

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENDEKATAN MASALAH

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Pengertian Penerapan

Sebelum masuk pada pembahasan penerapan *TERRA* dalam pelayanan *Customer Service* di PT Bank Woori Saudara Indonesia 1906, Tbk. Kantor Cabang Pembantu Manonjaya Tasikmalaya, maka harus mengetahui terlebih dahulu arti dari penerapan, berikut beberapa pengertiannya menurut para ahli.

Penerapan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berasal dari kata dasar terap, diartikan sebagai proses, cara, perbuatan menerapkan.

Sedangkan menurut Sugono (dalam Atmadja dan Sukmawati, 2017:359), penerapan berasal dari kata “terap” yang berarti menggunakan atau mempraktikkan.

Mulyadi (2015:12) mengemukakan, “Implementasi atau penerapan mengacu pada tindakan untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan dalam suatu keputusan”.

Adapun Nugroho (2017:158) menyebutkan, “Penerapan pada prinsipnya adalah cara yang dilakukan agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan”.

Menurut Nasution (2020:33), “Penerapan merupakan cara atau praktek, baik dilakukan individu maupun kelompok dalam hal untuk mencapai tujuan yang diinginkan”.

Zainal et al., (2014:149) mengemukakan, “Penerapan adalah kesanggupan seseorang untuk menerapkan atau menggunakan ide-ide umum, tata cara ataupun metode-metode, prinsip-prinsip, rumus-rumus, teori-teori, dan sebagainya, dalam situasi yang baru dan konkret”.

Penerapan bukan hanya sekedar aktivitas tetapi suatu kegiatan yang terencana untuk mencapai suatu tujuan kegiatan. Jadi dapat disimpulkan bahwa penerapan merupakan kemampuan untuk melaksanakan atau mempraktekkan sebuah teori yang telah dipelajari ke dalam situasi yang nyata untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan.

2.1.2 Bank

2.1.2.1 Pengertian Bank

Bank dikenal sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menerima simpanan giro, tabungan dan deposito. Bank juga dikenal sebagai tempat peminjaman uang bagi masyarakat yang membutuhkan. Selain itu bank juga memberikan layanan keuangan lain seperti pembayaran listrik, telepon, air, pajak dan pembayaran lainnya.

Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, yang dimaksud bank adalah “Badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya

kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.”

Menurut Kasmir (2016:24), “Bank merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang keuangan, artinya aktivitas perbankan selalu berkaitan dalam bidang keuangan. Sehingga berbicara mengenai bank tidak terlepas dari masalah keuangan”.

Sedangkan menurut Sumartik dan Hariasih (2018:10) menyebutkan:

“Bank merupakan lembaga keuangan yang mengumpulkan dana masyarakat atau menerima simpanan uang dari masyarakat yang kemudian akan disalurkan kepada masyarakat yang membutuhkan dana dalam bentuk kredit atau peminjaman uang, dan juga menerbitkan promes (*bank note*) demi meningkatkan taraf hidup masyarakat luas”.

Dalam perekonomian suatu negara bank sangat penting kedudukannya. Bank dapat mengatur sistem pembayaran dan pelaksana kebijakan pemerintah dalam bidang keuangan. Tidak hanya hanya itu bank juga penting guna membantu dalam menyediakan sumber bantuan bagi masyarakat yang membutuhkan modal.

Dari teori-teori di atas dapat disimpulkan bahwa bank merupakan lembaga keuangan yang melaksanakan kegiatan dalam menghimpun dana, kemudian menyalurkannya dalam bentuk kredit dan memberikan jasa-jasa lainnya yang berkaitan dengan transaksi keuangan

2.1.2.2 Jenis-Jenis bank

Dalam praktik perbankan di Indonesia saat ini terdapat beberapa jenis perbankan yang diatur dalam Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998. Kegiatan utama bank adalah sebagai lembaga keuangan

yang menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana tidak berbeda satu sama lainnya. Sumartik dan Hariasih (2018:16-22) menyatakan jenis-jenis bank yang ada di Indonesia antara lain:

1. Jenis-jenis Bank Berdasarkan Fungsinya

a. Bank Sentral

Bank sentral di suatu negara, pada umumnya adalah sebuah instansi yang bertanggung jawab atas kebijakan moneter di wilayah negara tersebut. Bank Sentral berusaha untuk menjaga stabilitas nilai mata uang, stabilitas sektor perbankan, dan sistem finansial secara keseluruhan. Di Indonesia, fungsi bank sentral diselenggarakan oleh Bank Indonesia. Sebagai bank sentral, BI mempunyai satu tujuan tunggal, yaitu mencapai dan memelihara kestabilan nilai rupiah. Kestabilan nilai rupiah ini mengandung dua aspek, yaitu kestabilan nilai mata uang terhadap barang dan jasa, serta kestabilan terhadap mata uang negara lain. Untuk mencapai tujuan tersebut BI didukung oleh tiga pilar yang merupakan tiga bidang tugasnya. Ketiga bidang tugas ini adalah menetapkan dan melaksanakan kebijakan moneter, mengatur dan menjaga kelancaran sistem pembayaran, serta mengatur dan mengawasi perbankan di Indonesia.

b. Bank Umum

Bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah, yang

dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Sifat jasa yang diberikan adalah umum, dalam arti dapat memberikan seluruh jasa perbankan yang ada. Begitu pula dengan wilayah operasinya dapat dilakukan di seluruh wilayah. Bank umum sering disebut bank komersial (*commercial bank*).

c. Bank Perkreditan Rakyat

Bank Perkreditan Rakyat (BPR) adalah Bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah, yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Kegiatan BPR jauh lebih sempit jika dibandingkan dengan kegiatan bank umum karena BPR dilarang menerima simpanan giro, kegiatan valas, dan perasuransian.

