

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENDEKATAN MASALAH

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Peranan

Peran dapat diartikan sebagai orientasi dan konsep dari bagian yang dimainkan oleh suatu pihak dalam oposisi sosial. Dengan peran tersebut, sang pelaku baik itu individu maupun organisasi akan berperilaku sesuai harapan orang atau lingkungannya. Peran juga diartikan sebagai tuntutan yang diberikan secara struktural (norma-norma, harapan, tabu, tanggung jawab dan lainnya). Dimana didalamnya terdapat serangkaian tekanan dan kemudahan yang menghubungkan pembimbing dan mendukung fungsinya dalam mengorganisasi. Peran merupakan seperangkat perilaku dengan kelompok, baik kecil maupun besar, yang kesemuanya menjalankan berbagai peran hakekatnya peran juga dapat dirumuskan sebagai suatu rangkaian perilaku tertentu yang ditimbulkan oleh suatu jabatan tertentu. Lantaeda (2017:2)

Adapun pembagian peran menurut penelitian Lantaeda (2017:3), peran dibagi menjadi 3 yaitu sebagai berikut:

1. Peran Aktif

Peran aktif adalah peran yang diberikan oleh anggota kelompok karena kedudukannya didalam kelompok sebagai aktifitas kelompok, seperti pengurus, pejabat, dan lainnya sebagainya.

2. Peran Partisipatif

Peran partisipatif adalah peran yang diberikan oleh anggota kelompok kepada kelompoknya yang memberikan sumbangan yang sangat berguna bagi kelompok itu sendiri.

3. Peran Pasif

Peran pasif adalah sumbangan anggota kelompok yang bersifat pasif, dimana anggota kelompok menahan diri agar memberikan kesempatan kepada fungsi-fungsi lain dalam kelompok sehingga berjalan dengan baik.

Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa pengertian peran merupakan suatu tindakan yang membatasi seseorang maupun suatu organisasi untuk melakukan suatu kegiatan berdasarkan tujuan dan ketentuan yang telah disepakati bersama agar dapat dilakukan dengan sebaik – baiknya.

Peranan menurut terminology adalah seperangkat tingkah yang diharapkan dimiliki oleh yang berkedudukan di masyarakat. Dalam Bahasa Inggris peranan disebut “*role*” yang definisinya adalah “*person’s task or duty in undertaking.*” Artinya “tugas atau kewajiban seseorang dalam suatu usaha atau pekerjaan.” Peran diartikan sebagai perangkat tingkah yang diharapkan dimiliki oleh orang yang berkedudukan dalam masyarakat. Sedangkan peranan merupakan tindakan yang dilakukan oleh seseorang dalam suatu peristiwa.

2.1.2 Customer service

2.1.2.1 Pengertian Customer service

Sebagai lembaga keuangan, bank memiliki tugas memberikan layanan atau jasa dalam keuangan melalui penitipan uang (simpanan), peminjaman uang (kredit), serta jasa-jasa keuangan lainnya. Oleh sebab itu, pihak bank harus dapat menjaga kepercayaan dari nasabahnya. Kepercayaan sangat penting karena tanpa kepercayaan masyarakat mustahil bank dapat hidup berkembang. Kasmir (2018;179)

Rusyidi (2017:2) menyatakan bahwa *customer service* adalah suatu upaya memberi layanan (*Service*) kepada pelanggan (*customer*) sesuai dengan kontrak yang telah disepakati.

Customer service secara umum adalah setiap kegiatan yang di peruntukkan atau yang di tujukan untuk memberian kepuasan kepada nasabah memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. Jadi, *customer service* mempunyai peran penting terhadap pelayanan nasabah. Kasmir (2018:180)

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa *customer service* adalah seseorang yang mempunyai kewajiban dalam melayani pelanggan atau calon pelanggan. Pelayanan yang diberikan berupa informasi dan pelayanan jasa harus dilakukan dengan segenap hati untuk memberikan kepuasan dan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan.

2.1.2.2 Fungsi dan Tugas *Customer service*

Sebagai seorang *customer service* tentu saja memiliki fungsi dan tugas yang harus diembannya. Fungsi dan tugas yang benar-benar harus dapat dipahami dan dilaksanakan dengan baik sehingga nantinya dapat menjalankan tugas secara baik.

