

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENDEKATAN MASALAH

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Bank

2.1.1.1 Pengertian Bank

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak (Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Perubahan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan).

Menurut Hermansyah (2020:6), bank adalah lembaga keuangan yang menjadi tempat bagi orang perseorangan, badan usaha swasta, badan usaha milik Negara, bahkan lembaga pemerintah yang menyimpan dana-dana yang dimilikinya.

Menurut Yulisari, dkk (2021:31), bank merupakan lembaga keuangan yang berfungsi untuk menyimpan dan menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan.

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa bank memainkan peran penting dalam perekonomian dengan tidak hanya berfokus pada keuntungan finansial, tetapi juga memberikan kontribusi dalam pemenuhan kebutuhan finansial dan pelayanan masyarakat secara lebih luas.

2.1.1.2 Fungsi Bank

Menurut Baihaqqy (2021:183) secara umum fungsi utama bank adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat untuk bertujuan atau sebagai *financial intermediary*. 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 disalah 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 sektor moneter dan sektor riil tidak dapat dipisahkan. Kegiatan bank berupa penghimpunan dan penyaluran dana sangat diperlukan bagi lancarnya kegiatan perekonomian di sektor riil. Kelancaran kegiatan bank yang memungkinkan masyarakat melakukan investasi-distribusi-konsumsi ini tidak lain adalah kegiatan pembangunan perekonomian suatu masyarakat.

3. *Agent of services*

Bank tidak hanya menyediakan dana, tetapi juga menyediakan layanan perbankan lainnya kepada masyarakat. Kegiatan ekonomi masyarakat secara keseluruhan sangat berkaitan dengan jasa yang ditawarkan bank ini.

Pengiriman uang, penitipan barang berharga, jaminan bank, dan penyelesaian tagihan adalah beberapa contoh dari layanan ini. 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.

2.1.1.3 Tujuan Bank

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Pasal 1 Tujuan Bank adalah: “Perbankan Indonesia bertujuan untuk menunjang pelaksanaan pembangunan dalam meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional kearah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak.”

Maka dari tujuan bank yang ada dalam undang-undang tersebut dapat diartikan bahwa tujuan bank adalah membantu pemerintah Indonesia untuk menjalankan tugasnya dalam meningkatkan kesejahteraan rakyat dengan meningkatkan ekonomi yang ada di Indonesia.

2.1.2 Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan

Strategi merupakan suatu rencana atau metode yang terstruktur untuk mencapai tujuan tertentu dalam suatu konteks atau lingkungan khusus. Oleh karena itu strategi tidak hanya melibatkan proses perencanaan, tetapi juga penerapan atau implementasi dan evaluasi yang berkesinambungan untuk memastikan pencapaian tujuan yang telah ditetapkan dengan efektif.

Menurut Tjiptono (2020:3) bahwa konsep strategi dapat diartikan menjadi dua kategori, yang pertama adalah strategi merupakan sebuah langkah menuju tujuan

organisasi dengan cara mewujudkan sesuai dengan cara-cara yang telah ditetapkan sebelumnya. Dalam hal ini pimpinan sebuah perusahaan merencanakan strategi baik, terukur dan rasional sehingga dapat digunakan oleh para staf marketing dalam memasarkan produknya.

Menurut Ahmad (2022:1) Strategi merupakan suatu kesatuan rencana perusahaan ataupun organisasi yang komprehensif serta terpadu yang dibutuhkan.

Dari pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa strategi adalah proses perencanaan yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau suatu organisasi yang mempertimbangkan faktor internal dan eksternal untuk mencapai tujuan yang diinginkan agar bisa berbeda dari pesaing yang ada.

Ada beberapa strategi yang direkomendasikan oleh para ahli untuk meningkatkan kualitas pelayanan di tahun 2024 (Nurhasanah n.d, 2024.):

1. Pelatihan karyawan secara berkala

Karyawan yang terlatih dengan baik akan lebih mampu memahami kebutuhan pelanggan dan memberikan layanan yang sesuai. Pelatihan harus mencakup keterampilan teknis, komunikasi, serta pemahaman tentang keberlanjutan dan etika bisnis.

2. Menerapkan teknologi baru

Memanfaatkan teknologi terbaru, seperti *AI* dan *big data*, untuk meningkatkan efisiensi pelayanan dan menyesuaikan layanan dengan kebutuhan pelanggan.

3. Mengembangkan sistem umpan balik yang efektif

Mendengarkan suara pelanggan melalui survei, ulasan, dan media sosial, dan menggunakan umpan balik tersebut untuk terus memperbaiki pelayanan.

4. Membangun budaya pelayanan yang kuat

Menanamkan nilai-nilai kualitas pelayanan dalam budaya perusahaan, sehingga setiap karyawan memiliki komitmen yang sama terhadap kepuasan pelanggan.

