

**KUALITAS PELAYANAN *CUSTOMER SERVICE* PADA NASABAH PT
BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO) TBK, KCP WAY HALIM**

(Laporan Akhir)

Oleh
Digo Patra Degama



**PROGRAM STUDI DIPLOMA MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
2022**

ABSTRAK

KUALITAS PELAYANAN *CUSTOMER SERVICE* PADA NASABAH PT BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO) TBK, KCP WAY HALIM

Oleh

Digo Patra Degama

Bank merupakan lembaga keuangan yang memiliki dua fungsi utama yaitu mengumpulkan dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dalam bentuk pinjaman. Prioritas utama oleh bank untuk dapat menghadapi persaingan adalah dengan memaksimalkan kualitas pelayanan yang diinginkan nasabah agar menimbulkan loyalitas nasabah. Kegiatan layanan yang dilakukan BTN KCP Way Halim menunjukkan jumlah nasabah mengalami peningkatan setiap tahunnya, namun terjadi fluktuasi jumlah nasabah pinjaman yang meningkat sangat sedikit dari kenaikan tahun lalu. Permasalahannya yang ditemukan adalah kualitas pelayanan harus benar-benar dikelola secara professional, karena bank adalah perusahaan yang bergerak dibidang jasa yaitu memberikan pelayanan pada nasabahnya. Perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan nasabah secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan dan loyalitas nasabah merupakan aspek vital dalam

rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan. Jadi masalah yang dapat dikemukakan yaitu apakah kualitas pelayanan *customer service* pada Bank BTN KCP Way Halim sudah sesuai dengan tanggapan nasabah. Tujuan dari penulisan ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan pada Bank BTN KCP Way Halim. Metode penulisan ini menggunakan data primer dan sekunder. Jenis data yang digunakan dalam penulisan ini adalah kualitatif dan kuantitatif. Sampel penelitian ini sebanyak 50 orang responden. Metode pengumpulan data dengan kuesioner.

Hasil penulisan dan kuesioner yang diberikan kepada nasabah tentang kualitas pelayanan *customer service* yang ditinjau dari lima dimensi yaitu : *Tangible, Emphaty, Reliability, Responsiveness, dan Assurance*. Kelima dimensi menunjukkan penilaian yang baik terhadap kualitas pelayanan dengan rata-rata dari hasil kuesioner memberikan penilaian setuju. Dan juga peneliti memberikan saran sebagai bahan pertimbangan kepada PT Bank Tabungan Negara(Persero) Tbk. KCP Way Halim untuk lebih meningkatkan, terutama pada sistem jaringan, sistem pelayanan, dan fasilitas yang tersedia di PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, KCP Way Halim.

Kata Kunci : Dimensi Kualitas Layanan (*Tangible, Emphaty, Reliability, Responsiveness, dan Assurance*)

**KUALITAS PELAYANAN *CUSTOMER SERVICE* PADA NASABAH PT
BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO) TBK, KCP WAY HALIM
Di Bank Tabungan Negara**

Oleh

Digo Patra Degama

Laporan Tugas Akhir

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
AHL MADYA(A.Md.)

Pada

Program Studi Diploma III Manajemen
Pemasaran Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomidan Bisnis Universitas Lampung



**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN
PEMASARAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
2022**

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Laporan Akhir : *Kualitas Pelayanan Customer Service Pada Nasabah Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk KCP Way Halim*

Nama Mahasiswa : *Digo Patra Degama*

Nomor Pokok Mahasiswa : 1701071014

Program Studi : *DIII Manajemen Pemasaran*

Fakultas : *Ekonomi dan Bisnis*



Pembimbing 1 Laporan Akhir

Pembimbing 2 Laporan Akhir

[Signature]
Yuningsih, S.E., M.M
NIP. 196103261986032001

[Signature]
Dwi Asri Siti Ambarwati, S.E., M.Sc
NIP 197703242008122001

Ketua Jurusan Manajemen

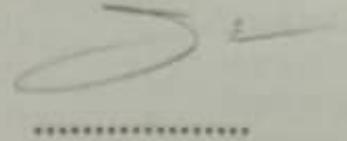
[Signature]
Aripin Ahmpd, S.E., M.Si
NIP. 196001051986031005

Ketua Program Studi

[Signature]
Dr. Dorothy R H Pandjaitan, S.E., M.Si
NIP. 19810126 2008012011

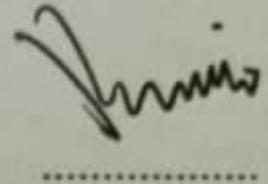
HALAMAN PENGESAHAN

Ketua Penguji : Yuningsih, S.E., M. M



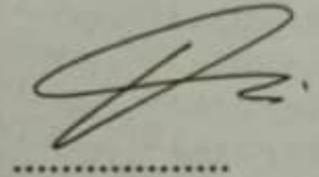
.....

Penguji Utama : Driya Wiryawan, S.E., M.M



.....

Sekretaris : Dwi Asri Siti Ambarwati, S.E., M.Sc



.....



Tanggal Lulus Ujian : Rabu 22 juni 2022

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul:

“KUALITAS PELAYANAN *CUSTOMER SERVICE* PADA NASABAH PT BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO) TBK KCP WAY HALIM”

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam laporan akhir ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam rangkaian kalimat atau simbol yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulisnya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik laporan akhir yang saya ajukan ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain namun mengakui seolah-olah sebagai hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia untuk dibatalkan gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh Universitas Lampung.

Bandar Lampung, 22 Juni 2022

Yang Memberi Pernyataan,



Digo Patra Degama
NPM 1701071014

RIWAYAT HIDUP

Peneliti dilahirkan di Bandar Lampung, Kecamatan Tanjung Karang Pusat, Kota Bandar Lampung pada tanggal 21 Januari 1999, yang merupakan putra ketiga dari tiga bersaudara, anak dari pasangan Bapak (Almh). Sudjasman dan Ibu Endang Siagian.

Pendidikan yang telah penulis tempuh adalah :

1. Sekolah Dasar Negeri (SDN) 1 Palapa Bandar Lampung pada tahun 2006 dan lulus tahun 2011
2. Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) 4 Bandar Lampung pada tahun 2011 dan lulus tahun 2014
3. Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) 2 Bandar Lampung pada tahun 2014 dan lulus 2017

Pada tahun 2017 penulis diterima sebagai mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran Universitas Lampung.

Pada tahun 2019 penulis melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk KCP Way Halim sejak 1 Juli sampai dengan 10 Agustus 2019.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin puji syukur kepada Allah SWT, karna atas izin-NYA terselesaikan karya tulis ilmiah ini.

Karya ini kupersembahkan kepada orang tuaku tercinta Ayahanda (Almh).

Sudjasman dan Ibunda Endang Siagian yang senantiasa dan tiada hentinya

mendoakan setiap sujudnya dengan penuh keikhlasan dan ketulusan demi

keberhasilan dan kebahagiaanku.

MOTTO

“Hiduplah seolah engkau mati besok. Belajarlh seolah engkau hidup selamanya”

SANWACANA

“Bismillahirrohmanirrohim”

“Alhamdulillahillobbil’alamin”, Puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT, atas rahmat, hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan Laporan Akhir yang berjudul **“ Kualitas Pelayanan Customer Service Pada nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. KCP Way Halim”** adapun tujuan penulisan Laporan Akhir ini bagi peneliti merupakan syarat untuk mencapai gelar Ahli Madya Pemasaran pada program studi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung. Dalam penulisan Laporan ini peneliti mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan Terima Kasih kepada :

1. Bapak Dr. Nairobi, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
2. Bapak Aripin Ahmad, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung..
3. Bapak Dr. Ribhan, S.E., M.Si., selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
4. Ibu Dr. Dorothy RHPandjaitan, S.E., M.Si., selaku Ketua program Diploma III Manajemen Pemasaran
5. Bapak Hidayah Wiweko, S.E., M.Si, selaku pembimbing akademik penulis pada program Diploma III
6. Ibu Yuningsih, S.E., M.M, selaku dosen pembimbing 1 dan ketua penguji terimakasih atas kesediaannya meluangkan waktu yang dengan sabar

membimbing, mengarahkan dan menasehati penulis.

