitkan surat pengakuan utang.
  - d) Menempatkan dana pada, meminjam dana dari, atau meminjamkan dana kepada bank lain, baik dengan wesel, cek, atau sarana lain.
  - e) Memindahkan uang, baik untuk kepentingan sendiri maupun untuk kepentingan nasabah.
- 3) Bank Perkreditan Rakyat (BPR)

Bank Perkreditan Rakyat (BPR) adalah bank yang tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran, yang dalam pelaksanaan kegiatan usahanya dapat secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah. Bank Perkreditan Rakyat menerima simpanan hanya dalam bentuk deposito berjangka, tabungan, dan bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu. Pada mulanya tugas pokok BPR diarahkan untuk menunjang pertumbuhan dan modernisasi ekonomi pedesaan serta berkembangnya kebutuhan masyarakat, tugas BPR tidak hanya ditujukan

bagi masyarakat pedesaan, tetapi juga mencakup pemberian jasa perbankan bagi masyarakat golongan ekonomi lemah di daerah perkotaan.

Pengertian bank umum sesuai dengan Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Sifat jasa yang diberikan adalah bank umum, dalam arti dapat memberikan seluruh jasa perbankan yang ada. Begitu pula dengan wilayah operasinya dapat dilakukan di seluruh wilayah. Bank umum sering disebut bank komersil (*Commercial Bank*). Kegiatan BPR hanya meliputi kegiatan penghimpunan dan penyaluran saja, bahkan dalam menghimpun dana BPR dilarang untuk menerima simpanan giro. Begitu pula dalam hal jangkauan wilayah operasi, BPR hanya dibatasi dalam wilayah-wilayah tertentu saja. Selanjutnya pendirian BPR dengan modal awal yang relative lebih kecil jika dibandingkan dengan modal awal bank umum. Larangan lainnya bagi BPR adalah tidak diperkenankan ikut kliring serta transaksi valuta asing.

#### **2.1.4 Pengertian *Service Excellence***

Pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan jumlah pelanggan baik dalam suatu penjualan produk maupun jasa. Pelayanan dapat diartikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau juga organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau sesama karyawan. Pelanggan tidak hanya berarti kepada pelanggan atau nasabah yang membeli suatu produk, akan tetapi juga pelanggan di dalam perusahaan (karyawan atau pimpinan) yang saling memberikan

pelayanan. Pelayanan suatu perusahaan harus memiliki kualitas yang baik. Menurut Hermawan Kertajaya (2007:18) *Service* merupakan jiwa dari suatu perusahaan. *Service* adalah sikap untuk bertahan dan memenangkan persaingan di masa depan, oleh karena itu *service* yang diberikan secara tepat kepada konsumen akan membuat konsumen tersebut menjadi pelanggan yang loyal dan akan merekomendasikan bahkan menjadi pembela produk yang dihasilkan perusahaan. Sedangkan menurut Fandy Tjiptono (2012:174) *excellence* adalah pelayanan terbaik atau sangat baik. Pelayanan prima terdiri 4 unsur pokok yaitu: kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan.

Terjemahan istilah "*excellence service*" yang secara hariah berarti pelayanan terbaik atau sangat baik. Disebut sangat baik atau terbaik karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki instansi pemberi pelayanan. Di dalam keputusan menteri pendayagunaan aparatur Negara Nomor 62 Tahun 2003 tentang pedoman umum pelayanan public menyatakan bahwa hakikat pelayanan public adalah pemberian layanan prima kepada masyarakat yang merupakan perwujudan kewajiban aparatur pemerintah sebagai abdi masyarakat. Menurut kamus besar Bahasa Indonesia Pelayanan adalah perihal dan memudahkan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang dan jasa. Dengan demikian pelayanan didefinisikan sebagai kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor material melalui sistem prosedur dan dengan landasan faktor material melalui sistem prosedur dan dengan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai haknya.

Adanya gap antara pelayanan dengan keinginan *customer* akan menyebabkan ketidakpuasan. Sehingga perlu mencari informasi dan pengetahuan tentang permintaan dan persyaratan-persyaratan pelayanan. Dengan demikian pengertian prima (*service excellence*) kata lain sangat baik, terpadu, mengesankan. Jadi yang dimaksud dengan pelayanan prima (*service excellence*) adalah kegiatan merencanakan, mengordinasi, menggerakkan serta mengendalikan proses pelayanan dengan standar yang sangat baik untuk memuaskan pelanggan.

