

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENDEKATAN MASALAH

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Bank

2.1.1.1 Pengertian Bank

Pengertian Bank menurut Kasmir (2014:43) “Bank yaitu lembaga keuangan yang memiliki kegiatan dalam menghimpun dana masyarakat dan menyalurkan dana kembali ke masyarakat dan juga memberikan jasa-jasa lainnya”. Sedangkan menurut (Undang undang Perbankan No 10 tahun, 1998) tentang Perbankan, “Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak”.

2.1.1.2 Jenis-Jenis Bank

Indonesia memiliki beberapa jenis lembaga keuangan perbankan yang diatur oleh Undang-Undang Perbankan. Namun, Perbedaan jenis perbankan ini tidak merubah kegiatan pokok utama yaitu menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat. Perbedaan jenis perbankan dapat dilihat dari segi fungsinya, segi kepemilikan, segi status dan cara menentukan harga.

Dilihat dari berbagai segi jenis-jenis bank menurut Kasmir (2014:32) adalah sebagai berikut :

1. Dilihat dari Segi Fungsinya

Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 jenis perbankan terdiri dari:

a. Bank Umum

Bank Umum 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 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*)

b. Bank Perkreditan Rakyat (BPR)

Bank Perkreditan Rakyat (BPR) adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam bentuk lalu lintas pembayaran. Artinya di sini kegiatan BPR jauh lebih sempit jika dibandingkan dengan kegiatan bank umum.

2. Dilihat dari Segi Kepemilikannya

Kepemilikan ini dapat dilihat dari akta pendirian dan penugasan saham yang dimiliki bank yang bersangkutan. Jenis bank dilihat dari segi kepemilikan tersebut adalah sebagai berikut:

a. Bank milik pemerintah

Dimana baik akta pendirian maupun modalnya dimiliki oleh pemerintah sehingga seluruh keuntungan bank ini dimiliki oleh pemerintah pula.

b. Bank milik swasta nasional

Bank jenis ini seluruh atau sebagian besarnya dimiliki oleh swasta nasional serta akta pendiriannya pun didirikan oleh swasta, begitu pula pembagian keuntungannya untuk keuntungan swasta pula.

c. Bank milik koperasi

Kepemilikan saham-saham ini dimiliki oleh perusahaan yang berbadan hukum koperasi.

d. Bank milik asing

Bank jenis ini merupakan cabang dari bank yang ada di luar negeri, baik milik swasta atau pemerintah asing. Jelas kepemilikannya pun dimiliki oleh pihak luar negeri.

e. Bank milik campuran

Kepemilikan saham bank campuran dimiliki oleh pihak asing dan pihak swasta nasional. Kepemilikan sahamnya secara mayoritas dipegang oleh warga negara Indonesia.

3. Dilihat dari Segi Status

Dilihat dari segi kemampuannya dalam melayani masyarakat, kedudukan atau status ini menunjukkan ukuran kemampuan bank dalam melayani masyarakat dari segi jumlah produk, modal, maupun kualitas pelayanannya.

Status bank yang dimaksud adalah sebagai berikut:

a. Bank *Devisa*

Merupakan bank yang dapat melaksanakan transaksi ke luar negeri atau yang berhubungan dengan mata uang asing secara keseluruhan,

misalnya transfer ke luar negeri, inkaso ke luar negeri, *travellers cheque*, pembukaan dan pembayaran L/C (*Letter of Credit*) dan transaksi lainnya. Persyaratan untuk menjadi bank devisa ini ditentukan oleh Bank Indonesia.

b. Bank non-Devisa

Merupakan bank yang belum mempunyai izin untuk melaksanakan transaksi sebagai bank devisa sehingga tidak dapat melaksanakan transaksi seperti halnya bank devisa. Jadi bank non devisa merupakan kebalikan daripada bank devisa, dimana transaksi yang dilakukan masih dalam batas-batas negara.