Fungsi dan tugas *customer service* sebagai berikut (Kasmir, 2018):

1. Sebagai Resepsionis

Customer service bertugas sebagai resepsionis yaitu sebagai penerima tamu yang datang ke bank. Fungsinya dalam hal ini adalah melayani pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh nasabah dan memberikan informasi yang diinginkan selengkap mungkin. Ketika menerima tamu *customer service* harus bersikap ramah, sopan, dan menyenangkan.

2. Sebagai *Deskman*

Sebagai *deskman* artinya seorang *customer service* berfungsi sebagai orang yang melayani berbagai macam aplikasi yang diajukan nasabah dan calon nasabah. Pelayanan yang diberikan termasuk membeirkan arahan dan petunjuk cara-cara pengisian aplikasi tersebut hingga tuntas serta prosedur yang diinginkan.

3. Sebagai Salesman

Maksudnya adalah *customer service* berfungsi sebagai orang yang menjual produk perbankan sekaligus sebagai pelaksana *cross selling*. *Cross selling* adalah teknik penjualan yang berhubungan dengan seni menjual produk/jasa tertentu, kemudian menawarkan produk-produk lainnya yang berbeda. Menjual produk artinya menawarkan produk bank kepada setiap calon

nasabah yang datang ke bank. Dalam hal ini *customer service* harus pandai meyakinkan nasabah agar mau membeli produk yang di tawarkan.

4. Sebagai *Customer Relation Officer*

Yaitu berfungsi sebagai orang yang dapat membina hubungan baik dengan seluruh nasabah, termasuk merayu atau membujuk agar nasabah tetap bertahan tidak lari dari bank yang bersangkutan apabila menghadapi masalah. Fungsi sebagai *customer relation officer* dapat dilakukan dengan berbagai cara, misalnya komunikasi melalui telepon atau secara langsung. Dalam hal ini, tugas seorang *customer service* harus menjaga *image* bank dengan cara membina hubungan baik dengan seluruh nasabah sehingga nasabah merasa puas dan percaya kepada bank. Yang terpenting adalah sebagai penghubung antara bank dengan seluruh nasabah.

5. Sebagai Komunikator

Sebagai komunikator *customer service* berfungsi sebagai orang yang menghubungi nasabah dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungannya antara bank dan nasabah. *Customer service* juga dapat sebagai penyambung lidah bank kepada nasabahnya.

2.1.2.3 Syarat *Customer service*

Adapun syarat-syarat *customer service* menurut Ibid dalam (Henry et al., 2020) yang harus dipenuhi oleh seorang *customer service* yaitu:

a. Persyaratan fisik

Artinya, seorang *customer service* memiliki ciri-ciri fisik yang menarik seperti: sehat jasmani dan rohaninya. Di samping itu petugas harus memiliki

penampilan yang menarik, badan dan pakaian rapi, bersih serta memiliki badan yang seimbang antara berat dan tinggi.

b. Persyaratan mental

Customer service harus memiliki perilaku yang baik seperti sabar, ramah, dan murah senyum. Hindarkan petugas *customer service* yang mudah emosi/marah dan cepat putus asa. Dan seorang *customer service* juga harus mempunyai rasa percaya diri yang tinggi, tidak minder, punya inisiatif, teliti, cermat, jujur, serius dan punya rasa tanggung jawab.

c. Persyaratan kepribadian

Syarat lain *customer service* harus memiliki kepribadian yang baik seperti murah senyum, sopan, lemah lembut, simpatik, lincah, energik, menyenangkan, berjiwa bisnis, memiliki rasa humor dan ingin maju.

d. Persyaratan sosial

Customer service harus memiliki jiwa sosial yang tinggi, bijaksana, pandai bergaul, pandai berbicara, dan fleksibel. *Customer service* juga harus cepat menyesuaikan diri dan mudah bekerja sama dengan berbagai pihak.

2.1.3 Peranan *Customer service*

Secara umum dalam dunia perbankan, peranan *customer service* adalah memberikan pelayanan dan membina hubungan baik dengan nasabahnya menurut Kasmir dalam Santos (2021;25). *Customer service* bertanggung jawab atas suksesnya sebuah pelayanan, dimulai dari awal sampai selesainya suatu pelayanan nasabah. *Customer service* juga bertanggung jawab atas sebuah hubungan perusahaan dengan nasabahnya, *customer service* harus berusaha menjaga

hubungan baik perusahaan dengan seluruh nasabahnya, termasuk merayu atau membujuk nasabah agar tetap bertahan untuk bekerjasama dengan perusahaan dan tidak berpindah menggunakan jasa perusahaan pesaing. *Customer service* merupakan ujung tombak terpenting bagi perusahaan dalam membangun kepuasan nasabah, melalui tangan *customer service* perusahaan dapat memberikan persepsi yang positif kepada nasabahnya, melalui tangan *customer service* pula perusahaan dapat mengetahui apa yang menjadi ekspektasi nasabah.