Pelayanan dapat juga diartikan setiap tindakan membantu, menolong, memudahkan, menyenangkan dan manfaat bagi orang lain. Pelayanan nasabah adalah rangkaian kegiatan sikap dan perilaku petugas bank dalam menerima kehadiran atau berkomunikasi dengan nasabah secara langsung maupun tak langsung. (M.Nur Rianto Al Arif,2012:212)

Pengertian pelayanan yang baik adalah kemampuan perusahaan memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Artinya pelanggan akan merasa puas dan terus menambah transaksi atau konsumsinya dari waktu ke waktu lebih dari itu pelanggan akan menceritakan kepuasannya kepada pihak lain, sehingga menjadi ajang produksi gratis bagi perusahaan. Kemampuan memberikan kepuasan ini ditunjukkan oleh kemampuan sumber daya manusia dalam melayani dan kesediaan sarana serta prasarana yang dimiliki guna menunjang pelayanan tersebut.

Pengertian kepuasan nasabah dari berbagai ahli tidak jauh berbeda, hanya tergantung dari sudut mana kita memandang.

### **2.1.5 Tujuan dan Manfaat Pelayanan Prima**

Tujuan utama strategi pemasaran yang dijalankan adalah untuk meningkatkan jumlah nasabah, baik secara kuantitas maupun kualitas. Secara kuantitas artinya jumlah nasabah bertambah cukup signifikan dari waktu ke waktu, sedangkan secara kualitas artinya nasabah yang didapat merupakan nasabah yang produktif yang mampu memberikan laba bagi bank.

Untuk mencapai tujuan tersebut, dapat dilakukan dengan berbagai cara salah satunya adalah melalui memberikan kepuasan nasabah atau pelanggan. Kepuasan nasabah menjadi sangat bernilai bagi bank atau perusahaan, sehingga tidak heran selalu ada slogan bahwa pelanggan adalah raja, yang perlu dilayani dengan sebaik-baiknya. Menurut Kotler, (2010:66) dalam praktiknya apabila nasabah puas atas pelayanan yang diberikan bank, ada dua keuntungan yang diterima bank, yaitu sebagai berikut:

1. Nasabah yang lama akan tetap dapat dipertahankan (tidak lari ke bank lain) atau dengan kata lain nasabah loyal kepada bank.
2. Kepuasan nasabah lama akan menular kepada nasabah baru dengan berbagai cara, sehingga mampu meningkatkan jumlah nasabah.

Jika cara seperti di atas dapat terus dipertahankan, tujuan bank akan dapat tercapai dengan tidak terlalu sulit. Memang dalam pelaksanaan di lapangan tidak selalu mudah, mengingat perilaku nasabah yang beragam. Akan tetapi, setiap bank memiliki standar pelayanan yang harus dipenuhi guna melayani nasabahnya.



### **2.1.6 Ciri-ciri Pelayanan Terbaik (*Service Excellence*)**

Kebanyakan nasabah selalu menginginkan pelayanan yang diterimanya dapat memberikan kepuasan seperti yang diinginkan. Artinya setiap kebutuhan dan keinginan yang diterima sesuai dengan harapannya, sekalipun adanya pelanggan yang kurang memperdulikan kualitas pelayanan, pihak karyawan tetap memberikan standar pelayanan yang sama, karena pada akhirnya nasabah jenis ini pun menginginkan pelayanan yang berkualitas.

Pelayanan yang baik memiliki ciri-ciri tersendiri dan hampir semua perusahaan menggunakan kriteria yang sama untuk mengatakan ciri-ciri pelayanan yang baik. Secara umum pelayanan yang baik atau *service excellence* adalah pelayanan yang mampu memberikan kepuasan kepada pelanggannya secara terus-menerus.

