

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENDEKATAN MASALAH

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Bank

2.1.1.1 Pengertian Bank

Bank adalah lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menerima simpanan giro, tabungan, dan deposito. Kemudian bank juga dikenal sebagai tempat untuk meminjam uang (kredit) bagi masyarakat yang membutuhkannya. Di samping itu, bank juga dikenal sebagai tempat untuk menukar uang, memindahkan uang atau menerima segala macam bentuk pembayaran dan setoran seperti pembayaran listrik, telepon, air, pajak, uang kuliah, dan pembayaran lainnya (Kasmir, 2014).

Sesuai dengan UU No. 10 Tahun 1998, bank adalah suatu 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. Menurut Kasmir (2014: 24) secara sederhana bank diartikan sebagai lembaga keuangan yang kegiataanya menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan kemudian menyalurkan kembali kepada masyarakat, serta memberi jasa-jasa bank lainnya.

2.1.1.2 Fungsi Bank

Secara umum, fungsi utama bank adalah pada umumnya adalah menghimpun dana dari masyarakat untuk berbagai tujuan atau sebagai *financial intermediary*. Menurut Sigit Triandaru dan Totok Budi Santoso (2006: 9) fungsi bank terdiri dari:

1. *Agent of trust* (Jasa dengan kepercayaan)

Dasar utama kegiatan perbankan adalah kepercayaan (*trust*), baik dalam hal menghimpun dana maupun penyaluran dana. Masyarakat akan mau menitipkan dananya di bank apabila dilandasi akan kepercayaan. Masyarakat percaya bahwa uangnya tidak akan disalah gunakan oleh bank, uangnya akan dikelola dengan baik, bank tidak akan bangkrut, dan pada saat uang telah dijanjikan simpanan tersebut dapat ditarik kembali dari bank. Pihak bank sendiri akan mau menempatkan atau menyalurkan dananya pada debitor atau masyarakat apabila dilandasi adanya unsur kepercayaan.

2. *Agent of development* (Jasa untuk pembangunan)

Kegiatan perekonomian masyarakat di sektor moneter dan disektor riil tidak dapat dipisahkan. Kedua sektor tersebut selalu berinteraksi dan saling mempengaruhi. Sektor riil tidak akan dapat bekerja dengan baik apabila sektor moneter tidak bekerja dengan baik, kegiatan bank berupa menghimpun dan menyalurkan dana sangat diperlukan bagi lancarnya kegiatan

perekonomian disektor riil. Kegiatan bank tersebut memungkinkan masyarakat melakukan kegiatan investasi, kegiatan distribusi, serta kegiatan konsumsi barang dan jasa, mengingat bahwa kegiatan investasi, distribusi, konsumsi tidak lepas dari adanya penggunaan uang. Kelancaran kegiatan investasi, distribusi, konsumsi ini tidak lain adalah kegiatan pembangunan perekonomian suatu masyarakat

3. *Agent of service* (Jasa pelayanan)

Disamping melakukan kegiatan penghimpunan dan penyaluran dana, bank juga memberikan penawaran jasa perbankan yang lain kepada masyarakat secara umum. Jasa ini antara lain dapat berupa jasa pengiriman uang, penitipan barang berharga, pemberian jaminan bank, dan penyelesaian tagihan.

2.1.1.3 Jenis – Jenis Bank

Menurut Kamir (2014:31) bank dibagi dalam beberapa jenis salah satunya jenis bank jika ditinjau dari segi fungsi diklompokkan menjadi dua jenis, yaitu:

1. 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.

2. 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 lalu lintas pembayaran. Artinya di sini kegiatan BPR jauh lebih sempit jika dibandingkan dengan kegiatan bank umum.

2.1.1.4 Sumber – Sumber Bank

Menurut Kasmir (2014: 58) dimaksud dengan sumber-sumber dana bank adalah usaha bank dalam menghimpun dana untuk membiayai operasinya.