5. Mengadopsi praktik keberlanjutan

Mengintegrasikan keberlanjutan dalam setiap aspek pelayanan, dari penggunaan bahan ramah lingkungan hingga praktik bisnis yang etis dan transparan.

2.1.2.1 Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)

Kualitas pelayanan adalah persepsi pelanggan tentang komponen layanan suatu produk Zaid (2021:108).

Pendapat Pertiwi (2021:68) “Kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa sumber daya manusia.”

Menurut Rachman (2021:68) “Kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan standar pelayanan yang telah dilakukan dalam memberikan layanan sebagai pembanguan layanan yang baik.”

Menurut Anggoman (2020:65) “Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen.”

Umumnya pelayanan adalah susunan aktivitas karena tahap pelayanan yang berlaku secara berkesinambungan dan rutin mencakup segala kehidupan masyarakat dan organisasi. Kualitas yang baik merupakan kunci untuk mencapai kesuksesan. Suatu perusahaan memiliki kemampuan untuk menganalisa terkait baik tidaknya kualitas pelayanannya secara konsisten agar harapan-harapan pelanggan atau nasabah dapat tercapai.

Berdasarkan uraian pendapat para ahli di atas, maka penulis menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat.

2.1.2.2 Prinsip-prinsip Kualitas Pelayanan

Dalam memberikan kualitas pelayanan perusahaan juga harus memiliki prinsip untuk mewujudkannya, menurut Tjiptono dan Chandra, (2020:141) ada enam pokok prinsip dalam kualitas pelayanan yaitu:

1. Kepemimpinan, strategi kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen manajemen puncak. Manajemen puncak harus memimpin perusahaannya untuk meningkatkan kualitas hanya berdampak kecil terhadap perusahaannya.
2. Pendidikan, semua personil perusahaan dari manajer puncak sampai karyawan operasional harus memperoleh pendidikan mengenai kualitas. Aspek-aspek yang perlu mendapat penekanan dalam pendidikan tersebut meliputi konsep

kualitas sebagai strategi bisnis, alat dan teknis implementasi strategi kualitas, dan peranan eksekutif dalam implementasi strategi kualitas.

3. Perencanaan, proses perencanaan strategi harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang dipergunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai visinya.
4. Review, proses review merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasional. Proses ini merupakan suatu mekanisme yang menjamin adanya konstan untuk mencapai tujuan kualitas.
5. Komunikasi, implementasi strategi kualitas dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi dalam perusahaan. Komunikasi harus dilakukan oleh karyawan, pelanggan, dan stakeholder perusahaan lainnya. Seperti pemasok, pemegang saham, pemerintah, masyarakat umum, dan lain-lain.
6. Penghargaan dan pengakuan, penghargaan dan pengakuan merupakan aspek yang penting dalam implementasi strategi kualitas. Setiap karyawan yang berprestasi baik perlu diberikan penghargaan dan prestasinya tersebut diakui. Dengan demikian dapat meningkatkan motivasi, moral kerja, rasa bangga, rasa kepemilikan setiap orang dalam organisasi, yang pada akhirnya dapat memberikan kontribusi besar bagi perusahaan dan bagi pelanggan yang dilayani.

2.1.2.3 Dimensi Kualitas Pelayanan

Dimensi kualitas pelayanan merupakan indikator kualitas pelayanan yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry yang dikenal dengan sebutan model SERVQUAL (*Service Quality*). Penelitian yang dilakukan oleh Dzikra (2020) menyatakan bahwa untuk mengukur persepsi atas kualitas layanan meliputi lima dimensi, yaitu:

1. Bukti Fisik (*Tangibles*) adalah wujud nyata secara fisik yang meliputi fasilitas, peralatan, karyawan, dan sarana informasi atau komunikasi. Aplikasi dan website BNI dirancang dengan tampilan yang *user-friendly* dan mudah dipahami oleh berbagai usia. Meskipun layanan bersifat digital, BNI tetap menyediakan fasilitas seperti *self-service machine* untuk nasabah yang memerlukan bantuan langsung.
2. Keandalan (*Reliability*) adalah kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Misalnya, seperti mempercepat proses layanan yang sebelumnya memerlukan interaksi langsung dengan *customer service*. Dengan sistem ini, nasabah dapat melakukan berbagai transaksi, seperti pembukaan rekening, perubahan data lainnya secara lebih cepat dan efisien.
3. Daya Tanggap (*Responsiveness*) adalah keinginan para karyawan untuk membantu dan memberikan pelayanan dengan tanggap dan peduli terhadap keluhan atau harapan konsumen. Meskipun layanan ini berbasis mesin tanpa interaksi langsung dengan karyawan, *responsiveness* tetap dapat diukur melalui

kecepatan sistem dalam memproses transaksi, kemudahan dalam mengakses bantuan digital, serta keandalan fitur *self-service* dalam menyelesaikan keluhan atau kendala yang dihadapi nasabah.

