

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian, Fungsi, Kegiatan Usaha dan Jenis-Jenis Bank

2.1.1 Pengertian Bank

Menurut UU Nomor 10 tahun 1998 yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Sedangkan pengertian bank menurut Kasmir (2014: 12-13). “Bank secara sederhana dapat diartikan sebagai Lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa bank lainnya.” Sedangkan pengertian “Lembaga Keuangan adalah Setiap perusahaan yang bergerak di bidang keuangan di mana kegiatannya baik hanya menghimpun dana, atau hanya menyalurkan dana atau kedua-duanya menghimpun dan menyalurkan dana.”

2.1.2 Fungsi Bank

Menurut Peni dan Eko (2007:4) secara umum, fungsi utama bank adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat untuk berbagai tujuan atau sebagai *financial*

intermediary. Secara lebih spesifik bank dapat berfungsi sebagai *agent of trust*, *agent of development*, dan *agent of services*.

a. *Agent of trust*

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

b. *Agent of development*

Kegiatan perekonomian masyarakat di sektor moneter dan di sektor riil tidak dapat dipisahkan. Kedua sektor tersebut selalu berinteraksi dan saling mempengaruhi. Sektor riil tidak akan dapat berkinerja dengan baik apabila sektor moneter tidak bekerja dengan baik. Kegiatan bank berupa penghimpun dan penyaluran dana sangat diperlukan bagi lancarnya kegiatan perekonomian di sektor riil. Kegiatan bank tersebut memungkinkan masyarakat melakukan kegiatan investasi, kegiatan distribusi, serta kegiatan konsumsi barang dan jasa.

c. *Agent of services*

Di samping melakukan kegiatan penghimpun dan 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. Jasa ini antara lain dapat berupa jasa pengiriman uang, penitipan barang berharga, pemberian jaminan bank, dan penyelesaian tagihan.

Ketiga fungsi bank di atas diharapkan dapat memberikan gambaran yang menyeluruh dan lengkap mengenai fungsi bank dalam perekonomian, sehingga bank tidak hanya dapat diartikan sebagai lembaga perantara keuangan (*finansial intermediary institution*). (Peni dan Eko, 2007:4)

2.1.3 Kegiatan Usaha Bank

Adapun kegiatan-kegiatan bank (Kasmir, 2016:38) adalah sebagai berikut:

- a. Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk:
 1. Simpanan Giro
 2. Simpanan Tabungan
 3. Simpanan Deposito
- b. Menyalurkan dana ke masyarakat dalam bentuk:
 1. Kredit Investasi
 2. Kredit Modal Kerja
 3. Kredit Perdagangan

c. Memberikan jasa-jasa bank lainnya seperti:

1. Transfer
2. Inkaso
3. Kliring
4. Safe Deposit Box
5. Bank Card
6. Bank Notes
7. Bank Garansi
8. Referensi Bank
9. Bank Draft
10. Letter of Credit
11. Cek Wisata
12. Jual beli surat-surat berharga
13. Menerima setoran-setoran seperti:
 - Pembayaran pajak
 - Pembayaran telepon
 - Pembayaran air
 - Pembayaran listrik
 - Pembayaran uang kuliah
14. Melayani pembayaran seperti:
 - Gaji/pensiun/honorarium
 - Pembayaran deviden
 - Pembayaran kupon

- Pembayaran bonus/hadiah

15. Di dalam pasar modal perbankan dapat memberikan atau menjadi:

- Penjamin emisi
- Penjamin
- Wali amanat
- Perantara perdagangan efek
- Pedagang efek
- Perusahaan pengelola dana

16. Dan jasa-jasa lainnya.

2.1.4 Jenis-Jenis Bank

Adapun jenis perbankan (Peni dan Eko, 2007:40) dewasa ini jika ditinjau dari berbagai segi antara lain:

a. Dilihat Dari Segi Fungsinya

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

- 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 diseluruh wilayah Indonesia, bahkan

keluar negeri (cabang). Bank umum sering disebut bank komersil (*commercial bank*).