2. Jenis-jenis Bank Berdasarkan Kepemilikannya

a. Bank Milik Pemerintah

Bank pemerintah adalah bank yang sebagian atau seluruh sahamnya dimiliki oleh Pemerintah Indonesia.

b. Bank Milik Swasta

Bank swasta adalah bank dimana sebagian besar sahamnya dimiliki oleh swasta serta akta pendiriannya pun didirikan oleh swasta, pembagian keuntungannya juga untuk swasta. Bank swasta dibedakan menjadi 2 yaitu bank swasta nasional devisa dan bank swasta nasional non devisa.

c. Bank Milik Koperasi

Bank milik koperasi adalah bank yang kepemilikan sahamnya dimiliki oleh perusahaan yang berbadan hukum koperasi.

d. Bank Milik Campuran

Bank campuran adalah bank yang kepemilikan sahamnya bercampur antara pihak asing dan pihak swasta.

e. Bank Milik Asing

Bank jenis ini merupakan cabang dari bank yang ada di luar negeri, baik milik swasta asing atau pemerintah asing. Kepemilikannya dimiliki oleh pihak luar negeri.

3. Jenis-jenis Bank Dilihat dari Statusnya

a. Bank Devisa

Adalah bank yang dapat melaksanakan transaksi ke luar negeri atau yang berhubungan dengan mata uang asing secara keseluruhan, misalnya transfer keluar negeri, inkaso keluar negeri, *travellers cheque*, pembukaan dan pembayaran *letter of credit* dan transaksi lainnya. Persyaratan untuk menjadi bank devisa ini ditentukan oleh Bank Indonesia.

b. Bank Non Devisa

Adalah bank yang belum mempunyai izin untuk melakukan kegiatan transaksi layaknya bank devisa. Jadi, bank non devisa hanya melakukan kegiatan transaksi hanya dalam batas-batas wilayah negara yang terbatas.

4. Jenis-jenis Bank Berdasarkan Kegiatan Operasionalnya

a. Bank Konvensional

Bank Konvensional adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran secara umum berdasarkan prosedur dan ketentuan yang telah ditetapkan. Bank konvensional pada umumnya beroperasi dengan mengeluarkan produk-produk untuk menyerap dana masyarakat antara lain tabungan, simpanan deposito, simpanan giro; menyalurkan dana yang telah dihimpun dengan cara mengeluarkan kredit antara lain kredit investasi, kredit modal kerja, kredit konsumtif, kredit jangka pendek; dan pelayanan jasa keuangan antara lain kliring, inkaso, kiriman uang, *Letter of Credit*, dan jasa-jasa lainnya seperti jual beli surat berharga, *bank draft*, wali amanat, penjamin emisi, dan perdagangan efek.

b. Bank Syariah

Bank syariah adalah perbankan yang segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Berkaitan dengan bank syariah, ada dua konsep dalam hukum agama Islam, yaitu: larangan penggunaan sistem bunga, karena bunga (riba) adalah

haram hukumnya. Sebagai pengganti bunga digunakan sistem bagi hasil. Prinsip-prinsip yang berlaku pada bank syariah:

- 1) Pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharabah*).
- 2) Pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (*musyarakah*).
- 3) Prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (*murabahah*).
- 4) Pembiayaan barang modal berdasarkan sewa murni tanpa pilihan (*ijarah*).
- 5) Atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (*ijarah wa iqtina*).

5. Jenis-jenis Bank Menurut Badan Hukum

Menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/POJK.03/2021 kantor bank berbadan hukum terdiri dari:

- a. Bank Berbadan Hukum Indonesia
- b. Kantor Cabang dari Bank yang Berkedudukan di Luar Negeri (KCBLN)
- c. Kantor Perwakilan dari Bank yang Berkedudukan di Luar Negeri (KPBLN)

6. Berdasarkan Jaringan Kantor Bank

Menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/POJK.03/2021 jaringan kantor bank terdiri dari:

a. Kantor Pusat (KP)

Kantor Pusat yang selanjutnya disingkat KP adalah kantor Bank Berbadan Hukum Indonesia (BHI) yang menjadi induk dalam organisasi Bank Berbadan Hukum Indonesia (BHI) sehubungan dengan pelaksanaan, dukungan, dan koordinasi kegiatan usaha Bank Berbadan Hukum Indonesia (BHI), dengan tempat kedudukan di daerah kota atau kabupaten dalam wilayah negara Republik Indonesia yang ditentukan dalam anggaran dasar sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

b. Kantor Wilayah (Kanwil)