4. Dilihat dari Segi Cara Menentukan Harga

Jenis bank jika dilihat dari segi caranya dalam menentukan harga baik harga jual maupun harga beli terbagi dalam dua kelompok yaitu sebagai berikut:

a. Bank yang berdasarkan prinsip konvensional

Dalam mencari keuntungan dan menentukan harga kepada para nasabahnya, bank yang berdasarkan prinsip konvensional menggunakan dua metode, yaitu:

- 1) Menetapkan bunga sebagai harga.
- 2) Untuk jasa-jasa bank lainnya pihak perbankan barat menggunakan atau menetapkan berbagai biaya-biaya dalam nominal atau persentase tertentu. Sistem pengenaan biaya ini dikenal dengan istilah *fee based*.

b. Bank yang berdasarkan prinsip syariah

Dalam menentukan harga atau mencari keuntungan bagi bank yang berdasarkan prinsip syariah adalah sebagai berikut:

- 1) Pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharabah*).
- 2) Pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (*musharakah*).
- 3) Prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (*murabahah*).
- 4) Pembiayaan barang modal berdasarkan sewa murni tanpa pilihan (*ijarah*).
- 5) Atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (*ijarah wa iqtina*).

2.1.1.3 Fungsi Bank

Fungsi Bank secara umum yaitu menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat. Fungsi umum bank ini juga disebut sebagai fungsi *financial intermediary*. Bank memiliki fungsi secara spesifik selain fungsinya sebagai *financial intermediary*. Menurut Kasmir (2014:34) fungsi bank dibedakan menjadi 3 yaitu :

a. Agent of Trust

Fondasi utama bank dalam melakukan kegiatan perbankan adalah kepercayaan (*trust*). Masyarakat meletakkan uangnya di bank dengan unsur kepercayaan. Masyarakat percaya bahwa bank dapat mengelola uangnya dengan baik dan tidak menyalahgunakan dana mereka. Masyarakat juga percaya bahwa pada saat yang dijanjikan, simpanan

mereka dapat diambil dan bank tidak akan bangkrut. Pihak bank juga harus memiliki landasan kepercayaan dalam memberikan dana kepada debitur. Bank percaya bahwa debitur dapat mengelola dana yang dipinjamkan dengan baik dan tidak akan menyalahgunakan dana tersebut. Pihak debitur juga dipercaya memiliki kemampuan serta niat untuk membayar pinjaman dana disertai kewajiban lainnya saat jatuh tempo yang sudah disetujui kedua belah pihak.

b. *Agent of Development*

Kegiatan perekonomian masyarakat dibedakan menjadi dua sektor yaitu sektor moneter dan sektor riil. Kedua sektor ini memiliki hubungan timbal balik sehingga tidak dapat dipisahkan. Kinerja salah satu sektor dapat memburuk apabila sektor lainnya juga tidak bekerja dengan baik. Perbankan sebagai lembaga yang bergerak di sektor moneter sangat diperlukan bagi kelancaran kegiatan di sektor riil. Kegiatan penghimpunan dan penyaluran dana memungkinkan masyarakat melakukan berbagai kegiatan investasi, distribusi serta konsumsi. Kelancaran ketiga kegiatan ini sangat bergantung pada penggunaan uang. Pembangunan perekonomian dapat berjalan dengan optimal jika kegiatan investasi, distribusi dan konsumsi terus bergerak dengan lancar. Bank menjadi pendorong tidak langsung pembangunan perekonomian nasional.

c. *Agent of Services*

Kegiatan utama bank telah diidentifikasi sebagai penghimpun dan penyalur dana. Bank juga memberikan pelayanan lain selain dari kegiatan

utama tersebut. Jasa yang ditawarkan oleh perbankan sangat berkaitan dengan kegiatan ekonomi masyarakat pada umumnya. Jasa perbankan ini antara lain berbentuk jasa pengiriman uang, penyimpanan barang berharga, pemberian jaminan serta penyelesaian tagihan.

2.1.2 Customer service

2.1.2.1 Pengertian Customer service

Menurut Kasmir (2017:250) Secara umum pengertian *customer service* adalah suatu kegiatan yang bertujuan atau ditujukan untuk memuaskan pelanggan/nasabah melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Secara umum, tugas *customer service* di lembaga keuangan adalah mempertahankan pelanggan dan menarik pelanggan baru. Sebagai seorang *Customer service* tentu telah ditetapkan fungsi yang harus diembannya. *Customer service* juga bertanggung jawab dari awal sampai selesainya pelayanan nasabah. Fungsi *customer service* harus benar-benar dipahami sehingga dapat menjalankan tugasnya secara prima.

Kesimpulan dari penjelasan diatas menunjukkan bahwa *Customer service* memiliki peran penting dalam menjaga hubungan dengan pelanggan atau nasabah, menjual produk, dan memberikan pelayanan yang memuaskan guna meningkatkan kepuasan pelanggan serta mempertahankan loyalitas mereka.

