

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Bank lembaga perniagaan di bawah pengawasan negara yang menyediakan pelayanan keuangan, dimulai dari uang logam, uang kertas atau tabungan, yang menerima pendepositoan atau penyimpanan uang, meminjamkan uang dan pengolahan transaksi-transaksi. Sebuah bank perniagaan menerima setoran-setoran dari para nasabah dan hingga sebaliknya membuat pinjaman-pinjaman yang berasal dari setoran-setoran nasabah. Pada umumnya setiap bank menawarkan pelayanan keuangan tambahan untuk mendapatkan keuntungan, seperti: menjual jenis-jenis asuransi, jenis-jenis investasi atau saham dan pengkreditan ([www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)).

Setiap bank perniagaan yang telah memiliki hak untuk beroperasi, memiliki kewenangan untuk mengatur dan memberikan layanan perbankan dengan cara yang benar, khususnya dalam menerima setoran-setoran dari nasabah dan penyaluran kredit. Selain itu, bank juga merupakan institusi keuangan yang menyediakan pilihan pelayanan-pelayanan perbankan tanpa harus menyesuaikan dengan definisi bank yang sah ([www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)).

Bank swasta "X" merupakan salah satu bank komersial utama di Indonesia. Didirikan pada tahun 1971 dan mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Jakarta (BEJ) tahun 1982 sebagai bank *go public* pertama di Indonesia. Sejak bulan Desember 2005, bank "X" tercatat sebagai bank ke-7 terbesar di Indonesia dari segi total aset yang sebesar Rp 36,9 triliun, sedangkan dari segi permodalan

tercatat sebagai bank ke-5 terbesar yaitu sebesar Rp 5,7 triliun dan CAR 28,7%. Bank “X” memiliki jaringan usaha 250 kantor di berbagai kota besar di Indonesia dan lebih dari 10.000 ATM ALTO dan jaringan ATM BERSAMA, *Internet Banking*, *Mobile Banking* dan juga *Phone Banking* dan *Call Centre* serta *Debit Card* bekerja sama dengan *MasterCard*, *Cirrus* dan *Maestro* yang dapat diakses secara internasional. Hal tersebut dikarenakan bank “X” memiliki misi untuk menjadi salah satu bank utama yang unggul dalam produk jasa konsumen dan komersial (*profile bank ”X”*).

Menurut HRD bank “X”, bank “X” memiliki beberapa strategi guna menjalankan misinya, yaitu lebih memperhatikan bagian-bagian *customers* sehingga menjadi bank pilihan yang dapat memberikan penawaran yang memuaskan kebutuhan jasa keuangan nasabah, *products* yaitu menyediakan produk jasa terbaik di industri keuangan yang dikembangkan berdasarkan prinsip mengedepankan kebutuhan nasabah, *distribution* yaitu jaringan pelayanan yang luas dan mencakup berbagai pilihan layanan elektronik, *efficiency* yaitu meningkatkan proses transaksi yang *real time* bagi nasabah untuk memastikan efisiensi dan cepat tanggap, *staff* dan *shareholders* yaitu mengedepankan terciptanya budaya perusahaan dan meningkatkan kemampuan guna meraih pertumbuhan usaha dan kinerja keuangan yang berkelanjutan. Salah satu yang menjadi strategi utamanya adalah bagian *customers* yang memiliki fokus layanan nasabah, memahami kebutuhan nasabah, dan memberikan serangkaian pelayanan bermakna sehingga dibutuhkan karyawan bagian *customer service* yang terampil untuk membentuk, membina dan memelihara hubungan yang baik nasabah dengan bank yang bersangkutan.

*Customer service* merupakan posisi yang sangat vital dalam suatu perusahaan produsen barang dan jasa, terutama mereka yang menggunakan strategi *customer driven company* (Wibowo, dkk. 2000). *Customers service* bank pada umumnya bekerja mewakili beberapa jabatan yang berbeda-beda dan memberikan pelayanan, mulai yang bersifat umum hingga layanan spesialisasi. Meskipun demikian, tujuan semua layanan itu adalah sama yaitu membentuk dan memelihara hubungan yang baik dengan nasabah guna pencapaian target perusahaan secara menyeluruh. Beberapa pekerjaan di bagian depan bank disebut sebagai *bank tellers*, yang bertugas melayani setiap nasabah yang masuk ke bank dan menjawab setiap pertanyaan yang diajukan nasabah melalui telepon, menyelesaikan masalah-masalah layanan perbankan yang relatif sederhana, dan melakukan tugas-tugas dasar rutin seperti membuka dan menutup tabungan. Bagian *customers service* lain atau yang biasa disebut *personal bankers*, bekerja di belakang meja atau menempati ruangan yang bertugas menjawab pertanyaan-pertanyaan dan masalah layanan perbankan tertentu yang lebih rumit, diantaranya membantu nasabah untuk memilih dan mengajukan kredit pinjaman, membuka deposito, mengganti kartu kredit yang hilang, dan memperoleh sertifikat dari deposit ([www.careerprospects.org](http://www.careerprospects.org)).