Dalam perkembangannya fungsi *customer service* memang semakin lama semakin penting, apalagi dengan semakin tingginya persaingan dan keinginan nasabah yang semakin sulit terpuaskan, maka pekerjaan *customer service* semakin lama semakin sulit. *Customer service* sendiri merupakan pihak yang langsung menjembatani antara nasabah dengan perusahaan, dalam hubungannya dengan transaksi atau operasional sehari-hari. Setiap bagian perusahaan bisa saja melakukan kesalahan, yang mengakibatkan nasabah marah, namun kemarahan ini akan ditimpakan pada *customer service* dan bukan pada bagian lain yang melakukan kesalahan tersebut karena *customer service* menjadi jiwa bagi setiap orang dalam perusahaan.

Kasmir (2022:181) menyatakan bahwa *customer service* memiliki peranan, yaitu sebagai berikut:

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 meyakinkan nasabah untuk menjadi nasabah kita dan mampu meyakinkan nasabah tentang kualitas produk kita.

2.1.4 Nasabah

2.1.4.1 Pengertian Nasabah

Nasabah adalah pihak yang menggunakan produk maupun jasa bank, baik itu untuk keperluannya sendiri maupun untuk keperluan pihak lain.

Semakin lengkap jasa bank yang diberikan maka semakin baik, hal ini disebabkan jika nasabah hendak melakukan sesuatu transaksi perbankan cukup berhenti di suatu bank saja. Demikian pula sebaliknya, jika jasa bank yang diberikan kurang lengkap, maka nasabah terpaksa untuk mencari bank yang lain yang menyediakan jasa yang mereka butuhkan.

Kasmir (2022:67) dalam praktiknya, nasabah dibagi dalam tiga kelompok:

- a. Nasabah baru

Nasabah jenis ini baru pertama kali datang ke perusahaan, yang kedatangannya hanya sekedar untuk memperoleh informasi atau sudah mau melakukan transaksi. Jika semula kedatangannya hanya mau untuk memperoleh informasi namun karena sikap kita yang baik bukan tidak mungkin nasabah akan melakukan transaksi.

- b. Nasabah biasa

Nasabah yang sudah pernah berhubungan dengan kita, namun tidak rutin. Jadi kedatangannya sudah untuk melakukan transaksi. Hanya saja frekuensi melakukan transaksi dan kedatangannya belum terlalu sering.

c. Nasabah utama (primer)

Nasabah yang sudah sering berhubungan dengan kita, pelanggan atau nasabah primer selalu menjadikan kita nomor satu dalam berhubungan. Pelanggan ini tidak lagi diragukan loyalitasnya dan sikap kita terhadap mereka harus selalu dipujuk. Berdasarkan hal di atas dapat dijelaskan bahwa nasabah adalah seseorang ataupun badan usaha (korporasi) yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman dan melakukan transaksi simpanan dan pinjaman tersebut pada sebuah bank.

Berdasarkan hal di atas dapat dijelaskan bahwa nasabah adalah seseorang ataupun badan usaha (korporasi) yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman dan melakukan transaksi simpanan dan pinjaman tersebut pada sebuah bank.

2.1.4.2. Sifat-Sifat Nasabah

Dalam melayani nasabah sebaiknya seorang *customer service* mampu memahami dan mengerti akan sifat-sifat masing-masing nasabahnya. Hal ini disebabkan masing-masing nasabah memiliki sifat-sifat yang berbeda, misalnya daerah asal, agama, pendidikan, pengalaman, dan budaya. Secara umum setiap nasabah memiliki keinginan yang sama, yaitu ingin dipenuhi keinginan dan kebutuhannya serta selalu ingin memperoleh perhatian.