Menurut Kasmir,(2011:3) berikut ciri-ciri pelayanan yang baik yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan antara lain:

1. Memiliki karyawan yang profesional khususnya yang berhadapan langsung dengan nasabah.
2. Tersedi sarana dan prasarana yang baik yang dapat menunjang kelancaran transaksi ke nasabah secara cepat dan tepat waktu.
3. Tersedia ragam produk yang diinginkan, artinya nasabah sekali berhenti dapat membeli beragam produk dengan kualitas produk dan pelayanan yang mereka inginkan.

4. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah dari awal hingga selesai.
5. Dalam hal ini karyawan melayani nasabah harus dilakukan sampai tuntas.
6. Mampu melayani secara cepat dan tepat, tentunya jika dibandingkan dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak pesaing.
7. Mampu berkomunikasi secara jelas, menyenangkan dan mampu menangkap keinginan dan kebutuhan nasabah.
8. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi, terutama dalam hal keuangan bagi dunia perbankan.
9. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik tentang produk yang dijual dan pengetahuan umum lainnya.
10. Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah, sehingga pelanggan merasa yakin dengan apa yang telah dilakukan perusahaan.
11. Memiliki keunikan atau ciri khas terdiri yang membedakan dengan pelayanan perusahaan pesaing.

Menurut Kasmir (2004:210) beberapa ciri pelayanan yang baik yang dapat memberikan kepuasan nasabah antara lain:

- a) Tersedianya sarana dan prasarana yang baik

Pelanggan ingin dilayani secara prima, oleh karena itu untuk melayani nasabah salah satu yang paling penting diperhatikan adalah sarana dan prasarana yang tersedia.

b) Tersedianya karyawan yang baik

Kenyaman nasabah juga tergantung dari karyawan yang melayaninya. Karyawan harus ramah, sopan dan menarik. Disamping itu karyawan harus cepat tanggap, pandai bicara, menyenangkan serta pintar dalam bekerja dalam bidangnya.

c) Bertanggung jawab kepada nasabah

Dalam menjalankan kegiatan pelayanannya setiap karyawan harus mampu melayani dari awal sampai tuntas atau selesai. Pelanggan akan merasa puas jika karyawan bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diberikannya.

d) Mampu melayani secara cepat dan tepat

Dalam melayani nasabah diharapkan para karyawan dapat melakukan sesuai prosedur, layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan nasabah.

e) Mampu berkomunikasi

Para karyawan harus mampu berbicara dengan baik dan cepat memahami keinginan nasabahnya. Artinya, para karyawan harus dapat berkomunikasi dengan Bahasa yang jelas dan mudah dimengerti.

f) Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi

Menjaga rahasia perusahaan sama artinya dengan menjaga rahasia nasabah. Oleh karena itu, karyawan harus mampu menjaga rahasia nasabah terhadap siapapun. Rahasia perusahaan merupakan ukuran kepercayaan nasabah kepada perusahaan.

g) Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik

Setiap karyawan harus memiliki pengetahuan dan kemampuan tertentu. Karena karyawan selalu berhubungan dengan nasabah, maka para karyawan tersebut di didik khusus mengenai kemampuan dan pengetahuannya untuk menghadapi nasabah atau kemampuan dalam bekerja.

h) Berusaha memahami kebutuhan nasabah

Karyawan harus cepat tanggap terhadap apa yang diinginkan oleh nasabahnya. Para karyawan yang lambat akan membuat nasabah lari, usahakan mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan nasabah.

i) Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah

Kepercayaan calon nasabah kepada perusahaan mutlak diperlukan sehingga calon nasabah mau menjadi nasabah perusahaan yang bersangkutan. Demikian pula untuk menjaga nasabah yang lama agar tidak lari maka perlu dijaga kepercayaannya. Semua ini melalui pelayanan petugas *customer service* dan khususnya seluruh karyawan perusahaan umumnya.

Pengelolaan faktor-faktor diatas haruslah menjadi pokok perhatian semua pihak, baik pimpinan maupun karyawan jika ingin pelayanannya dikatakan terbaik. Artinya harus dipenuhi seluruh aspek-aspek yang merupakan ciri-ciri pelayanan yang terbaik agar kepuasan nasabah dapat diberikan dan ditingkatkan secara terus-menerus.