Adapun sumber-sumber dana bank tersebut adalah sebagai berikut:

1. Dana yang bersumber dari bank itu sendiri

Sumber dana ini merupakan sumber dana dari modal itu sendiri. Modal sendiri maksudnya adalah modal setoran dari para pemegang sahamnya. Pencairan dana sendiri terdiri dari setoran modal dari pemegang saham, cadangan-cadangan bank, laba bank yang belum dibagi.

2. Dana yang berasal dari masyarakat luas

Sumber dana ini merupakan sumber dana terpenting bagi kegiatan operasi bank dan merupakan ukuran keberhasilan bank jika mampu membiayai operasinya dari sumber dana lain. Adapun sumber dana dari masyarakat luar dapat dilakukan dalam bentuk.

- a. Simpanan giro
- b. Simpana tabungan
- c. Simpanan deposito

3. Dana yang bersumber dari lembaga lain

Sumber dana yang ketiga ini merupakan tambahan jika bank mengalami kesulitan dalam pencarian sumber dana pertama dan kedua diatas. Perolehan dana dari sumber ini antara lain:

- a. Kredit Likuiditas dari Bank Indonesia, merupakan kredit yang diberikan Bank Indonesia kepada bank-bank yang mengalami kesulitan likuiditasnya.
- b. Pinjaman antar bank (*call money*) biasanya pinjaman ini diberikan kepada bank-bank yang mengalami kalah kliring didalam lembaga kliring. Pinjaman ini bersifat jangka pendek dengan bunga yang relatif tinggi.
- c. Pinjaman dari bank-bank luar negeri, merupakan pinjaman yang diperoleh oleh perbankan dari luar negeri.
- d. Surat Berharga Pasar Uang (SBPU). Dalam hal ini pihak perbankan menerbitkan SPBU kemudian diperjualbelikan

kepada pihak yang berminat, baik perusahaan keuangan maupun nonkeuangan.

2.1.2 *Customer Service*

2.1.2.1 Pengertian *Customer Service*

Pelayanan pelanggan atau sering disebut dengan *Customer Service*, saat ini memberikan peranan yang cukup besar dalam menaikkan omset penjualan perusahaan. *Customer Service* untuk bidang jasa sangat memegang peranan penting dan berujung kepada kenaikan laba atau keuntungan. Sehubungan dengan peranan yang sangat penting dalam menentukan kualitas jasa, perusahaan memerlukan pelayanan yang unggul, yakni suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan.

Customer service adalah ilmu dan seni tentang melayani pelanggan sebagai ujung tombak perusahaan yang berada di garis paling depan, yang secara fungsional berada di semua lini, baik di tahap sebelum, selama, maupun sesudah dalam kegiatan produksi maupun nonproduksi suatu perusahaan.

Kasmir dalam bukunya *Etika Customer Service* (2004 : 201), memberikan Pengertian *Customer Service* (CS) secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah melalui pelayanan yang diberikan seseorang. Jadi intinya *Customer Service* melayani segala keperluan nasabah secara memuaskan. Pelayanan yang diberikan

termasuk menerima keluhan atau masalah yang sedang dihadapi dengan nasabah. *Customer Service* harus pandai dalam mencari jalan keluar untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh nasabahnya.

Customer Service pada pemasaran jasa lebih dilihat sebagai outcome dari kegiatan distribusi dan logistik, dimana pelayanan diberikan kepada konsumen untuk mencapai kepuasan. *Customer Service* meliputi aktivitas untuk memberikan kegunaan waktu dan tempat (time and place utilities) termasuk pelayanan pra-transaksi, saat transaksi dan pasca-transaksi. Kegiatan sebelum transaksi akan turut mempengaruhi kegiatan transaksi dan setelah transaksi, oleh karena itu, kegiatan pendahuluannya harus sebaik mungkin sehingga konsumen memberikan respons yang positif dan menunjukkan loyalitas yang tinggi.

