

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENDEKATAN MASALAH

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Pengertian Bank

Bank adalah lembaga yang membantu dalam keuangan, berfungsi sebagai penghubung antara orang-orang yang memiliki kelebihan uang dan yang memerlukannya. Peran utama ini mendukung seluruh sistem keuangan dan membantu kegiatan ekonomi. Namun, pengertian bank lebih luas daripada hanya fungsi penghubung sederhana ini, yang mencakup berbagai layanan dan tanggung jawab yang komplek.

Secara historis, kata “bank” berasal dari kata Italia “banca”, yang berarti tempat yang digunakan oleh pemberi pinjaman uang di pasar. Walaupun tempat fisik telah berubah, inti dari memfasilitasi transaksi keuangan tetap ada.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 tahun 1998 pasal 1 (2) 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 para ahli (Kasmir, 2012) Bank adalah lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan

jasa lainnya. Definisi lain oleh Dendawijaya (2003:25) Bank adalah suatu jenis lembaga keuangan yang melaksanakan berbagai macam jasa, seperti memberikan pinjaman, mengedarkan mata uang, pengawasan terhadap mata uang.

Dan menurut (Rahmadhani, 2011) Bank merupakan lembaga yang menghubungkan antara pihak yang kelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana, dan memperlancar arus pembayaran, serta mencari keuntungan dari usaha yang dijalankannya.

2.1.2 Fungsi Bank

Sebagai lembaga keuangan, bank memiliki beragam fungsi penting dalam perekonomian. Menurut Hendro T, (2014:125) Fungsi bank dapat di kelompokkan menjadi:

1. Menghimpun Dana (*Funding*)

Kegiatan menghimpun dana atau bisa di sebut *funding* adalah kegiatan membeli uang masyarakat dengan imbalan berupa bunga simpanan. Dalam menghadapi persaingan yang ketat, bank-bank umum banyak berinovasi untuk meluncurkan berbagai produk simpanan yang menarik. Simpanan sering di sebut dengan nama rekening atau *account*.

2. Menyalurkan Dana atau kredit (*Lending*)

Bank memberikan dana yang telah di kumpulkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau pinjaman. Kredit ini bisa di gunakan untuk

berbagai tujuan, mulai dari modal usaha, investasi, hingga kebutuhan sehari-hari.

4. Penyedia Jasa Keuangan Lainnya (*Service*)

Bank menyediakan berbagai jasa keuangan lainnya seperti memfasilitasi transaksi pembayaran melalui berbagai mekanisme seperti transfer dana, kliring, dan kartu debit/kredit. Selain itu, bank dapat membantu transaksi perdagangan internasional, seperti transfer valuta asing dan *Letter of Credit* (L/C).

2.1.3 Tujuan Bank

Tujuan bank pada hakikatnya tidak hanya berorientasi pada laba, melainkan juga berperan sebagai Lembaga intermediasi dan pilar penting dalam system perekonomian (Kasmir, 2012; Dendawijaya, 2003). Hal ini sejalan dengan UU No. 10 Tahun 1998 yang menegaskan bahwa bank bertujuan menghimpun dan menyalurkan dana Masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Selain itu, menurut Tri Hendro & Rahardja (2014), bank juga berperan menjaga stabilitas keuangan serta mendorong inklusi keuangan.

Sebagai entitas bisnis yang berorientasi pada keuntungan, bank memiliki tujuan utama untuk menghasilkan laba bagi para pemegang sahamnya, sebagaimana halnya perusahaan pada umumnya. Keuntungan ini diperoleh melalui berbagai sumber pendapatan. Salah satu yang paling utama adalah selisih bunga (*Net Interest Margin*), yakni perbedaan antara bunga yang diterima

dari pinjaman dan bunga yang dibayarkan kepada nasabah penyimpan dana. Semakin besar selisih dan volume transaksi kredit, semakin tinggi potensi keuntungan yang dapat diraih. Selain itu, bank juga meraih pendapatan melalui berbagai biaya dan komisi atas layanan yang disediakan, seperti biaya administrasi, transfer, komisi transaksi valuta asing, pengelolaan kartu kredit, hingga layanan investasi. Selain itu, pendapatan non-bunga seperti aktivitas perdagangan surat berharga, penjaminan emisi (*underwriting*), konsultasi keuangan, dan penjualan produk asuransi (*bancassurance*) turut memperkuat sumber keuntungan bank.

Dalam rangka mencapai target keuntungan, bank dituntut untuk melakukan pengelolaan risiko secara hati-hati dan terstruktur. Risiko-risiko yang perlu diperhatikan antara lain risiko kredit, yaitu risiko pasar (potensi gagal bayar debitur), risiko operasional (mencakup fluktuasi suku bunga dan nilai tukar), dan risiko likuiditas (kesalahan sistem atau tindakan kecurangan), yaitu ketidakmampuan institusi dalam memenuhi kewajiban jangka pendek. Pengelolaan yang efektif terhadap berbagai risiko ini sangat krusial agar profitabilitas bank tetap terjaga.

Selain itu, upaya peningkatan efisiensi operasional dan ekspansi pangsa pasar juga menjadi strategi utama. Efisiensi operasional berperan dalam menekan biaya, sedangkan perluasan pangsa pasar dapat mendorong peningkatan volume transaksi dan pendapatan. Inovasi produk dan layanan, disertai peningkatan kualitas pelayanan kepada nasabah, menjadi faktor kunci dalam mendukung tercapainya tujuan tersebut.