7. Bapak Driya Wiryawan, S.E., M.M, selaku dosen penguji utama yang telah membantu memberikan pengarahan dalam kelengkapan laporan akhir ini, terimakasih atas saran dan kritik juga atas nasihat serta ilmu yang bermanfaat yang telah bapak ajarkan kepada penulis selama kuliah, semoga allah memberkahi bapak dan sekeluarga.
8. Ibu Dwi Asri Siti Ambarwati, S.E., M.Sc, selaku sekretaris penguji yang telah membantu memberikan pengarahan dalam kelengkapan laporan akhir ini, semoga allah memberkahi ibu dan sekeluarga.
9. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universita Lampung yang telah memberikan ilmu bermanfaat serta pembelajaran yang berharga dan berguna bagi penulis.
10. Seluruh Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan persyaratan tugas akhir serta telah membantu penulis selama masa kuliah ini.
11. Bapak Budiman pembimbing Lapangan yang telah memberikan masukan bimbingan dan kesempatan kepada peneliti untuk praktek kerja lapangan di Bank Tabungan Negara.
12. Kakakku tercinta yaitu Archi Media Dewanti dan Arnando Damora terimakasih atas motivasi, member semangat dan bimbingan yang telah diberikan kepadaku.
13. Teman-teman seperjuangan D3 Pemasaran 2017 Ivan, Adies, Rocky, Irfan, Adhit, Koben, Denio, Gita, Herni, Shinta, Murni, Arya, Theo dan tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih telah menjadi teman yang baik dan

memberikan persaudaraan dan kebersamaan selama ini, dan semoga tali persaudaraan ini tetap terjaga selamanya.

14. Almamater tercinta dan semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan laporan akhir ini.

Bandar Lampung, 22 Juni 2022

Digo Patra Degama

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL...	i
ABSTRAK.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN...	iii
HALAMAN PENGESAHAN...	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS...	v
RIWAYAT HIDUP.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN...	vii
MOTTO.....	viii
SANWANCANA	ix
DAFTAR ISI.	x

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang.....	2
1.2. Identifikasi Masalah.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pemasaran.....	7
2.2 Pengertian Bank.....	7
2.3 Kegiatan-kegiatan Bank.....	9
2.4 Kualitas Pelayanan.....	13
2.5 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	14
2.6 Pengertian Customer Service.....	17
2.6.1 Tugas-tugas Customer Service.....	18
2.6.2 Syarat Seorang Customer Service.....	19

BAB III METODE DAN PROSES PENYELESAIAN KERJA PRAKTIK

3.1 Dimensi Penelitian...	22
3.2 Jenis Sumber Data...	22
3.3 Metode Pengumpulan Data...	23
3.4 Objek Pratik Kerja...	24
3.4.1 Gambaran Umum Perusahaan...	24
3.4.2 Visi dan Misi...	27
3.4.3 Bidang Usaha Perusahaan...	28
3.4.4 Struktur Organisasi Perusahaan...	29

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden Terhadap Kualitas Pelayanan Customer service.....	34
4.2 Kepuasan Nasabah PT Bank Tabungan Negara (Persero) KCP Way Halim... ..	35
4.2.1 Hasil Pembahasan Menggunakan Konsep TERRA... ..	46

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan...	49
5.2 Saran.....	50

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Sedangkan usaha perbankan meliputi tiga kegiatan, yaitu menghimpun dana, menyalurkan dana dan memberikan jasa bank lainnya (Kasmir, 2014:14). Bank merupakan sektor yang sangat penting dan berpengaruh dalam dunia usaha, banyak orang dan organisasi yang memanfaatkan jasa bank untuk menyimpan atau meminjam dana. Bank merupakan mitra untuk memenuhi kebutuhan keuangan dalam kehidupan sehari-hari. Bank juga dijadikan tempat untuk melakukan berbagai transaksi yang berhubungan dengan keuangan seperti mengamankan uang, melakukan pembayaran, atau melakukan penagihan. Peranan perbankan dalam era pembangunan yang terus menerus berlangsung ternyata sangat penting untuk ditingkatkan, terutama dalam era globalisasi sekarang ini. Persaingan perbankan dan situasi bisnis di pasar pun sangat berubah dengan cepat. Kondisi tersebut berhadapan dengan sistem pasar global dengan tingkat persaingan yang sangat tajam di pasar domestik maupun pasar internasional.

Persaingan itu sendiri dapat berupa persaingan produk dan persaingan jasa seperti persaingan untuk mendapatkan nasabah yang sebanyak-banyaknya dengan berbagai macam cara yang digunakan mulai dari peluncuran produk perbankan yang lebih efisien dan saling menguntungkan sampai dengan program yang ditujukan untuk kepuasan nasabah yang menggunakan jasa mereka. Terciptanya kualitas pelayanan tentunya akan menciptakan kepuasan terhadap pengguna layanan, yang pada akhirnya dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya terjalin hubungan yang harmonis antara penyedia jasa dan jasa dengan nasabah, memberikan dasar yang baik bagi terciptanya loyalitas nasabah dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi penyedia jasa tersebut.

Menurut Kotler dan Keller (2013:50), kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Dengan demikian pelayanan yang diberikan sebuah bank sangat tergantung kepada kualitas pelayanan yang diberikannya. Apabila jasa yang diterima atau yang dirasakan sesuai yang diharapkan, maka kualitas jasa yang dipersepsikan sebagai kualitas yang baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan nasabah, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika kualitas jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa akan dipersepsikan buruk atau tidak memuaskan.

Definisi kualitas pelayanan menurut Lupiyoadi (2013: 216-217) keberhasilan perusahaan dalam memberikan layanan yang berkualitas kepada para pelanggannya, pencapaian pangsa pasar yang tinggi, serta meningkatkan laba

perusahaan tersebut sangat ditentukan oleh pendekatan yang digunakan. Terdapat lima dimensi kualitas jasa sebagai berikut:

- a. Berwujud atau fisik (*tangible*) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan dalam eksistensinya kepada pihak eksternal. Berupa penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan.
- b. Empati (*emphaty*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.
- c. Keandalan (*reability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Seperti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan akurasi yang tinggi.
- d. Ketanggapan (*responsiveness*) yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- e. Jaminan dan kepastian (*assurance*) yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopansantun.

Menurut Kasmir (2014) mendefinisikan *customer service* adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah melalui pelayanan yang diberikan seseorang. Pelayanan yang diberikan termasuk menerima keluhan atau masalah yang sedang dihadapi dengan nasabah. *Customer service* memegang peranan sangat penting di berbagai perusahaan. Dalam dunia

perbankan, tugas utama seorang *customer service* adalah memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat. Secara umum peranan *customer service* bank ada dua yaitu:

1. Mempertahankan nasabah lama agar tetap setia menjadi nasabah bank kita melalui pembinaan hubungan yang lebih akrab dengannasabah.
2. Berusaha mendapatkan nasabah baru, melalui berbagai pendekatan. Misalnya meyakinkan nasabah untuk mencari nasabah kita dan mampu meyakinkan nasabah tentang kualitas produk kita.