2.1.2.2 Fungsi dan Tugas *Customer Service*

Sebagai seorang *Customer Service* tentu telah ditetapkan fungsi dan tugas yang harus diembannya. Fungsi dan tugas ini harus dilaksanakan sebaik mungkin dalam arti dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya. Kemudian *Customer Service* harus bertanggung jawab dari awal sampai selesainya sesuatu pelayanan nasabah. Fungsi dan tugas *Customer Service* harus benar-benar dipahami sehingga seorang *Customer Service* dapat menjalankan tugasnya secara prima. Menurut Kasmir dalam bukunya Pemasaran

Bank (2004 ; 203), fungsi dan tugas *Customer Service* sebagai berikut :

a. Fungsi *Customer Service*:

1. Sebagai *Resepsionis*, artinya seorang CS berfungsi sebagai penerima tamu yang datang ke bank. Dalam hal menerima tamu CS harus bersikap dengan ramah tamah, sopan, dan menyenangkan.
2. Sebagai *Deskman*, artinya seorang CS berfungsi sebagai orang yang melayani berbagai macam aplikasi yang diajukan nasabah atau calon nasabah.
3. Sebagai *Salesman*, artinya CS berfungsi sebagai orang yang menjual produk perbankan sekaligus sebagai pelaksana cross selling.
4. Sebagai *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.
5. Sebagai komunikator, artinya *Customer Service* berfungsi sebagai orang yang menghubungi nasabah dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungannya antara bank dengan nasabah.

b. Tugas *Customer Service*

1. Melayani pembukaan rekening baru (deposito, tabungan, giro)
2. Melayani permintaan buku cek, buku bilyetgiro, dan buku setoran.
3. Membuat debet nota kepada nasabah giro atas pemakaian buku cek/bilyet giro.
4. Melayani informasi saldo nasabah.
5. Memberikan informasi tentang produk-produk bank.
6. Melayani komplain nasabah.
7. Menginventarisir daftar hitam nasabah giro.
8. Mengadministrasikan/membuat stok buku cek dan bilyetgiro.
9. Membuat laporan pembukaan rekening baru (deposito, tabungan, giro), harian, bulanan, dan tahunan.
10. Membuat laporan penutupan rekening (tabungan dan giro) harian, bulanan, dan tahunan.
11. Membuat jurnal harian seksi
12. Membuat slip antar seksi.
13. Membuat slip serah terima internal.
14. Membuat slip kolektif penerimaan setoran tunai (khusus pembelian buku cek/bilyetgiro).

2.1.3 Peranan *Customer Service*

Customer service memegang peranan sangat penting dalam dunia perbankan, tugas utama seorang *Customer Service* adalah memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat. *Customer service* bank dalam melayani para nasabah selalu berusaha menarik dengan cara meyakinkan para calon nasabah agar menjadi nasabah bank yang bersangkutan. Selain itu *Customer Service* juga harus dapat menjaga nasabah lama agar tetap menjadi nasabah bank. Oleh karena itu, tugas *Customer Service* menjadi tulang punggung kegiatan operasional.

Secara umum, peranan *Customer Service* adalah:

- a. Mempertahankan nasabah lama agar tetap setia menjadi nasabah bank kita melalui pembinaan hubungan yang lebih akrab dengan nasabah.
- b. Berusaha untuk mendapat nasabah baru, melalui berbagai pendekatan. Misalnya meyakinkan nasabah untuk menjadi nasabah kita dan mampu meyakinkan nasabah tentang kualitas produk kita.

2.2 Pendekatan Masalah

2.2.1 Loyalitas

2.2.1.1 Pengertian Loyalitas

Loyalitas merupakan satu kata lama yang biasanya digunakan untuk menggambarkan kesetiaan dan kepatuhan. Loyalitas berasal dari kata dasar “Loyal” yang berarti setia, atau loyalitas dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan. Loyalitas nasabah memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan

dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan mereka.

