

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENDEKATAN MASALAH

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Pengertian pelayanan prima (*service excellent*)

Service excellent merupakan kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan serta mewujudkan kepuasan agar selalu loyal kepada perusahaan. Efek dari *service excellence* adalah sangat menguntungkan bank. Ini dapat membantu pemotongan biaya dimana karyawan lebih memperhatikan secara detail dengan mengurangi kesalahan dan melakukan koreksi yang terkait serta dapat juga meningkatkan pendapatan dengan meningkatkan loyalitas pelanggan. Jalal, A. (2019:123) jadi *service excellent* memiliki keuntungan bagi Bank maupun nasabah.

Selain itu Menurut Nina Rahmayanty (2008:17) pelayanan prima memiliki beberapa pengertian yaitu:

1. Layanan prima adalah pelayanan yang sangat baik dan melampaui harapan pelanggan. Awalnya pelanggan memiliki harapan yang sederhana dan sementara dibenaknya yang bersifat biasa dengan standar yang umum yang banyak diberikan oleh perusahaan lainnya namun ternyata adanya pelayanan ekstra yang tidak diduga dan merupakan surprise dari pelayanan perusahaan

seperti seorang nasabah mendapatkan email ucapan ulang tahun dari perusahaan perbankan tempat ia menabung, maka nasabah akan merasa diberikan perhatian khusus dan merasa dihargai.

2. Layanan Prima adalah pelayanan yang memiliki ciri khas kualitas (*quality nice*). Ciri khas kualitas yang baik meliputi kemudahan, kecepatan, ketepatan, kehandalan dan *emphaty* dari petugas pelayanan dalam pemberian dan penyampaian pelayanan kepada pelanggan yang berkesan kuat yang dapat langsung dirasakan pelanggan waktu itu dan saat itu juga.
3. Layanan Prima adalah pelayanan dengan standar kualitas yang tinggi dan selalu mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan setiap saat, secara konsisten dan akurat (handal). Berorientasi kepada kepuasan pelanggan, selalu mengikuti perkembangan standar Internasional/ISO, dan menerapkan manajemen mutu total/konsistensi dan kesadaran mutu yang tinggi (*high quality consciouness*) seperti *customer orientation* (fokus pelanggan), *robotics*, *QC-Circles* (siklus kendali mutu), *automation* (otomatisasi), *discipline in the workplace* (disiplin), *quality improvement* (Perbaikan mutu), *zero defects* (kerusakan nol), dan sebagainya.
4. Layanan Prima adalah pelayanan yang memenuhi kebutuhan praktis (*practical needs*) dan kebutuhan emosional (*emotional needs*) pelanggan. Kebutuhan praktis meliputi nilai yang dirasakan dengan bentuk berwujud fisik (*tangible*) dan kebutuhan emosional yang dirasakan kepada fisiologis pelanggan.

Menurut Sheila Galuh Syafira Siregar dkk (2019:229) *Service Excellent* (Pelayanan Prima) di dalam perbankan dapat diukur dari beberapa faktor sebagai berikut:

a. Kemampuan (*ability*)

Kemampuan adalah pengetahuan dan keterampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang program layanan prima, yang meliputi kemampuan dalam bidang kerja yang ditekuni, melaksanakan komunikasi yang efektif, mengembangkan motivasi, menggunakan *public relations* sebagai instrumen dalam membina hubungan ke dalam dan ke luar organisasi/perusahaan.

b. Sikap (*Attitude*)

Sikap (*attitude*) adalah perilaku atau perangai yang harus ditonjolkan ketika menghadapi pelanggan.

c. Penampilan (*Appearance*)

Penampilan (*appearance*) adalah penampilan seseorang, baik yang bersifat fisik saja maupun non-fisik, yang mampu merefleksikan kepercayaan diri dan kredibilitas dari pihak lain.

d. Perhatian (*Attention*)

Perhatian (*attention*) adalah kepedulian penuh terhadap pelanggan, baik yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun pemahaman atas saran dan kritiknya.

e. Tindakan (*Action*)

Tindakan (*action*) adalah berbagai kegiatan nyata yang harus dilakukan dalam memberikan layanan kepada pelanggan.

f. Tanggung jawab (*Accountability*)

Tanggung jawab (*accountability*) adalah suatu sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai wujud kepedulian untuk menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan. Pada hal *accountability* lembaga keuangan syariah diwajibkan memberikan kepercayaan dan rasa aman akan semua transaksi yang ada, baik dalam transaksi *funding* ataupun transaksi *landing*. Seorang marketing dituntut untuk bisa memberikan kepuasan yang maksimal karena mereka adalah ujung tombak dari lembaga keuangan syariah. Romadani dan Iqbal (2020:iii) menyebutkan dalam penelitiannya marketing merupakan sebuah elemen penting dalam sebuah perusahaan untuk mengenalkan produknya kepada masyarakat.