Menurut Kasmir (2022: 47-51) sifat-sifat seorang nasabah adalah sebagai berikut:

a. Nasabah mau dianggap sebagai raja

Customer service harus menganggap nasabah adalah raja yang harus dipenuhi semua keinginan dan kebutuhannya. Artinya, apa yang diminta oleh sang raja harus segera dipenuhi, tiada kata yang tidak ada. Pelayanan yang diberikan haruslah seperti melayani dan menuruti kemauan seorang raja. Dalam memberikan pelayanan customer service harus mengetahui batas-batas etika dan moral serta tidak berlebihan.

b. Mau dipenuhi keinginan dan kebutuhannya

Nasabah datang ke bank karena memiliki masalah yang ingin diselesaikan. Keinginan dan kebutuhan nasabah antara lain ingin memperoleh informasi, cara-cara pengisian aplikasi atau menyampaikan keluhan-keluhan. Oleh karena itu, tugas customer service adalah berusaha memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.

c. Tidak mau didebat dan tidak mau disinggung

Sifat yang dimiliki oleh banyak nasabah adalah tidak suka dibantah keinginan atau pendapatnya serta tidak suka didebat. Ketika customer service menyampaikan informasi dan mendapat respons yang kurang baik dari nasabah maka customer service harus menyikapinya secara hati-hati, santai, dan rileks agar nasabah merasa tidak dibantah atau didebat.

d. Nasabah mau diperhatikan

Nasabah yang datang ke bank pada hakikatnya ingin memperoleh perhatian. Jangan sekali-kali menyepelekan atau membiarkan nasabah. Berikan perhatian

secara penuh sehingga nasabah benar-benar merasa diperhatikan. Perhatian yang diberikan mulai dari sikap, cara bicara, dan lainnya.

e. Nasabah ingin selalu dipuji

Nasabah pada hakikatnya paling senang dipuji atau disanjung oleh customer service. Pujian atau sanjungan yang diberikan kepada nasabah sangat memberikan banyak manfaat. Misalnya nasabah merasa senang berhubungan dengan bank dan selalu ingin mengulang transaksinya.

f. Nasabah merupakan sumber pendapatan bank

Customer service selalu menganggap bahwa setiap nasabah yang datang merupakan sumber pendapatan bagi bank. Dengan demikian, hendaknya seorang customer service termotivasi untuk melayani nasabah dengan sebaik-baiknya. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa banyak perbedaan dari sifat-sifat nasabah. Sifat nasabah seperti raja sampai sifat nasabah yang tidak ingin dibantah. Oleh karena itu, seorang customer service harus dapat melayani nasabah dengan baik.

2.1.5 Bank

2.1.5.1 Pengertian Bank

Bank termasuk industri jasa karena produksinya memberikan pelayanan jasa kepada masyarakat. Adapun pengertian bank menurut undang-undang RI nomor 10 tahun 1998 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”. Kasmir (2018:9)

Definisi lain mengenai bank adalah lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan meyalurkan kembali dana tersebut kemasyarakat serta memberikan jasa bank lainnya. Kasmir (2014:24)

Dapat disimpulkan bank merupakan badan usaha yang kegiatan usahanya menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau dalam bentuk lainnya serta memberikan jasa bank lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

2.1.5.2 Fungsi Bank

Fungsi utama dari perbankan di Indonesia adalah sebagai penghimpun dan penyalur dana masyarakat serta bertujuan untuk menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan pembangunan dan hasil-hasilnya, pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional, kearah peningkatan taraf hidup rakyat banyak. Menurut Budisusanto dan Nuritmo (2019:9) secara lebih spesifik bank berfungsi sebagai :

1. *Agent of trust*

Dasar utama kegiatan perbankan adalah kepercayaan (trust), baik dalam hal penghimpunan dana maupun penyaluran dana. Masyarakat percaya bahwa uangnya tidak akan di salah gunakan oleh bank, uangnya akan dikelola dengan baik, bank tidak akan bangkrut, dan pada saat yang telah dijanjikan simpanan tersebut dapat ditarik kembali dari bank.

2. *Agent of development*

Kegiatan perekonomian masyarakat di sector moneter dan sector riil tidak dapat dipisahkan. Kegiatan bank berupa penghimpunan dan penyaluran dana sangat diperlukan bagi lancarnya kegiatan perekonomian di sector riil. Kelancaran kegiatan bank yang memungkinkan masyarakat melakukan investasi-distribusi-konsumsi ini tidak lain adalah kegiatan pembangunan perekonomian suatu masyarakat.

3. *Agent of services*

Selain penyaluran dana, bank juga memberikan penawaran jasa perbankan yang lain kepada masyarakat. Jasa yang ditawarkan bank ini erat kaitannya dengan kegiatan perekonomian masyarakat secara umum. Jasa ini antara lain dapat berupa jasa pengiriman uang, penitipan barang berharga, pemberian jaminan bank, dan penyelesaian tagihan.