Bank-bank milik pemerintah atau yang biasa disebut sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) merupakan bank-bank yang dikuasai oleh pemerintah atau Negara yang bertujuan untuk membangun dan mengembangkan ekonomi nasional sesuai prinsip-prinsip demokrasi Indonesia serta lebih mengutamakan pemenuhan kebutuhan rakyat demi terciptanya masyarakat yang adil dan makmur berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang 1945. Adapun bank-bank milik pemerintah, diantara lain Bank Rakyat Indonesia (BRI), Bank Negara Indonesia (BNI), Bank Mandiri, dan Bank Tabungan Negara (BTN). Bank BTN merupakan bank milik pemerintah yang memiliki sejarah panjang dalam mengukir prestasinya di dunia perbankan dengan mempertahankan kualitas pelayanan terhadap nasabah mereka.

Untuk mendukung kegiatan usahanya agar dapat tersalurkan dengan baik ke masyarakat, Bank BTN memiliki banyak kantor cabang pembantu, salah satunya adalah Bank BTN Kantor Cabang Pembantu (KCP) Way Halim, yang terletak di daerah Way Halim Bandar Lampung. Bank BTN Kantor Cabang Pembantu berfungsi untuk membantu kantor cabang yang berada di daerah Teluk Betung

dalam kegiatan penyaluran dana masyarakat, serta memudahkan masyarakat yang tinggal di daerah Way Halim, Kedaton, dan sekitarnya untuk mengakses kegiatan perbankan, yaitu dalam hal pemberian produk serta jasa Bank BTN. Adapun produk serta jasa yang ditawarkan oleh Bank BTN KCP Way Halim, berupa produk dana dan produk kredit.

Untuk menarik perhatian serta minat nasabah, Bank BTN KCP Way Halim harus meningkatkan kualitas pelayanan mereka agar mampu bersaing dengan bank-bank lainnya, terutama terhadap pesaing, yaitu bank yang terletak tidak jauh dari Bank BTN KCP Way Halim, seperti Bank Danamon. Pesaing tidak hanya didekat saja, adapun pesaing yang letaknya jauh dari BTN KCP Way Halim seperti Bank BRI, Bank Mandiri, Bank BNI dan lain-lain.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari identifikasi masalah diatas maka dapat dirumuskan bahwa “Apakah Kualitas Pelayanan *Customer Service* Pada Nasabah Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Pembantu Way Halim Sudahsesuai dengan tanggapan nasabah?”

1.3 Tujuan Penulisan Laporan Akhir

Berdasarkan identifikasi masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan *customer service* di Bank BTN KCP Way Halim.

1.4 Manfaat Penulisan Laporan Akhir

Penulisan ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yaitu:

1. Bagi Perusahaan

- a. Membina hubungan kemitraan antara Bank BTN dengan Universitas Lampung.
 - b. Memberikan informasi dan evaluasi kinerja karyawan dari hasil observasi.
2. Bagi Penulis
- a. Mengevaluasi dan menyesuaikan metode serta materi kuliah agar lebih relevan di dunia kerja.
 - b. Menerapkan ilmu pengetahuan yang dipelajari di materi perkuliahan ke dalam aplikasi dunia kerja yang sesungguhnya.
3. Bagi Pembaca
- a. Memberikan wawasan tentang kegiatan perbankan.
 - b. Memberikan ilmu pengetahuan serta sebagai acuan dalam melakukan penelitian selanjutnya untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pemasaran

Menurut Kotler dan Amstrong (2014:27) mendefinisikan pemasaran sebagai proses menciptakan nilai pelanggan serta membangun hubungan kuat dengan pelanggan untuk mendapatkan nilai dari pelanggan sebagai imbalan. Tujuan pemasaran membuat pelanggan terus kembali membeli produk dari perusahaan. Adapula Schiffman dan Wisenblit (2014:30) menyatakan pemasaran merupakan seperangkat institusi dan proses dari menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, bertukar nilai pada pelanggan, klien, mitra, masyarakat.

Berdasarkan definisi-definisi pemasaran di atas dapat ditarik kesimpulan pemasaran adalah segala usaha atau aktifitas dalam menyampaikan produk atau jasa kepada konsumen, dimana kegiatan tersebut bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan dalam cara tertentu yang disebut pertukaran.

2.2 Pengertian Bank

Kasmir (2008:24) mengungkapkan bahwa bank diartikan sebagai lembaga keuangan yang menjadi lembaga perantara antara masyarakat yang kelebihan dana dengan masyarakat yang kekurangan dana. Bagi masyarakat yang kelebihan dana dapat menyimpan uang mereka dalam bentuk simpanan giro, tabungan, deposito

atau bentuk simpanan lainnya. Begitu pula masyarakat yang kekurangan dana dapat meminjam uang di lembaga-lembaga keuangan dalam berbagai bentuk kredit seperti kredit investasi, kredit modal kerja, kredit perdagangan, kredit produktif, kredit konsumtif dan kredit profesi.

Ismail (2000:4) menyatakan terdapat tiga fungsi utama bank, yaitu:

a. Menghimpun dana dari masyarakat

Bank menghimpun dana dari masyarakat yang kelebihan dana dalam bentuk simpanan, seperti: simpanan tabungan (*saving deposit*), simpanan giro (*demand deposit*) dan simpanan deposito (*time deposit*).

b. Menyalurkan dana kepada masyarakat

Menyalurkan dana merupakan aktivitas yang sangat penting bagi bank, karena bank akan memperoleh pendapatan atas dana yang disalurkan. Pendapatan yang diperoleh dari aktivitas penyaluran dana kepada nasabah merupakan pendapatan terbesar pada setiap bank. Ada beberapa jenis kredit, yaitu: kredit investasi, kredit modal kerja, dan kredit perdagangan.

c. Pemberian pelayanan jasa perbankan

Bank dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat dalam menjalankan aktivitasnya, bank juga memberikan beberapa pelayanan jasa. Berbagai jenis produk pelayanan jasa yang dapat diberikan oleh bank antara lain: jasa pengiriman uang (*transfer*), kliring, inkaso, bank garansi, *letter of credit*, *save deposit box*, menerima setoran-setoran, kartu kredit, bank notes, dan jasa lainnya.

2.3 Kegiatan-kegiatan Bank

Bank merupakan lembaga perantara keuangan (*financial intermediaries*) sebagai prasarana pendukung yang amat vital untuk menunjang kelancaran perekonomian. Kegiatan-kegiatan bank umum secara lengkap yang dikutip dari Kasmir (2012:32) meliputi kegiatan-kegiatan sebagai berikut:

- a. Menghimpun Dana (*Funding*) Kegiatan menghimpun dana merupakan kegiatan membeli dana dari masyarakat.

Jenis-jenis simpanan meliputi:

- 1) Simpanan Giro (*Demand Deposit*)

Simpanan giro merupakan simpanan pada bank yang penarikannya dapat dilakukan dengan menggunakan cek atau bilyet giro.

- 2) Simpanan Tabungan (*Saving Deposit*)

Simpanan tabungan merupakan simpanan pada bank yang penarikannya sesuai dengan persyaratan yang ditetapkan oleh bank. Penarikan tabungan dilakukan menggunakan buku tabungan, slip penarikan, kuitansi, atau kartu Anjungan Tunai Mandiri (ATM).

- 3) Simpanan Deposito (*Time Deposit*)

Simpanan deposito merupakan simpanan yang memiliki jangka waktu tertentu (jatuh tempo) dan penarikannya sesuai dengan jangka waktutersebut.