Sebagai pilar penting dalam sistem perekonomian, bank tidak hanya berfokus pada pencapaian keuntungan, tetapi juga memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Salah satu fungsi utamanya adalah *Funding* dan *Lending*. Selain itu, bank juga menyediakan layanan sistem pembayaran yang efisien dan aman, seperti transfer dana dan pembayaran digital, yang mendukung kelancaran aktivitas ekonomi. Di sisi lain, bank turut menjaga stabilitas sistem keuangan dengan menjalankan operasional yang sehat dan bertanggung jawab. Dalam konteks kebijakan nasional, bank khususnya yang dimiliki pemerintah sering kali menjadi mitra strategis dalam merealisasikan berbagai program ekonomi, seperti penyaluran kredit bersubsidi dan pembiayaan proyek infrastruktur. Bank juga berperan dalam mendorong inklusi keuangan dengan memperluas akses layanan keuangan kepada seluruh masyarakat, termasuk mereka yang tinggal di daerah terpencil, demi menciptakan pemerataan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan.

2.1.4 Pengertian *Service Excellence*

Secara Bahasa *Service Excellence* terdiri dari dua kata, yakni *Service* dan *Excellence*. *Service* adalah segala bentuk aktivitas yang dirancang dan dilakukan dengan tujuan memberikan kepuasan kepada orang lain melalui pelayanan yang diberikan secara optimal. Menurut Kertajaya, *Service* adalah sebuah paradigma dari orang-orang yang dalam sebuah perusahaan, tidak peduli apakah perusahaan yang menghasilkan produk atau *Service* untuk selalu memberikan *best value* kepada pelanggannya. Sedangkan *Excellence* merupakan sesuatu yang diberikan dengan kualitas unggul dan melampaui ekspektasi pelanggan. Kepuasan

pelanggan sangat ditentukan pada besarnya harapan pelanggan. Jika pelanggan yang diberikan tidak terlalu besar, maka pelayanan yang baik, sudah bisa dirasakan sebagai pelayanan prima (*Service Excellence*). Tetapi jika harapan pelanggan sangat tinggi dan pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan, maka pelayanan bisa diartikan sebagai pelayanan yang buruk Barro, n.d. (2014).

Pengertian prima (*excellence*) merujuk pada pelayanan yang memiliki kualitas sangat baik, terpadu, dan memberikan kesan yang mendalam. Pelayanan prima merupakan serangkaian kegiatan yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, serta pengendalian proses pelayanan dengan standar tinggi, yang bertujuan untuk mencapai kepuasan pelanggan secara optimal.

Pelayanan prima merupakan padanan dari istilah “*excellence service*”, yang secara harfiah diartikan sebagai pelayanan yang terbaik atau sangat baik. Pelayanan ini dikatakan terbaik karena memenuhi atau bahkan melampaui standar pelayanan yang telah ditetapkan oleh instansi pemberi layanan. Pada hakikatnya, pelayanan publik adalah bentuk nyata dari pemberian pelayanan prima kepada masyarakat, yang mencerminkan tanggung jawab dan kewajiban aparatur pemerintah dalam perannya sebagai pelayan masyarakat.

Sedangkan menurut Rangkuti F, (2016:49) Dengan kata lain, pelayanan prima merupakan suatu pelayanan yang memenuhi standar kualitas yang sudah ditentukan. Dapat diartikan bahwa pelayanan prima atau *service excellence*

merupakan suatu bentuk upaya yang dilakukan oleh para pelaku bisnis dalam rangka memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan atau konsumen. Menurut Rangkuti F, (2016:49) bahwa pelayanan prima atau *service excellence* bertitik tolak pada upaya pelaku bisnis untuk memberikan layanan terbaiknya sebagai mencerminkan komitmen dan wujud kepedulian perusahaan terhadap pelanggan atau konsumen.

Sederhananya, pelayanan prima dapat diartikan sebagai bentuk pelayanan yang mampu memenuhi standar kualitas sesuai dengan ekspektasi serta tingkat kepuasan pelanggan. Dengan demikian, pelayanan prima mengandung dua unsur utama yang saling berkaitan, yaitu aspek pelayanan dan kualitas. Kualitas pelayanan memiliki beberapa definisi yang dikemukakan oleh beberapa ahli.

Menurut Gespersz V, (2000) professor bidang teknik sistem dan manajemen industri, kualitas pelayanan memiliki dimensi-dimensi seperti kecepatan waktu pelayanan, akurasi atau ketepatan pelayanan, kesopanan dan keramahan pelaku usaha, tanggung jawab dalam menangani keluhan pelanggan, dan lain-lainnya.

2.1.5 Pentingnya Pelayanan Prima (*Service Excellence*)

Pelayanan prima memiliki peranan yang sangat penting dalam dunia bisnis, baik dari sisi pelanggan internal maupun pelanggan eksternal. Hal ini berpengaruh langsung terhadap tingkat loyalitas pelanggan terhadap organisasi atau perusahaan. Bahkan, penerapan pelayanan prima tidak hanya berlaku pada sektor komersial, tetapi juga sangat relevan pada organisasi non-komersial maupun instansi pemerintahan.

1. Pelayanan Prima bagi Pelanggan Internal

Pelanggan internal adalah orang-orang yang terlibat dalam proses produksi barang maupun jasa yang ditawarkan perusahaan. Terdapat semboyan dalam dunia bisnis yang menyatakan: *“Bila pegawai tidak terpuaskan, maka Anda tidak akan memiliki pelanggan yang terpuaskan.”*

Oleh karena itu, penerapan pelayanan prima di lingkungan internal sangat penting untuk menunjang kelancaran proses produksi maupun pembentukan jasa. Keberhasilan pembudayaan pelayanan prima di dalam organisasi akan menjadi fondasi dasar dalam mewujudkan pelayanan prima bagi pelanggan eksternal.