4. Jaminan (*Assurance*) adalah kompetensi yang sedemikian hingga memberikan rasa aman dari bahaya, resiko, atau keraguan dan kepastian yang mencakup pengetahuan, kesopanan dan sikap dapat dipercaya yang dimiliki karyawan dalam memberikan layanan kepada nasabah. BNI memastikan keamanan transaksi melalui enkripsi data, autentikasi pengguna, serta pemantauan sistem secara berkala untuk mencegah gangguan layanan. Selain itu, petugas bank tetap tersedia untuk memberikan bantuan jika diperlukan, sehingga nasabah merasa lebih yakin saat menggunakan mesin DigiCS untuk bertransaksi.
5. Empati (*Emphaty*) adalah sifat dan kemampuan untuk memberikan perhatian penuh kepada konsumen, kemudahan melakukan kontak, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan secara individual. Meskipun berbasis digital, nasabah tetap dapat menghubungi petugas *customer service* jika memerlukan bantuan lebih lanjut.

2.1.4 Implementasi *Digital Customer Service* (DigiCS)

Implementasi menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) yaitu pelaksanaan/penerapan. Sedangkan pengertian umum adalah suatu tindakan atau pelaksanaan rencana yang telah disusun secara cermat dan rinci (matang).

Secara umum Implementasi dalam kamus besar bahasa Indonesia berarti pelaksanaan atau penerapan. Istilah suatu implementasi biasanya dikaitkan dengan

suatu kegiatan yang dilaksanakan untuk mencapai tujuan tertentu. Implementasi merupakan sebuah penempatan ide, konsep, kebijakan, atau inovasi dalam suatu tindakan praktis sehingga memberikan dampak, baik berupa perubahan pengetahuan, keterampilan maupun nilai dan sikap (Haji, 2020:31).

Mulyasa juga menyebutkan pengertian implementasi dalam Harteti Jasin (2021:63-71) bahwa implementasi merupakan suatu proses penerapan ide, konsep, kebijakan atau inovasi dalam suatu tindakan praktis sehingga memberikan dampak baik berupa perubahan pengetahuan, keterampilan maupun nilai dan sikap.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa implementasi merupakan suatu proses pelaksanaan atau penerapan ide, konsep, kebijakan, atau inovasi dalam suatu tindakan praktis sehingga memberikan dampak, baik berupa perubahan pengetahuan, keterampilan maupun nilai dan sikap.

2.1.4.1 Implementasi *Hardware* DigiCS Lite

DigiCS Lite adalah mesin *Customer Service* Digital dari BNI yang dirancang untuk memberikan layanan perbankan secara mandiri tanpa perlu bantuan langsung dari petugas *customer service* di kantor cabang. Dari segi *hardware*, DigiCS Lite terdiri dari beberapa komponen utama yang mendukung operasionalnya, yaitu:

1. Monitor *touchscreen/All-in-One PC*

Monitor ini memiliki fitur yang telah dilengkapi dengan layar sentuh (*touchscreen*), kamera bawaan (*built-in camera*), dan unit pemrosesan pusat (CPU). Perangkat ini berfungsi sebagai antarmuka utama bagi nasabah dalam menggunakan layanan DigiCS Lite. Layar sentuh memungkinkan interaksi

yang lebih intuitif, sementara kamera digunakan untuk autentikasi tambahan seperti pengenalan wajah atau verifikasi dokumen.

2. *Passbook Printer*

Passbook printer digunakan untuk mencetak transaksi pada buku tabungan nasabah. Perangkat ini memungkinkan nasabah melakukan pencetakan buku tabungan secara mandiri tanpa perlu bantuan petugas *customer service*.

3. *Pinpad*

Pinpad merupakan perangkat input yang digunakan oleh nasabah untuk memasukkan *Personal Identification Number* (PIN). Perangkat ini memastikan keamanan transaksi dengan autentikasi melalui PIN nasabah.

4. *e-KTP Reader*

Perangkat ini berfungsi untuk membaca data dari kartu e-KTP nasabah secara otomatis. Dengan adanya *e-KTP reader*, sistem dapat melakukan verifikasi identitas nasabah secara lebih akurat dan cepat.

5. Slot Kartu Debit (*Card Reader*)

Slot Kartu Debit atau *Card Reader* pada DigiCS Lite BNI adalah perangkat keras yang digunakan untuk membaca dan mengakses informasi yang terdapat pada kartu debit atau kartu ATM nasabah. Perangkat ini memiliki peran penting dalam berbagai transaksi perbankan yang dilakukan secara mandiri oleh nasabah.