- b. Menyalurkan Dana (*Lending*) Menyalurkan dana merupakan kegiatan menjual dana yang berhasil dihimpun dari masyarakat. Secara umum, jenis-jenis kredit yang ditawarkan meliputi:

1) Kredit Investasi

Kredit investasi merupakan kredit yang diberikan kepada pengusaha yang melakukan investasi atau penanaman modal. Biasanya kredit ini memiliki jangka waktu yang relatif panjang yaitu diatas satu tahun. Contoh kredit investasi adalah kredit untuk membangun pabrik atau membeli peralatan pabrik.

2) Kredit Modal

Kerja Kredit modal kerja merupakan kredit yang digunakan sebagai modal usaha. Biasanya kredit ini berjangka waktu pendek yaitu tidak lebih dari satu tahun. Contoh kredit modal kerja adalah untuk membeli bahan baku, membayar gaji karyawan, dan modal kerja lainnya.

3) Kredit Perdagangan

Kredit perdagangan merupakan kredit yang diberikan kepada para pedagang dalam rangka memperlancar, memperluas atau memperbesar kegiatan perdagangannya. Contoh kredit perdagangan adalah kredit untuk membeli barang dagangan yang diberikan kepada para supplier.

4) Kredit Produktif

Kredit produktif merupakan kredit yang dapat berupa investasi, modal kerja atau perdagangan. Kredit ini diberikan untuk diusahakan kembali sehingga pengembalian kredit diharapkan dari hasil usaha yang dibiayai. Contoh kredit produktif adalah investasi, modal kerja dan perdagangan.

5) Kredit Konsumtif

Kredit konsumtif merupakan kredit yang digunakan untuk kepentingan pribadi misalnya keperluan konsumsi baik pangan, sandang maupun papan.

Contoh kredit konsumtif adalah kredit perumahan, kredit kendaraan bermotor yang kesemuanya untuk dipakaisendiri.

- 6) Kredit Profesi

Kredit profesi merupakan kredit yang diberikan kepada para kalangan profesional seperti dosen, dokter, atau pengacara.
- c. Memberikan jasa-jasa bank lainnya (*Service*). Sekalipun sebagai kegiatan penunjang, kegiatan ini sangat banyak memberikan keuntungan bagi bank dan nasabah, bahkan saat ini kegiatan ini memberikan kontribusi keuntungan yang tidak sedikit bagi keuntungan bank, apalagi keuntungan semakin mengecil, bahkan cenderung negatif bagi bank-bank tertentu. Jasa-jasa bank yang ditawarkan meliputi:
- 1) Kiriman uang (*Transfer*)

Kiriman uang merupakan jasa pengiriman uang lewat bank. Pengiriman uang dapat dilakukan pada bank yang sama atau bank yangberlainan.
 - 2) Kliring (*Clearing*)

Kliring merupakan penagihan warkat (surat-surat berharga seperti cek, bilyet giro) yang berasal dari dalam kota. Proses penagihan lewat kliring hanya memakan waktu satu hari.
 - 3) Inkanso (*Collection*)

Inkaso merupakan penagihan warkat (surat-surat berharga seperti cek, bilyet giro) yang berasal dari luar kota atau luar negeri. Proses penagihan lewat inkaso tergantung dari jarak lokasi penagihan dan biasanya memakan waktu satu minggu sampai satu bulan.

4) *Safe Deposit Box*

Jasa pelayanan ini memberikan layanan penyewaan box atau kotak pengaman tempat menyimpan surat-surat berharga atau barang-barang berharga milik nasabah.

5) *Kartu Kredit (CreditCard)*

Dapat digunakan diberbagai tempat yang memiliki fasilitas kartu kredit.

6) *Bank Notes*

Bank Notes merupakan jasa penukaran valuta asing. Jual beli bank notes, bank menggunakan kurs (nilai tukar rupiah dengan mata uang asing).

7) *Bank Garansi*

Bank garansi merupakan jaminan bank yang diberikan kepada nasabah dalam rangka membiayai suatu usaha. Jaminan bank ini pengusaha memperoleh fasilitas untuk melaksanakan kegiatannya dengan pihaklain.

8) *Bank Draft*

Bank draft merupakan wesel yang dikeluarkan oleh bank kepada para nasabahnya. Wesel ini dapat diperjualbelikan apabila nasabah membutuhkannya.

9) *Letter of Credit(L/C)*

Letter of Credit merupakan surat kredit yang diberikan kepada para eksportir dan importir yang digunakan untuk melakukan pembayaran atas transaksi ekspor-impor yang mereka lakukan.

10) Cek Wisata (*TravellersCheque*)

Cek wisata merupakan cek perjalanan yang biasa digunakan oleh turis atau wisatawan. Cek wisata dapat digunakan sebagai alat pembayaran di berbagai tempat-tempat perbelanjaan atau hiburan seperti hotel dan supermarket.

11) Menerima Setoran-setoran

Bank menerima setoran-setoran yang membantu nasabahnya dalam rangka menampung setoran dari berbagai tempat, seperti pembayaran pajak, pembayaran telepon, pembayaran air, pembayaran listrik dan pembayaran uang kuliah.

12) Melayani pembayaran-pembayaran

Bank juga melakukan pembayaran seperti diperintahkan oleh nasabahnya, seperti membayar gaji, pensiunan, honorarium, pembayaran deviden, pembayaran kupon dan pembayaran bonus atau hadiah.

13) Bermain di dalam pasarmodal

Kegiatan bank dapat memberikan atau bermain surat-surat berharga di pasar modal. Bank dapat berperan dalam berbagai kegiatan seperti menjadi penjamin emisi (*underwriter*), penjamin (*guarantor*), perantara perdagangan efek (*pialang* atau *broker*), pedagang efek (*dealer*) dan jasa-jasa lainnya.

2.4 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah tamahan 14 yang ditunjukkan

melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata diterima atau diperoleh dengan pelayanan yang sesungguhnya diharapkan atau diinginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan, Rishi and Deepak (2017).

Kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan mengacu pada penilaian-penilaian pelanggan tentang inti pelayanan, yaitu sipemberi pelayanan itu sendiri atau keseluruhan organisasi pelayanan. Sebagian besar masyarakat sekarang mulai memperlihatkan tuntutan terhadap pelayanan prima, mereka bukan lagi sekedar membutuhkan produk atau jasa yang bermutu tetapi mereka lebih senang menikmati kenyamanan pelayanan.

Menurut Kotler dan Keller (2013:50), kualitas pelayanan merupakan proses yang secara konsisten meliputi pemasaran dan operasi yang memperhatikan keterlibatan orang, konsumen internal dan konsumen eksternal, dan memenuhi berbagai persyaratan dalam penyampaian jasa. Kant and Jaiswal (2018) berpendapat bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diberikan oleh sebuah perusahaan. Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu *reliability*, *responsiveness*, *tangible*, *assurance*, dan *empathy*.

2.5 Dimensi Kualitas Pelayanan

- a. *Tangible* yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana

fisik perusahaan 16 yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (contoh: gedung, gudang, dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

Menurut Tjiptono, (2012:175) berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/perlengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan. Pengertian bukti fisik dalam kualitas pelayanan adalah bentuk aktualisasi nyata secara fisik dapat terlihat atau digunakan oleh pegawai sesuai dengan penggunaan dan pemanfaatannya yang dapat dirasakan membantu pelayanan yang diterima oleh orang yang menginginkan pelayanan, sehingga puas atas pelayanan yang dirasakan, yang sekaligus menunjukkan prestasi kerja atas pemberian pelayanan yang diberikan (Parasuraman, 1985). Berarti dalam memberikan pelayanan, setiap orang yang menginginkan pelayanan dapat merasakan pentingnya bukti fisik yang ditunjukkan oleh pengembang pelayanan, sehingga pelayanan yang diberikan memberikan kepuasan.

