

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENDEKATAN MASALAH

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Pengertian Peranan

Menurut Soekanto (2012:212) peranan adalah aspek dinamis kedudukan (status). Apabila seseorang melakukan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, dia menjalankan suatu peranan. Perbedaan antara kedudukan dan peranan adalah untuk kepentingan ilmu pengetahuan. Keduanya tak dapat dipisah-pisahkan karena yang satu tergantung pada yang lain dan sebaliknya. Tak ada peranan tanpa kedudukan atau kedudukan tanpa peranan. Sebagaimana dengan kedudukan, peranan juga mempunyai dua arti. Setiap orang mempunyai macam-macam peranan yang berasal dari pola-pola pergaulan hidupnya. Hal itu sekaligus berarti bahwa peranan menentukan apa yang diperbuatnya bagi masyarakat serta kesempatan-kesempatan apa yang diberikan oleh masyarakat kepadanya.

Peranan adalah suatu rangkaian prilaku yang teratur, yang ditimbulkan karena suatu jabatan tertentu, atau karena adanya suatu kantor yang mudah dikenal. Kepribadian seseorang barangkali juga amat mempengaruhi bagaimana peranan harus dijalankan. Peranan timbul karena seseorang memahami bahwa ia bekerja tidak sendirian. Mempunyai lingkungan, yang setiap saat diperlukan untuk berinteraksi. Lingkungan itu luas dan beraneka macam, dan masing-masing akan mempunyai lingkungan

yang berlainan. Tetapi peranan yang harus dimainkan pada hakekatnya tidak ada perbedaan.

2.1.2 Pengertian Customer Service

Menurut Kasmir (2017:250), menyatakan *customer service* secara bahasa berasal dari dua kata yaitu “*customer*” yang artinya pelanggan, dan “*service*” yang artinya pelayanan. Istilah *customer service* yang terjemahkan dalam bidang bisnis secara umum sebagai pelayanan pelanggan. Secara umum pengertian *customer service* adalah setiap kegiatan yang dirancang atau dimaksudkan untuk memberikan kepuasan pelanggan melalui layanan yang diberikan oleh seseorang. Jadi *customer service* pada dasarnya melayani semua kebutuhan pelanggan dengan memuaskan. Layanan yang ditawarkan termasuk menerima keluhan atau masalah nasabah. Seorang *customer service* harus mampu menemukan solusi terhadap masalah nasabah.

2.1.3 Fungsi dan Tugas Customer Service

Banyak nasabah yang masih menganggap *customer service* hanya sekedar pusat informasi, padahal sebenarnya *customer service* juga menyediakan layanan dan produk perusahaan. Setiap *customer service* tentu telah mengimplementasikan fungsi dan tugas yang harus dilakukan. Fungsi dan tugas yang benar-benar perlu dipahami dan dilakukan sebaik mungkin agar dapat menjalankan tugas secara optimal.

Menurut Kasmir (2014:250), menyatakan fungsi dan tugas *Customer Service* sebagai berikut:

1. Sebagai *receptionist*

Receptionis artinya *customer service* sebagai penerima tamu atau nasabah yang datang ke bank. Dalam menerima tamu, *customer service* harus bersikap ramah, sopan, dan menyenangkan. Dalam hal ini *customer service* harus bersikap memberikan perhatian, berbicara dengan suara yang lembut dan jelas dengan bahasa yang mudah dimengerti. Selama melayani nasabah *customer service* tidak diperkenankan untuk merokok, makan dan minum.

2. Sebagai *Deskman*

Deskman artinya seorang *customer service* berfungsi sebagai orang yang melayani berbagai macam aplikasi yang diajukan nasabah atau calon nasabah. Pelayanan yang diberikan berupa informasi mengenai produk-produk bank. Termasuk memberikan arahan dan petunjuk cara-cara pengisian aplikasi tersebut hingga tuntas, serta prosedur transaksi yang diinginkan oleh nasabah atau calon nasabah.

3. Sebagai *Salesman*

Salesman artinya *customer service* sebagai orang yang menjual produk perbankan sekaligus sebagai pendekatan, mencari

nasabah baru, mengatasi dan menjawab segala permasalahan nasabah.

4. Sebagai *Customer Relation Officer*

Customer relation officer sebagai orang yang membina hubungan baik kepada seluruh nasabah. Dalam menjaga hubungan baik kepada nasabah dengan cara menjaga image bank sehingga nasabah merasa senang, puas dan makin percaya kepada bank.

5. Sebagai Komunikator

Sebagai komunikator, *customer service* sebagai orang yang menghubungi nasabah dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungannya antara bank dengan nasabah. Komunikasi penting karena akan dapat mempererat hubungan antara nasabah dengan bank.

2.1.4 Syarat/Kriteria Seorang *Customer Service*

Menurut Daryanto dan Setyobudi (2014:34), menyatakan untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabah yang terpenting adalah kualitas pelayanan. Petugas *customer service* dan karyawan lainnya memiliki peranan yang sangat penting. Agar pelayanan yang berkualitas perlu ada beberapa persyaratan bagi seseorang untuk menjadi *customer service*. Berikut persyaratan untuk menjadi seorang *customer service*.