*Customers service* bank “X” dinamakan *customer service officer* yang bertugas membantu nasabah dalam kegiatan *non financial* seperti menyediakan layanan simpanan (tabungan, tabanas, deposito, giro), pinjaman (KPM, KPR, KSG, KSP), layanan elektronik (ATM, *call*, *mobile*, internet) dan layanan lainnya (SBD, KUDN, *travelers*). Untuk menunjang tugas tersebut, maka diperlukan beberapa kemampuan dasar, yaitu kemampuan bahasa ekspresif dan reseptif guna

membentuk hubungan yang sehat dengan nasabah sehingga dapat membangun kepercayaan nasabah secara menyeluruh. Beberapa tambahan yang dapat juga dijadikan acuan seorang *customer service* yang baik saat bekerja adalah, seorang *customer service* harus mengetahui dan memahami profil bank “X” tempatnya bekerja, sehingga dapat mempresentasikan pelayanan perbankan dengan penuh keyakinan diri serta dapat menjawab setiap pertanyaan dan keluhan-keluhan nasabah seputar tabungan, kartu kredit dan pelayanan lainnya. Selain itu, seorang *customer service* diharapkan memiliki perilaku positif seperti sifat mandiri dan inisiatif agar dapat memecahkan setiap masalah yang dihadapinya dan juga dapat mengambil keputusan dengan baik ( Manajer HRD bank “X”).

Berdasarkan paparan di atas tugas-tugas seorang *customer service* tidak dapat dikatakan sederhana dan karenanya memerlukan beberapa kemampuan yang dipersyaratkan untuk menjalankan tugasnya. Seorang *customer service* harus memahami dan dapat mempromosikan semua layanan yang ditawarkan bank tersebut. Selain itu, seorang *customer service* harus bersedia bekerja keras melayani nasabah-nasabahnya dengan penuh kesabaran, termasuk menjawab setiap pertanyaan-pertanyaan yang diajukan, masalah-masalah yang dihadapi para nasabah, dan memberikan pelayanan dengan memberikan perhatian yang besar terhadap kebutuhan nasabah. Berdasarkan tuntutan-tuntutan di atas, maka akan terlihat bahwa seorang *customer service* memerlukan keinginan dan penghayatan seutuhnya dari dalam dirinya untuk terus menggali kemampuannya dalam usaha untuk membina hubungan yang baik dengan para nasabah-nasabah bank sehingga para nasabah dapat tetap setia terhadap bank tersebut.

Gambaran ideal yang diharapkan dari seorang *customer service* dalam melakukan pekerjaannya, pada kenyataannya masih sulit ditemukan. Semua gambaran di atas dapat terwujud hanya apabila seorang *customer service* mengetahui esensi pekerjaannya secara utuh bukan hanya alakadarnya, menyukai aktivitas yang dilakukannya dan menghargai segala tuntutan dalam pekerjaannya sebagai *customer service*. Tidak sedikit orang yang ingin mendapatkan pekerjaan sebagai *customer service* karena menilai pekerjaan tersebut menantang, baik dalam segi tugas-tugas yang harus dikuasai maupun dalam melayani setiap nasabah. Tidak sedikit pula *customer service* yang bekerja asal-asalan, tidak terlalu memedulikan bagaimana cara menghadapi setiap nasabah yang berbeda-beda karaktersitiknya, bahkan ada yang sebetulnya merasa kurang cocok dan kurang menyenangkan pekerjaannya. Adapun *customer service* yang merasa cocok dengan pekerjaannya adalah mereka yang menilai karakteristik pekerjaannya sesuai dengan kepribadiannya ([www.careerprospects.org](http://www.careerprospects.org)).