### **2.1.7 Jenis-jenis Pelayanan Prima**

Orang awam biasanya hanya mengenal pelayanan kepada pelanggan semata. Artinya pelayanan hanya ditujukan kepada konsumen atau pelanggan, sehingga yang menjadi pokok perhatian adalah kegiatan dan kebutuhan pelanggan. Mereka lupa bahwa karyawan sendiri perlu melayani dan dilayani oleh pimpinan dan sesama karyawan. Artinya disamping pelayanan kepada pelanggan juga harus diperhatikan terlebih dahulu pelayanan yang di dalam yaitu pelayanan antar karyawan dengan karyawan dan dengan atasan. Karena jika pelayanan antara pimpinan dengan bawahan kurang berjalan lancar maka akan menghambat pelayanan kepada nasabah. Demikian pula bila pelayanan antar karyawan kurang baik juga akan dapat menghambat kegiatan pelayanan dengan nasabahnya. Artinya terhambatnya pelayanan di dalam akan mempengaruhi pelayanan ke luar terhadap nasabah.

Menurut Kasmir,(2017:22) dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa jenis pelayanan dibagi ke dalam 2 kelompok:

#### **1. Pelayanan ke Dalam**

Pelayanan ke dalam artinya pelayanan antar karyawan dengan karyawan dalam mendukung pelayanan terhadap nasabah. Atau pelayanan antara karyawan dengan pimpinan atau sebaliknya. Pelayanan dapat di dalam hal penyediaan dokumen, proses dokumen, informasi, komunikasi atau lainnya.

## 2. Pelayanan ke Luar

Pelayanan ke luar artinya yang diberikan kepada pihak luar perusahaan misalnya dengan nasabah atau pelanggan. Pelayanan seperti ini dilakukan dalam rangka melayani proses transaksi sampai pelanggan membeli atau mengonsumsi produk atau jasa yang ditawarkan.

Pada dasarnya baik pelayanan yang diberikan, baik di dalam maupun pelayanan ke luar tidak jauh berbeda. Tujuannya sama yaitu memberikan kelancaran untuk mencapai suatu tujuan.

### **2.1.8 Dasar-dasar Pelayanan**

Menurut Kasmir (2017:44) pembekalan mengenai pelayanan harus diikuti tidak hanya para karyawan yang berhubungan langsung dengan nasabah, tetapi juga untuk karyawan yang tidak berhubungan langsung dengan nasabah. Untuk lebih memahami seluk beluk pelayanan, berikut ini dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami dan dimengerti seorang karyawan, pimpinan, *customer service*, pramuniaga, *public relation*, satpam atau kasir diantaranya yaitu:

1. Berpakaian dan berpenampilan rapih dan bersih
2. Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum
3. Aroma tubuh yang menyegarkan
4. Menyapa dengan lembut
5. Tenang dan tekun mendengarkan setiap pembicaraan

6. Span dan santun
7. Hormat
8. Berbicara dengan Bahasa yang baik dan benar
9. Bergairah dalam melayani nasabah dan tunjukkan kemampuannya
10. Jangan menyela atau memotong pembicaraan
11. Mampu meyakini nasabah serta memberikan kepuasa

Menurut Kasmir (2017:12) perilaku yang mencerminkan *service excellence* adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui visi

Dalam menetapkan visi harus melakukan hal sebagai berikut, gambaran masa depan yang akan dicapai oleh organisasi karakteristik organisasi:

- a. Bagaimana mencapai keberhasilan
- b. Bagaimana mengemukakan keutamaan visi yang akan dicapai
- c. Bagaimana mencapai masa depan
- d. Bagaimana membentuk interestbersama dalam masyarakat
- e. SDM yang unggul dan bermental diberi makna kebanggaan setiap melaksanakan tugas, dengan hasil yang baik.
- f. Secara bersama menumbuh kembangkan keunggulan kompetitif.

## 2. Misi

Dalam menjabarkan visi harus menyusun atau menetapkan misi suatu organisasi yaitu tentang pokok-pokok kegiatan mengoperasionalkan fungsi arah yang terukur.