2. Pelayanan Prima bagi Pelanggan Eksternal

Kebutuhan dan keinginan pelanggan eksternal merupakan peluang besar bagi perusahaan untuk memperoleh keuntungan melalui penjualan barang maupun jasa yang ditawarkan. Dengan memberikan pelayanan prima kepada

pelanggan eksternal, perusahaan diharapkan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan serta memperkuat citra positif organisasi.

2.1.6 Tujuan dan Manfaat Pelayanan Prima (*Service Excellence*)

Menurut Daryanto (2017:13), tujuan utama dari penerapan pelayanan prima (*service excellence*) adalah untuk memastikan terciptanya layanan yang bermutu tinggi kepada pelanggan. Pemberian pelayanan yang berkualitas diharapkan mampu mendorong pelanggan agar segera mengambil keputusan pembelian terhadap produk maupun jasa yang ditawarkan. Selain itu, pelayanan prima juga berfungsi untuk membangun dan memperkuat kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan, sehingga tercipta hubungan yang berkesinambungan antara produsen dan konsumen. Dengan adanya pelayanan yang baik, perusahaan juga dapat meminimalkan potensi munculnya tuntutan atau keluhan yang tidak perlu di kemudian hari, karena kebutuhan serta harapan pelanggan telah terpenuhi dengan optimal. Pada akhirnya, tujuan pelayanan prima adalah menciptakan kepuasan, kepercayaan, serta keputusan positif dari pelanggan terhadap layanan maupun produk yang diberikan.

Service Excellence memiliki manfaat strategis dalam upaya peningkatan kualitas layanan, baik bagi masyarakat secara umum maupun bagi nasabah secara khusus. Pelayanan ini dapat dijadikan acuan penting dalam penyusunan standar layanan, yang berfungsi sebagai tolak ukur atau patokan dalam pelaksanaan pelayanan serta sebagai dasar penilaian terhadap kualitasnya.

Standar layanan pada hakikatnya menjadi pedoman agar setiap penyedia jasa dapat memberikan pelayanan yang konsisten, terarah, dan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Suatu pelayanan dapat dikategorikan sebagai prima apabila nasabah merasakan kepuasan yang sejalan dengan ekspektasi mereka. Dengan demikian, keberadaan pelayanan prima bukan hanya sebatas pemenuhan kewajiban organisasi, tetapi juga merupakan strategi penting dalam membangun loyalitas nasabah serta meningkatkan daya saing perusahaan.

2.1.7 Konsep dasar pelayanan prima (*Service Excellence*)

Menurut Barru, n.d. (2014) ada beberapa konsep dasar pelayanan prima, diantaranya:

1. Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan khusus yang termasuk kemampuan bekerja di area yang ditekuni yang diperlukan untuk mendukung program layanan seperti: melakukan komunikasi yang efektif, meningkatkan motivasi, dan menggunakan humas sebagai alat untuk membangun hubungan di dalam dan di luar organisasi / perusahaan.

2. Sikap (*Attitude*)

Perilaku tertentu yang perlu ditunjukkan saat berhadapan dengan pelanggan. Keberhasilan bisnis di sektor layanan sangat tergantung pada orang-orang yang terlibat. Sikap layanan yang diharapkan ada pada karyawan adalah sikap yang baik, ramah, penuh simpati, dan memiliki rasa memiliki yang tinggi terhadap perusahaan. Jika kita bekerja di suatu perusahaan, sikap kita akan mencerminkan perusahaan tersebut. Kita akan mewakili citra perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung. Pelanggan akan menilai perusahaan berdasarkan kesan pertama saat berinteraksi dengan orang-orang yang ada di perusahaan itu. Sikap yang diharapkan berdasarkan konsep layanan terbaik adalah:

- 1) Sikap pelayanan prima berarti mempunyai rasa bangga terhadap pekerjaan.
- 2) Memiliki dedikasi yang kuat terhadap pekerjaan.
- 3) Selalu menjaga martabat dan reputasi perusahaan.
- 4) Sikap pelayanan prima adalah: “benar atau salah tetap perusahaan saya” (*right or wrong is my company*).

3. Penampilan (*Apprearance*)

Penampilan merupakan salah satu aspek penting dalam penerapan pelayanan prima karena menjadi cerminan pertama yang dilihat dan dinilai oleh nasabah ketika berinteraksi dengan *frontliner*. Dalam dunia perbankan, penampilan tidak hanya terbatas pada aspek fisik seperti kerapihan pakaian, kebersihan tubuh, maupun penggunaan atribut kerja, tetapi juga mencakup penampilan non-fisik seperti sikap profesional, ekspresi wajah, bahasa tubuh, hingga intonasi suara yang digunakan ketika melayani nasabah. Semua elemen ini secara langsung membentuk persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan dan citra perusahaan.

Penampilan fisik yang rapi, bersih, dan profesional memberikan kesan kredibilitas serta meningkatkan kepercayaan nasabah kepada institusi perbankan. Misalnya, seragam yang sesuai standar perusahaan, penggunaan tanda pengenal, rambut yang ditata rapi,

serta meja kerja yang teratur akan memperlihatkan bahwa bank memiliki budaya kerja yang disiplin dan terorganisir. Hal ini sangat penting mengingat perbankan adalah industri yang mengandalkan kepercayaan sebagai modal utama. Seorang *frontliner* yang berpenampilan kurang rapi dapat menurunkan keyakinan nasabah terhadap integritas dan profesionalisme bank, meskipun layanan yang diberikan baik sekalipun.

