

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas juga merupakan salah satu kunci dalam memenangkan persaingan dengan pasar. Ketika perusahaan telah mampu menyediakan produk berkualitas, maka telah membangun salah satu fondasi untuk menciptakan kepuasan pelanggan.

Menurut Tjiptono (2012:152), kualitas dapat diartikan sebagai “kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”.

Berdasarkan definisi ini, kualitas adalah hubungan antara produk dan pelayanan atau jasa yang diberikan kepada konsumen dapat memenuhi harapan dan kepuasan konsumen.

Berdasarkan pengertian kualitas di atas dapat diartikan bahwa kualitas hidup kerja harus merupakan suatu pola pikir, yang dapat menerjemahkan tuntutan dan kebutuhan pasar konsumen dalam suatu proses produksi barang atau jasa terus menerus tanpa hentinya sehingga memenuhi persepsi kualitas pasar konsumen.

1.2 Definisi Pelayanan

Pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha atau kegiatan yang bersifat jasa, perannya akan lebih besar dan bersifat menentukan manakala dalam kegiatan-kegiatan itu terdapat kompetensi (persaingan) dalam usaha merebut pemasaran atau langganan. Secara umum pelayanan adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi.

Menurut Tjiptono (2012:4), mendefinisikan pelayanan adalah “bisa dipandang sebagai sebuah sistem yang terdiri atas dua komponen utama, yakni *service operations* yang kerap kali tidak tampak atau tidak diketahui keberadaannya oleh pelanggan (*back office* atau *backstage*) dan *service delivery* yang biasanya tampak (*visible*) atau diketahui pelanggan (sering disebut pula *front office* atau *frontstage*)”.

Menurut Sampara dan Sinambela (2011:5), pekayanan adalah “suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan”.

Berdasarkan berbagai pendapat di atas maka penulis menyimpulkan bahwa pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang maupun sekelompok orang untuk memenuhi kebutuhan sendiri ataupun orang lain untuk mengikuti prosedur yang telah ditetapkan dengan sesuai.

2.3 Definisi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima. Dalam sumber lain dijelaskan bahwa Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang di harapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi konsumen”.

Menurut Tjiptono (2016:59), menyatakan bahwa “kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2016:125), mendefinisikan kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Berdasarkan definisi ini, kualitas jasa bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Berdasarkan berbagai pendapat di atas maka penulis menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang di iringi dengan keinginan nasabah serta ketetapan dalam menyampaikan sesuatu agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan nasabah.

2.4 Standar Kualitas Pelayanan

Menurut Zeithaml dalam Hardiyansyah (2011:41), menjelaskan bahwa ukuran kualitas pelayanan memiliki 9 dimensi, yaitu:

1) *Tangible* (Bukti Langsung)

Tangible yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensi kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh

pemberi jasa, yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

2) *Reliability* (Kehandalan)

Reliability adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketetapan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi..

3) *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Responsiveness adalah suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.

4) *Assurance*

Assurance adalah Pengetahuan, kesopanan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.

5) *Emphaty* (Empati)

Emphaty adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

6) *Communication* (Komunikasi)

Communication adalah kemauan pemberi pelayanan untuk mendengarkan suara, keinginan atau aspirasi pelanggan; *Understanding the customer* (memahami pelanggan), serta melakukan segala usaha untuk mengetahui kebutuhan pelanggan.

7) *Security* (Merasa Aman)

Security adalah jasa pelayanan yang diberikan harus bebas dari berbagai bahaya atau dari berbagai macam resiko.

8) *Access* (akses)

Access merupakan suatu kemudahan untuk mengadakan kontak dan pendekatan terhadap suatu apapun.

9) *Credibility* (Dapat Dipercaya)

Credibility merupakan sikap jujur dalam setiap upaya untuk menarik kepercayaan masyarakat;

2.5 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan menurut Kotler (2014:150), ialah: “Perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan”. Jika kenyataannya lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan tidak bermutu. Apabila kenyataannya sama dengan harapan, maka layanan bisa dikatakan memuaskan. Begitu pula dengan nasabah pada suatu bank. Nasabah juga akan merasakan puas atas pelayanan yang mereka terima jika pelayanan tersebut melebihi dari pelayanan yang mereka harapkan.

Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampauinya harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan. Nasabah suatu bank juga cenderung akan merasa puas apabila keuntungan yang mereka peroleh dari bertransaksi dengan produk-produk bank, melebihi atau setidaknya sama dengan apa yang mereka harapkan sebelumnya.

2.5.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.

Terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menentukan tingkat kepuasan menurut Lupiyoadi (2014:21), yaitu :

1. Kualitas produk Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan Terutama untuk industri jasa. Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosional Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang

cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi dari nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas terhadap merek tertentu.

4. Harga Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.
5. Biaya Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk cenderung merasa puas.

2.6 Definisi Layanan Cerah

Bank Sumsel Babel memiliki salah satu program layanan unggul yaitu “Layanan Cerah”. Layanan cerah merupakan budaya melayani dengan standar pelayanan tertentu yang dapat menjadi pencitraan positif, ciri khas serta keunggulan dari Bank Sumsel Babel yang membedakannya dari bank lain. Direktur Utama Bank Sumsel Babel, Asfan Fikri Sanaf, mengatakan Bank Sumsel Babel telah berkomitmen untuk memberikan layanan cerah. “Kita telah berkomitmen untuk mewujudkan budaya layanan cerah. Konsekuensi dari siap melayani tersebut adalah kita siap menerima semua kritik, dan keluhan dari nasabah. Kita harus siap melayani semua keinginan nasabah”.

Adapun komponen standar layanan dari layanan cerah yaitu sebagai berikut :

A. Standar Layanan Satpam (SIGAP)

Layanan Satpam (SIGAP) memiliki arti :

- S-enyum, yang artinya menyampaikan salam, fokus pada nasabah dan tawarkan bantuan dengan penuh antusias agar nasabah tertarik dengan layanan yang di terapkan oleh Satpam. Contohnya : dengan ucapan selamat pagi/siang/sore bapak/ibu.
- I-nisiatif, yang artinya bertanya dan mengarahkan nasabah ketempat tujuan yang dibutuhkan. Contohnya : (Sikap perhatian dan proaktif) misalnya “Mohon maaf ada yang bisa saya bantu?”. Untuk membuka rekening tabungan, silahkan Bapak/Ibu mengambil nomor di mesin antrian pada menu servis asisten “(khusus cabang yang menggunakan mesin antrian).
- G-alang, yang artinya rasa aman dan nyaman bagi nasabah. Seperti contoh: (Sikap peduli, Tanggap, dan Sigap) misalnya : “Bersikap sopan dan ramah setiap berbicara dengan nasabah. Selalu tanggap terhadap pengunjung yang mencurigakan”

- A-lang, yang artinya, membantu kelancaran antrian. Contohnya : “sikap tanggap dan peduli” misalnya: “Cabang dengan mesin antrian, membantu pemanggilan nomor antrian nasabah, apabila mesin antrian bermasalah (tidak berfungsi) atau dengan sistem manual. “Cabang tanpa mesin antrian membantu mengarahkan nasabah kedalam barisan antrian”
- P-astikan, yang artinya layanan yang diakhiri dengan ucapan terimakasih dan salam. Contohnya: (sikap ramah, hangat, dan tulus) misalnya: “terimakasih Bapak/Ibu.... (sebutkan nama nasabah bila diketahuui) atas kunjungannya, dan selamat pagi/siang/sore.”