## 3. Mencapai sasaran

Untuk mencapai sasaran hal-hal yang perlu diperhatikan yaitu:

- a. Sasaran jelas dan pasti tertulis
- b. Efisien
- c. Harus jelas dan mudah dipahami
- d. Ekonomis
- e. Kualitas merata
- f. Adil
- g. Biaya minimum
- h. Tepat waktu
- i. Seimbang

Adapun menurut Majid (2011:61) menjelaskan lebih spesifik betapa pentingnya *service excellence* kepada nasabah karena alasan, diantaranya yaitu:

- a. Nasabah menilai efisiensi perusahaan melalui karyawan yang ditemui
- b. Kesan pertama (*positive first impression*) sangat penting. Sungguh sulit mengatasi kesan pertama yang *negative*.
- c. Perusahaan memiliki harapan dan standar yang tinggi dari para pekerja.



- d. Nasabah percaya kepada perusahaan dan akan terus senang dilayani jika ia diperlakukan dengan baik.
- e. Salah satu bentuk promosi yang paling efektif dari periklanan adalah “*Word of Mouth*” (promosi dari mulut ke mulut). Jika nasabah senang, dia akan memberitahukan kepada orang lain.
- f. Kita merasa senang dan bangga akan diri kita sendiri jika memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabah.
- g. Nasabah mempercayakan kita sebagai sumber informasi dan bantuan utama.

### **2.1.9 Strategi Pelayanan Prima**

Menurut Nurlia (2018:27) terdapat problematika dan strategi layanan yaitu:

- 1) Mengidentifikasi 4 (empat karakteristik yang membedakannya dari barang dan perlu beberapa strategi dalam menghadapinya 4 karakteristik tersebut yaitu:
  - a. *Intangibility* (Tidak berwujud)
  - b. *Heterogeneity* (Heterogenitas)
  - c. *Inseparability* (Keterikatan)
  - d. *Perish ability* (Tidak tahan lama)
- 2) Intensitas persaingan berskala global menuntut pergeseran dasar dalam dunia bisnis. Misi dasar suatu bisnis tidak lagi berupa laba, melainkan

penciptaan dan penambahan nilai bagi pelanggan. Upaya menghasilkan laba melalui penciptaan nilai bisa dilakukan dengan cara:

1. Meningkatkan perolehan pelanggan
2. Mempekerjakan karyawan dengan lebih baik
3. Memberikan kompensasi yang lebih efektif
4. Meningkatkan produktivitas karyawan
5. Memotivasi karyawan untuk menawarkan nilai kepada para pelanggan
6. Membangun investasi dan struktur kepemilikan yang lebih baik.

Penambahan nilai bisa dilaksanakan dalam berbagai bentuk cara sebagai berikut:

1. Mengonsep ulang dan memfokuskan kembali strategi perusahaan
2. Mencari cara yang lebih efektif untuk memasarkan produk
3. Merancang ulang proses bisnis
4. Melaksanakan pendekatan yang lebih efektif terhadap layanan pelanggan
5. Menjamin bahwa setiap orang memahami cara struktur baru menjalankan bisnis dan hal-hal yang harus dilakukan untuk melaksanakan struktur baru.
6. Memilih dan mengembangkan sumber daya terbaik untuk proyek baru.

### 3) Prinsip pelayanan unggul

Pelanggan dan kepuasan pelanggan ada 3 kunci pelayanan pelanggan yang unggul diantaranya:

- a. Kemampuan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan.
  - b. Pengembangan database yang lebih akurat daripada pesaing mencakup kebutuhan dan keinginan setiap segmen pelanggan dan perubahan kondisi persaingan.
  - c. Pemanfaatan informasi-informasi yang diperoleh dari riset pasar dalam suatu kerangka strategi. Kerangka ini diwujudkan dalam pengembangan *relationship marketing*.
- 4) Komunikasi verbal dengan nasabah
- a. Prinsip mendengarkan nasabah
  - b. Prinsip mengatakan apa yang diinginkan dikatakan
  - c. Prinsip menggunakan tata Bahasa yang tepat
  - d. Prinsip bertanya benar dan menjawab dengan benar

Adapun perilaku yang mencerminkan pelayanan Prima (Nurlia,2018:27):