Selain penampilan fisik, aspek non-fisik juga sangat menentukan. Ekspresi wajah yang ramah, senyum yang tulus, kontak mata yang sopan, serta sikap tubuh yang tegap dan penuh percaya diri merupakan bentuk penampilan non-fisik yang memperkuat komunikasi dengan nasabah. Misalnya, seorang *teller* yang menyapa dengan senyum akan memberikan rasa nyaman dan aman bagi nasabah, sehingga menciptakan suasana interaksi yang lebih positif. Begitu pula dengan penggunaan bahasa yang sopan, jelas, dan profesional, akan menambah kesan meyakinkan bahwa *frontliner* benar-benar memahami tugasnya. Dalam konsep *Service Excellence*, penampilan juga dipandang sebagai bentuk representasi dari nilai, budaya, dan identitas perusahaan. Setiap *frontliner* adalah "wajah perusahaan" yang secara langsung mewakili citra bank di mata nasabah. Oleh karena itu, perusahaan biasanya menetapkan standar penampilan yang baku, seperti seragam resmi, tata rias, hingga etika dalam berkomunikasi. Hal ini bertujuan agar setiap

frontliner memiliki konsistensi dalam menampilkan profesionalisme, sehingga kepercayaan nasabah dapat terjaga.

4. Perhatian (*Attention*)

Kepedulian yang tinggi terhadap pelanggan, yang berkaitan dengan kebutuhan dan keinginan mereka, serta memahami saran dan kritik dari mereka. Dalam menjalankan layanan, seorang petugas perusahaan pelayanan jasa harus selalu memerhatikan dan mencermati keinginan pelanggan. Jika pelanggan sudah menunjukkan minat untuk membeli suatu barang atau jasa yang kita tawarkan, segera layani mereka dan tawarkan bantuan agar pelanggan merasa puas dan keinginannya terpenuhi. Hal-hal lain yang perlu diperhatikan tentang bentuk-bentuk pelayanan berdasarkan konsep kepedulian adalah sebagai berikut:

- 1) Mengucapkan salam pembuka pembicaraan.
- 2) Menanyakan apa saja yang diinginkan pelanggan.
- 3) Mendengarkan dan memahami keinginan pelanggan.
- 4) Melayani pelanggan dengan cepat, tepat, dan ramah.
- 5) Menempatkan kepentingan pelanggan di urutan pertama.

5. Tanggung Jawab (*Accountability*)

Sikap mendukung pelanggan sebagai bentuk perhatian, untuk mengurangi kediakpuasan pelanggan. Saat ini, sudah banyak ahli manajemen yang mempelajari pentingnya pelayanan yang baik

kepada pelanggan, seperti Deming, Stephen Usela, Collier, Vincent Gaspersz, Fandy Tjiptono, dan lainnya. Mereka telah mengembangkan berbagai ide tentang pelayanan yang baik, seperti ide Vincent, Siklus Deming, TQS (*Total Quality Service*), TQM (*Total Quality Management*), dan lain-lain. Vincent Gaspersz menciptakan sebuah konsep manajemen perbaikan kualitas yang disebut *Vincent*. Konsep ini terdiri dari tujuh strategi untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Ketujuh konsep tersebut adalah:

- 1) *Visionary transformation* (perubahan visi)
- 2) *Infrastructure* (kebutuhan akan sarana dan prasarana)
- 3) *Need for improvement* (kebutuhan untuk perbaikan)
- 4) *Customer focus* (fokus pada pelanggan)
- 5) *Empowerment* (memberdayakan potensi)
- 6) *New views of quality* (pandangan baru tentang kualitas)
- 7) *Top management* (komitmen manajemen atas)

2.1.8 Pengertian *Frontliner*

Secara umum, istilah “*Frontliner*” merujuk pada karyawan atau petugas di suatu perusahaan yang posisinya berada di garis depan (*Front line*) dan berinteraksi langsung dengan pelanggan atau nasabah. Mereka adalah “wajah” perusahaan yang pertama kali ditemui oleh pelanggan ketika membutuhkan layanan, informasi, atau melakukan transaksi.

Dalam industri perbankan, *Frontliner* memegang peranan yang sangat krusial karena bank adalah industri jasa yang sangat mengandalkan kepercayaan dan kepuasan nasabah. *Frontliner* bank adalah jembatan utama antara bank dan nasabahnya. Mereka bertugas memberikan pelayanan langsung, menangani transaksi, menjawab pertanyaan, dan mengatasi keluhan nasabah sehari-hari.

Frontliner adalah petugas yang bertemu langsung dengan nasabah. *Frontliner* terdiri dari *Customer Service*, *Teller*, dan *Security*. Di sisi lain, peran *Frontliner* sangat penting karena mereka adalah yang berada di garda terdepan dalam memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah. Dengan begitu, nasabah merasa nyaman dengan pelayanan yang baik ini dan terdorong untuk menjadi nasabah mereka (Gumilang & Putra, 2020).

Bank harus menyiapkan tenaga kerja yang kompeten yang mampu memahami dan memenuhi kebutuhan serta keinginan nasabah agar dapat memberikan layanan yang maksimal. Individu yang bertugas untuk melayani nasabah secara langsung di sebut *Frontliner*, yang mencakup *teller*, *customer service*, dan *security*. Peran *Frontliner* sangat vital, tidak hanya sebagai penyedia layanan, tetapi juga sebagai agen pembina masyarakat. Pelayanan yang prima diharapkan dapat menciptakan rasa nyaman bagi nasabah dalam menjalankan aktivitas perbankan, sehingga *Frontliner* juga berpotensi menjadi promotor bank secara tidak langsung. Oleh karena itu, penting bagi bank untuk merekrut tenaga profesional agar dapat mencetak *Frontliner* yang kompeten dan berkualitas.