Loyalitas adalah tentang persentase dari orang yang pernah membeli dalam kerangka waktu tertentu dan melakukan pembelian ulang sejak pembelian yang pertama. Loyalitas terbentuk karena keinginan pelanggan tersebut untuk menjaga hubungan kerja sama dengan cara menggunakan jasa perusahaan secara berulang-ulang.

Loyalitas (*Loyalty*) yaitu komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih.

Hal yang sama dinyatakan bahwa loyalitas merupakan komitmen dari seorang pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang diukur dengan pembelian ulang atau attitudinal commitment. Berdasarkan pengertian di atas, dapat dijelaskan bahwa loyalitas lebih mengarah kepada perilaku yang ditunjukkan dengan pembelian rutin yang didasarkan pada unit pengembalian keputusan.

Tipe-tipe pelanggan berdasarkan tangga loyalitas:

- a. Prospek, yaitu orang-orang telah mengenal jasa suatu perusahaan, tetapi belum pernah datang ke perusahaan dan membelinya.
- b. Pembelanja, prospek yang telah yakin mengunjungi perusahaan, tetapi belum membeli dan perusahaan hanya memiliki kesempatan terbatas untuk mempengaruhi mereka.
- c. Pelanggan, telah melakukan pembelian.
- d. Klien, pelanggan secara rutin melakukan pembelian.
- e. Penganjur, pelanggan yang telah puas akan menceritakan kepada siapa saja.

2.2.1.2 Karakteristik Loyalitas

Pelanggan yang loyal merupakan aset penting bagi perusahaan, hal ini dapat dilihat dari karakteristik yang dimilikinya. Adapun pelanggan yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut:

- a. Melakukan pembelian yang berulang-ulang.
- b. Hanya membeli produk dari perusahaan tersebut.
- c. Menolak produk lain.
- d. Menunjukkan kekebalan (tidak terpengaruh) oleh daya tarik produk sejenis dari perusahaan pesaing.
- e. Melakukan penciptaan prospek.

2.2.2 Nasabah

2.2.2.1 Pengertian Nasabah

Dalam perusahaan yang bergerak di bidang jasa, nasabah adalah orang yang menggunakan jasa pelayanan. Nasabah adalah orang atau badan yang memiliki rekening pada suatu bank. Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank, baik itu untuk keperluannya sendiri maupun sebagai perantara bagi keperluan pihak lain. Dari pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa nasabah adalah seseorang ataupun badan usaha (korporasi) yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman dan melakukan transaksi simpanan dan pinjaman tersebut pada sebuah bank.

Semakin lengkap jasa bank yang diberikan maka semakin baik, hal ini disebabkan jika nasabah hendak melakukan sesuatu transaksi perbankan cukup berhenti di satu bank saja. Demikian pula sebaliknya, jika jasa bank yang diberikan kurang lengkap, maka nasabah terpaksa untuk mencari bank yang lain yang menyediakan jasa yang mereka butuhkan. Dalam praktiknya, nasabah dibagi dalam tiga kelompok:

1. Nasabah baru

Nasabah jenis ini baru pertama kali datang ke perusahaan, yang kedatangannya hanya sekedar untuk memperoleh informasi atau sudah mau melakukan transaksi. Jika semula kedatangannya hanya mau untuk memperoleh informasi

namun karena sikap kita yang baik bukan tidak mungkin nasabah akan melakukan transaksi.

2. Nasabah biasa

Artinya nasabah yang sudah pernah berhubungan dengan kita, namun tidak rutin. Jadi kedatangannya sudah untuk melakukan transaksi. Hanya saja frekuensi melakukan transaksi dan kedatangannya belum terlalu sering.

3. Nasabah utama (primer)

Artinya nasabah yang sudah sering berhubungan dengan kita pelanggan atau nasabah primer selalu menjadikan kita nomor satu dalam berhubungan. Pelanggan ini tidak lagi diragukan loyalitasnya dan sikap kita terhadap mereka harus selalu dipupuk.