Dengan adanya *service excellent* akan membangun rasa kepercayaan dan kepuasan kepada nasabah serta pada saat melayani nasabah dengan

sepenuh hati akan menjadikan hubungan baik dengan nasabah dan nasabah pun akan menjadi loyal terhadap bank.

2.1.2 Tujuan *service excellent*

Tujuan dari *service excellence* atau pelayanan prima yaitu (Rahmayanty, 2013:8):

- a) Tujuan pelayanan prima mencegah pembelotan dan membangun kesetiaan pelanggan atau *customer loyalty*. Pembelotan pelanggan atau berpalingnya pelanggan disebabkan karena kesalahan pemberian pelayanan maupun sistem yang digunakan oleh perusahaan dalam melayani pelanggan.
- b) Tujuan pelayanan prima dapat memberikan rasa puas dan kepercayaan pada konsumennya. Dalam pelaksanaannya pelayanan prima merupakan pelayanan yang sangat baik dan melampaui harapan pelanggan dan pelayanan yang memiliki ciri khas kualitas (*quality nice*).
- c) Tujuan pelayanan prima tetap menjaga dan merawat (*maintenance*) agar pelanggan merasa diperhatikan dan dipentingkan segala kebutuhannya atau keinginannya. Pelayanan dengan standar kualitas yang tinggi dan selalu mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan setiap saat, secara konsisten dan akurat (*handal*).
- d) Tujuan pelayanan prima merupakan upaya mempertahankan pelanggan agar tetap loyal untuk menggunakan produk barang atau jasa yang ditawarkan tersebut

2.1.3 Faktor dan Ciri-ciri penerapan *service excellent*

Menurut Dewi, E. K. (2016:20) Upaya memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan atau nasabah harus dilakukan sungguh-sungguh dengan memperhatikan factor-faktor utama dan faktor-faktor pendukung. Faktor utama yang berpengaruh adalah sumber daya manusia, artinya peranan manusia (karyawan) yang melayani pelanggan yang merupakan faktor utama. Faktor pendukungnya adalah sarana dan prasarana. Kemudian sarana dan prasarana yang digunakan juga harus dapat menjaga apa yang sudah dijaga oleh manusia.

Berikut ini beberapa ciri-ciri pelayanan yang baik yang dapat memberikan kepuasan kepada para pelanggan:

- a) Tersedianya sarana dan prasarana yang baik yang dapat menunjang kelancaran penjualan produk ke pelanggan secara cepat dan tepat waktu.
- b) Tersedianya ragam produk yang diinginkan.
- c) Bertanggung jawab kepada setiap pelanggan dari awal hingga selesai.
- d) Mampu melayani secara cepat dan tepat, tentunya jika di banding dengan 21 pihak pesaing.
- e) Mampu berkomunikasi secara jelas, menyenangkan dan mampu menangkap keinginan dan kebutuhan pelanggan.
- f) Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi, terutama dalam hal keuangan bagi dunia perbankan.

- g) Memberikan pengetahuan dan kemampuan yang baik tentang produk yang dijual.
- h) Mampu memberikan kepercayaan kepada pelanggan.
Memiliki karyawan yang profesional khususnya yang berhadapan langsung dengan pelanggan.
- i) Memiliki karyawan yang profesional khususnya yang berhadapan langsung dengan pelanggan

Sedangkan untuk langkah-langkah dalam menerapkan *service excellent* yaitu:

- a) Berpakaian dengan baik
- b) Percaya diri
- c) Menyapa nasabah
- d) Tenang dan sopan
- e) Komunikatif
- f) Selalu tampil prima
- g) Tidak memotong pembicaraan nasabah

2.1.3 Pengertian *customer service*

Pengertian *Customer Service* menurut Valerie E. Zeithmal dan Jo Bithner (2006:6) *Customer Service* yaitu layanan yang diberikan sebagai bentuk dukungan atas sebuah produk. Pekerjaan dari *Customer Service* meliputi menjawab pertanyaan, menangani keluhan, menangani tagihan. Dalam perkembangan berikutnya, *Customer*

Service bukanlah sebuah divisi dalam departemen khusus, pekerjaannya merupakan tanggung jawab semua pekerja di perusahaan tersebut.