2.1.9 Pengertian *Customer Service*

Pelayanan konsumen atau yang sering kita sebut sebagai *Customer Service* berasal dari dua kata, yaitu pelanggan dan pelayanan. Pelayanan berarti tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. *Customer Service* harus memiliki kemampuan untuk melayani pelanggan dengan tepat dan cepat serta memiliki kemampuan dalam berkomunikasi yang baik.

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

Customer Service memiliki peranan yang sangat penting dalam memberikan pelayanan dan diharapkan untuk selalu berhubungan dengan nasabah serta menjaga hubungan tersebut tetap baik. Hal ini harus dilakukan karena mempertahankan hubungan yang baik dengan nasabah juga berarti menjaga citra bank agar reputasi bank dapat terus meningkat di mata nasabah. *Customer Service* bank dalam melayani nasabah harus memiliki kemampuan untuk melayani dengan tepat dan cepat serta kemampuan berkomunikasi yang baik, ditunjang dengan adanya fasilitas dan infrastruktur yang mendukung kecepatan, ketepatan, dan akurasi pekerjaan, karena *Customer Service* adalah pintu masuk utama sebuah bank.

SOP (Standar Operasional Prosedur)

Berikut adalah SOP (Standar Operasional Prosedur) di Bank BNI:

PENANGANAN PENYELESAIAN PENGADUAN NASABAH Customer Experience Center Sebagai Touch Point BNI

Selanjut dengan salah satu misi BNI yaitu memberikan layanan prima dan solusi digital kepada seluruh Nasabah selaku Mitra Bisnis pilihan utama, maka Customer Experience Center sebagai salah satu touch point BNI, terus berupaya untuk memberikan layanan terbaik bagi nasabah BNI.

Ketersediaan layanan call selama 24/7 melalui BNI Call 1500046 (domestik) atau +62-21-30500046 (luar negeri) memberikan kemudahan kepada nasabah untuk berinteraksi dengan BNI kapanpun dan dimanapun. Dengan fokus pada layanan yang lebih mudah, cepat, dan ekonomis bagi nasabah, Customer Experience Center melakukan *shifting* layanan call ke layanan digital yang dapat diakses 24/7 dengan menyediakan layanan media sosial di Facebook, Instagram, dan X, serta layanan live chat pada website BNI. Tanya BNI di BNI Mobile Banking, WhatsApp Business dan aplikasi BNI Call Virtual Assistant yang dapat diunduh melalui Playstore dan Appstore. Selain itu nasabah dapat mengirimkan pengaduan ke BNI melalui email bnicall@bni.co.id.

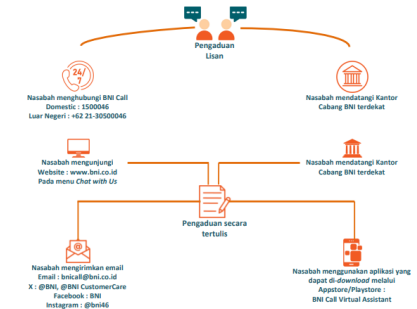
Customer Experience Center bertekad untuk secara konsisten meningkatkan kualitas layanan kepada nasabah BNI. Upaya ini tercermin dalam standarisasi kualitas proses layanan dengan memperoleh Sertifikasi ISO 9001:2015 sejak tahun 2016 dan terus melakukan pembaharuan sertifikasi (recertification) setiap 3 tahun.

Senantiasa mendukung BNI Go Global, Customer Experience Center juga memiliki layanan Trade & Remittance dan Wholesale Service yang memberikan dukungan terhadap program BNI Xpora dan nasabah BNI Direct. Dengan layanan ini, baik nasabah dalam dan luar negeri (perorangan maupun korporasi) akan dibantu dalam melakukan transaksi ekspor impor. BNI juga memiliki Layanan BNI Emerald Call 1500098 untuk melayani nasabah prioritas BNI dan Layanan Merchant Care 1500146 untuk melayani nasabah merchant BNI dan Agen46. Untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi nasabah dalam mendapatkan informasi serta menyampaikan permintaan dan pengaduan maka seluruh layanan di atas dapat diakses selama 24 jam.

PROSEDUR PELAYANAN DAN PENYELESAIAN PENGADUAN NASABAH BNI

Sebagai salah satu garda terdepan BNI dalam layanan bagi para nasabah, CXK berkomitmen untuk memberikan layanan terbaik, termasuk penyelesaian atas setiap pengaduan nasabah baik untuk layanan perbankan, kartu kredit, merchant, trade & remittance serta wholesale. Nasabah BNI diberikan kemudahan mengakses layanan pengaduan dengan berbagai pilihan media baik melalui lisan maupun tertulis dan tanpa dikenakan biaya.

Media Penyampaian Pengaduan Nasabah BNI



Sesuai POJK No. 22 Tahun 2023 tentang Pelindungan Konsumen dan Masyarakat, BNI memberikan solusi penyelesaian pengaduan nasabah yang disampaikan secara lisan dalam waktu paling lama 5 (lima) hari kerja, sementara penyelesaian pengaduan tertulis dalam waktu maksimal 10 (sepuluh) hari kerja. Apabila diperlukan dokumen pendukung atas pengaduan nasabah yang disampaikan secara lisan, maka BNI akan meminta nasabah menyampaikan pengaduan secara tertulis. Berkaitan dengan hal tersebut, nasabah dapat melengkapi dokumen atas pengaduan yang disampaikan dalam waktu 10 (sepuluh) hari kerja dan dapat diperpanjang dalam waktu 10 (sepuluh) hari kerja.