B. Standar Layanan Customer Service (SIMPATIK)

Layanan Customer Service (SIMPATIK) memiliki arti,

- S-enyum, menyampaikan salam yang fokus pada nasabah, dan menawarkan bantuan dengan kepada nasabah dengan penuh antusias. Contohnya: (Sikap ramah/hangat) seperti berdiri, memberikan salam persilahkan duduk.
- I-nisiatif, menggali kebutuhan nasabah. Contohnya: (Sikap peduli dan Proaktif) seperti “Mohon maaf, Bapak/Ibu bermaksud membuka rekening untuk tujuan apa?”
- M-ampu menjelaskan fitur produk dan layanan kepada nasabah. Contoh: (Sikap ramah dan Komunikatif) seperti menjelaskan persyaratan pembukaan rekening, fitur pada produk tersebut, setoran awal pembukaan, saldo minimum dan suku bunga, biaya-biaya yang akan dibebankan.
- P-roses, permintaan nasabah dengan cepat. Contohnya: (Sikap tanggap dan teliti) seperti, pastikan kelengkapan data dan persyaratan administrasi, fokus pada transaksi nasabah yang sedang dilayani.
- A-kurat, selalu melakukan verifikasi dan konfirmasi. Contohnya: (Sikap teliti) seperti, pastikan input data nasabah telah sesuai aplikasi, pastikan form KYC sudah terisi dengan lengkap dan benar.
- T-anggapi permintaan nasabah dengan empati dan berupaya mempertahankan nasabah yang berniat menutup rekening. Contohnya: (Sikap empati) seperti, dengarkan keluhan nasabah dengan empati, dan apabila nasabah akan menutup rekening, cari tahu penyebab/alasannya.

- I-ngat untuk selalu menawarkan produk atau jasa, atau fasilitas lainnya (cross selling). Contohnya: (Sikap proaktif, komunikatif dan antusias) seperti, berikan brosur pada nasabah, aktif mencari informasi kebutuhan lainnya. “Apakah Bapak/Ibu (Sebutkan nama), memiliki rencana membeli rumah?.
- K-atakan atau tawarkan bantuan kembali, terimakasih, dan ucapkan salam penutup. Contohnya: (Sikap ramah/hangat/warm) seperti, ada yang bisa dibantu lagi Bapak/Ibu (Sebutkan nama), terimakasih atas kunjungan Bapak/Ibu (Sebutkan nama), ucapkan selamat pagi/siang/sore.

C. Standar Layanan Teller (AKURAT)

Layanan Teller (AKURAT) memiliki arti:

- A-ntusias, menyambut nasabah dengan berdiri, fokus pada nasabah, senyum dan sampaikan salam. Contohnya; (Sikap ramah dan antusias) seperti, selamat pagi/siang/sore Bapak/Ibu (Sebutkan nama) ada yang bisa saya bantu?
- K-erjakan transaksi nasabah dengan cepat dan teliti. Contohnya: (Sikap cekatan dan teliti) seperti, teliti kelengkapan data aplikasi/slip transaksi, pastikan proses transaksi nasabah dengan memperhatikan standar kecepatan waktu yang ditentukan.
- U-payakan mengetahui dan menyebut nama nasabah. Contohnya: (Sikap komunikatif) seperti, selalu sebut nama nasabah selama transaksi.
- R-esponsif dan ramah dalam melayani transaksi. Contohnya: (Sikap tanggap, tulus dan peduli) seperti, tetap tersenyum selama berinteraksi dengan nasabah.
- A-ktif melakukan verifikasi dan konfirmasi. Contohnya: (Sikap teliti) seperti, untuk memastikan kebenaran data nasabah selalu lakukan konfirmasi.
- T-ulus, tawarkan bantuan kembali di akhir layanan dan ucapkan terimakasih serta salam penutup apabila transaksi telah selesai. Contohnya: (Sikap hangat dan tulus) seperti, ada lagi yang bisa saya bantu Bapak/Ibu? (Sebutkan nama).

D. Standar Layanan Bertelepon (SMILE)

Layanan Bertelepon (SMILE) memiliki arti:

- S-enyum.

- M-endengarkan.
- I-identifikasi, sebutkan unit kerja, sampaikan salam, sebutkan nama dan tawarkan bantuan. Contohnya: (Sikap ramah, tulus dan antusias) seperti “Bank Sumsel Babel Cabang Utama..., Selamat pagi/siang/sore dengan Anisa bisa dibantu?” dengan antusias.
- L-akukan pencatatan dan segera tindak lanjuti atau penuhi permintaan penelpon. Contohnya: (Sikap tanggap, peduli, antusias dan lakukan konfirmasi) seperti, “Maaf Bapak/Ibu (sebutkan nama) permintaannya/permasalahannya telah kami catat....”.
- E-fisien dalam percakapanm akhiri dengan ucapan terimakasih dan salam. Contohnya: (Sikap komunikatif dan ramah) seperti, “Maaf Bapak/Ibu, ada lagi yang bisa kami bantu”, “Terimakasih Bapak/Ibu (sebutkan nama) atas teleponnya, ucapkan selamat pagi/siang/sore”.