2.2.2.2 Sifat – Sifat Nasabah

Dalam melayani nasabah sebaiknya seorang customer service mampu memahami dan mengerti akan sifat-sifat masing-masing nasabahnya. Hal ini disebabkan masing-masing nasabah memiliki sifat-sifat yang berbeda, misalnya daerah asal, agama, pendidikan, pengalaman, dan budaya. Secara umum setiap nasabah memiliki keinginan yang sama, yaitu ingin dipenuhi keinginan dan kebutuhannya serta selalu ingin memperoleh perhatian. Berikut sifat-sifat nasabah yang harus dikenal:

1. Nasabah dianggap sebagai raja

Pelayanan yang diberikan haruslah seperti melayani seorang raja dalam arti masih dalam batas-batas etika dan moral dengan tidak merendahkan derajat bank atau derajat customer service itu sendiri

2. Mau dipenuhi keinginan dan kebutuhannya

Tugas customer service ialah berusaha untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.

3. Tidak mau didebat dan tidak mau disinggung

Sebagai customer service harus dapat mengemukakan pendapat sehingga nasabah tidak mudah tersinggung.

4. Nasabah mau diperhatikan

Nasabah yang datang ke bank pada hakikatnya ingin memperoleh perhatian. Jangan sekali-kali menyepelekan atau membiarkan nasabah, berikan perhatian secara penuh sehingga nasabah benar-benar merasa diperhatikan.

5. Nasabah merupakan sumber pendapatan bank

Pendapatan utama bank adalah dari transaksi yang dilakukan oleh nasabahnya. Karena itu, jika membiarkan nasabah berarti menghilangkan pendapatan. Nasabah merupakan sumber pendapatan yang harus dijaga.

2.2.2.3 Sebab – Sebab Nasabah Meninggalkan Bank

Banyak sebab nasabah kabur meninggalkan bank, baik untuk sementara waktu atau selamanya. Agar kejadian ini tidak

terulangi, maka seorang karyawan bank terlebih lagi customer service harus tahu sebabsebab nasabah kabur meninggalkan bank. Berikut ini beberapa sebab nasabah meninggalkan bank:

a. Pelayanan yang tidak memuaskan

Banyak hal yang menyebabkan nasabah tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan. Nasabah merasa tidak dilayani dengan baik (dicuekin), merasa disepelekan, tidak diperhatikan, atau nasabah merasa tersinggung.

b. Produk yang tidak baik

Kelengkapan produk yang ditawarkan kurang sehingga pilihan yang sesuai dengan keinginan nasabah tidak tersedia. Produk yang ditawarkan tidak memiliki kelebihan atau keunggulan tertentu jika dibandingkan dengan produk yang ditawarkan pesaing.

c. Ingkar janji, tidak tepat waktu

Petugas customer service tidak menepati janji seperti waktu pelayanan. Begitu juga dengan penyelesaian pekerjaan yang tidak sesuai dengan keinginan nasabah.

d. Biaya yang relatif mahal

Biaya yang dibebankan kepada nasabah relatif mahal jika dibandingkan dari bank pesaing. Hal ini juga menyebabkan nasabah lari dari bank yang bersangkutan.

Untuk mengatasi hal-hal tersebut diatas, maka perlu diketahui caracara membuat nasabah betah berurusan dengan bank sebagai berikut:

- a. Petugas *customer service* yang menarik dari segi penampilan dan gaya bicara yang tidak membosankan.
- b. Cepat tanggap keinginan nasabah dan cepat mengerjakan atau melayani nasabah. Di samping itu, pelayanan yang diberikan harus benar dan tepat waktu.
- c. Ruang tunggu yang nyaman seperti ruangan yang lebar, sejuk, penerangan yang cukup, dekorasi yang indah, suasana tenang, kebersihan selalu terjaga, nasabah selalu merasa aman, tempat duduk yang nyaman, serta tersedia bahan bacaan.
- d. Brosur yang tersedia lengkap dan mampu menjelaskan segala sesuatu sehingga sesuai dengan keinginan nasabah.