BNI berkomitmen menangani penyelesaian pengaduan secara tertulis bagi nasabah yang telah melengkapi dokumen yang dipersyaratkan, terdiri dari:

- Identitas nasabah
- Jenis dan tanggal pemanfaatan produk dan/atau layanan
- Permasalahan yang diadukan; dan
- Dokumen lainnya

Dalam kondisi tertentu, penyelesaian pengaduan tertulis dapat diperpanjang dalam waktu 10 (sepuluh) hari kerja berikutnya sesuai POJK No. 22 Tahun 2023 tentang Pelindungan Konsumen dan Masyarakat. Adapun informasi perpanjangan waktu penyelesaian pengaduan akan diberitahukan secara

tertulis oleh BNI kepada nasabah melalui surat/e-mail/pesan singkat (short message service/SMS) sebelum jangka waktu berakhir.

Alur Penyampaian dan Penyelesaian Pengaduan



Apabila nasabah merasa solusi penyelesaian yang diberikan oleh BNI tidak memenuhi harapan, atau tidak terdapat kesepakatan terhadap hasil penanganan pengaduan, maka sesuai POJK No. 22 Tahun 2023 tentang Pelindungan Konsumen dan Masyarakat, nasabah dapat:

- Menyampaikan pengaduan kepada Otoritas Jasa Keuangan untuk penanganan pengaduan sesuai dengan kewenangan Otoritas Jasa Keuangan, atau
- Mengajukan sengketa di luar pengadilan melalui 1 (satu) Lembaga Alternatif Penyelesaian Sengketa Sektor Jasa Keuangan (LAPS SJK) atau melalui pengadilan.

Gambar 2. 1 Standar Operasional Prosedur

Sumber : PT. Bank Negara Indonesia

2.1.10 Pengertian *Teller*

Teller adalah petugas bank yang bekerja di *frontliner banking hall* dan melakukan transaksi langsung dengan nasabah dalam bentuk penerimaan/penarikan baik berupa transaksi tunai/non tunai dan melakukan pembukaan ke dalam sistem bank (Gumilang & Putra, 2020) .

Selain kegiatan *Teller* dalam menangani keluar masuknya uang setoran, *Teller* juga bertanggung jawab pada pemberian pelayanan yang baik, cepat, dan tepat kepada nasabah (Ayuni et al., 2014).

2.1.11 Tugas dan tanggung jawab *Teller*

Proudly (2012:24) juga menjelaskan bahwa secara umum, fungsi, peran, tugas, dan tanggung jawab seorang *Teller* meliputi beberapa hal sebagai berikut:

- a. Memastikan semua peralatan berfungsi dengan baik (mesin hitung uang, alat pendeteksi uang palsu, pulpen, dan sebagainya);
- b. Ketika ada nasabah, bersikap ramah, menyapa (selamat pagi/siang/sore), mengucapkan terima kasih setelah selesai, dan tersenyum di awal dan akhir pertemuan dengan nasabah;
- c. Menjaga penampilan rapi sesuai standar bank (meja kerja, pakaian rapi, tata rambut rapi, mengenakan tanda pengenal karyawan, dan sebagainya);
- d. Ketika nasabah ingin menyetor atau menarik uang tunai, *Teller* harus menghitung uang, mengonfirmasikan jumlahnya dengan nasabah, dan melakukan penghitungan jumlah tersebut di hadapan nasabah;

- e. Melakukan pembayaran tunai atau non-tunai kepada nasabah yang bertransaksi tunai atau non-tunai di konter bank, dan melakukan pemutakhiran data transaksi pada sistem komputer bank;
- f. Setelah menyelesaikan proses penyetoran atau penarikan tunai, *Teller* wajib memberikan slip tanda terima kepada nasabah dan menandatangani sebagai tanda persetujuan;
- g. Bertanggung jawab atas kesesuaian antara jumlah uang tunai dalam sistem dengan jumlah uang tunai yang ada di terminal. (Veronica & Tumanggor, 2022)

Sehubungan dengan fungsi, peran, tugas, dan tanggung jawabnya, seorang *Teller* juga memiliki hak yang merupakan bentuk nyata dari tugas khusus yang harus dilakukannya, yaitu menyelesaikan setiap pekerjaan dan tugas sampai selesai dengan baik (tidak ada yang tertunda atau belum selesai, tidak ada masalah yang muncul dari pekerjaannya kecuali itu adalah hal yang di luar kontrolnya). Oleh karena itu, sebelum melakukan transaksi pada sistem aplikasi pendukung, *Teller* harus memastikan kebenaran dan kesesuaian transaksi dengan formulir transaksinya.

Terkait dengan tugas dan tanggung jawabnya, seorang *Teller* tidak boleh melakukan hal-hal yang di luar tugas dan tanggung jawabnya, seperti hal-hal berikut (Ikatan Bankir Indonesia, 2014):

- a. Menggunakan rekening tertentu untuk keperluan pribadi dalam menampung pos-pos terbuka, seperti selisih lebih/kurang atau untuk

keperluan lain seperti setoran titipan nasabah, pencairan bilyet giro, dan lain-lain.

- b. Menerima atau memproses transaksi titipan dari nasabah, kecuali sudah diatur dalam peraturan yang berlaku di Bank.