William Moulton Marston (1944), membagi tipe dasar kepribadian ke dalam empat kategori, yaitu tipe-tipe tersebut adalah tipe kepribadian *Dominance*, *influence*, *steadiness* dan *compliance*. *Dominance* mengukur bagaimana seseorang memecahkan masalah dan merespon tantangan. *Influence* mengukur bagaimana seseorang mencoba untuk mempersuasi atau mempengaruhi orang. *Steadiness* mengukur kecepatan ritme seseorang didalam melaksanakan aktivitas dan tanggung jawabnya. *Compliance* mengukur bagaimana seseorang merespon terhadap aturan dan regulasi yang dibuat oleh orang lain.

Marston membedakan tingkah laku seseorang melalui dua sudut pandang, yaitu dari tanggapan aktif dan tanggapan pasif. Seseorang dengan tipe

kepribadian *Dominance* akan menghasilkan tingkah laku aktif pada lingkungan yang menantang (antagonis). *Customer service* yang memiliki tipe kepribadian *Dominance* akan mudah marah dan cenderung memaksakan pendapatnya apabila menghadapi nasabah yang mengajukan keluhan padanya. *Influence* akan menghasilkan tingkah laku aktif di dalam lingkungan yang disukainya. *Customer service* yang memiliki tipe kepribadian *Influence* memiliki kemampuan bahasa ekspresif sehingga akan mudah dalam mempromosikan semua layanan yang ditawarkan bank tersebut. *Steadiness* akan menghasilkan tingkah laku pasif pada lingkungan yang disukainya. *Customer service* yang memiliki tipe kepribadian *Steadiness* merupakan seseorang yang lembut dan menyukai hubungan interpersonal, sehingga dalam melayani setiap keluhan nasabah karyawan ini akan menjadi seorang pendengar yang baik. *Compliance* akan menghasilkan tingkah laku pasif pada lingkungan yang menantang (antagonis). *Customer service* dengan tipe kepribadian *Compliance* akan menjadi pasif bahkan takut apabila menghadapi nasabah yang mengajukan keluhan dengan nada tinggi (Marston, 1944).

Pada dasarnya setiap individu tidak ada yang murni tergolong dalam satu kategori tipe kepribadian sebagaimana terpapar di atas. Melainkan, pada umumnya seseorang akan mempunyai dua tipe kepribadian yang saling mempengaruhi, dengan dominansi pada salah satu tipe. Meskipun banyak faktor yang memengaruhi kecocokan dengan tuntutan tugasnya namun peneliti ingin mrfokuskannya pada tipe kepribadian. Artinya tatkala seorang individu merasa bahwa kepribadiannya cocok dengan tuntutan bidang pekerjaan yang ditekuninya maka orang bersangkutan tersebut merasa bahwa kepribadiannya memang cocok

dengan bidang pekerjaan yang dilakukannya, maka orang tersebut akan dapat menikmati segala bentuk tuntutan pekerjaannya.

Berdasarkan survei awal yang dilakukan terhadap 10 orang *customer service* bank swasta “X” Bandung, diketahui bahwa sebanyak 7 orang *customer service* atau sekitar (70%) *customer service* dirinya merasa memiliki tipe kepribadian sesuai dengan tuntutan pekerjaannya sebagai seorang *customer service*. Kecocokan itu ditunjukkan saat *customer service* melayani para nasabahnya yaitu cenderung memberikan pelayanan termasuk ketika harus menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan, memahami masalah-masalah yang dihadapi nasabah, dan memberikan pelayanan dengan memberikan perhatian yang besar terhadap kebutuhan nasabah. Selain itu, para *customer service* ini juga dapat meyakinkan para nasabah untuk mempergunakan setiap layanan yang terdapat di bank swasta “X” Bandung. Mereka juga dapat menyelesaikan tanggung jawab mereka dengan baik dalam memberikan laporan transaksi harian. Ini menunjukkan bahwa mereka memiliki tipe kepribadian yang sesuai dengan tuntutan pekerjaannya sebagai *customer service*.

Sedangkan sebesar 30% *customer service* belum cukup sesuai dengan tuntutan pekerjaannya. Keadaan ini ditunjukkan ketika melayani para nasabah mereka tidak dapat memberikan pelayanan dengan penuh kesabaran dalam menjawab setiap keluhan yang diajukan para nasabah, misalnya tidak dapat menahan emosi ketika ada nasabah yang menyampaikan keluhannya dengan nada tinggi.

