

BAB II

PEMBAHASAN TEORI

A. Pengertian Kualitas

Kualitas jasa lembaga keuangan melekat pada karyawan dalam memberikan pelayanan jasa kepada para anggota, kualitas karyawan merupakan salah satu faktor diferensiasi antara BMT satu dengan BMT yang lainnya, sekaligus sebagai salah satu rantai nilai yang dapat menciptakan *competitive advantage* bagi BMT yang bersangkutan. Karakteristik kualitas pelayanan yang baik meliputi, *competence, courtesy, dredibility, reliability, responsiveness, gamesmanship, timeliness, communicatin*.

Kualitas pelayanan adalah proses pembentukan dan keterkaitan di dalam mengelola pelanggan, membangun mata rantai untuk meningkatkan nilai pelanggan dan loyalitas pelanggan dengan harapan memperoleh profitabilitas jangka panjang bagi perusahaan. Pelanggan yang loyal adalah asset perusahaan yang harus di pertahankan.¹

Menurut para ahli pengertian kualitas sebagai berikut:

1. Menurut Feigenbaum

Pengertian Kualitas adalah keseluruhan karakteristik produk dan jasa yang meliputi *marketing, engineering,*

¹ Tjiptono Fandy, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2004) Hal. 172

manufature dan *maintenance*, di mana produk dan jasa tersebut dalam pemakaiannya akan sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan.

2. Menurut Juran

adalah kesesuaian antara tujuan dan manfaatnya.

3. Menurut Elliotn

Pengertian Kualitas ialah sesuatu yang berbeda untuk orang yang berbeda dan tergantung pada waktu dan tempat atau dikatakan sesuai dengan tujuan.

4. Menurut Goetch dan Davis

Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berkaitan dengan produk, pelayanan, orang, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi apa yang diharapkan.

5. Dalam ISO 8402 dan SNI (Standar Nasional Indonesia)

Pengertian Kualitas adalah keseluruhan ciri dan karakteristik produk atau jasa yang kemampuannya dapat memuaskan kebutuhan, baik yang dinyatakan secara tegas maupun tersamar. Istilah kebutuhan diartikan sebagai spesifikasi yang tercantum dalam kontrak maupun kriteria-kriteria yang harus didefinisikan terlebih dahulu.

6. Menurut Deming

Tujuan Kualitas yaitu untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang sekarang dan di masa depan.²

² Ariani Dorothea Wahu, *Pengendalian Kualitas Statistik (Pendekatan Kuantitatif dalam Manajemen Kualitas)*, (Yogyakarta: CV Andi Offest, 2004) hal. 31

7. Scherkenbach mengatakan bahwa kualitas ditentukan oleh pelanggan, pelanggan menginginkan produk dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan harapannya pada suatu tingkat harga tertentu yang menunjukkan nilai produk tersebut.³

Istilah kualitas memang tidak terlepas dari manajemen kualitas yang mempelajari setiap era dari manajemen operasi dari perencanaan lini produk dan fasilitas, sampai penjadwalan dan memonitor hasil. Kualitas merupakan bagian dari semua fungsi usaha yang lain (pemasaran, sumber daya manusia, keuangan dan lain-lain). Dalam kenyataannya, penyelidikan kualitas adalah suatu penyebab umum yang alamiah untuk mempersatukan fungsi-fungsi usaha.

Selain itu, kualitas memerlukan suatu proses perbaikan yang terus menerus, yang dapat diukur, baik secara individual, organisasi, korporasi dan tujuan kinerja nasional. Dukungan manajemen, karyawan dan pemerintah untuk perbaikan kualitas adalah penting bagi kemampuan berkompetisi secara efektif di pasar global. Perbaikan kualitas lebih dari suatu strategi usaha, melainkan merupakan sumber penting kebanggaan nasional. Komitmen terhadap kualitas merupakan suatu

³ Ariani Dorothea Wahu, *Pengendalian Kualitas Statistik (Pendekatan Kuantitatif dalam Manajemen Kualitas)*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2004) hal. 31

sikap yang diformulasikan dan didemonstrasikan dalam setiap lingkup kegiatan dan kehidupan, serta mempunyai karakteristik hubungan yang paling dekat dengan anggota masyarakat.