1. Mengetahui visi

Dalam menetapkan visi harus melakukan hal sebagai berikut, gambaran masa depan yang akan dicapai oleh organisasi karakteristik organisasi:

- a) Bagaimana mencapai keberhasilan
- b) Bagaimana mengemukakan keutamaan visi yang akan dicapai
- c) Bagaimana mencapai masa depan
- d) Bagaimana membentuk interest bersama masyarakat

- e) SDM yang unggul dan bermental diberi makna kebanggaan setiap melaksanakan tugas, dengan hasil yang baik.
  - f) Secara bersama menumbuh kembangkan keunggulan kompetitif
2. Mengetahui misi

Dalam menjalankan visi harus menyusun atau menetapkan misi suatu organisasi yaitu tentang pokok-pokok kegiatan mengoperasionalkan fungsi arah yang terukur.

- a) Sasaran jelas dan pasti tertulis
- b) Efisien
- c) Harus jelas dan mudah dipahami
- d) Ekonomis
- e) Kualitas merata
- f) Adil
- g) Biaya minimum
- h) Tepat waktu
- i) Seimbang

#### **2.1.10 Jenis Pekerjaan Yang Khusus Memberikan *Service Excellence***

Seperti yang dikatakan sebelumnya bahwa yang memberikan pelayanan secara umum adalah seluruh karyawan perusahaan tersebut. Mulai dari tingkatan yang rendah samapi tinggi atau pimpinan suatu perusahaan. Pembahasan kali ini dikhususkan untuk pelayanan ke luar yaitu ke konsumen, nasabah atau pelanggan. Bagi perusahaan yang

bergerak dibidang jasa keuangan (seperti bank, asuransi, pegadaian, leasing), atau transportasi, perhotelan, pariwisata dan lainnya, fungsi pelayanan adalah diberikan sesuai dengan tugas masing-masing. Menurut Kasmir (2017:57) jenis-jenis karyawan yang khusus memberikan pelayanan untuk perusahaan yaitu:

1. *Customer Service*

*Customer Service* (CS) merupakan petugas atau karyawan yang sengaja dibentuk untuk melayani pelanggan atau nasabah oleh berbagai perusahaan seperti perbankan, asuransi, lembaga pembiayaan, rumah sakit, dan sebagainya.

2. *Public Relation* (PR) atau Hubungan Masyarakat (Humas)

*Public Relation* atau Hubungan Masyarakat memiliki fungsi yang sedikit berbeda dari *customer service*. Fungsi yang dimiliki oleh Humas adalah sebagai orang yang dapat membina hubungan baik dengan seluruh pelanggan atau nasabah, relasi perusahaan pemerintah dan masyarakat luas.

3. Pramuniaga

Pramuniaga merupakan karyawan yang khusus melayani pelanggan untuk memilih barang, menanyakan sesuatu tentang barang yang biasa ditawarkan oleh supermarket atau swalayan. Pramuniaga juga bertugas untuk menyusun barang-barang atau mempersiapkan keperluan sebelum toko dibuka.

4. *Teller*/Kasir

*Teller* atau kasir merupakan karyawan yang ditugaskan untuk melayani pekerjaan yang berhubungan dengan penerimaan dan pengeluaran uang.

## 5. Satuan Pengamanan (SATPAM)

Tugas Satpam dalam memberikan pelayanan sangat mempengaruhi kualitas pelayanan perusahaan secara keseluruhan. Satpam yang bertugas melindungi seluruh asset perusahaan juga berkewajiban melindungi keamanan pelanggan atau nasabah selama bertransaksi.

## 6. Operator Telepon

Operator telepon adalah petugas yang menerima telepon dari atau ke pelanggan yang dilakukan komunikasi lewat telepon. Penerima telepon harus dengan suara yang lembut, jelas dan ramah, karena jika suara telepon kurang jelas dapat menimbulkan salah paham. Peranan operator telepon juga sangat berpengaruh terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Hal ini juga mempermudah agar konsumen tidak perlu datang ke lokasi yang diinginkan.