Bentuk pelayanan bukti fisik biasanya berupa sarana dan prasarana pelayanan yang tersedia, teknologi pelayanan yang digunakan, *performance* pelayanan yang sesuai dengan karakteristik pelayanan yang diberikan dalam menunjukkan prestasi kerja yang dapat diberikan dalam bentuk pelayanan fisik yang dapat dilihat.

- b. *Reliability*, yang mencakup konsistensi kerja (*performance*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*). Hal ini berarti perusahaan memberikan 15

pelayanannya secara tepat sejak awal (*right the first time*) dan telah memenuhi janjinya. *Reliability* yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan. Pelayanan yang dijanjikan seperti memberikan informasi secara tepat, membantu untuk menyelesaikan masalah, dan memberikan pelayanan secara handal.

Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi. *Reliability* mencakup kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali, contohnya sebuah perusahaan barangkali memilih konsultan semata-mata berdasarkan reputasi. Apabila konsultan tersebut mampu memberikan apa yang diinginkan klien, klien tersebut bakal puas dan membayar *fee* konsultasi. Namun, bila konsultan mewujudkan apa yang diharapkan klien, *fee* konsultasi tidak akan dibayar penuh (Tjiptono, 2012:174).

Setiap pelayanan memerlukan bentuk pelayanan yang handal, artinya dalam memberikan pelayanan, setiap pegawai diharapkan memiliki kemampuan dalam pengetahuan, keahlian, kemandirian, penguasaan dan profesionalisme kerja yang tinggi, sehingga aktivitas kerja yang dikerjakan menghasilkan bentuk pelayanan yang memuaskan, tanpa ada keluhan dan kesan yang berlebihan atas pelayanan yang diterima oleh masyarakat (Parasuraman, 2010:48).

- c. *Responsiveness*, yaitu kemauan atau kesiapan para karyawan untuk memberikan pelayanan yang dibutuhkan konsumen yang bertujuan untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, yang meliputi kesigapan dalam melayani konsumen, kecepatan menangani transaksi, dan penanganan keluhan-keluhankonsumen.
- d. *Assurance* meliputi pengetahuan karyawan terhadap produk secara tepat, kualitas keramah tamahan, perhatian dan kesopanan dalam memberi pelayanan, ketrampilan dalam memberi informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.
- e. *Empathy* (empati), yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada konsumen seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan konsumen, dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan konsumennya.

2.6 Pengertian Customer Service

Menurut Kasmir (2006:79) *customer service* adalah setiap kegiatan yang dilakukan diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan pada nasabah melalui pelayanan yang diberikan seseorang. Jadi pada intinya customer service melayani segala keperluan nasabah secara memuaskan. Pelayanan yang diberikan termasuk menerima keluhan atau masalah yang sedang dihadapi oleh nasabah.

Customer service harus pandai dalam mencari jalan keluar untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh nasabahnya. Menjadi seorang *customer service* bank yang baik, diperlukan beberapa persyaratan khusus yang artinya rekrutmen dan seleksi karyawan pun jelas berbeda dengan bagian lainnya. Sebelum bekerja, *customer service* juga perlu diberikan pelatihan khusus untuk bekal sebelum menjalankan tugasnya. Tugas *customer service* tidaklah ringan karena melayani nasabah bukanlah pekerjaan mudah. Pekerjaan ini harus ditekuni dengan penuh kemampuan, kecekatan dan kesabaran. Oleh karena itu, tidak sembarangan orang dapat menjadi *customer service* seperti yang diinginkan perusahaan.

2.6.1 Tugas-tugas Customer Service

Kasmir (2006:91) mengemukakan bahwa dalam praktiknya, khususnya didunia perbankan, tugas-tugas seorang *customer service* yang sesuai dengan fungsinya adalah sebagai berikut.

a. Sebagai Resepsionis

Dalam hal ini, *customer service* bertugas menerima tamu atau nasabah yang datang ke bank dengan ramah, sopan, tenang, simpatik, menarik dan menyenangkan. *Customer service* harus selalu memberikan perhatian, berbicara dengan suara yang lembut dan jelas. Penggunaan bahasa yang mudah dimengerti serta mengucapkan salam, misalnya “Selamat Pagi atau siang atau sore.” sesuai kondisi.

b. Sebagai Deskman

Sebagai deskman, tugas *customer service* antara lain memberikan informasi mengenai produk-produk bank, memberikan informasi tersebut antara lain

menjelaskan manfaat dan ciri-ciri produk bank. Kegiatan yang perlu juga dijelaskan adalah keunggulan produk kita dibandingkan dengan produk pesaing.

c. Sebagai *Salesman*

Sebagai *salesman*, tugas *customer service* bank adalah berusaha sekuat tenaga menjual produk perbankan. Tugas lainnya adalah melakukan *cross selling* terhadap penjualan yang dilakukan. Sebagai penjual, *customer service* mengadakan pendekatan dan mencari nasabah baru. Berusaha memembujuk nasabah yang baru serta berusaha mempertahankan nasabah yang lama.

d. Sebagai *Customer Relation Officer*

Hubungan dengan nasabah harus selalu dijaga melalui berbagai cara. Nasabah terkadang sering terpengaruh oleh hal yang dilakukan pesaing. Jika kita mengalami gangguan dengan nasabah, bukan tidak mungkin nasabah kita akan beralih ke bank pesaing kita.

e. Sebagai Komunikator

Tugas *customer service* yang terakhir adalah sebagai komunikator dengan cara memberikan segala informasi dan kemudahan-kemudahan kepada nasabah. Selain itu, juga sebagai tempat menampung keluhan, keberatan atau konsultasi.

2.6.2 Syarat Seorang Customer Service

Seperti yang kita ketahui bahwa tugas yang diemban seorang *customer service* amat berat. Sebelum ditugaskan, *customer service* harus terlebih dahulu memiliki persyaratan tertentu. Persyaratan ini mutlak untuk dipenuhi sehingga mampu mengemban tugas yang diberikan kepadanya kelak. Adapun syarat-syarat yang

harus dipenuhi oleh seorang *customer service* dikutip dari Kasmir (2006:94) adalah sebagai berikut.

a. Persyaratan Fisik

Seorang *customer service* harus memiliki ciri-ciri fisik yang menarik dari segi wajah, warna kulit atau ukuran badan dan wajah harus terlihat menarik. Demikian pula untuk ukuran badan seorang *customer service* yaitu misalnya tinggi yang ideal seorang wanita 160 cm dan laki-laki 165 cm. Berat badan pun harus ideal dengan tinggi badan. Jangan melebihi batas normal yang ideal.

b. Persyaratan Mental

Persyaratan mental merupakan persyaratan nonfisik tetapi kejiwaan. Persyaratan mental adalah hal yang harus selalu diperhatikan oleh seorang *customer service*. Seorang *customer service* harus memiliki mental yang kuat dalam melayani nasabah karena dengan mental yang kuat akan memberikan kepercayaan diri yang lebih baik.

c. Persyaratan Kepribadian

Seorang *customer service* harus memiliki kepribadian yang baik seperti murah senyum, sopan dan lembut melayani nasabah. *Customer service* juga harus energik dan gesit dalam menyelesaikan suatu pekerjaan. Selain itu, *customer service* juga harus memiliki jiwa bisnis yang tinggi, memiliki rasa humor dan selalu ingin maju.

d. Persyaratan Sosial

Customer service harus memiliki jiwa sosial yang tinggi terhadap seluruh nasabah. *Customer service* harus bijaksana dan memiliki budi pekerti yang luhur. Di samping itu, *customer service* harus pandai bergaul dengan semuakalangan.