Menurut Kasmir, 2004. Pengertian *Customer Service* secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.

Customer Service memegang peranan sangat penting memberikan pelayanan dan dituntut untuk selalu berhubungan dengan nasabah dan menjaga hubungan itu tetap baik. Hal ini tentu saja harus dilakukan karena menjaga hubungan yang baik dengan nasabah juga berarti menjaga *image* bank agar citra bank dapat terus meningkat di mata nasabah. *Customer Service* bank dalam melayani para nasabah harus memiliki kemampuan melayani nasabah secara tepat dan cepat serta memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik dengan diikuti dengan tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan, ketepatan, dan keakuratan pekerjaannya karena *Customer Service* merupakan pintu gerbang utama sebuah bank.

2.1.3 Tugas *customer service*

Dalam buku Etika *Customer Service* (Kasmir, tahun 2008 : 182) dalam praktiknya fungsi *Customer Service* adalah sebagai *resepsionis*, sebagai *deskman*, sebagai *salesman*, sebagai *Customer Relation Officer*, dan sebagai Komunikator.

1. Sebagai *Resepsionis* Dalam hal ini, *Customer Service* bertugas menerima tamu atau nasabah yang datang ke bank dengan ramah, sopan, tenang, simpatik,

menarik dan menyenangkan. *Customer Service* harus selalu memberi perhatian, berbicara dengan suara yang lembut dan jelas. Penggunaan bahasa yang mudah dimengerti serta mengucapkan salam. Misalnya “selamat pagi, “selamat siang” atau “selamat sore” sesuai dengan kondisi

2. Sebagai *Deskman*, tugas *Customer Service* antara lain memberikan informasi mengenai produk-produk bank, antara lain menjelaskan manfaat dan ciri-ciri produk bank. Hal yang perlu juga dijelaskan adalah keunggulan produk kita dibandingkan dengan produk pesaing. Sebagai *Deskman* Tugas *Customer Service* juga harus menyiapkan berbagai brosur dan formulir untuk kepentingan nasabah. Kemudian menjawab pertanyaan nasabah mengenai produk bank serta membantu nasabah mengisi formulir aplikasi sesuai dengan transaksi yang ia lakukan.
3. Sebagai *Salesman* Sebagai *Salesman*, tugas *Customer Service* bank adalah berusaha sekuat tenaga menjual produk perbankan. Tugas lainnya adalah melakukan *Cross Selling* terhadap penjualan yang dilakukan. Sebagai penjual, *Customer Service* mengadakan pendekatan dan mencari nasabah baru. Berusaha membujuk nasabah yang baru serta berusaha mempertahankan nasabah yang lama.
4. Sebagai *Customer Relation Officer* yaitu hubungan dengan nasabah harus selalu dijaga melalui berbagai cara. Nasabah terkadang sering terpengaruh oleh hal yang dilakukan pesaing. Jika kita mengalami gangguan dengan nasabah,

bukan tidak mungkin nasabah kita akan beralih ke bank pesaing kita. Dalam hal ini, tugas seorang *Customer Service* harus menjaga *image* bank dengan cara membina hubungan baik dengan seluruh nasabah sehingga nasabah merasa senang, puas dan makin percaya kepada bank. Hal yang terpenting adalah sebagai penghubung antara bank dengan seluruh nasabah.

5. Sebagai Komunikator yaitu tugas *Customer Service* yang terakhir adalah sebagai komunikator dengan cara memberikan segala informasi dan kemudahan-kemudahan kepada nasabah. Selain itu, juga sebagai tempat menampung keluhan, keberatan, atau konsultasi.

Dalam arti yang lebih luas, tugas sebagai komunikator adalah mengkomunikasikan kepentingan bank dengan kepentingan nasabah. Mungkin ada komunikasi yang terputus-putus atau tersendat yang perlu diperbaiki. Komunikasi penting karena akan dapat mempererat hubungan antara nasabah dengan bank.