Berdasarkan fenomena di atas, peneliti menemukan berbagai variasi tipe kepribadian pada *customer service* bank swasta “X” Bandung, yang kemudian ditampilkan dalam kinerja mereka khususnya saat melayani para nasabah. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian survei untuk mengetahui tipe kepribadian pada *customer service* bank swasta “X” Bandung.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Seperti apakah tipe kepribadian *customer service* bank swasta “X” Bandung.

## **1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian**

**1.3.1 Maksud penelitian** adalah untuk memperoleh gambaran tentang tipe kepribadian *customer service* bank swasta “X” Bandung.

**1.3.2 Tujuan dari penelitian** adalah untuk mengetahui tipe kepribadian para karyawan *customer service* berdasarkan empat tipe kepribadian yaitu *Dominance, Influence, Steadiness dan Compliance* pada *customer service* bank swasta “X” Bandung.

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

### **1.4.1 Kegunaan Ilmiah**

- 1) Penelitian ini memanfaatkan kajian psikologi kepribadian dalam *setting* psikologi industri dan organisasi guna mengkaji kaitan antara tipe kepribadian dengan tugas pekerjaan *customer service*.
- 2) Penelitian ini merupakan kajian awal untuk ditindaklanjuti pada penelitian-penelitian selanjutnya.

#### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tipe kepribadiannya kepada para karyawan *customer service*, sehingga akan menjadi bahan pertimbangan dalam bekerja.
- 2) Selain itu juga diharapkan penelitian ini menjadi bahan masukan untuk rekan-rekan mahasiswa mengenai tipe kepribadian pada *customer service* bank swasta “X” Bandung, serta menjadi bahan pertimbangan bagi peneliti-peneliti selanjutnya.

#### **1.5 Kerangka Pikir**

Dunia perbankan berkembang cukup pesat akhir-akhir ini, yang terbukti dengan banyaknya bank-bank swasta yang berdiri dan membuka cabang demi memenuhi kebutuhan para nasabah. Setiap bank akan berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan yang terbaik untuk memuaskan para nasabahnya agar menjadi nasabah setia bank tersebut. *Customer service* merupakan salah satu ujung tombak dunia perbankan karena menjadi penghubung antara para nasabah dengan bank tersebut. Tidak heran bila *customer service* merupakan posisi yang sangat vital dalam suatu perusahaan produsen barang dan jasa, terutama mereka yang menggunakan strategi *customer driven company* (Wibowo, dkk. 2000).

Dengan perkembangan yang sedemikian pesatnya maka dunia perbankan membutuhkan seorang karyawan *customer service* yang berkemampuan membentuk dan memelihara hubungan yang baik dan bertanggungjawab dengan nasabah bank bersangkutan. Karyawan bagian *customer service* bertugas melayani setiap nasabah yang memasuki kantor, menjawab setiap pertanyaan yang diajukan

nasabah, menyelesaikan masalah-masalah yang berkaitan dengan layanan nasabah, dan melakukan tugas-tugas dasar rutin seperti membuka dan menutup tabungan. Idealnya, seorang karyawan *customer service* hendaknya memiliki kemampuan bahasa eksplisit dan implisit yang bermanfaat dalam membangun hubungan yang baik sehingga dapat memupuk kepercayaan nasabah terhadap produk yang ditawarkan. Seorang *customer service* juga diharapkan memiliki perilaku positif seperti memperlihatkan kemandirian dan berinisiatif agar dapat memecahkan setiap masalah yang dihadapi dan juga dapat mengambil keputusan dengan baik.

Tugas dan tanggung jawab *customers service* di bank “X” adalah menyediakan pelayanan simpanan, pinjaman dan layanan elektronik. Selain itu, seorang *customer service* diharapkan telah mengetahui dan memahami profil bank “X” tempatnya bekerja, sehingga dapat mempresentasikan pelayanan apa saja yang dapat diberikan dengan penuh keyakinan diri serta menjawab setiap pertanyaan dan keluhan-keluhan yang diajukan nasabah seputar tabungan, kartu kredit dan pelayanan lainnya. *Customer service* bank “X” diharapkan memiliki perilaku positif seperti sifat mandiri dan inisiatif agar dapat memecahkan setiap masalah yang dihadapinya dan juga dapat mengambil keputusan dengan baik (Manajer HRD, bank “X”).