BAB III

METODE DAN PROSES PENYELESAIAN KERJA PRAKTIK

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan dalam laporan akhir ini bersifat deskriptif yaitu metode penelitian yang digunakan untuk menemukan pengetahuan yang seluasluasnya terhadap objek penelitian pada suatu masa tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan atau mendeskripsikan suatu keadaan, peristiwa, objek apakah orang atau segala sesuatu yang terkait dengan variabel-variabel yang bisa dijelaskan baik dengan kata maupun angka.

3.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penulisan laporan akhir ini adalah bersifat kualitatif. Sumber data penelitian yaitu sumber subjek dari tempat mana data bisa didapatkan. Jika peneliti memakai kuisioner atau wawancara didalam pengumpulan datanya, maka sumber data itu dari responden, yakni orang yang menjawab pertanyaan peneliti, yakni tertulis atau pun lisan. Sumber data berbentuk responden ini digunakan didalam penelitian. Sumber data terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung, sementara data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada.

- a. Sumber data primer adalah data yang diperoleh dari sumber pertama baik individu atau perseorangan secara langsung seperti wawancara dengan staf, karyawan dan nasabah BTN (Peresro) KCP WayHalim.
- b. Sumber data sekunder adalah data primer yang dikelola lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau pihak lain, seperti dokumen, studi pustaka dan media peranteralainnya.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode yang dipergunakan dalam laporan akhir ini berupa:

1. Studi Pustaka

Penulisan yang dilakukan untuk memperoleh data dan informasi yang berhubungan dengan cara membaca dan mempelajari serta mengutip secara langsung literatur dan sumber-sumber lainnya yang berhubungan dengan penulisan.

2. Studi Lapangan

Pengumpulan data yang erat kaitannya dengan penulisan, dengan cara langsung mendatangi objek penulisan pada saat melakukan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) pada Bank Tabungan Negara (Persero) KCP Way Halim, dengan melaksanakan kegiatan sebagaiberikut.

3. Wawancara (*Interview*)

Metode pengumpulan dengan melakukan percakapan atau tanya jawab secara langsung oleh staf atau karyawan *customer service* yang ada pada Bank Tabungan Negara (Persero) KCP Way Halim yang di fasilitasi dengan standar pertanyaan.

4. Observasi

Observasi yaitu suatu bentuk penulisan yang dilakukan penulis dengan pengamatan baik secara berhadapan langsung maupun tidak langsung seperti memberikan pertanyaan untuk dijawab.

3.4 Objek Kerja Praktik

Dalam penelitian ini peneliti telah melakukan kerja praktik lapangan yang dilakukan di Bank Tabungan Negara (Persero) KCP Way Halim, yang beralamatkan di JL. Kyai Maja, Blok D No.19, Way Halim, Bandar Lampung. Pada lamanya waktu sejak tanggal 1 Juli hingga 9 Agustus 2019. Hari kerja efektif yang dilaksanakan setiap hari Senin hingga Jumat, mulai pukul 08.30 hingga pukul 17.00 WIB.

3.4.1 Gambaran Umum Perusahaan

Awal mula BTN dimulai dengan didirikannya Postspaarbank di Batavia pada tahun 1897. Pada tahun 1942, sejak masa pendudukan Jepang di 21 Indonesia bank ini dibekukan dan digantikan dengan Tyokin Kyoku atau Chokinkyoku. Setelah proklamasi kemerdekaan Indonesia bank ini diambil alih oleh pemerintah Indonesia dan diubah menjadi Kantor Tabungan Pos. Nama dan bentuk perusahaan selanjutnya berubah beberapa kali hingga akhirnya pada tahun 1963 diubah menjadi nama dan bentuk resmi yang berlaku saat ini.

- a. Kelahiran BTN Jaman Belanda – 1897 Bank BTN adalah Badan Usaha Milik Negara Indonesia yang berbentuk perseroan terbatas dan bergerak dibidang

jasa keuangan perbankan. Cikal bakal Bank BTN dimulai dengan didirikannya Postspaarbank di Batavia pada tahun 1897, pada masa pemerintah Belanda.

- b. Kelahiran Bank BTN Pada Masa Pemerintahan Jepang – 1942 Pada 1 April 1942 Postparbank diambil alih pemerintah Jepang dan diganti namanya menjadi TyokinKyoku.
- c. Kelahiran Bank BTN Pada Masa Kemerdekaan - 1950 Setelah kemerdekaan diproklamasikan, maka Tyokin Kyoku diambil alih oleh pemerintah Indonesia, dan namanya diubah menjadi Kantor Tabungan Pos RI. Usai dikukuhkannya, Bank Tabungan Pos RI ini sebagai satu-satunya lembaga tabungan di Indonesia. Pada tanggal 9 Februari 1950 pemerintah mengganti namanya dengan nama Bank Tabungan Pos.
- d. Kelahiran Bank BTN Pada Masa Diperalihan Zaman – 1963 Tanggal 9 Februari 1950 ditetapkan sebagai hari dan tanggal Bank BTN. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang No. 4 22 tahun 1963 Lembaran Negara Republik Indonesia No. 62 tahun 1963 tanggal 22 Juni 1963, maka resmi sudah nama Bank Tabungan Pos diganti namanya menjadi Bank Tabungan Negara. Dalam periode ini posisi Bank BTN telah berkembang dari sebuah unit menjadi induk yang berdirisendiri.
- e. Mulai Berdirinya Bank BTN dari Sebuah Unit Menjadi Induk – 1974 Kemudian sejarah Bank BTN mulai diukir kembali dengan ditunjuknya oleh Pemerintah Indonesia pada tanggal 29 Januari 1974 melalui Surat Menteri Keuangan RI No. B-49/MK/I/1974 sebagai wadah pembiayaan proyek perumahan untuk rakyat. Sejalan dengan tugas tersebut, maka mulai 1976 mulailah realisasi KPR (Kredit Pemilikan Rumah) pertama kalinya oleh Bank

BTN di negeri ini. Waktu demi waktu akhirnya terus mengantar Bank BTN sebagai satu-satunya bank yang mempunyai konsentrasi penuh dalam pengembangan bisnis perumahan di Indonesia melalui dukungan KPR BTN.

- f. Awal Mula Bank BTN Saat Ini – 1994
 Pada tahun 1989 Bank BTN sudah mengeluarkan obligasi pertamanya. Pada tahun 1992 status Bank BTN ini menjadi PT. Bank Tabungan Negara (Persero) karena sukses Bank BTN dalam bisnis perumahan melalui fasilitas KPR tersebut. Status persero ini memungkinkan Bank BTN bergerak lebih luas lagi dengan fungsinya sebagai bank umum (komersial). Demi mendukung bisnis KPR tersebut, Bank BTN mulai mengembangkan produk-produk layanan perbankan sebagaimana layaknya bank umum (komersial).
- g. Perkembangan Pelayanan Bank BTN – 1994
 Sukses Bank BTN dalam bisnis KPR juga telah meningkatkan status Bank BTN sebagai bank Konvensional menjadi Bank Devisa pada tahun 1994. Layanan bank dalam bentuk penerbitan Letter of Credit (L/C), pembiayaan usaha dalam bentuk Dollar, dan lain lain bisa diberikan Bank BTN dengan status tersebut. Dengan status baru ini tidak membuat Bank BTN lupa akan ungsi utamanya sebagai penyedia KPR untuk masyarakat menengah kebawah. Bank BTN pun makin melebar pada tahun 1989 Bank BTN sudah mengeluarkan obligasi pertamanya. Pada tahun 1992 status Bank BTN ini menjadi PT. Bank Tabungan Negara (Persero) karena sukses Bank BTN dalam bisnis perumahan melalui fasilitas KPR tersebut. Status persero ini memungkinkan Bank BTN bergerak lebih luas lagi dengan fungsinya sebagai bank umum (komersial). Demi mendukung bisnis KPR tersebut, Bank BTN mulai mengembangkan produk-produk

layanan perbankan sebagaimana layaknya bank umum (komersial).Kepercayaan Pemerintah Terhadap Bank BTN – 2002 Berdasarkan kajian konsultan independent, Price Water House Coopers, Pemerintah melalui menteri BUMN dalam surat No. 5 – 544/MMBU/2002 memutuskan Bank BTN sebagai Bank umum dengan fokus bisnis pembiayaan perumahan tanpainsubsidi.