2.1.2.2 Fungsi Customer service

Customer service berfungsi sebagai melayani nasabah dalam hal memberikan informasi, menanggapi keluhan nasabah, melakukan penjualan produk atau pelayanan yang berbeda untuk meningkatkan loyalitas nasabah. Ada beberapa

fungsi *customer service* menurut Kasmir (2014:34) yaitu :

1. Sebagai Resepsionis

Resepsionis adalah orang yang bertugas sebagai penerima tamu, dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa, *Customer service* bertugas sebagai resepsionis yaitu sebagai penerima tamu yang datang ke bank. Tamu yang dimaksud adalah nasabah yang datang ke bank. Fungsinya dalam hal ini adalah melayani pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh nasabah dan memberikan informasi yang diharapkan selengkap mungkin.

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 memberikan arahan dan petunjuk cara-cara pengisian aplikasi tersebut hingga tuntas, serta prosedur yang diinginkan. Artinya, nasabah sudah mendapatkan informasi secara lengkap kemudian bermaksud ingin melakukan transaksi, maka *customer service* akan melayani nasabah untuk mengisi berbagai aplikasi seperti formulir, slip atau lainnya.

3. Sebagai *Salesman*

Customer service berfungsi sebagai orang yang menjual produk perbankan sekaligus sebagai pelaksana *cross selling*. Menjual produk berarti menyediakan dan menawarkan produk bank kepada setiap calon nasabah yang datang ke bank. Dalam hal ini *customer service* harus pandai menyakinkan nasabah dengan pelayanan terbaiknya agar mau membeli

produk yang ditawarkan.

Adapun beberapa hal yang harus dikuasai oleh tenaga penjual atau sales person, sebagai berikut :

- a. *Product Knowledge*
- b. *Price Policy*
- c. *Human Relation*

4. Sebagai *Customer Relation Officer*

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 dengan tujuan untuk memberi kenyamanan terhadap nasabah. Implementasi *Customer Relation Management (CRM)* setidaknya harus memiliki elemen-elemen berikut:

- a. Otomatisasi pemasaran
- b. Pusat pelayanan (*call center*)
- c. Penggudangan data (*data warehousing*)

5. Sebagai Komunikator

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, kurs transaksi, tingkat suku bunga yang berlaku hari

ini, biaya administrasi dan lain-lain. Oleh karenanya dituntut personil yang mempunyai pengetahuan dan wawasan yang cukup baik mengenai industri perbankan.

6. Penanganan Masalah

Customer service sebagai fungsi penanganan masalah/*handling complain* yaitu memberikan pelayanan keluhan dan pelayanan solusi yang mempunyai indikator sebagai berikut:

a. Pelayanan Keluhan

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

b. Pelayanan Solusi

- 1) Menggali kebutuhan nasabah/calon nasabah.
- 2) Meneruskan kebutuhan kredit atau investasi kepada unit terkait dengan memastikan proses layanan nasabah berjalan baik.
- 3) Memproses layanan bisnis non kredit, baik secara langsung maupun melalui unit lainnya.
- 4) Memproses permintaan produk/layanan sesuai dengan kebutuhan nasabah, sesuai dengan *service level* yang ada/janji kepada nasabah.
- 5) Meneruskan dan memastikan proses permintaan produk/ layanan nasabah ke unit terkait sesuai dengan *service level* yang ada/janji kepada nasabah.

- 6) Melayani permintaan/keluhan nasabah dan aktif menginformasikan nasabah atau unit lain mengenai update status/solusi.
- 7) Mencarikan alternatif solusi atau melakukan eskalasi atas masalah yang belum bisa diselesaikan serta memastikan bahwa masalah tersebut ditindaklanjuti sampai tuntas.
- 8) Membuat referensi dan konfirmasi saldo berdasarkan permohonan dari nasabah.