Selain memanfaatkan perangkat yang sudah tersedia, implementasi DigiCS Lite juga memerlukan beberapa perangkat tambahan untuk memastikan kelancaran operasional. Perangkat yang perlu diadakan meliputi:

1. Pencetak Kartu Debit (*Card Dispenser & Embosser*)

Pencetak kartu debit pada mesin BNI DigiCS berfungsi untuk mencetak, mendistribusikan, dan mengeluarkan kartu debit baru secara otomatis kepada nasabah. Komponen utama dari sistem ini meliputi *Card Dispenser* dan *Embosser*, yang bekerja sama untuk mencetak kartu debit sesuai kebutuhan nasabah.

2. Pencetak Struk (*Receipt Printer*)

Receipt Printer atau pencetak struk adalah perangkat keras yang digunakan dalam mesin BNI DigiCS untuk mencetak bukti transaksi bagi nasabah. Struk ini berisi informasi detail mengenai transaksi yang telah dilakukan, seperti pembukaan rekening, perubahan data, atau penggantian kartu debit.

3. Server

Server digunakan untuk mendukung kinerja sistem secara keseluruhan dengan menyimpan dan mengelola data transaksi serta menjalankan layanan yang terkait dengan DigiCS Lite, seperti penyimpanan/*Solid State Drive* (SSD) dengan kapasitas besar untuk memastikan akses data yang cepat dan aman.

Tujuan diadakannya perangkat tambahan dalam implementasi DigiCS Lite bertujuan untuk:

1. Meningkatkan Efisiensi Layanan

Dengan adanya perangkat tambahan proses transaksi nasabah menjadi lebih cepat dan tidak memerlukan bantuan *customer service* secara langsung.

2. Meningkatkan Kenyamanan Nasabah

Layanan berbasis *self-service* memberikan kemudahan bagi nasabah dalam melakukan berbagai transaksi perbankan secara mandiri.

3. Mengurangi Beban Kerja *Customer Service*

Dengan mengalihkan sebagai layanan ke DigiCS Lite, petugas *customer service* dapat lebih fokus pada pelayanan yang lebih kompleks dan membutuhkan interaksi langsung.

4. Meningkatkan Keamanan dan Akurasi Data

Dengan adanya perangkat seperti e-KTP *reader* dan server berkapasitas besar, keamanan serta akurasi dalam pengelolaan data nasabah dapat lebih terjamin.

Implementasi *hardware* dalam DigiCS Lite merupakan langkah strategis untuk meningkatkan layanan perbankan berbasis digital. Dengan memanfaatkan perangkat yang sudah tersedia serta menambahkan perangkat yang dibutuhkan DigiCS Lite dapat beroperasi secara optimal dan memberikan pengalaman layanan yang lebih efisien serta nyaman bagi nasabah. Dukungan perangkat keras yang mumpuni menjadi faktor kunci dalam keberhasilan implementasi layanan ini.

2.1.4.2 *Digital Costumer Service (DigiCS)*



Gambar 2.1 BNI DigiCS

Sumber: website www.bni.co.id

BNI memberi nama layanan ini dengan BNI DigiCS (*BNI Digital Customer Service*). Layanan ini bisa Anda temukan di kantor cabang bank BNI dan beberapa tempat publik lainnya. BNI DigiCS merupakan mesin layanan *Customer Service* Perbankan yang dapat digunakan secara *self-service*. Saat ini BNI DigiCS memiliki beragam fitur yang dapat diakses oleh Nasabah BNI maupun Non-Nasabah BNI yang datang langsung (*walk-in Customer*).

Seluruh nasabah BNI maupun Non-Nasabah BNI bisa menggunakan layanan BNI DigiCS melalui fitur yang tersedia. Layanan BNI DigiCS memberikan layanan Perbankan yang biasanya harus dilakukan di Kantor Cabang BNI melalui bantuan *Customer Service*.



Gambar 2.2 DigiCS Lite

Sumber: Dokumentasi

DigiCS Lite merupakan versi sederhana dari DigiCS yang diimplementasikan untuk cabang-cabang tertentu guna mempercepat proses pelayanan dan mengoptimalkan sumber daya yang tersedia. Menurut penelitian Smith dan Brown (2019), DigiCS Lite mampu mengurangi beban kerja *customer service* serta meningkatkan, kepuasan nasabah dengan mengoptimalkan proses-proses tertentu.

DigiCS ini merupakan sistem layanan digital yang dirancang untuk mempermudah pelanggan dalam mengakses layanan perbankan tanpa harus berinteraksi langsung dengan petugas *customer service* secara fisik. DigiCS memiliki beberapa fitur utama, yaitu:

1. *Self-Service Banking*

Nasabah dapat mengakses berbagai layanan perbankan seperti pembukaan rekening, penggantian kartu, tapcash dan administrasi kartu debit, dan cetak mutasi secara mandiri melalui mesin DigiCS.

2. Verifikasi Biometrik

DigiCS dilengkapi dengan teknologi pengenalan wajah atau sidik jari untuk memastikan keamanan dan akurasi transaksi.