- h. Bank BTN Di Pasar Terbuka – 2009 24 Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan (Bapepam-LK) mengeluarkan pernyataan efektif terhadap produk investasi baru berbasis sekuritisasi. Produk itu adalah EBA Danareksa Sarana Multigriya Finansial I - Kredit Kepemilikan Rumah Bank Tabungan Negara (SMF I-KPR BTN). Di tahun yang sama juga Bank BTN melakukan Penawaran Umum Saham Perdana (IPO) dan listing di Bursa EfekIndonesia.
- i. Bank BTN Sekarang – 2017 Kepercayaan masyarakat dan pemerintah terhadap Bank BTN telah mengantarkan kami mendapatkan penghargaan dalam ajang Anugerah Perbankan Indonesia VI 2017sebagai Peringkat 1 Bank Terbaik Indonesia 2017. Dengan adanya penghargaan tersebut akan mengukuhkan optimisme perseroan untuk mampu melanjutkan catatan kinerja positif dan mencapai target bisnis perseroan pada tahun tahunberikutnya.

3.4.2 Visi dan Misi

1. Visi BankBTN

Terdepan dan terpercaya dalam memfasilitasi sektor perumahan dan jasa layanan keuangan keluarga.

2. Misi BankBTN

- a. Berperan aktif dalam mendukung sektor perumahan, baik dari sisi penawaran maupun dari sisi permintaan, yang terintegrasi dalam sektor perumahan di Indonesia.
- b. Memberikan layanan unggul dalam pembiayaan kepada sektor perumahan dan kebutuhan keuangankeluarga.
- c. Meningkatkan keunggulan kompetitif melalui inovasi pengembangan produk, jasa dan jaringan strategis berbasis digital.
- d. Menyiapkan dan mengembangkan human capital yang berkualitas, profesional, dan memiliki banyak integritas tinggi.
- e. Meningkatkan shareholder value dengan fokus kepada peningkatan pertumbuhan profitabilitas sesuai dengan prinsip kehati-hatian dan good corporate governance.
- f. Memedulikan kepentingan masyarakat sosial dan lingkungan secara berkelanjutan.

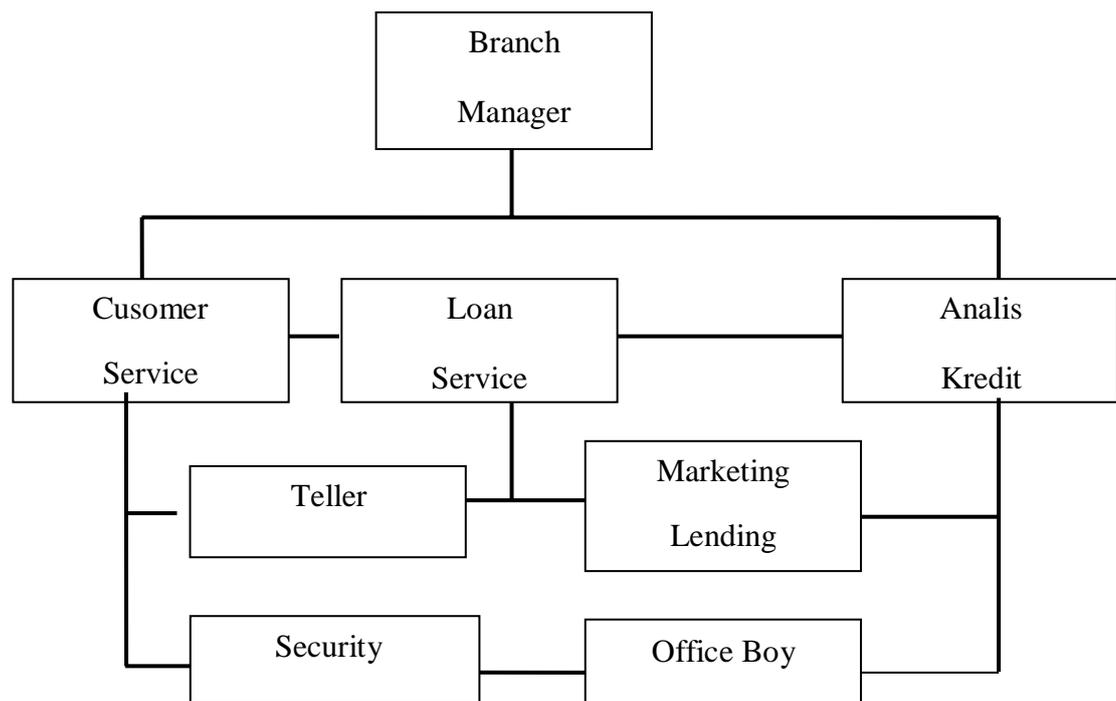
3.4.3 Bidang Usaha Perusahaan

PT Bank Tabungan Negara, (Persero), adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dibidang Perbankan. Kami berkomitmen menjadi Bank yang melayani dan mendukung pembiayaan sektor perumahan melalui tiga produk utama, perbankan perseorangan, bisnis dan syariah. PT Bank Tabungan Negara (Persero) adalah perusahaan yang memiliki produk kredit konsumen terbagi menjadi empat yaitu KPR Bersubsidi, KPR non subsidi, kredit perumahan lainnya

dan kredit konsumen. Produk simpanan juga terbagi menjadi tiga yaitu giro, tabungan dan deposito.

3.4.4 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi pada perusahaan adalah suatu hal yang sangat penting karena merupakan kerangka antar hubungan yang menunjukkan satuan organisasi mengenai tugas dan fungsi pada masing-masing bagian dalam satu kesatuan yang utuh dan transparan. Bagian struktur organisasi pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk KCP Way Halim dapat dilihat pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1 Struktur Organisasi Perusahaan

Sumber: Bank Tabungan Negara KCP Way Halim, 2019

Tugas dan tanggung jawab wewenang dari masing-masing jabatan yang ada dalam struktur organisasi PT Bank Tabungan Negara (Persero) KCP Way Halim sebagaiberikut:

1. *Branch Manager*

Merupakan pimpinan tertinggi pata PT Bank Tabungan Negara (Persero) KCP Way Halim dan memiliki tanggung jawab serta tugas sebagai berikut:

- a. Menjamin kualitas pelayanan nasabah dan kualitas sumber daya manusia kantor cabangpembantu.
- b. Menciptakan, memastikan dan meningkatkan keuntungan usaha kantor cabangpembantu.
- c. Mewakili bank BTN dalam semua kegiatan resmi di wilayahkerjanya.
- d. Menjamin peningkatan pendapatan dan pengendalianbiaya.
- e. Melakukan otoritas transaksi operasional yang melampaui kewenangan bawahannya.
- f. Menjamin produktivitas, kemampuan, motivasi, dan disiplin pegawai yang tinggi.
- g. Memimpin Rapat Komite Kredit (RAKOMDITO dan memberikan persetujuan kredit sesuai dengan kewenangan dan ketentuan yang berlaku.
- h. Menekan jumlah kredit bermasalah sekecilmungkin.