- Bank Perkreditan Rakyat (BPR)

Adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah. Dalam kegiatannya BPR tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Artinya jasa-jasa perbankan yang ditawarkan BPR jauh lebih sempit jika dibandingkan dengan kegiatan atau jasa bank umum.

b. Dilihat Dari Segi Kepemilikannya

- Bank Milik Pemerintah

Merupakan bank yang akte pendirian maupun modal bank ini sepenuhnya dimiliki oleh Pemerintah Indonesia, sehingga seluruh keuntungan bank ini dimiliki oleh pemerintah pula. Contohnya antara lain: BNI, BRI, BTN, Bank “X”.

Kemudian Bank Pemerintah Daerah (BPD) terdapat di daerah tingkat I dan tingkat II masing-masing provinsi. Modal BPD sepenuhnya dimiliki oleh Pemda masing-masing tingkatan. Contohnya adalah: BPD DKI Jakarta, BPD Jawa Barat, BPD Jawa Tengah, BPD Jawa Timur, BPD Sulawesi Selatan, dan BPD lainnya.

- Bank Milik Swasta Nasional

Merupakan bank yang seluruh atau sebagian besar sahamnya dimiliki oleh swasta nasional. Kemudian akte pendiriannyapun didirikan oleh swasta, begitu pula dengan pembagian keuntungannya untuk keuntungan swasta pula. Contoh: Bank Danamon, Bank Lippo, Bank Mega, Bank Muamalat, Bank Bumi Putra, Bank Central Asia, Bank Internasional Indonesia, Bank Niaga, dan Bank Universal.

- Bank Milik Koperasi

Merupakan bank yang kepemilikan saham-sahamnya dimiliki oleh perusahaan yang berbadan hukum koperasi. Contoh bank jenis ini adalah Bank Umum Koperasi Indonesia (Bukopin).

- Bank Milik Asing

Bank jenis ini merupakan cabang dari bank yang ada di luar negeri, baik milik swasta asing atau pemerintah asing. Kepemilikannyapun jelas dimiliki oleh pihak asing (luar negeri). Contoh: ABN AMRO Bank, American Express Bank, Bank of America, Bank of Tokyo, Bangkok Bank, City Bank, Chase Manhattan Bank, Deutsche Bank, European Asian Bank, Hongkong Bank, Standard Chartered Bank.

- Bank Milik Campuran

Kepemilikan saham bank campuran dimiliki oleh pihak asing dan pihak swasta nasional. Kepemilikan sahamnya secara

mayoritas dipegang oleh warga negara Indonesia. Contoh: Bank Finconesia, Bank Merincorp, Bank PDFCI, Bank Sakura Swadarma, Ing Bank, Inter Pacifik Bank, Mitsubishi Buana Bank, Paribas BBD Indonesia, Sumitomo Niaga Bank, dan Sanwa Indonesia Bank.

c. Dilihat Dari Segi Status

- Bank Devisa

Merupakan bank yang dapat melaksanakan transaksi keluar negeri atau yang berhubungan dengan mata uang asing secara keseluruhan, misalnya transfer keluar negeri, inkaso keluar negeri, travellers cheque, pembukaan dan pembayaran *Letter of Credit* dan transaksi lainnya. Persyaratan untuk menjadi Bank Devisa ini ditentukan oleh Bank Indonesia.

- 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, di mana transaksi yang dilakukan masih dalam batas-batas negara.

d. Dilihat Dari Segi Cara Menentukan Harga

- Bank yang berdasarkan Prinsip Konvensional (Barat)

Dalam menentukan harga atau mencari keuntungan bagi bank yang berdasarkan Prinsip Konvensional diantaranya,

menetapkan bunga dan menerapkan berbagai biaya-biaya dalam nominal atau persentase tertentu.

- Bank yang berdasarkan Prinsip Syariah (Islam)

Dalam menentukan harga atau mencari keuntungan bagi bank yang berdasarkan Prinsip Syariah diantaranya, Mudharabah (pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil), Musyarakah (pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal), Murabahah (prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan), Ijarah (pembiayaan barang modal berdasarkan sewa murni tanpa pilihan), dan Ijarah Wa Iqtina (adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain).

e. Dilihat Dari Segi Target Pasar

- Retail Bank

Bank jenis ini memfokuskan pelayanan dan transaksi kepada nasabah-nasabah retail yakni nasabah-nasabah individual, perusahaan, dan lembaga lain yang skalanya kecil. Ditinjau dari jasa kredit yang diberikan, nasabah debitor yang dilayani adalah yang memerlukan fasilitas kredit tidak lebih besar daripada Rp 20 miliar.