Menurut Mirawati (2019:5) dalam pelayanan di Bank Nagari Cabang Siteba Padang, *Customer Service* mempunyai tanggung jawab dalam menjelaskan tugasnya, sebagai berikut:

1. Melayani nasabah yang akan membuka rekening simpanan, membuat ATM, melaporkan buku tabungan atau *cheque* atau bilyet giro atau ATM hilang, meminta informasi saldo dan transaksi rekening, mencetak buku tabungan.
2. Melakukan identifikasi dan *verifikasi* identitas diri nasabah yang akan membuka rekening simpanan pada Bank Nagari Cabang Siteba Padang.

3. Mempersiapkan Dokumen-dokumen dan warkat-warkat yang berkaitan dengan pembukuan rekening giro, tabungan, deposito atau sertifikat deposito, penerbitan kartu ATM dan lain sejenisnya.
4. Menyimpan dan memelihara file dokumen-dokumen dan warkat-warkat yang berkaitan dengan pembukuan rekening simpanan dan transaksi keuangan nasabah.
5. Membantu nasabah untuk memastikan kelengkapan pengisian aplikasi transfer dan inkasso sebelum di teruskan kepada teller. Pada dasarnya tugas *Customer Service* di bidang perbankan itu sama, yaitu berhubungan langsung dengan nasabah dalam memenuhi kebutuhannya yaitu membuka rekening, menyelesaikan masalah terkait dengan rekeningnya. Memasarkan produk dan jasa perbankan kepada nasabah. Di luar kegiatan, *Customer Service* juga membantu *loby* untuk mendapatkan calon nasabah prioritas atau instansi yang potensial. Adapun persyaratan menjadi seorang *Customer Service* adalah sebagai berikut:

1. Persyaratan Fisik, yaitu:

- a. Kesehatan yang prima.
- b. Penampilan bersih dan rapi.
- c. Suara merdu.
- d. Gerak-gerik badan yang wajar.

2. Persyaratan Mental, yaitu:

- a. Mempunyai rasa tanggung jawab yang besar.
- b. Percaya diri.
- c. Aktif dalam melayani nasabah.

3. Persyaratan Kepribadian, yaitu:

- a. Lemah lembut.
- b. Ramah.
- c. Mampu mengendalikan diri.
- d. Tenaga dan tabah.

4. Persyaratan Sosial, yaitu:

- a. Pandai bergaul.
- b. Murah tersenyum.
- c. Mudah bekerja sama.
- d. Lancar berbicara. Sikap dan Perilaku Seorang *Customer Service*

Sikap yang dilakukan oleh *customer service* sangat penting untuk diperhatikan oleh perbankan. Sikap yang dilakukan oleh seorang *customer service* harus bertindak

dengan jujur, rajin, tepat waktu dan tidak boleh malas juga harus tersenyum dan ramah dalam bersikap

2.1.5 Pengertian Bank

Pengertian Bank menurut Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang Perbankan, yang dimaksud dengan “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”.

Sedangkan menurut Kasmir (2015:24) Bank merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang keuangan, artinya aktivitas perbankan selalu berkaitan dengan keuangan.

Dari pengertian di atas dapat dijelaskan secara lebih luas lagi bahwa bank merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang keuangan, artinya aktivitas perbankan selalu berkaitan dalam bidang keuangan. Sehingga berbicara mengenai bank tidak terlepas dari masalah keuangan.

2.1.6 Jenis-jenis Bank

2.1.7 Fungsi Bank

Menurut Kasmir (2015), secara umum fungsi bank adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat untuk berbagai tujuan.

1) Menghimpun dana dari masyarakat (*funding*) dalam bentuk:

- Simpanan Giro (*Demand Deposit*) yang merupakan simpanan pada bank dimana penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek atau Bilyet Giro.
- Simpanan Tabungan (*Saving Deposit*) yaitu simpanan pada bank yang penarikannya dapat dilakukan sesuai perjanjian antara bank dengan nasabah dan penarikannya dengan menggunakan slip penarikan, buku tabungan, kartu ATM atau sarana penarikan lainnya.
- Simpanan Deposito (*Time Deposit*) merupakan simpanan pada bank yang penarikannya sesuai jangka waktu (*jatuh tempo*) dan dapat ditarik dengan bilyet deposito atau sertifikat deposito.

2) Menyalurkan dana ke masyarakat (*lending*) dalam bentuk kredit seperti:

- Kredit Investasi adalah kredit yang diberikan kepada para investor untuk investasi yang penggunaannya jangka panjang.
- Kredit Modal Kerja merupakan kredit yang diberikan untuk membiayai kegiatan suatu usaha dan biasanya bersifat jangka pendek guna memperlancar transaksi perdagangan.
- Kredit Perdagangan adalah kredit yang diberikan kepada para pedagang, baik agen-agen maupun pengecer.
- Kredit Konsumtif merupakan kredit yang digunakan untuk dikonsumsi atau dipakai untuk keperluan pribadi.