Konsep kualitas harus bersifat menyeluruh, baik produk maupun prosesnya. Kualitas produk meliputi kualitas bahan baku dan barang jadi, sedangkan kualitas proses meliputi kualitas segala sesuatu yang berhubungan dengan proses produksi perusahaan manufaktur dan proses penyediaan jasa atau pelayanan bagi perusahaan jasa. Kualitas harus dibangun sejak awal, dari penerimaan input hingga perusahaan menghasilkan output bagi pelanggannya. Setiap tahapan dalam proses produksi maupun proses penyediaan jasa atau pelayanan juga harus berorientasi pada kualitas tersebut. Hal ini disebabkan setiap tahapan proses mempunyai pelanggan. Hal ini berarti bahwa pelanggan suatu proses adalah proses selanjutnya dan pemasok suatu proses merupakan proses sebelumnya.⁴

B. Pengertian Pelayanan

Pelayanan menurut bahasa adalah sebagai suatu usaha untuk membantu menyiapkan atau mengurus apa yang

⁴ Ariani Dorothea Wahu, *Pengendalian Kualitas Statistik (Pendekatan Kuantitatif dalam Manajemen Kualitas)*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2004) hal. 35

diperlukan orang lain. Sedangkan menurut Moenir (2010 : 26) pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor materi melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya. Pelayanan hakikatnya adalah serangkaian kegiatan, karena itu pelayanan merupakan sebuah proses. Sebagai proses, pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan, meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat.⁵

Sedangkan menurut Groonros (1990:27) dalam Ratminto dan Atik (2005:2) pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang di sediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan.

Berbeda dengan Supranto (2006:227) mengatakan bahwa pelayanan atau jasa merupakan suatu kinerja penampilan, tidak terwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan dari pada dimiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengonsumsi jasa tersebut.

⁵ Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa DEPDIKBUD, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1999) hal. 115

Sedangkan menurut Sampara dalam Sinambela (2011:5) pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antar seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan berbagai pendapat di atas maka peneliti mengambil kesimpulan bahwa pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seorang maupun sekelompok orang untuk memenuhi kebutuhan orang lain sesuai dengan prosedur dan sistem yang telah ditetapkan sebelumnya.⁶

C. *Frontliner (Customer Service, Teller)*

1. *Customer Service*

Dalam ilmu manajemen *Customer Service* dapat di katakan sebagai ilmu dan dapat juga di katakan sebagai seni. Dikatakan sebagai ilmu karena *Customer Service* termasuk dalam bagian pemasaran dan lebih dekat kepada penjualan dan *Customer Service* dapat dipelajari, di ajarkan dan di praktikan. Sedangkan *Customer Service* di katakan sebagai seni di karenakan Customer Service sangat membutuhkan unsur kreativitas, inisiatif dan ketrampilan dalam berhubungan atau berkomunikasi dengan orang lain.

⁶ Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2002) hal. 17

Jadi, *Customer Service* adalah ilmu dan seni tentang melayani pelanggan sebagai ujung tombak perusahaan yang berada di garis paling depan dan bertugas melayani pelanggan atau nasabah pada suatu perusahaan atau bank.⁷

Tugas dan fungsi bagian *Customer Service* adalah sebagai berikut:

- a. Melayani pelanggan atau nasabah dalam memberikan informasi kepada nasabah tentang produk-produk, jasa dan persyaratan-persyaratan yang terkandung dari setiap jenis produk bank.
- b. Melaksanakan tahapan awal administrasi dalam pembukuan rekening.
- c. Memelihara hubungan yang baik dengan pelanggan atau nasabah dalam pemberian informasi.
- d. Memberikan informasi produk-produk dan jasa bank kepada calon nasabah.⁸

Peraturan dasar yang harus di miliki oleh *Customer Service* yaitu:

- a. Busana rapih dan murah senyum.
- b. *Customer Service* sebagai perwakilan perusahaan, di haruskan untuk menjaga sikap.