3. Pendaftaran dan Aktivasi Produk

Nasabah dapat mendaftar produk perbankan seperti *mobile banking*, *internet banking*, dan kartu kredit melalui DigiCS tanpa perlu antre ke *customer service*.

4. Integrasi dengan Aplikasi Mobile

Layanan DigiCS dapat dihubungkan dengan aplikasi perbankan digital BNI sehingga memudahkan pelanggan dalam mengelola keuangan mereka secara *real-time*.

5. Notifikasi dan Riwayat Transaksi

Sistem DigiCS menyimpan riwayat transaksi nasabah dan memberikan notifikasi terkait layanan yang telah digunakan.

Adapun cara aman untuk bertransaksi di BNI DigiCS:

- Kartu Identitas seperti E-KTP, NPWP, Kartu Debit dan lainnya yang dibutuhkan saat menggunakan layanan BNI DigiCS adalah milik pribadi dan tanggung jawab Nasabah, jangan memberi kartu-kartu identitas kepada pihak manapun termasuk Pegawai BNI. Pegawai Bank tidak pernah meminta Nasabah untuk memberi data identitas diri dalam kondisi apapun pada saat penggunaan BNI DigiCS. Karena untuk bertransaksi di BNI DigiCS dilakukan secara *self-service* oleh Nasabah langsung di Mesin.

- Demi keamanan, lihat lokasi sekitar mesin BNI DigiCS. Apabila ada yang mencurigakan, hindari melakukan transaksi dan lapor kepada pihak BNI.
- Saat mengetik PIN pada tahapan transaksi dan sesuai layanan yang diberikan, tutupi tangan yang digunakan untuk menginput PIN dengan tangan Anda yang bebas atau dengan benda penutup lain (seperti kertas, dan lain-lain), agar orang lain tidak bisa mencuri lihat PIN Anda.
- Waspadai penipuan bermodus membantu menyelesaikan masalah yang terjadi saat menggunakan layanan di BNI DigiCS.
- Jika terjadi permasalahan, atau membutuhkan informasi lebih lanjut terkait transaksi di BNI DigiCS, hubungi BNI Call di nomor 1500046 atau melalui ponsel di 021-1500046.

2.1.6 Efisiensi Kinerja Operasional *Customer Service*

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), efisiensi dapat diartikan sebagai keakuratan cara untuk melakukan sesuatu, dan kemampuan untuk melakukan tugas dengan benar dan akurat tanpa mengeluarkan biaya, waktu dan tenaga.

Ukuran keberhasilan suatu kegiatan yang dinilai berdasarkan besarnya sumber daya yang digunakan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Suatu kegiatan dapat dikatakan efisien jika ada perbaikan dalam proses, misalnya menjadi lebih cepat atau lebih murah.

Menurut Afandi (2018:83) Kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau kelompok orang dalam suatu perusahaan sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam upaya pencapaian tujuan organisasi secara

ilegal, tidak melanggar hukum dan tidak bertentangan dengan moral dan etika. Selain kebutuhan pelanggan yang semakin meningkat tersebut, perusahaan juga harus bisa menyesuaikan diri dengan memaksimal kinerja operasional perusahaan. Kinerja juga merupakan suatu indikator dalam menentukan bagaimana usaha seseorang *customer service* untuk mencapai tingkat produktivitas yang tinggi dalam suatu organisasi atau instansi.

Maka dapat disimpulkan bahwa efisiensi kinerja operasional adalah kemampuan suatu organisasi atau unit kerja dalam menjalankan proses bisnis dengan meminimalkan penggunaan sumber daya (waktu, tenaga kerja, biaya) untuk mencapai output atau hasil yang optimal. Dalam konteks layanan perbankan, efisiensi operasional mengacu pada bagaimana bank dapat memberikan layanan kepada nasabah dengan cepat, tepat, dan berkualitas tinggi tanpa pemborosan sumber daya.

2.1.6.1 Customer Service

Menurut Kasmir (2019:179), *Customer Service* secara umum adalah “Setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah”. *Customer service* di dalam konteks bisnis bukan hanya sebatas memberikan layanan nasabah secara rutin, tetapi juga mencakup upaya untuk membangun hubungan yang positif dengan Nasabah. Ini melibatkan komunikasi yang efektif, kesediaan untuk mendengarkan, dan respon yang cepat terhadap kebutuhan atau masalah yang muncul. Dalam era bisnis modern, kualitas *customer service* sering dianggap sebagai faktor kunci dalam membangun loyalitas nasabah dan reputasi perusahaan.

Menurut Kasmir (2021: 245), *Customer Service* adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi kegiatan dan kebutuhan nasabah.