- Kredit Produktif adalah kredit yang digunakan untuk menghasilkan barang atau jasa.
- 3) Memberikan jasa-jasa bank lainnya (*Services*) antara lain:
- Menerima setoran-setoran seperti:
 - a. Pembayaran pajak
 - b. Pembayaran telepon
 - c. Pembayaran air
 - d. Pembayaran listrik
 - e. Pembayaran uang kuliah
 - Melayani pembayaran-pembayaran seperti :
 - a. Gaji/pensiun/honorarium
 - b. Pembayaran dividen
 - c. Pembayaran kupon
 - d. Pembayaran bonus/hadiah
 - Di dalam pasar modal perbankan dapat memberikan atau menjadi:
 - a. Penjamin emisi (*Underwriter*)
 - b. Penanggung (*Guarantor*)
 - c. Wali amanat (*Trustee*)
 - d. Perantara perdagangan efek (pialang/broker)
 - e. Pedagang efek (*Dealer*)
 - f. Perusahaan pengelola dana (*investment compay*)

- Transfer (iriman uang) merupakan jasa kiriman uang antar bank baik antar bank yang sama maupun bank yang berbeda. Pengiriman uang dapat dilakukan untuk dalam kota, luar kota maupun luar negeri.
- Inkaso (*Collection*) merupakan jasa penagihan warkat antarbank yang berasal dari luar kota berupa cek, bilyet giro, atau surat-surat berharga lainnya yang baik berasal dari warkat bank dalam negeri maupun luar negeri.
- Kliring (*Clearing*) merupakan jasa penarikan warkat (cek atau BG) yang berasal dari dalam satu kota, termasuk transfer dalam kota antar bank
- *Safe Deposit Box* merupakan jasa penyimpanan dokumen, berupa surat-surat atau benda berharga. *Safe Deposit Box* lebih dikenal dengan nama *Safe Locket*.
- *Bank Card* merupakan jasa penerbitan kartu-kartu kredit yang dapat digunakan dalam berbagai transaksi dan penarikan uang tunai di ATM (*Anjungan Tunai Mandiri*) setiap hari.
- *Bank Notes* (*Valas*) merupakan kegiatan jual beli mata uang asing.
- *Bank Garansi* merupakan jaminan yang diberikan kepada nasabah dalam pembiayaan proyek tertentu.
- *Referensi Bank* merupakan surat referensi yang dikeluarkan oleh bank.
- *Bank Draft* merupakan *wesel* yang diterbitkan oleh bank.
- *Letter of Credit* (*L/C*) merupakan jasa yang diberikan dalam rangka mendukung kegiatan atau transaksi ekspor impor. *Cek Wisata* (*Travellers Cheque*)

merupakan cek perjalanan yang biasa digunakan oleh para turis dan dibelanjakan di berbagai tempat perbelanjaan dan jasa lainnya.

2.2 Pendekatan Masalah

Service excellent hal yang wajib diperhatikan disektor perbankan demi dapat terus bersaing dengan Bank lain. Aspek-aspek *service excellent* yang dapat diterapkan yaitu *Ability, attitude, appearance, attention, action* dan *accountability*. Bank bukan hanya memberikan jasa dan produk bagi nasabah namun bank juga harus memberikan rasa nyaman dan kepuasan untuk nasabah sehingga bank dapat terus bersaing dengan bank lain. *Customer service* dapat dikatakan menjadi muka bagi perbankan karena *customer service* adalah orang yang pertama kali berhadapan dengan nasabah dan sangat mempengaruhi bagaimana perilaku nasabah setelah menyelesaikan kebutuhannya apakah akan tetap menggunakan jasa Bank tersebut atau beralih ke Bank lain yang kualitas pelayanannya lebih baik dari Bank sebelumnya.

Maka dari itu dengan menerapkan bagaimana melakukan *service excellent* yang baik dan melakukan solusi yang tepat untuk mengatasi hambatan yang terjadi sangat penting untuk dilakukan. Perbankan khususnya Bank BNI kantor cabang pembantu Kawali dapat terus mengevaluasi kualitas layanan sehingga dapat bersaing dengan Bank lain dan akan terus menjadi pilihan bagi nasabah.