Dalam DISC model, William Moulton Marston mengemukakan empat tipe kepribadian, yang selanjutnya akan mendasari bagaimana seseorang berperilaku ke lingkungannya. Empat tipe kepribadian yang dimaksud adalah *dominance*, *influence*, *steadiness*, dan *compliance*. Seseorang dengan tipe *Dominance* adalah orang yang tegas, berkuasa, kuat, berorientasi pada tugas, tidak

mudah putus asa, senang memberikan petunjuk dan memerintah orang lain. Orang dengan tipe ini dapat termotivasi oleh tanggung jawab dan prestasi. Disamping itu, orang dengan tipe ini bisa bekerja pada lingkungan pekerjaan yang berfokus terhadap masa depan atau tujuan, tidak rutin, menyukai tugas-tugas dan kegiatan yang penuh tantangan. Individu ini jarang untuk mengumpulkan fakta terlebih dahulu sebelum membuat keputusan. Apabila dikaitkan dengan lingkungan pekerjaan *customer service*, orang dengan tipe ini akan menunjukkan sikap kurang simpatik dan dingin terhadap para nasabah serta kurang menolerir kesalahan. Padahal seorang *customer service* hendaknya memiliki keinginan untuk memberi petunjuk dan mampu membuat keputusan saat berhadapan dengan nasabah.

*Tipe Influence* adalah seseorang yang dapat memotivasi orang lain dengan cara mempengaruhi dan membujuk, memiliki kemampuan komunikasi yang baik, bersahabat, ramah, intuitif, senang berteman dan takut akan penolakan dari lingkungannya. Selain itu, dapat memberi perhatian yang cukup besar terhadap orang-orang di sekitarnya. Orang dengan tipe ini dapat bekerja pada lingkungan pekerjaan yang memiliki prosedur-prosedur praktis, sedikit konflik dan perbedaan pendapat, terbebas dari aturan-aturan dan hal-hal yang detil. Selain itu, orang dengan tipe ini senang berada di tempat yang menyediakan kebebasan mengungkapkan pendapat dan sangat menyukai bekerja didalam sebuah tim. Apabila dikaitkan dengan lingkungan pekerjaan seorang *customer service*, orang dengan tipe ini akan mudah menghadapi nasabah karena senang berada diantara orang-orang, memiliki kemampuan komunikasi yang baik dan bersahabat.

*Tipe Steadiness* adalah orang yang dapat dipercaya, berorientasi pada proses, pendengar yang cukup baik, bersahabat, dapat diajak bekerja sama, dapat

menyelesaikan sesuatu yang telah dimulai orang lain. Orang tipe ini dapat bekerja pada lingkungan pekerjaan yang memiliki prosedur dan sistem yang praktis, stabil dan dapat diprediksi. Selain itu, orang dengan tipe ini cukup kesulitan untuk mengatakan tidak dan mereka lebih suka untuk tidak berargumen dan berdamai dalam hampir setiap kesempatan, serta orang dengan tipe ini harus bekerja dalam kelompok. Apabila dikaitkan dengan lingkungan pekerjaan seorang *customer service*, orang dengan tipe ini mau mendengarkan setiap keluhan yang diajukan nasabah dan mampu menyembunyikan emosinya Sehingga cukup sesuai dengan pekerjaan sebagai *customer service*.

*Tipe Compliance* adalah orang yang bersungguh-sungguh, memiliki rasa keingintahuan yang besar, memutuskan sesuatu berdasarkan fakta dan kenyataan yang ada serta menganalisisnya secara logis, perasa dan tidak berorientasi pada orang. Orang tipe ini dapat bekerja pada lingkungan kerja yang didalamnya terkandung sedikit konflik dan serta perbedaan pendapat, rutinitas dan praktis. Cara kerja individu ini sangat berfokus kepada tugas dan membutuhkan panduan didalam kerja mereka. Apabila dikaitkan dengan lingkungan pekerjaan seorang *customer service*, orang dengan tipe ini dapat memutuskan berdasarkan fakta yang ada dan mencari solusi yang kreatif dalam memecahkan masalah para nasabah. Tetapi, orang dengan tipe ini akan mengalami kesulitan dalam melakukan pekerjaan sebagai *customer service* karena terlalu banyak menghabiskan waktu hanya untuk berencana, menghindari kehadiran orang lain, dan kurang percaya diri.