2.1.2.3 Wewenang dan Tanggung Jawab *Customer service*

Dalam melakukan tugasnya untuk melayani nasabah, seorang *customer service* bank memiliki wewenang sebagai berikut :

- a. Menyaksikan nasabah mengisi dan menandatangani formulir aplikasi
- b. Pembukaan maupun penutupan rekening simpanan.
- c. Melakukan verifikasi tanda tangan nasabah.
- d. *Customer service* berhak mendapatkan fasilitas dari bank seperti komputer, brosur produk dan sebagainya untuk melayani nasabah.
- e. Menjaga kerahasiaan seluruh data nasabah yang ada di bank.
- f. Melakukan penutupan rekening, baik atas permintaan nasabah atau tidak yang disebabkan saldo rekening nasabah tersebut dibawah saldo minimal.
- g. Memberikan *souvenir* melalui disposisi *customer* untuk menjaga hubungan baik antara bank dengan nasabah

2.1.2.4 Etika *Customer service*

Didalam dunia perbankan tentunya yang ditawarkan adalah pelayanan maka dari itu pasti terdapat ketentuan-ketentuan tersendiri untuk menjadi

karyawan bank salah satunya adalah sebagai seorang *customer service* harus memiliki kriteria tersendiri dalam bersikap. Dalam melayani nasabah seorang *customer service* harus menjaga dan bertanggung jawab atas semua yang dilakukan. perbuatan atau tingkah laku biasanya disebut etika *customer service*. Dibawah ini merupakan ciri-ciri pelayanan yang baik atau etika *customer service* yaitu sebagai berikut menurut Kasmir (2017:76)

1. Tersedia karyawan yang baik

Tersedianya karyawan yang baik akan membuat seorang nasabah nyaman. Seorang *customer service* harus ramah, sopan, dan menarik dalam melayani nasabah. Selain kualitas yang harus sesuai dengan prosedur layanan bank kuantitas pegawai juga harus seimbang dan jangan sampai terbatas yang membuat nasabah menunggu antrian terlalu lama. Selain seorang *customer service* harus tanggap terhadap permasalahan nasabah juga harus pandai dalam mengambil hati nasabah sehingga nasabah dapat semakin tertarik. Oleh karena itu, sebelum menjadi *customer service* harus melalui pendidikan dan pelatihan khusus terlebih dahulu. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai.

2. Tersedianya sarana dan prasarana yang baik

Dalam melayani seorang nasabah hal yang terpenting yaitu adalah tersedianya sarana dan prasarana yang baik dari sebuah bank. Hal tersebut dikarenakan dengan adanya sarana dan prasarana yang baik akan memberikan kenyamanan bagi seorang nasabah. Peralatan dan fasilitas yang dimiliki seperti ruang tunggu harus dilengkapi dengan meja dan kursi untuk diduduki

serta udara dalam ruangan juga harus sejuk dan tenang.

3. Mampu melayani secara cepat dan tepat

Tidak semua nasabah memiliki waktu yang banyak untuk dapat menyelesaikan permasalahannya saat di bank. Maka dari itu, seorang *customer service* harus dapat menyelesaikan permasalahan yang dialami oleh nasabah dengan cepat dan tepat sesuai dengan prosedur layanan bank. Selain itu layanan yang diberikan harus sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan tidak membuat kesalahan serta memberikan kepuasan sesuai harapan dan keinginan nasabah.

4. Mampu berkomunikasi

Seorang *customer service* harus mampu dalam berkomunikasi dengan menggunakan bahasa yang baik dan benar. Bahasa yang digunakan tidak boleh bertele-tele dan rumit serta harus mudah dipahami oleh nasabah.

5. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi

Menjaga rahasia pribadi nasabah sama saja dengan menjaga rahasia bank karena nasabah merupakan ukuran kepercayaan nasabah terhadap bank.

6. Memiliki kemampuan dan pengetahuan yang baik

Menjadi seorang *customer service* dituntut untuk memiliki kemampuan dalam dalam bekerja sebagai *front office* serta pengetahuan dalam memahami seluruh produk yang dimiliki oleh bank tersebut. Maka dari itu hal tersebut diperlukan pendidikan khusus untuk menghadapi nasabah.

7. Berusaha memenuhi kebutuhan nasabah

customer service harus cepat dan tanggap dengan apa yang diinginkan oleh

nasabah. Selain itu Seorang *customer service* harus lebih dulu berusaha dalam mengerti nasabah dengan mendengarkan penjelasan nasabah dengan baik.

8. Mampu memberikan kepercayaan pada nasabah

Kepercayaan merupakan ujung tombak perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya. Sekali pelayanan yang diberikan dapat memuaskan pelanggan, maka akan menimbulkan kepercayaan.