- Corporate Bank

Bank jenis ini memfokuskan pelayanan dan transaksi kepada nasabah-nasabah yang berskala besar. Biasanya berbentuk

suatu korporasi, meskipun begitu pelayanan dan transaksi yang diberikan yaitu kepada karyawan, direksi dan komisaris dari perusahaan tersebut secara individual.

- **Retail-Corporate Bank**

Di samping kedua jenis bank di atas, terdapat juga bank yang tidak memfokuskan pada kedua pilihan jenis nasabah di atas. Bank jenis ini memberikan pelayanannya tidak hanya kepada nasabah retail tetapi juga kepada nasabah korporasi.

2.2 Customer Service

2.2.1 Pengertian Customer Service

Pelayanan nasabah atau *Customer Service* pada PT Bank “X” merupakan jasa yang diberikan oleh PT Bank “X” kepada nasabah pada khususnya dan masyarakat pada umumnya yang berkaitan dengan kegiatan usaha dan operasional PT Bank “X” sehari-hari. Terjadinya persaingan antar lembaga mikro yang semakin ketat seperti sekarang ini, berdampak kepada semua nasabah berkeinginan atau dapat memilih pelayanan mana yang terbaik dari PT Bank “X” melalui kemudahan berhubungan dengan PT Bank “X”, pelayanan yang cepat, dan keramahan petugas PT Bank “X” baik dari segi produk atau jasa yang ditawarkan maupun masalah pelayanan yang diberikan kepada nasabahnya.

Customer Service adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah melalui

pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.
(Kasmir, 2004:202)

2.2.2 Peranan dan Tugas *Customer Service*

Tugas pokok *Customer Service* (Nina, 2013:204) adalah:

- a. Membantu nasabah untuk memberikan informasi dan formulir
- b. Membantu menyelesaikan pengaduan nasabah
- c. Memperkenalkan produk-produk atau jasa-jasa perusahaan
- d. Memberikan informasi mengenai fitur dan layanan perusahaan
- e. Mempertahankan nasabah agar tetap setia pada perusahaan dan juga menarik nasabah yang baru

2.2.3 Syarat-Syarat yang harus dipenuhi *Customer Service*

Menurut Kasmir (2004:194) Syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh *Customer Service* adalah:

a. Persyaratan Fisik

Seorang *Customer Service* harus memiliki ciri-ciri fisik yang menarik. Ciri tersebut dilihat dari segi wajah, tinggi badan ideal, berat badan ideal. Selain itu *Customer Service* juga harus memiliki jiwa yang sehat, tak hanya jiwa tapi rohaninya pun juga harus sehat.

b. Persyaratan Mental

Persyaratan mental yang dimaksud adalah seorang *Customer Service* harus mempunyai sifat percaya diri sehingga dapat meyakinkan nasabah. Jika percaya diri sudah dimiliki maka perilaku

sabar, ramah, murah senyum serta tanggung jawab akan mengikuti apapun kondisinya meski nasabah sedang menyampaikan kemarahan atau komplain.

c. Persyaratan Kepribadian

Customer Service harus memiliki kepribadian yang baik saat bertemu dengan nasabah sehingga muncul kesan pertama yang mengesankan (*first impression*). Kesan pertama tidak dapat di buat namun di upayakan dari hati berperilaku sopan, ramah, murah senyum, bersifat humoris jika diperlukan gesit, enerjik, mampu mengendalikan diri, tidak mudah terpancing emosi maupun terhadap hal-hal negatif, tidak mudah marah, dan gerakan tubuh yang sesuai.

d. Persyaratan Sosial

Customer Service harus memiliki jiwa sosial yang tinggi, mudah bergaul dengan semua kalangan dan memiliki budi pekerti luhur.