Marston membedakan tingkah laku seseorang melalui dua sudut pandang, yaitu dari tanggapan aktif dan tanggapan pasif. Seseorang akan memberikan

tanggapan pasif atau aktif terhadap lingkungannya, ditentukan oleh bagaimana orang bersangkutan mempersepsi lingkungannya, apakah menyenangkan atau tidak menyenangkan (Marston, 1944). Berkaitan dengan ke empat tipe kepribadian di atas, tanggapan pasif atau tanggapan aktif yang ditampilkan seseorang dalam berperilaku ke lingkungannya itu akan mencerminkan Seseorang dengan tipe kepribadian *Dominance* akan menghasilkan tingkah laku aktif pada lingkungan yang menantang (antagonis). *Customer service* yang memiliki tipe kepribadian *Dominance* akan mudah marah dan cenderung memaksakan pendapatnya apabila menghadapi nasabah yang mengajukan keluhan padanya. *Influence* akan menghasilkan tingkah laku aktif di dalam lingkungan yang disukainya. *Customer service* yang memiliki tipe kepribadian *Influence* memiliki kemampuan bahasa ekspresif sehingga akan mudah dalam mempromosikan semua layanan yang ditawarkan bank tersebut. *Steadiness* akan menghasilkan tingkah laku pasif pada lingkungan yang disukainya. *Customer service* yang memiliki tipe kepribadian *Steadiness* merupakan seseorang yang lembut dan menyukai hubungan interpersonal, sehingga dalam melayani setiap keluhan nasabah karyawan ini akan menjadi seorang pendengar yang baik. *Compliance* akan menghasilkan tingkah laku pasif pada lingkungan yang menantang (antagonis). *Customer service* dengan tipe kepribadian *Compliance* akan menjadi pasif bahkan takut apabila menghadapi nasabah yang mengajukan keluhan dengan nada tinggi.

Pada dasarnya setiap individu tidak ada yang murni tergolong dalam satu kategori tipe kepribadian sebagaimana terpapar di atas. Melainkan, pada

umumnya seseorang akan mempunyai dua kategori tipe yang saling mempengaruhi, dengan dominasi pada salah satu tipe. Saat individu tersebut merasa bahwa kepribadiannya memang cocok dengan bidang pekerjaan yang dilakukannya, maka orang tersebut akan dapat menikmati segala bentuk tuntutan pekerjaannya.

Berdasarkan paparan di atas tipe kepribadian yang sesuai dengan *customer service* adalah seseorang dengan tipe kepribadian dominan *Steadiness* namun diwarnai oleh tipe kepribadian *Influence dan Compliance*. Seseorang dengan tipe kepribadian ini dalam bekerja akan menggunakan metode dan gaya komunikasi pribadi yang tepat untuk mendapatkan persetujuan dari orang lain terhadap ide, rencana, aktivitas, jasa atau produk yang ditawarkan. Mereka mengetahui kebutuhan konsumen, sehingga sangat peduli terhadap keluhan konsumen dan dapat mendemonstrasikan bagaimana produk atau jasa dapat menjawab kebutuhan. Dalam melayani para nasabah mereka dapat membuat argumen-argumen yang sesuai untuk kebutuhan dengan keinginan para nasabah serta mereka dapat menetralsir dan merespon secara efektif terhadap keluhan-keluhan yang diajukan para nasabah. *Customer service* ini dapat membuat laporan-laporan yang dibutuhkan atasan maupun manajemen yang sesuai dengan sistem pelaporan bank yang telah ditentukan serta melakukan pengarsipan surat berharga, rekening koran, warkat baru, ATM/PIN yang belum terambil oleh nasabah dengan baik.