2.1.3 Service excellence

2.1.3.1 Pengertian Service excellence

Menurut Kasmir (2017:5) *Service Excellent* merupakan kepedulian pelanggan dengan memberikan pelayanan terbaik untuk memudahkan pemenuhan kebutuhan pelanggan guna mencapai kepuasan pelanggan. Dengan pelayanan yang baik tentu pelanggan akan merasa senang dan nyaman saat berkunjung. Dengan demikian, tidak hanya kebutuhan fisik berupa produk saja yang dapat terpenuhi, namun juga kebutuhan psikologis berupa kebahagiaan dan kenyamanan.

Jadi, dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pelayanan prima adalah pelayanan terbaik dan pelayanan yang mengutamakan kepentingan masyarakat pengguna layanan, sehingga dengan pelayanan tersebut maka kebutuhan dan keinginan masyarakat pengguna layanan dapat terpenuhi dengan optimal serta dapat menimbulkan kepuasan bagi masyarakat pengguna layanan. Oleh karena itu keberhasilan pelayanan prima tergantung pada kesesuaian antara kompetensi (kemampuan), sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan tanggung jawab dalam pelaksanaannya. Dan adapula manfaat penerapan pelayanan prima bagi perusahaan antara lain :

1. Meningkatkan citra instansi/perusahaan
2. Menciptakan kesan pertama yang baik untuk perusahaan
3. Meningkatkan daya saing
4. Meningkatkan loyalitas nasabah/pelanggan
5. Sebagai ajang promosi suatu perusahaan.

2.1.3.2 Tujuan *Service excellence*

Tujuan dari pelayanan prima pada umumnya adalah memberikan pelayanan yang cenderung menyenangkan dan memuaskan pelanggan atau nasabah serta menekankan pelayanan terhadap pelanggan. Keunggulan pelayanan didasarkan pada upaya perusahaan untuk melayani pelanggan dengan sebaik-baiknya.

Menurut Kasmir (2017:54) ada beberapa tujuan pelayanan prima diantaranya:

1. Memberikan layanan yang berkualitas kepada para pelanggannya.
2. Membantu pelanggan untuk mengambil keputusan supaya membeli barang atau jasa yang ditawarkan.
3. Menumbuhkan rasa percaya pelanggan terhadap barang ataupun jasa yang ditawarkan penjual.
4. Menumbuhkan kepercayaan dan kepuasan kepada para pelanggan.
5. Untuk menghindari terjadinya berbagai macam tuntutan atau aduan dari pelanggan kepada penjual terhadap produk atau jasa yang dijualnya.
6. Supaya konsumen atau pelanggan merasa diperhatikan dan merasa diperlakukan secara baik.

7. Untuk menumbuhkan dan mempertahankan loyalitas konsumen, supaya tetap membeli barang atau jasa yang dijual.

2.1.3.3 Identifikasi *Service Excellence*

Setiap bank ingin membangun *image* yang baik bagi nasabahnya, karena nasabah akan setia terhadap layanan atau produk yang diberikan. Bank juga berharap dari layanan yang diberikan, nasabah juga turut serta mempromosikan bank tersebut kepada masyarakat lainnya. Hal ini menjadi keuntungan bagi bank dalam memberikan pelayanan yang sempurna. Bank telah menetapkan standar yang baik dari segi sarana dan prasarana sehingga kepuasan nasabah dapat tetap terjaga (Dwiputra et al., 2022:5).

Menurut Dwiputra et al., (2022:6) ciri-ciri pelayanan prima sebagai berikut:

1. Efektif

Pelayanan yang diberikan lebih mengutamakan pada pencapaian yang telah menjadi tujuan dan sasaran.

2. Efisien

Pelayanan yang diberikan harus efisien, yang berarti sebagai berikut:

- a. Suatu tindakan yang dibatasi pada hal-hal yang berkaitan dengan pencapaian sasaran pelayanan.
- b. Menghindari pengulangan pemenuhan persyaratan.

3. Sederhana

Mekanisme pelayanan dilakukan cepat, tepat, mudah dipahami, dan mudah dilaksanakan oleh seseorang.

4. Kejelasan dan Kepastian

Mengandung makna tentang:

- a. Mekanisme persyaratan, baik persyaratan teknis maupun persyaratan administrasi.
- b. Petugas yang berwenang dan bertanggung dalam memberikan pelayanan.
- c. *Schedule* dalam pelayanan.