Sebagai *frontliner officer*, penampilan seorang *Teller* sangat penting karena *Teller* berhubungan langsung dengan nasabah. Citra yang ditunjukkan oleh *Teller* mencerminkan citra perusahaan. Penampilan seorang *Teller* bank harus menggambarkan kesan yang profesional karena bank adalah usaha yang bergantung pada kepercayaan. Seorang *Teller* juga harus memiliki keterampilan dasar tertentu yang diperlukan agar dapat memproses transaksi yang menjadi tanggung jawabnya dengan baik dan sesuai standar Bank. Berikut adalah keterampilan yang dibutuhkan dari seorang *Teller* (IBI, 2014:):

- a. Pemeriksaan identitas nasabah.
- b. Pemeriksaan formulir terkait transaksi yang dilakukan seorang *Teller*.
- c. Pemeriksaan tanda tangan, yaitu pencocokan tanda tangan pada slip transaksi dengan dokumen asli atau spesimen bank, yang dilakukan dengan memperhatikan hal-hal seperti : tarikan tanda tangan, penulisan ejaan dan efek dari penggunaan alat tulis bertinta tebal.
- d. Pemeriksaan validasi. *Teller* harus memeriksa setiap transaksi yang sudah diproses dengan mencocokkan hasil validasi transaksi dengan data yang ada pada slip transaksi. (Manan & Aziza, 2023).

2.1.12 Pengertian *Security*

Petugas keamanan yang dikenal dengan istilah satpam, singkatan dari Satuan Pengamanan, adalah kelompok individu yang dibentuk oleh organisasi, proyek, atau badan usaha untuk menjalankan tugas keamanan fisik sebagai bagian dari upaya menjaga keamanan secara mandiri di area kerja mereka. Menurut berbagai teori dari para ahli, referensi buku, dan sumber bacaan digital, satpam adalah profesional yang bekerja dan fokus pada perannya untuk memberikan bantuan dalam aspek keamanan di sebuah lokasi organisasi, baik itu pemerintah maupun swasta, di mana mereka ditugaskan. Tugas mereka mencakup perlindungan sekaligus pencegahan terhadap berbagai jenis tindakan kriminal atau kejahatan lainnya di area atau lokasi kerja mereka, terutama untuk menjaga item berharga dan hal-hal yang perlu diamankan, selama semuanya masih dalam lingkup pengawasan dan lingkungan kerja mereka.

Dan satpam bukanlah petugas yang tidak terikat pada sebuah institusi, sering kali terdapat banyak individu dalam Masyarakat yang meremehkan satpam. Namun, mereka berada di bawah pembinaan langsung dari lembaga yang berfokus pada keamanan nasional, yaitu kepolisian negara Republik Indonesia. Mereka memberikan dukungan kepada polisi dalam melindungi dan menjaga baik lembaga pemerintah maupun swasta yang tidak berada di bawah pengawasan langsung pihak kepolisian, sehingga keamanan yang seharusnya dikelola oleh otoritas terikat dapat lebih terjamin berkat keberadaan SATPAM, satuan pengamanan.

Tanggung jawab dari petugas keamanan atau satpam di bank dalam memberikan layanan dan melaksanakan tugasnya memiliki dampak besar terhadap mutu pelayanan perusahaan secara keseluruhan. Petugas keamanan yang bertugas untuk melindungi semua asset perusahaan juga mempunyai kewajiban untuk memastikan keselamatan nasabah. Nasabah akan merasa tenang saat melakukan aktivitas juga dijaga oleh sistem keamanan yang baik. Keamanan yang baik tidak hanya bertindak tegas, tetapi juga harus bersikap ramah, sopan, dan penuh perhatian kepada nasabah.

Namun, sebagai petugas keamanan, satpam juga diwajibkan memberikan layanan pertama kepada nasabah baik berupa informasi yang dibutuhkan nasabah bahkan terkadang juga berkewajiban bertanggung jawab dalam mengatur kendaraan parkir. (Bagaskara, 2023).

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan selanjutnya untuk menemukan inspirasi baru untuk melakukan penelitian selanjutnya, disamping itu kajian terdahulu membantu penelitian memposisikan penelitian serta menunjukkan orsanilitian dalam penelitian. Dalam bagian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasnya baik penelitian yang sudah terpublikasikan. Berikut ini tabel studi penelitian terdahulu:

Table 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti, Tahun, Tempat penelitian	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
1.	Nur Illaiyah Mardi (2024), Bank Muamalat KCP Pasuruan	Implementasi Pelayanan Prima (<i>Service Excellence</i>) di Bank Muamalat KCP Pasuruan	Penelitian ini sama-sama fokus pada penerapan <i>service excellence</i> oleh <i>frontliner</i> .	Objek penelitian yang berbeda, penelitian mereka dilakukan di Bank Muamalat (syariah) sedangkan penelitian ini di BNI (konvensional).	Bank Muamalat KCP Pasuruan telah menerapkan standar <i>service excellence</i> dengan baik, terutama dalam aspek keramahan, ketepatan layanan, dan kecepatan transaksi.	https://jurnal.stikes-ibnusina.ac.id/index.php/IHSANIK/article/download/2179/2523/10243?utm_source=chatgpt.com
2.	Mashita Miranda Dwi Putri (2023), PT. Bank Sulselbar	Pengaruh <i>Service Excellence</i> pada <i>Frontliner</i> terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Sulselbar	Penelitian ini sama-sama meneliti <i>frontliner</i> dan hubungan nya dengan kepuasan nasabah & sama-sama membahas dimensi <i>service excellence</i> .	Penelitian Sulselbar menggunakan metode kuantitatif (kuesioner & uji statistik) sedangkan penelitian ini kualitatif.	Hasil penelitian nya adalah dimensi <i>service excellence</i> (<i>delivering the promise, personal touch, going the extra mile, dan handling problem</i>) terbukti berpengaruh positif	https://repository.telkomuniversity.ac.id/pustaka/105019/pengaruh-service-excellence-pada-frontliner-terhadap-kepuasan-nasabah-pt-bank-sulselbar