1. Persyaratan Fisik

Seorang *customer service* harus memiliki ciri-ciri fisik yang menarik seperti tinggi yang ideal dengan berat. Memiliki wajah yang menarik dan menawan, petugas juga harus memiliki jiwa yang sehat. Artinya seorang *customer service* harus memiliki kesehatan jasmani dan rohaninya. Di samping itu, petugas *customer service* harus memiliki penampilan yang menarik, badan dan pakaian rapi dan bersih serta tidak bau.

2. Persyaratan Mental

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

3. Persyaratan Kepribadian

Syarat lain *customer service* harus memiliki kepribadian yang baik seperti murah senyum, sopan, lemah lembut, simpatik, lincah, enerjik, menyenangkan, berjiwa bisnis, dan memiliki rasa humor serta berkeinginan maju. Dalam melayani nasabah kesan pertama yang megesankan perlu ditonjolkan. *Customer service* juga harus mampu mengendalikan diri, tidak mudah marah, dan tidak terpancing untuk berbuat dan berkata kasar, ketidaksabaran dan rasa tidak puas serta mampu mengendalikan gerakan-gerakan tubuh

yang mengesankan serta tidak terpancing untuk berbicara hal-hal yang bersifat negatif.

4. Persyaratan Sosial

Customer service harus mampu memiliki jiwa sosial yang tinggi, bijaksana, berbudi pekerti yang halus, pandai bergaul, pandai berbicara dan fleksibel. *Customer service* juga harus cepat menyesuaikan diri, mudah bekerja sama, tenang, dan tabah. Demikianlah persyaratan yang harus dipenuhi oleh seorang *customer service*.

2.1.5 Pengertian Pelayanan

Menurut Kasmir (2017:47) pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, sesama karyawan, dan juga pimpinan. Pelayanan berasal dari kata “layan” yang artinya membantu menyiapkan atau mengurus segala apa yang diperlukan orang lain untuk perbuatan melayani, jadi pelayanan adalah suatu kegiatan atau manfaat pemberian jasa dari satu pihak lain dengan ramah, Tamah, sopan dan santun untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

2.1.6 Dasar-Dasar Pelayanan Nasabah

Menurut Mintardjo (2015:71), menyatakan seorang *customer service* dituntut untuk memberikan pelayanan yang prima kepada nasabahnya. Agar pelayanan yang diberikan bisa memuaskan nasabah, maka seorang *customer service* harus memiliki dasar-dasar pelayanan yang kokoh. Pelayanan yang diberikan akan berkualitas jika setiap *customer service* telah

dibekali dasar-dasar pelayanan. Berikut dasar-dasar pelayanan *customer service*.

1. Berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih. Artinya petugas *customer service* harus mengenakan baju dan celana yang sepadan dengan kombinasi yang menarik, necis, tidak kumal, dan baju lengan panjang jangan digulung.
2. Percaya diri, bersikap akrab, dan penuh dengan senyum. Artinya Dalam melayani nasabah, petugas *customer service* tidak ragu- ragu, yakin dan percaya diri yang tinggi, lebih akrab dan senyum.
3. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika kenal. Pada saat nasabah datang petugas *customer service* harus segera menyapa dan kalau sudah pernah bertemu sebelumnya usahakan menyapa dengan menyebutkan nama. Namun, jika belum kenal dapat menyapa dengan sebutan ibu/bapak.
4. Tenang, Sopan, Hormat, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan. Usahakan pada saat melayani nasabah dalam keadaan tenang, tidak terburu-buru, sopan santun dalam bersikap. Kemudian tunjukkan sikap menghormati tamu, tekun mendengarkan sekaligus berusaha memahami keinginan konsumennya.

5. Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar. Artinya dalam berkomunikasi dengan nasabah gunakan bahasa Indonesia yang benar atau bahasa daerah yang benar pula.
6. Bergairah dalam melayani nasabah dan tunjukkan kemampuan dalam melayani nasabah jangan terlihat loyo, lesu, atau kurang semangat.

2.1.7 Ciri-Ciri Pelayanan Yang Baik

Menurut Rahmayanty (2019:8), menyatakan setiap bank selalu ingin dianggap yang terbaik di mata nasabahnya. Nasabah pada intinya ingin diberikan pelayanan yang terbaik. Adapun Ciri-ciri pelayan yang baik ini harus segera dapat dipenuhi oleh bank, sehingga keinginan nasabah dapat diberikan secara maksimal diantaranya adalah:

1. Tersedia sarana dan prasarana yang baik. Untuk melayani nasabah salah satu hal yang paling penting diperhatikan adalah sarana dan prasarana yang dimiliki bank. Meja dan kursi yang diduduki harus nyaman. Udara ruangan tenang dan sejuk, sehingga membuat nasabah betah untuk berurusan.
2. Tersedia karyawan yang baik. Kenyamanan nasabah juga sangat tergantung dari petugas *customer service* yang melayaninya. Petugas *customer service* harus ramah, sopan, dan menarik. Selain itu, petugas *customer service* harus cepat tanggap, pandai bicara, menyenangkan, serta pintar. Petugas *customer service* juga harus mampu memikat dan mengambil

hati nasabah sehingga nasabah semakin tertarik. Demikian juga cara kerja harus cepat dan cekatan. Untuk ini semua sebelum menjadi *customer service* harus melalui pendidikan dan pelatihan khusus.

3. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai dalam menjalankan kegiatan pelayanan petugas *customer service* harus mampu melayani dari awal sampai tuntas atau selesai. Nasabah akan merasa puas jika nasabah bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diinginkannya. Jika terjadi sesuatu maka segera petugas *customer service* yang dari semula mengerjakannya mengambil alih tanggung jawabnya.
4. Mampu melayani secara cepat dan tepat. Dalam melayani nasabah diharapkan petugas *customer service* harus melakukannya sesuai prosedur. Layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan nasabah.
5. Mampu berkomunikasi. Petugas *customer service* harus mampu berbicara kepada setiap nasabah. Petugas *customer service* mampu dengan cepat memahami keinginan nasabah. Artinya, petugas *customer service* harus dapat berkomunikasi

dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti. Jangan menggunakan istilah yang sulit dimengerti.

6. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi. Menjaga rahasia bank sama artinya dengan menjaga rahasia nasabah. Oleh karena itu, petugas *customer service* harus mampu menjaga rahasia nasabah terhadap siapa pun. Rahasia bank merupakan ukuran kepercayaan nasabah kepada bank.
7. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik. Untuk menjadi *customer service* harus memiliki pengetahuan dan kemampuan tertentu. Karena tugas *customer service* selalu berhubungan dengan manusia, maka *customer service* perlu dididik khusus mengenai kemampuan dan pengetahuannya untuk menghadapi nasabah atau kemampuan dalam bekerja.
8. Berusaha memahami kebutuhan nasabah. *Customer service* harus cepat tanggap apa yang diinginkan oleh nasabah. Usahakan mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan nasabah.

2.1.8 Pengertian Nasabah

Nasabah adalah pelanggan (*customer*) yaitu individu atau Perusahaan yang mendapatkan manfaat atau produk dan jasa dari sebuah Perusahaan perbankan, meliputi kegiatan pembelian, penyewaaan serta layanan jasa. Nasabah menurut Pasal 1 ayat (17) Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 adalah pihak yang menggunakan jasa bank. Nasabah

mempunyai peran penting dalam industri perbankan, Dimana dana yang disimpan nasabah di bank merupakan dana yang terpenting dalam oprasional bank untuk menjalankan usahanya.

Dari pengertian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa nasabah adalah seseorang atau badan usaha (korporasi) yang mempunyai rekening simpanan dan pinjaman dan melakukan transaksi simpanan dan pinjaman tersebut pada sebuah bank.

2.1.9 Pengertian Bank

Dalam Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 (Perubahan Undang-Undang Perbankan Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1992), pengertian bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat melalui kredit untuk meningkatkan taraf hidup orang banyak.

Menurut Nunasrina (2018:190) bank syariah adalah bank yang menjalankan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan terdiri dari bank umum syariah dan bank pembiayaan rakyat syariah. Perbankan syariah adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan bank syariah dan badan usaha syariah, termasuk kelembagaan, operasional, dan metodenya. dan proses dalam bisnis mereka.

2.2 Pendekatan Masalah

Dalam era di mana persaingan bisnis semakin ketat, pelayanan nasabah menjadi salah satu faktor kunci dalam mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar sebuah perusahaan. *Customer service*, merupakan unit yang berhubungan langsung antara perusahaan dan nasabah, memainkan peranan yang sangat penting dalam membentuk persepsi nasabah terhadap merek dan layanan yang ditawarkan.

Kesuksesan *customer service* tidak hanya bergantung pada sistem dan teknologi, tetapi juga pada kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah. Oleh karena itu, pelayanan yang baik *dari customer service* akan membawa reputasi yang baik, karna pelayanan yang baik akan membantu membangun reputasi yang positif bagi bank di mata nasabah dan masyarakat umum. Ini dapat meningkatkan citra bank dan menarik lebih banyak nasabah baru. Oleh karena itu, penelitian ini dapat bertujuan untuk menggali pemahaman mendalam tentang peranan *customer service* dalam meningkatkan pelayanan yang berkualitas kepada nasabah di PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Syariah Kantor Cabang Pembantu Singaparna.

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan melalui wawancara mendalam dengan *customer service* di PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Syariah Kantor Cabang Pembantu Singaparna dan teknik pengumpulan data. Selain itu, penelitian ini juga akan menggali terkait kendala dan solusi mengenai peranan *customer*

service dalam meningkatkan pelayanan kepada nasabah. Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat membantu dalam pengembangan pelatihan yang lebih efektif bagi *customer service*, sehingga dapat mengevaluasi efektivitas *customer service* dalam meningkatkan pelayanan nasabah.