5. Keterbukaan

Proses dalam pelayanan wajib di informasikan secara terbuka, agar mudah diketahui dan dipahami oleh nasabah.

6. Ketetapan waktu

Mengandung arti pelaksanaan pelayanan dapat diselesaikan dalam jangka waktu telah ditentukan.

7. Responsif

Cepat memberikan tanggapan atas keluhan dan kebutuhan nasabah.

8. Adaptif

Mampu menyesuaikan dengan tuntutan, kebutuhan, dan keluhan nasabah, agar membantu memberikan solusi terbaik.

2.1.3.4 Konsep-Konsep Pelayanan Prima (*Service Excellent*)

Adapun pelayanan prima (*service excellent*) menurut Barata dalam Laurena (2015:4) berdasarkan konsep-konsep diantaranya:

1. 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, dan menggunakan public relation sebagai instrument dalam membina hubungan ke dalam dan ke luar organisasi.

2. Sikap (*Attitude*)

Sikap adalah perilaku atau perangai yang harus ditonjolkan ketika menghadapi pengguna. Sikap sebagai kumpulan perasaan, keyakinan dan kecenderungan perilaku yang secara relatif berlangsung lama yang ditujukan kepada orang, ide, obyek dan kelompok orang tertentu. Ditarik kesimpulan bahwa sikap meliputi tiga aspek, yaitu keyakinan (aspek kognitif), perasaan (aspek afektif), dan kecenderungan perilaku (aspek konitif).

3. Penampilan (*Appearance*)

Penampilan adalah penampilan seseorang, baik yang bersifat fisik saja ataupun non fisik, yang mampu merefleksikan kepercayaan diri dan kredibilitas dari pihak lain. Penampilan adalah perpaduan antara penampilan fisik dan gaya penampilan seseorang yang akan mewarnai seseorang bersikap.

4. Perhatian (*Attention*)

Perhatian adalah kepedulian penuh terhadap pelanggan/pengguna baik yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan pengguna maupun pemahaman atas saran dan kritiknya. Memberikan perhatian khusus secara penuh kepada pengguna maka hubungan kita dengan

pengguna akan menjadi semakin baik.

5. Tindakan (Action)

Tindakan adalah berbagai kegiatan nyata yang harus dilakukan dalam memberikan layanan kepada pengguna. Tindakan adalah perbuatan atau sesuatu yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu atau untuk menghasilkan sesuatu. Bila dimaksudkan dengan tindakan pelayanan adalah upaya-upaya atau perbuatan nyata yang ditujukan untuk memberikan pelayanan yang wajar atau pelayanan yang baik (*genuine service*), yang tentunya akan dapat dicapai bila di dalam diri pemberi layanan terdapat *sense of service attitude* dengan mengedepankan perhatian yang ditunjang oleh kemampuan melayani (*service ability*) dan tampilan layanan (*service appearance*) yang baik.

6. Tanggung jawab (*Accountability*)

Tanggung jawab adalah suatu sikap keberpihakan kepada pengguna sebagai wujud kepedulian untuk menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pengguna.

2.2 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Publikasi	Hasil Penelitian
1.	(Cahaya & Jannah, 2021)	Strategi Pelayanan <i>Customer service</i> dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah pada Bank Muamalat KCP Sukaramai	Jurnal Perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah Vol. 04 No. 01, (Mei: 2022): ISSN 2723-5289	Hasil penelitian ini adalah strategi yang digunakan ialah <i>customer service</i> bersikap ramah kepada nasabah, komunikatif dan name tag yang selalu diperlihatkan. Faktor yang mempengaruhi <i>Customer service</i> dalam