Berdasarkan pengertian di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa *Customer Service* merupakan kegiatan yang bertujuan untuk memberikan kepuasan nasabah melalui pelayanan yang memenuhi kebutuhan nasabah. *Customer Service* berperan sebagai sumber informasi dan perantara antara bank dengan nasabah, dengan harapan dapat memberikan pelayanan yang efisien dan memuaskan.

2.1.6.2 Fungsi *Customer Service*

Sebagian besar Nasabah memiliki persepsi bahwa *Customer Service* hanya berfungsi sebagai pusat informasi, namun pada kenyataannya, peran *Customer Service* jauh lebih luas dan melibatkan pemberian pelayanan terkait jasa-jasa dan produk yang ditawarkan oleh perusahaan. *Customer Service* tidak hanya menyediakan informasi, tetapi juga bertanggung jawab atas memberikan pelayanan yang memenuhi kebutuhan Nasabah sehubungan dengan produk atau layanan yang mereka gunakan (Meldiana dan Rahadi, 2020).

Setiap individu yang bekerja sebagai *Customer Service* memiliki fungsi dan tugas tertentu yang harus dijalankan. Fungsi dan tugas ini tidak hanya sebatas memberikan informasi, tetapi juga mencakup kemampuan untuk memberikan pelayanan yang berkualitas tinggi. *Customer Service* perlu memahami produk atau layanan perusahaan dengan baik sehingga dapat memberikan jawaban yang kompeten dan solusi yang efektif terhadap pertanyaan atau masalah yang dihadapi nasabah.

Customer Service tidak hanya menjadi sumber informasi, melainkan juga mitra yang dapat membantu nasabah merasakan nilai positif dari interaksi dengan perusahaan.

Menurut Kasmir (2019:180) fungsi dan tugas seorang *Customer Service* dalam praktiknya adalah:

1. Sebagai Resepsionis, *Customer Service* berfungsi sebagai penerima nasabah.
2. Sebagai Deskman, yakni orang yang melayani berbagai macam aplikasi di meja kerjanya.
3. Sebagai Salesman, yakni menjadi orang yang menjual produk perbankan dan *cross selling*.
4. Sebagai *Customer Relation Officer*, yakni orang yang membina hubungan baik dengan seluruh nasabah, merayu atau membujuk nasabah bertahan apabila nasabah merasa kecewa.
5. Sebagai Komunikator, yakni orang yang menghubungi nasabah dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang dibutuhkan.

2.1.6.3 Syarat-Syarat Seorang *Customer Service*

Dalam memberikan pelayanan kepada nasabah, penting untuk memperhatikan tingkat kepuasan Nasabah terhadap layanan yang diberikan. Secara umum, layanan yang dianggap baik memiliki ciri-ciri khusus, dan hampir semua perusahaan menggunakan kriteria serupa untuk membentuk karakteristik pelayanan yang berkualitas. Berikut adalah ciri-ciri *Costumer Service* yang baik terhadap nasabah (Rizki Meldiana dan Rianto Rahadi, 2020):

- a. Memiliki Kepribadian yang baik

Kenyamanan nasabah sangat bergantung pada pelayanan yang diberikan oleh petugas *Customer Service*. Oleh karena itu, seorang *Customer Service* diharapkan bersikap ramah, sopan, tanggap, memiliki keterampilan berbicara yang baik, menyenangkan, dan cerdas untuk menciptakan pengalaman positif bagi nasabah.

b. Tersedia sarana dan prasarana yang baik

Sarana dan prasarana perlu diperbaharui seiring dengan kemajuan teknologi saat ini, karena faktor ini memiliki dampak signifikan terhadap penyelenggaraan pelayanan yang optimal.

c. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah

Dalam melaksanakan tugas pelayanan, *Customer Service* diharapkan mampu memberikan layanan yang komprehensif, mulai dari awal hingga selesai. Kepuasan nasabah dapat terwujud apabila *Customer Service* memiliki tanggung jawab terhadap seluruh tahapan proses pelayanan yang diberikan.

d. Mampu melayani secara cepat dan tepat

Dalam memberikan pelayanan, diharapkan *Customer Service* untuk mematuhi prosedur yang telah ditetapkan. Pelayanan harus sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan dan bebas dari kesalahan yang dapat merugikan nasabah.

e. Mampu berkomunikasi

Petugas *Customer Service* diharapkan memiliki kemampuan berbicara yang baik saat berinteraksi dengan setiap nasabah. Kemampuan ini mencakup

kemampuan untuk dengan cepat memahami keinginan Nasabah melalui komunikasi yang efektif.

f. Berusaha memahami kebutuhan nasabah

Customer Service harus responsif dan cepat dalam memahami kebutuhan nasabah. Keterlambatan petugas *Customer Service* dapat menyebabkan ketidakpuasan nasabah, yang pada akhirnya dapat membuat nasabah meninggalkan bank.

g. Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah

Kepercayaan calon nasabah terhadap bank sangat penting agar mereka bersedia menjadi nasabah bank tersebut. Hal ini juga berlaku untuk menjaga kepercayaan nasabah yang sudah ada agar tetap setia kepada bank tersebut.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti, Tahun, Tempat Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1.	Menakar <i>Digital Customer Service Machine</i> Menggunakan <i>Human Organization Technology Model</i> (Nidiacitra, 2023)	<i>Digital Customer Service</i>	Menggunakan <i>Human Organization Technology Model</i>	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Faktor Teknologi yaitu variabel <i>Information Quality, Service Quality, System Quality</i> memiliki pengaruh terhadap faktor manusia yaitu <i>System Use, User Satisfaction</i> yang dimana Faktor manusia ini juga berpengaruh terhadap <i>Net Benefits</i> .	Jurnal Ekonomi/Volume 28, No. 03, November 2023. Universitas Tarumanagara
2.	Skripsi Terapan Faktor-Faktor Penentu Nasabah Menggunakan <i>Mesin Customer Service Digital</i> Bank BCA di Jabodetabek (Widodo, 2023)	<i>Mesin Customer Service Digital</i>	Terapan Faktor-Faktor Penentu Nasabah dan Bank BCA di Jabodetabek	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga variabel faktor fasilitas, faktor lokasi, dan faktor user friendly berpengaruh baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan penggunaan.	https://repository.pnj.ac.id/id/eprint/11785/1/Halaman%20Identitas%20Skripsi.pdf
3.	Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat, dan Fitur Layanan Terhadap	Mesin CS Digital Bank BNI	Terhadap Kepuasan Nasabah dan menggunakan	Hasil penelitian menerangkan kemudahan penggunaan dan manfaat secara parsial mempunyai	Prosiding Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen

	Kepuasan Nasabah Pengguna Mesin CS Digital Bank BNI di Kota Depok(Amelia & Nuraeni, 2024)		an metode kuantitatif	pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah, namun fitur layanan secara parsial tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah.	E - Issn 2880 – 943x Vol. 3, 2024
4.	Implementasi Strategi Layanan Teknologi Digital Banking dan <i>Service Quality</i> dalam Perspektif Nasabah pada Perbankan Syariah (Study kasus pada Bank Syariah Mandiri KCP Tomang) Sukron(Mamun & Ningsih, 2021)	Strategi Layanan Teknologi Digital Banking dan Service Quality	Perspektif Nasabah pada Perbankan Syariah	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Digital Banking pada Bank Syariah Mandiri KCP Tomang sudah menerapkan empat dimensi utama Digital Banking (E-Serqual), sedangkan dari hasil observasi mengenai implementasi <i>Quality Service</i> (Kualitas pelayanan) yang diberikan Customer Service Bank Syariah Mandiri KCP Tomang terhadap nasabah.	Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa Vol. 06 No. 02 Oktober 2021. Universitas Pelita Bangsa
5.	Implementasi Mesin Digital CS (<i>Self Service Banking</i>) Guna Optimalisasi Layanan Operasional Perbankan Pada PT Bank Rakyat Indonesia Tbk	Mesin Digital CS (<i>Self Service Banking</i>)	Guna Optimalisasi Layanan Operasional Perbankan Pada PT Bank Rakyat Indonesia	Hasil penelitian menunjukkan bahwa mesin digital memiliki tingkat kesalahan yang rendah dalam pemrosesan transaksi, sehingga meningkatkan kepercayaan	Neraca Manajemen, Ekonomi Vol 9 no.8 Tahun 2024. Universitas Pamulang

	(Persero) Kantor Cabang Panglima Polim Jakarta (Rahmansyah, 2024)		Tbk (Persero)	nasabah terhadap penggunaan mesin.	
--	--	--	------------------	---------------------------------------	--

Sumber: Data diolah oleh penulis, 2025

2.3 Pendekatan Masalah

Pendekatan masalah merupakan suatu proses pemecahan atau penyelesaian masalah melalui tahap-tahap yang telah ditentukan, sehingga mencapai tujuan penelitian. Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek industri, salah satunya sektor perbankan.

PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, sebagai salah satu bank terbesar di Indonesia menghadapi tantangan dalam memberikan layanan yang cepat, efisien, dan sesuai dengan kebutuhan nasabah di era digital. Salah satu inovasi yang diterapkan untuk mengatasi tantangan tersebut yaitu *Digital Customer Service Lite* (DigiCS Lite), sebuah layanan yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi kinerja operasional *customer service* sekaligus meningkatkan kualitas pelayanan.