2. *Costomer Service*

- a. Memberikan informasi kepadanasaba.
- b. Melakukan penjualanproduk.

- c. Melakukan pelunasan kredit dari nasabah
- d. Melayani transaksi pembukuan atau penutup rekeningnasabah.

3. *Loan Service*

- a. Melakukan pemrosesan aplikasikredit.
- b. Melakukan dokumentasikredit.
- c. Pengadministrasian umumkredit.
- d. Memberitahu kepada calon nasabah apabila persyaratan belum lengkap, mengembalikan, semua persyaratan apabila calon nasabah tidak memenuhi syarat.
- e. Menyelenggarakan akad/relasasi kredit bagi semua debitur (bersama notaris).

4. *Analisis Kredit*

- a. Menganalisis data pinjaman dan pernyataan keuangan perorangan atau perusahaan, untuk menentukan tingkat resiko mereka.
- b. Membuat perbandingan keuangan menggunakan program computer, untuk mengevaluasi keadaan keuangan klien.
- c. Menyiapkan laporan yang isinya termasuk tingkat resiko yang berkaitan dengan perpanjangan kredit atau peminjam uang.

5. *Teller*

- a. Melayani transaksi penyetoran dan penarikan rekeningnasabah.
- b. Melakukan pengadministrasian kas.

- c. Melayani transaksivalas.
- d. Melakukan procestunai.

6. *Marketing Lending*

- a. Menjual dan memasarkan produk dan jasa perbankan BPR khususnya produk-produk kredit.
- b. Melakukan investigasi dan pengecekan keabsahan berkas dan dokumen atas setiap pengajuankredit.
- c. Melakukan survey kealamat rumah, tempat usaha dan agunan guna mengumpulkan data dan informasi.
- d. Menyusun cash flow untuk mengetahui repaymen capacity dari calon debitur.
- e. melakukan monitoring dan pengawasan terhadap keterbitan kredit kmite yang dilakukan olehdebitur.

7. *Security*

- a. Menjaga keamanan di lingkunganperusahaan.
- b. Sebagai *checker* barang yang masuk ke lingkunganperusahaan
- c. Memeriksa bawaan nasabah jika mencurigakan.
- d. Membuka pintu, menyambut dan member salam dengan ramah setiap nasabah yang akan masuk ke dalam bank.
- e. Menanyakan keperluan nasabah dan memberikan nomor antrian nasabah sesuai dengan keperluan nasabah.

8. *OfficeBoy*

- a. Membersihkan dan merapikan meja, kursi, computer, dan perlengkapan lainnya.
- b. Membelikan dan menyiapkan makan siangkaryawan.
- c. Membersihkan kaca ruang kerja.
- d. Menyiramtanaman.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai penelitian kepuasan nasabah menunjukkan bahwa pelayanan *customer service* pada PT Bank Tabungan Negara (BTN) KCP Way Halim sudah dilaksanakan dengan baik, hal ini terlihat pada lima dimensi karakteristik kualitas pelayanan yang digunakan untuk mengukur kepuasan nasabahn sebagai berikut:

Pelayanan yang sudah berjalan dengan baik :

- a. Bukti Fisik (*Tangible*), yaitu penampilan fisik, personil dan bahan komunikasi. Bukti fisik dari PT Bank Tabungan Negara (BTN) KCP Way Halim dilihat dari tanggapan nasabah sudah sangat puas. Hal ini dikarenakan perusahaan telah memberikan fasilitas ruang tunggu dengan keadaan bersih dan nyaman, kondisi area parkir bank luas dan rapi serta *customer service* memakai busana rapi dan sopan.
- b. Keadaan (*Reability*) dari PT Bank Tabungan Negara (BTN) KCP Way Halim dilihat dari tanggapan nasabah, nasabah sangat puas yaitu dikarenakan dari keakuratan pencatatan data pribadi nasabah dan penerapan prosedur yang sudah baik sehingga dapat memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi para nasabah.

- c. Jaminan (*Assurance*) dari PT Bank Tabungan Negara (BTN) KCP Way Halim dilihat dari tanggapan nasabah, nasabah merasa puas, dikarenakan dari jaminan keamanan yang menimbulkan kepercayaan, keyakinan dan rasa aman nasabah ketika menabung, deposito, giro, setor tunai dan tariktunai.

Pelayanan yang belum berjalan dengan baik :

- a. Ketanggapan (*Responsiveness*) yaitu ketanggapan *customer service* dalam menyelesaikan keluhan nasabah. Hal ini dapat dilihat dari pelayanan *customer service* menunjukkan bahwa pelayanan dalam menyelesaikan keluhan nasabah belum terlaksana dengan baik, masih banyak nasabah yang memperhatikan keluhan dari nasabah karena *customer service* kurang tanggap dalam memberikan penyelesaian keluhan nasabah.

5.2 Saran

Berdasarkan uraian-uraian yang peneliti jelaskan diatas maka peneliti memberikan beberapa saran agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan *customer service* yang belum berjalan dengan baik, seperti:

- a. Untuk menunjang pelayanan dalam variabel ketanggapan (*responsiveness*), sebaiknya memaksimalkan kualitas pelayanan dalam menyelesaikan keluhan nasabah agar dapat berjalan dengan baik. Untuk lebih meningkatkan kulalitas dalam perihal keluhan yang harus dapat diselesaikan oleh *customer service* dengan baik. Sebaiknya perusahaan mengadakan program training strander untuk pegawai khususnya yang berhubungan dengan keluhan yang terjadi dengan nasabah.

- b. Untuk menunjang pelayanan dalam variabel Empati (*Empathy*), sebaiknya perusahaan harus memberikan pelatihan *excellent service* pada *customer service* dan sebelum melakukan penerimaan karyawan, sebaiknya perusahaan melakukan test Psikologi bagi calon karyawan khususnya yang berhubungan langsung dengannasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Parasuraman et al., (1985). "A conceptual model of service quality and its implications for future research" *Journal of marketing*. Vol. 49
- Fandy Tjiptono. 2012. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, CV Andi Offset, Yogyakarta.
- Ismail, 2000. Analisis Kebijakan Pengembangan Rumput Laut Pada Kawasan Taman Wisata Alam Laut Gili Indah di Kabupaten Lombok Barat – Nusa Tenggara Barat. [Tesis]. Bogor. Sekolah Pascasarjana Institut Pertanian Bogor. 132 hal.
- Jaiswal, D., & Kant, R. (2018). Green purchasing behaviour: A conceptual framework and empirical investigation of Indian consumers. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 41(August 2017), 60–69. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2017.11.008>
- Kasmir. 2006. *Manajemen Perbankan*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Kasmir, 2008. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kasmir dan Jakfar. 2012. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kasmir, 2014. *Analisis Laporan Keuangan*, cetakan ke-7. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1 dan 2. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip, dan Gary Amstrong. 2014. *Alih bahasakan Bob Sabran. Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1 dan 2
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta: Salamba Empat.
- Nair, Saron Ramesh, Nandini Thipannanavar Niranjana, Arun Jayasheel and Deepak Bythnal Suryakanth. 2017. "Comparative Evaluation of Colour Stability and Surface Hardness of Methacrylate Based Flowable and Packable Composite -in Vitro Study." *Journal of Clinical and Diagnostic Research* 11(3):ZC51– 54
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2010). *Consumer Behaviour* (10th ed). New Jersey, Pearson Prentice Hall.