⁷ Abdul Majid, Soharto, *Customer Service dalam Bisnis Jasa Transportasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2009) hal. 55

⁸ Afiff, Faisal, dkk, *Strategi dan Operasional Bank* (Bandung: PT. ERESKO,1996) hal. 29

- c. Memberikan ekspresi wajah terpercaya.
- d. Menyambut pelanggan atau nasabah dengan sopan dan hangat.
- e. Selalu mendengarkan dengan baik apa yang di katakan pelanggan.
- f. Memperlakukan pelanggan atau nasabah hormat dan sopan.
- g. Memperhatikan bahasa tubuh yang baik.
- h. Berbicara secara jelas teratur dan baik.
- i. Meja kerja, counter dan ruangan harus bersih dan rapih.
- j. Menguasai pengetahuan tentang pekerjaan dan produk-produk bank dengan baik.⁹

2. Teller

Sistem *Teller* adalah suatu rangkaian kerja pelayanan kepada nasabah di *counter* yang sebagian besar dari proses kerjanya di selesaikan sendiri oleh *teller* yang bersangkutan tanpa melalui prosedur kerja yang biasanya di tempuh dalam sistem kasir. *Teller* adalah karyawan bank yang bertanggung jawab terhadap lalu lintas uang tunai.

Teller di sebut juga kuasa terbatas karena dalam jumlah uang terbatas karyawan bank tersebut dapat bertindak secara langsung untuk melakukan transaksi.

⁹ Abdul Majid, Soharto, *Customer Service dalam Bisnis Jasa Transportasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2009) hal. 62-63

Dalam pelaksanaannya, sistem *teller* di tunjang oleh sistem manual dan sistem komputer yang menyebabkan pekerjaan *teller* semai kn cepat karena beberapa informasi dapat di sajikan oleh komputer, sehingga beberapa jenis pekerjaan dapat di lakukan dalam waktu singkat sebelum melakukan transaksi dengan nasabah.¹⁰

Berikut adalah pekerjaan *teller*, yaitu:

- 1) Memeriksa identitas nasabah (Petugas Counter).
- 2) Meneliti keabsahan tanda tangan dan warkat (Petugas *Specimen*).
- 3) Mengesahkan tanda terima setoran dalam batas wewnangnya (Pejabat Kas).
- 4) Membayar dan menerima uang tunai (Kasir).
- 5) Menerima setoran warkat bank sendiri dan warkat bank lain (Petugas Counter).
- 6) Mencatat penerimaan dan pengeluaran tunai dan non tunai.

Dalam melaksanakan sistem *teller* terdapat etika dan peraturan *teller*, yaitu:

- 1) Penampilan

Sebaiknya *teller* menggunakan seragam sehingga ada kesan satu kesatuan dan merupakan ciri khas dari bank yang bersangkutan.

¹⁰ Afiff, Faisal, dkk, *Strategi dan Operasional Bank*, (Bandung: PT. ERESKO,1996) hal. 30

- 2) Kepribadian yang menarik
Sikap atau pembawaan yang ramah, hormat dan bersahabat terhadap nasabah merupakan keharusan bagi *teller*.
- 3) Pelayanan yang cepat dan Tepat, menghindarkan nasabah menunggu terlalu lama.
- 4) Menjaga kerahasiaan bank dan kerahasiaan nasabah.
- 5) *Teller* tidak dibenarkan makan, membawa tas, menggantungkan baju dalam ruangan *teller*.

Setiap *teller* hanya melayani transaksi di counter, bila pelayanan tidak dapat diterima di counter maka harus mendapatkan izin dari *teller* kepala.¹¹

¹¹ Afiff, Faisal, dkk, *Strategi dan Operasional Bank*, (Bandung: PT. ERESKO, 1996) hal. 31