2.3 Service Excellent

2.3.1 Pengertian Service Excellent

Pelayanan adalah bagian dari *marketing*. Falsafah yang mendasari kegiatan usaha bank adalah kepercayaan masyarakat. Terciptanya kualitas layanan tentunya akan menciptakan kepuasan terhadap pengguna layanan, yang pada akhirnya dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya terjalin hubungan yang humoris antara penyedia jasa dengan nasabah, memberikan dasar yang baik bagi terciptanya

loyalitas nasabah dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi penyedia jasa tersebut.

Pelayanan prima adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada organisasi/perusahaan. (Barata, 2006:20)

Menurut Nina (2013:17) Pelayanan prima memiliki beberapa pengertian yaitu:

- a. Layanan prima adalah pelayanan yang sangat baik dan melampaui harapan pelanggan. Awalnya pelanggan memiliki harapan yang sederhana dan sementara dibenaknya yang bersifat biasa dengan standar yang umum yang banyak diberikan oleh perusahaan lainnya namun ternyata adanya pelayanan ekstra yang tidak diduga dan merupakan surprise dari pelayanan perusahaan seperti seorang nasabah mendapatkan email ucapan ulang tahun dari perusahaan perbankan tempat ia menabung, maka nasabah akan merasa diberikan perhatian khusus dan merasa dihargai.
- b. Layanan prima adalah pelayanan yang memiliki ciri khas kualitas. Ciri khas kualitas yang baik meliputi kemudahan, kecepatan, ketepatan, kehandalan dan empathy dari petugas pelayanan dalam pemberian dan penyampaian pelayanan kepada pelanggan yang berkesan kuat yang dapat langsung dirasakan pelanggan waktu itu dan saat itu juga.

- c. Layanan prima adalah pelayanan dengan standar kualitas yang tinggi dan selalu mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan setiap saat, secara konsisten dan akurat (handal). Berorientasi kepada kepuasan pelanggan, selalu mengikuti perkembangan standar Internasional, dan menerapkan manajemen mutu total/konsistensi dan kesadaran mutu yang tinggi (*high quality consciousness*) seperti *customer orientation* (fokus pelanggan), *robotics*, *QC-Circles* (siklus kendali mutu), *automation* (otomatisasi), *discipline in the workplace* (disiplin), *quality improvement* (perbaikan mutu), *zero defects* (kerusakan nol), dan sebagainya.
- d. Layanan prima adalah pelayanan yang memenuhi kebutuhan praktis dan kebutuhan emosional pelanggan. Kebutuhan praktis meliputi nilai yang dirasakan dengan bentuk berwujud fisik dan kebutuhan emosional yang dirasakan kepada fisiologis pelanggan.

2.3.2 Tujuan *Service Excellent*

Menurut Nina (2013:8) Tujuan dari *Service Excellent* atau pelayanan prima yaitu:

- a. Tujuan pelayanan prima mencegah pembelotan dan membangun kesetiaan pelanggan atau *customer loyalty*. Pembelotan pelanggan atau berpalingnya pelanggan disebabkan karena kesalahan pemberian pelayanan maupun sistem yang digunakan oleh perusahaan dalam melayani pelanggan.

- b. Tujuan pelayanan prima dapat memberikan rasa puas dan kepercayaan pada konsumennya. Dalam pelaksanaannya pelayanan prima merupakan pelayanan yang sangat baik dan melampaui harapan pelanggan dan pelayanan yang memiliki ciri khas kualitas. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan pelanggan. Kebutuhan yang sesuai dengan rasa dan nilai subjektif kepada pelanggan. Dalam jangka waktu yang panjang perusahaan yang akan tetap bertahan hidup dalam menghadapi persaingan bisnis yang mengglobal adalah perusahaan yang terus melakukan perbaikan dalam kegiatan pelayanan, operasional dan jasa atau inovasi produk untuk selalu meningkatkan kualitas.
- c. Tujuan pelayanan prima tetap menjaga dan merawat agar pelanggan merasa diperhatikan dan dipentingkan segala kebutuhannya atau keinginannya. Pelayanan dengan standar kualitas yang tinggi dan selalu mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan setiap saat, secara konsisten dan akurat (handal)
- d. Tujuan pelayanan prima merupakan upaya mempertahankan pelanggan agar tetap loyal untuk menggunakan produk barang atau jasa yang ditawarkan tersebut.