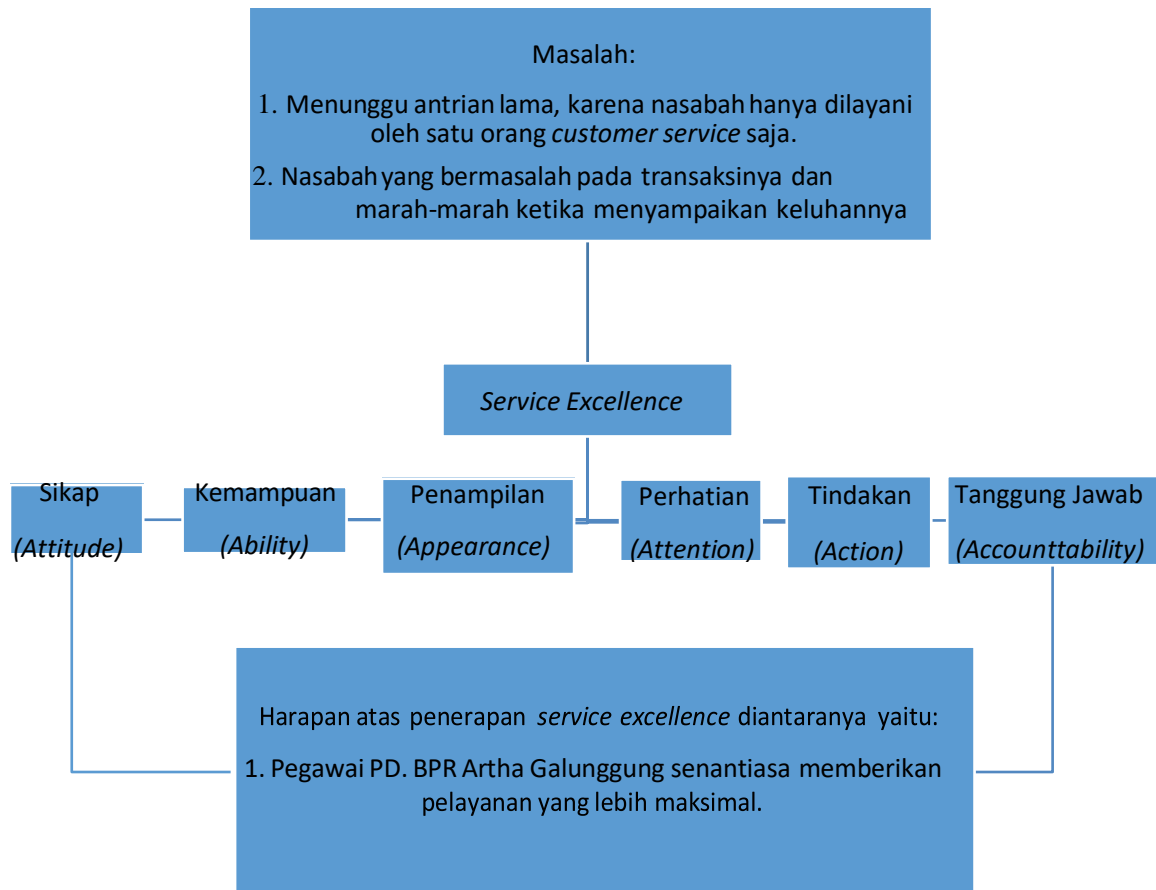
## 2.2 Pendekatan Masalah

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis pendekatan kualitatif. Penelitian ini yaitu penelitian lapangan (*field research*), yaitu suatu penelitian yang dilakukan di lokasi penelitian dengan mengadakan pengamatan tentang suatu fenomena dalam suatu keadaan ilmiah.

Dengan ini penulis akan membahas tentang Pentingnya Peningkatan *Service Excellence* di PD. BPR Artha Galunggung Kota Tasikmalaya, dengan konsep *service excellence* atau pelayanan prima sebagai berikut:

Menurut Barata (2004:31) konsep pelayanan prima (*service excellence*) yaitu sebagai berikut:

- 1) Kemampuan (*Ability*)
- 2) Sikap (*Attitude*)
- 3) Penampilan (*Appearance*)
- 4) Perhatian (*Attention*)
- 5) Tindakan (*Action*)
- 6) Tanggung jawab (*Accountability*)



*Sumber: Data diolah penulis, 2023*

Gambar 1.1 Konsep Service Excellence