No	Peneliti, Tahun, Tempat penelitian	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
					signifikan terhadap kepuasan nasabah.	html?utm_source=chatgpt.com
3.	Indira Diah Pitaloka, Chandra Hendriyani, Budiana Ruslan (2021), Bank Rakyat Indonesia (BRI) – layanan <i>Smart Service</i>	<i>Excellent Services by Frontliner – Best Corporate Banking</i> (studi pada BRI <i>Smart Service</i>)	Penelitian ini sama-sama membahas strategi <i>service excellence</i> pada <i>frontliner</i> dan menekankan standar pelayanan prima dan peran <i>frontliner</i> sebagai wajah bank.	Perbedaannya adalah BRI <i>Smart Service</i> berorientasi pada nasabah korporasi, sementara penelitian ini berfokus pada nasabah ritel seperti mahasiswa, dosen, dan Masyarakat di lingkungan kampus.	Hasil penelitian adalah Program BRI <i>Smart Service</i> dianggap berhasil memberikan layanan prima bagi segmen korporasi. <i>Frontliner</i> mampu menerapkan <i>service excellence</i> sesuai standar, sehingga meningkatkan kepuasan nasabah bisnis, mempercepat proses transaksi, dan memperkuat citra profesional BRI dimata perusahaan besar.	https://www.researchgate.net/publication/354837097_Excellent_Services_by_Frontliner_Best_Corporate_Banking?utm_source=chatgpt.com

No	Peneliti, Tahun, Tempat penelitian	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
4.	Nur Haliza & Triana Setiyarini (2024), BRI Unit Kecamatan Kota Sumenep	Pengaruh <i>Service Excellent, Service Quality</i> , dan <i>Service Performance</i> terhadap	Penelitian ini sama-sama membahas <i>service excellence</i> sebagai faktor utama kepuasan nasabah.	Perbedaannya adalah penelitian mereka bersifat kuantitatif sedangkan penelitian ini kualitatif.	Hasil penelitian adalah Variabel <i>service excellent, service quality, dan service performance</i> semuanya berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Dari ketiganya, <i>service excellent</i> memiliki pengaruh paling dominan, menunjukkan bahwa sikap ramah, penampilan profesional, dan kemampuan komunikasi <i>frontliner</i> adalah kunci dalam	https://journal.trunojoyo.ac.id/jkim/article/view/26945?utm_source=chatgpt.com

No	Peneliti, Tahun, Tempat penelitian	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
					meningkatkan kepuasan.	
5.	Nurul Akmalia, Azhar, Anjur Perkasa (2022), Bank Muamalat KCP Stabat	Pengaruh <i>Service Excellent</i> oleh <i>Customer Service</i> terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat KCP Stabat	Penelitian ini sama-sama menekankan <i>service excellence</i> sebagai penentu kepuasan dan loyalitas nasabah.	Perbedaannya adalah objek penelitian, penelitian mereka dilakukan di Bank Muamalat (syariah) sedangkan penelitian ini di BNI (konvensional).	Hasil penelitian adalah Pelayanan prima oleh <i>Customer Service</i> terbukti berpengaruh nyata dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Penelitian juga menegaskan bahwa kepuasan nasabah yang tinggi mendorong loyalitas.	https://www.jurnal.insan.ac.id/index.php/istimrar/article/download/57/48/256?utm_source=chatgpt.com

Sumber: Data diperoleh Penulis 2025

2.3 Pendekatan Masalah

Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis secara mendalam bagaimana penerapan *service excellence* oleh *frontliner* di PT.

Bank Negara Indonesia (BNI) Kantor Cabang Pembantu Universitas Siliwangi Kota Tasikmalaya.

Pendekatan ini dipilih karena permasalahan yang diangkat berhubungan dengan adanya permasalahan terkait mekanisme evaluasi mutu pelayanan atau rating yang dilakukan oleh mahasiswa magang bukan berasal langsung dari penilaian nasabah yang menerima pelayanan.

Melalui pendekatan kualitatif, peneliti berupaya menggambarkan fenomena secara holistik, menelaah faktor-faktor yang memengaruhi mutu layanan seperti sikap, penampilan, kemampuan komunikasi, serta tanggung jawab para *frontliner* (*Customer Service, Teller, dan Security*).

Selain itu, penelitian ini juga menekankan pada analisis kesenjangan antara standar *service excellence* yang ditetapkan bank dengan realitas pelayanan yang diamati oleh mahasiswa magang selama magang. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui partisipan observer, wawancara, dan dokumentasi untuk memperoleh gambaran yang objektif mengenai tantangan yang dihadapi *frontliner* dalam memberikan pelayanan.

Dengan demikian, pendekatan ini diharapkan mampu memberikan kontribusi konkret dalam merumuskan strategi perbaikan mutu pelayanan, sehingga kualitas pelayanan *frontliner* dapat ditingkatkan, kepuasan dan loyalitas nasabah Kembali terjaga, serta reputasi BNI KCP Universitas Siliwangi semakin baik.