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Publikasi	Hasil Penelitian
			Strategi	meningkatkan pelayanan ialah faktor Sumber Daya Manusia, serta faktor kualitas produk.
2.	(Wahyuni et al., 2022)	Peranan <i>Customer Service</i> Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Dan Banten, TBK. CAPEM Pamulang Tangerang Selatan	Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Perbankan Volume 03 Nomor 01 Juni 2022 ISSN 2774-2407 (p-issn) 2774-2288 (e-issn) terpuaskan,	Hasil penelitian membuktikan peran <i>customer service</i> dalam memberikan informasi kepada pelanggan dengan sangat baik, karena media yang digunakan <i>customer service</i> dalam memberikan informasi sangat baik dan pelanggan merasa sangat puas atas pelayanan yang diberikan <i>customer service</i> .
3.	(Alif, 2020)	Implementasi <i>Service Excellence</i> oleh <i>Customer service</i> Pada BMT Bismillah Sukorejo Alif	Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Volume 2 Nomor 1, Januari – Juni 2020 (15 – 23) mudah	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>customer service</i> mampu mengimplementasikan standar-standar yang sudah ditetapkan oleh BMT Bismillah kedalam pelayanan yang sudah menjadi tugasnya, namun bukan sembarang pelayanan tapi pelayanan prima (<i>service excellence</i>) yang meliputi aspek dasar Accountability (Tanggung Jawab), Action (Tindakan), Attention (Perhatian), Appearance (Penampilan), Attitude (Sikap), Ability (Kemampuan) yang mampu memuaskan dan menarik hati nasabah agar tetap loyal kepada

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Publikasi	Hasil Penelitian
				BMT Bismillah
4.	(Nurul et al., 2022)	Pengaruh <i>Service Excellence</i> oleh <i>Customer Service</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat KCP Stabat Nurul	Jurnal Kitab Iqtishad	pengaruh yang signifikan antara <i>service excellence</i> oleh <i>customer service</i> terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Stabat. <i>Service excellence</i> yang dilakukan oleh <i>service excellence</i> oleh <i>customer service</i> mempengaruhi Bank Muamalat KCP Stabat sebesar 79,1%, sedangkan sisanya sebesar 20,9% (100% - 79,1%) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain seperti kualitas produk, promosi yang dilakukan, biaya, hadiah yang diberikan.

Sumber: Dikumpulkan dari berbagai sumber, 2024

2.3 Pendekatan Masalah

PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Kawali, yang merupakan salah satu pelaku bisnis yang bergerak dalam bidang industri perbankan, menyediakan berbagai produk jasa perbankan yang tersedia untuk semua kalangan masyarakat. Mulai dari berbagai macam bentuk fasilitas tabungan, sarana kredit, serta kemudahan jasa perbankan lainnya seperti ATM. Salah satu produk yang disediakan oleh PT Bank Negara Indonesia Tbk. KCP Kawali adalah produk tabungan Simponi. Produk ini bermanfaat untuk masyarakat apapun profesinya yang menginginkan kesejahteraan di masa purna tugas, dengan menabungkan sebagian uangnya di PT Bank Negara Indonesia Tbk. KCP Kawali. Kenyataannya, pengenalan produk tabungan Simponi di PT Bank Negara Indonesia Tbk. KCP Kawali masih kurang diminati oleh nasabah (hasil

wawancara dengan *customer service* 9 Juni 2024). Maka diperlukan kemampuan dalam memberikan *service excellence* dalam menyampaikan informasi produk kepada nasabah.

Jika kita membandingkan dengan teori *service excellence* menurut Barata dalam Laurena (2015:4) berdasarkan konsep-konsep yang menekankan pada beberapa aspek seperti kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan tanggung jawab, kita bisa melihat beberapa kesamaan dan perbedaan. Misalnya, teori Barata menyebutkan bahwa kemampuan meliputi pengetahuan dan keterampilan dalam bidang kerja yang ditekuni, yang sesuai dengan kebutuhan *customer service* di KCP Kawali untuk memiliki pengetahuan mendalam tentang produk Simponi. Sikap, menurut Barata, harus mencakup keramahan dan profesionalisme, yang penting dalam membangun kepercayaan nasabah. Penampilan yang rapi dan profesional juga merupakan poin penting dalam teori Barata yang relevan dengan peningkatan citra bank. Perhatian terhadap kebutuhan dan keluhan nasabah, tindakan nyata dalam memberikan solusi, serta tanggung jawab untuk meminimalkan ketidakpuasan nasabah semuanya adalah aspek yang diuraikan oleh Barata dan juga terlihat dalam upaya KCP Kawali untuk meningkatkan *service excellence*.

Maka untuk mengetahui lebih lanjut mengenai penerapan *service excellence* oleh *Customer service*, penulis tertarik untuk meneliti bagaimana penerapan *service excellence* oleh *customer service* di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Kawali. Oleh karena itu dalam tugas akhir ini penulis mengambil judul penerapan *service excellence* oleh *customer*

service dalam meningkatkan jumlah nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk KCP Kawali.