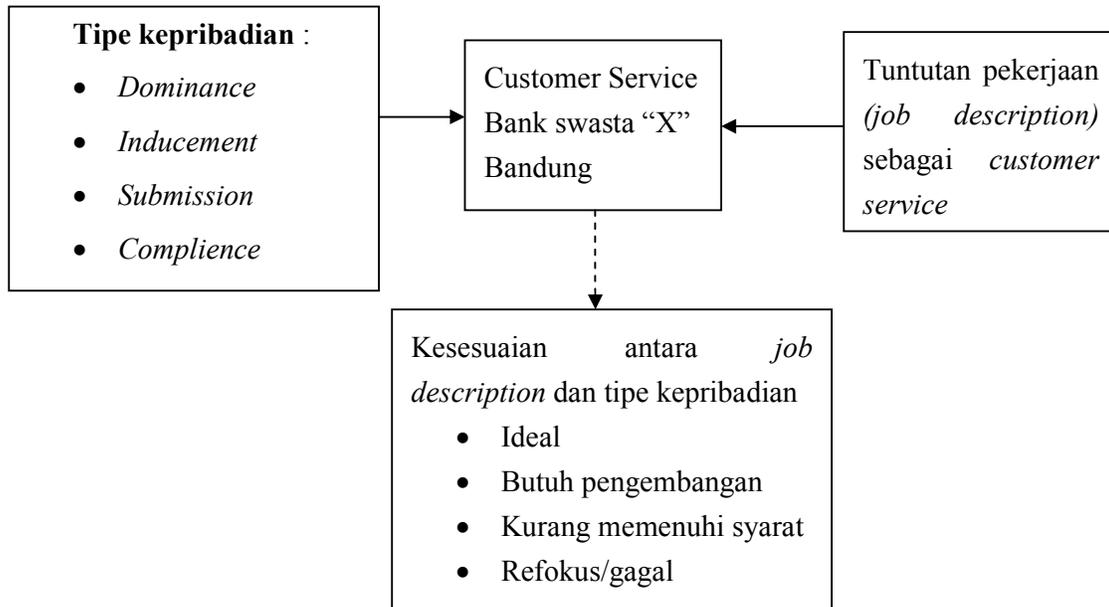
Oleh karena itu, cukup jelas terlihat bahwa menjadi seorang *customer service* cukup sulit dan memerlukan beberapa kemampuan yang tidak dimiliki oleh semua orang. Pekerjaan sebagai seorang *customer service* memerlukan keinginan, dan penghayatan seutuhnya dari dalam diri mereka untuk mau terus

menggali kemampuannya dalam usaha untuk membina hubungan yang baik dengan para nasabah-nasabah bank sehingga mereka dapat tetap setia terhadap bank tersebut.

*Customer service* bank swasta “X” Bandung yang memiliki tipe kepribadian ideal sebagai *customer service* akan menjalankan pekerjaan mereka dengan baik dan optimal. *Customer service* yang memiliki tipe kepribadian yang membutuhkan pengembangan dan kurang memenuhi syarat sebagai *customer service* dalam menjalankan pekerjaannya dengan kurang optimal. Sedangkan *customer service* yang memiliki tipe kepribadian yang refokus atau gagal sebagai *customer service* akan menjalankan pekerjaannya dengan tidak optimal.

Oleh karena itu, dengan keadaan mereka saat menghadapi setiap nasabah, serta dalam menjalankan setiap tuntutan pekerjaannya, maka *customer service* bank swasta “X” Bandung perlu tipe kepribadian yang sesuai dengan tuntutan pekerjaannya. Hal tersebut dapat membantu para *customer service* dengan tuntutan pekerjaannya sebagai *customer service* di bank swasta “X” Bandung agar dapat berfungsi secara optimal.

Untuk memperjelas konsep di atas, maka dapat diamati melalui bagan berikut ini :



### 1.6 Asumsi

- 1 Tuntutan pekerjaan sebagai *customer service* yang terdapat di bank swasta “X” Bandung membutuhkan tipe kepribadian yang sesuai dengan tuntutan pekerjaan.
- 2 Tipe-tipe kepribadian yang dipandang sesuai dengan tuntutan pekerjaannya sebagai *customer service* adalah didominasi tipe kepribadian *steadiness* dan diwarnai tipe kepribadian *influence* dan *compliance*.
- 3 *Customer service* bank swasta “X” dengan tipe kepribadian dominan *steadiness* mau mendengarkan setiap keluhan yang diajukan nasabah dan mampu mengelola perasaannya.
- 4 *Customer service* bank swasta “X” dengan tipe kepribadian dominan *influence* akan mudah menghadapi nasabah karena senang berada diantara

orang-orang, memiliki kemampuan komunikasi yang baik dan bersahabat.

- 5 *Customer service* bank swasta “X” dengan tipe kepribadian *compliance* dapat membuat laporan-laporan yang dibutuhkan atasan maupun manajemen yang sesuai dengan sistem pelaporan bank yang telah ditentukan serta melakukan pengarsipan surat berharga, rekening koran, warkat baru, ATM/PIN yang belum terambil oleh nasabah dengan baik.