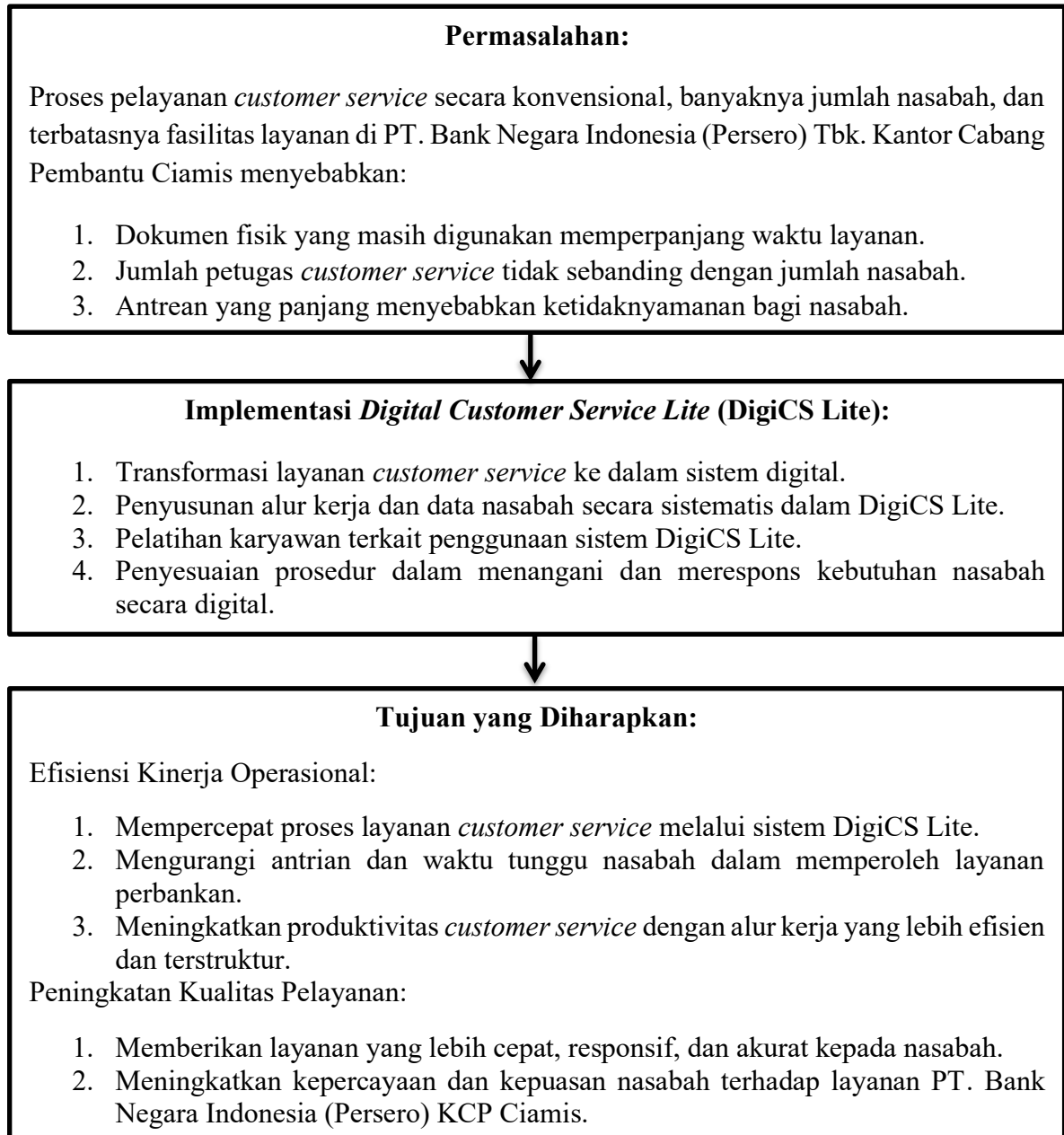
Dalam konteks PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Ciamis, tantangan dalam pelayanan *customer service* menjadi perhatian utama. Sebelum adanya implementasi DigiCS Lite, *customer service* masih menghadapi berbagai kendala seperti antrean panjang, waktu layanan yang cukup lama, serta proses administrasi yang masih manual dalam beberapa aspek. Dengan

adanya DigiCS Lite, diharapkan dapat terjadi peningkatan efisiensi operasional serta peningkatan kepuasan nasabah.

Namun, keberhasilan implementasi DigiCS Lite tidak hanya bergantung pada ketersediaan teknologi, tetapi juga pada strategi yang diterapkan untuk hasil yang optimal serta pemanfaatan fitur-fitur DigiCS Lite oleh *customer service* dan nasabah.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk memberi pemahaman atau wawasan mendalam tentang penerapan strategi peningkatan kualitas pelayanan melalui implementasi *Digital Customer Service Lite* (DigiCS Lite) dalam meningkatkan efisiensi kinerja operasional *Customer Service* pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Ciamis.

Adapun skema pendekatan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:



Gambar 2.3 Skema Pendekatan Masalah

Sumber: Data diolah oleh penulis, 2025