Berdasarkan fungsi spesifik bank, maka terdapat pula fungsi utama bank, yaitu:

a. Menghimpun Dana dari Masyarakat

Bank menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan. Untuk itu masyarakat akan mempercayakan dananya untuk disimpan di bank dengan jaminan keamanan yang diberikan oleh pihak bank. Selain dari segi keamanan, tujuan masyarakat menyimpan dananya di bank yaitu untuk berinvestasi, sebab bank akan memberikan keuntungan berupa tingkat pengembalian atau return yang akan diperoleh nasabah berdasarkan kebijakan bank yang bersangkutan.

b. Menyalurkan Dana Kepada Masyarakat

Bank akan menyalurkan dananya kepada masyarakat yang membutuhkan dalam bentuk pinjaman. Melalui penyaluran dana tersebut maka bank akan memperoleh pendapatan. Pendapatan tersebut berupa pendapatan bunga. Kegiatan penyaluran dana ini memberikan pendapatan yang cukup besar bagi bank. Namun untuk mendapat pinjaman dana dari bank (kredit) maka nasabah harus memenuhi persyaratan tertentu yang ditetapkan oleh bank.

c. Pelayanan dan Jasa Perbankan

Selain simpanan, bank juga menawarkan berbagai produk pelayanan jasa perbankan kepada nasabah. Produk pelayanan jasa perbankan tersebut antara lain jasa pengiriman uang (transfer), pemindah bukuan, penagihan surat-surat berharga, kliring, Letter of Credit, inkaso, garansi bank, dan pelayanan jasa lainnya. Seiring dengan arus globalisasi saat ini. Terutama bagi mereka yang bergerak dalam bidang bisnis dan berpacu dengan waktu. Untuk memenuhi tuntutan kebutuhan nasabah tersebut, maka saat ini banyak sektor perbankan yang berlomba untuk melakukan inovasi produk dan meningkatkan teknologi serta system informasi demi memberikan kepuasan pelayan kepada nasabah.

2.1.5.3 Jenis-jenis Bank

Terdapat beberapa jenis perbankan yang diatur dalam Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 dengan seelumnya, yaitu Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1967, maka terdapat beberapa perbedaan. Namun, kegiatan utama atau pokok bank sebagai lembaga keuangan yang menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana tidak berbeda satu sama lainnya.

Menurut Kasmir (2014:32-33) bank dibagi dalam berbagai segi, seperti dilihat dari segi fungsi dan segi kepemilikannya, yaitu:

1. Dilihat dari fungsinya
 - a. Bank umum, yaitu bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan/atau prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Sifat jasa yang diberikan adalah umum, dalam arti dapat memberikan seluruh jasa perbankan yang ada.
 - b. Bank Perkreditan Rakyat (BPR), yaitu bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.
2. Dilihat dari segi kepemilikannya
 - a. Bank milik pemerintah, yaitu bank yang dimana akte pendirian maupun modalnya dimiliki oleh pemerintah sehingga seluruh keuntungan bank ini dimiliki oleh pemerintah pula.
 - b. Bank milik swasta nasional, yaitu bank yang seluruh atau Sebagian besarnya dimiliki oleh swasta nasional serta akte pendiriannya pun didirikan oleh swasta, begitu pula pembagian keuntungannya untuk keuntungan swasta pula.
 - c. Bank milik koperasi, yaitu bank dengan kepemilikan saham-saham yang dimiliki oleh perusahaan yang berbadan hukum koperasi.

2.2 Pendekatan Masalah

Bank merupakan lembaga keuangan yang dimana harus menjaga citra yang baik dan positif di mata nasabah. Nasabah adalah sumber bagi bank dalam menghimpun dana. Kecenderungan nasabah untuk bertransaksi akan merasa terpuaskan dan aman dengan pelayanan yang diberikan oleh lembaga perbankan. Pelayanan tersebut salah satunya sangat dipengaruhi oleh peran *customer service* yang memberikan kenyamanan pada nasabahnya, khususnya nasabah pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya.

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh seorang *customer service* PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya sangat berpengaruh terhadap kesetiaan nasabah bahkan meningkatkan jumlah nasabahnya. Peran *customer service* tersebut tidak hanya berperan untuk membuat nasabah loyal. Namun, seorang *customer service* juga berperan untuk menjaga kerahasiaan bank.

Oleh karena itu, peneliti melakukan penelitian menggunakan pendekatan kualitatif mengenai peranan *customer service* dalam meningkatkan jumlah nasabah pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya. Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan data sekunder.