Kantor Wilayah yang selanjutnya disebut Kanwil adalah kantor Bank Berbadan Hukum Indonesia (BHI) yang membantu KP sehubungan dengan pelaksanaan kegiatan usaha Bank Berbadan Hukum Indonesia (BHI), serta memberikan dukungan dan koordinasi terhadap kantor Bank Berbadan Hukum Indonesia (BHI) yang berada di bawah organisasi Kanwil.

c. Kantor Cabang (KC)

Kantor Cabang yang selanjutnya disingkat KC adalah kantor Bank Berbadan Hukum Indonesia (BHI) yang melaksanakan kegiatan usaha perbankan yang secara langsung bertanggung jawab kepada KP atau kepada kantor Bank Berbadan Hukum Indonesia (BHI) lain berdasarkan struktur pengorganisasian pada

Bank Berbadan Hukum Indonesia (BHI), dengan alamat tempat usaha yang jelas tempat KC melakukan usaha.

d. Kantor Cabang Pembantu (KCP)

Kantor Cabang Pembantu yang selanjutnya disingkat KCP adalah kantor di bawah KC atau KCBLN yang membantu KC atau KCBLN melaksanakan kegiatan usaha perbankan, dengan alamat tempat usaha yang jelas tempat KCP melakukan usaha.

e. Kantor Fungsional (KF)

Kantor Fungsional yang selanjutnya disingkat KF adalah kantor Bank Berbadan Hukum Indonesia (BHI) atau KCBLN yang melaksanakan kegiatan usaha perbankan secara terbatas dalam 1 kegiatan.

f. Kantor di Luar Negeri

Kantor di Luar Negeri adalah kantor Bank Berbadan Hukum Indonesia (BHI) yang beroperasi di luar wilayah negara Republik Indonesia, dapat berupa KC, KCP, kantor perwakilan atau kantor lain yang mengikuti bentuk atau penamaan berdasarkan pengaturan di negara setempat kantor Bank Berbadan Hukum Indonesia (BHI) beroperasi.

g. Terminal Perbankan Elektronik (TPE).

Terminal Perbankan Elektronik yang selanjutnya disingkat TPE adalah layanan Bank Berbadan Hukum Indonesia (BHI) atau KCBLN berupa alat atau mesin elektronik yang dimiliki dan

disediakan untuk memberikan layanan perbankan kepada nasabah, yang ditempatkan baik di dalam maupun di luar kantor Bank.

2.1.2.3 Kegiatan Bank

Dalam melaksanakan kegiatannya bank dibedakan antara kegiatan bank umum dan bank perkreditan rakyat. Kegiatan bank umum lebih luas dari bank perkreditan rakyat. Bank umum mempunyai kebebasan untuk menentukan produknya sedangkan bank perkreditan rakyat mempunyai keterbatasan sehingga kegiatannya lebih sempit.

Menurut Kasmir (2016:38-40) kegiatan perbankan yang ada di Indonesia saat ini antara lain:

1. Kegiatan-kegiatan Bank Umum
 - a. Menghimpun dana dari masyarakat (*funding*) dalam bentuk simpanan giro, tabungan dan deposito.
 - b. Menyalurkan dana dari masyarakat (*lending*) dalam bentuk kredit investasi, kredit modal kerja dan kredit perdagangan.
 - c. Memberikan jasa-jasa lainnya (*service*) seperti transfer, inkaso, kliring, *safe deposit box*, *bank card*, *bank notes*, bank garansi, *letter of credit*, *bank draft*, *travellers cheque*, dan menerima setoran-setoran seperti pembayaran pajak, pembayaran telepon, pembayaran air dan listrik serta melayani pembayaran seperti gaji, pembayaran dividen, pembayaran kupon dan pembayaran bonus atau hadiah.

2. Kegiatan-kegiatan Bank Perkreditan Rakyat

- a. Menghimpun dana dalam bentuk simpanan tabungan, dan simpanan deposito.
- b. Menyalurkan dana dalam bentuk kredit investasi, kredit modal kerja, dan kredit perdagangan.
- c. Adapun larangan-larangan bagi bank perkreditan rakyat yaitu menerima simpanan giro, mengikuti kliring, melakukan valuta asing dan melakukan kegiatan perasuransian.

2.1.3 Pelayanan

Kesuksesan perusahaan jasa tidak terlepas dari namanya pelayanan apalagi perusahaan perbankan. Pelayanan menjadi tulang punggung dalam perusahaan perbankan, dengan pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan kepada nasabah sehingga nasabah tidak akan berpindah pada bank lain dan akan meningkatkan citra baik perusahaan.

Indrasari (2019:57) mengemukakan bahwa yang dimaksud dengan pelayanan yaitu:

“Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan atau manfaat yang diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat kepemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produksi fisik”.

Kasmir (2017:47) menyatakan “Pelayanan diartikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau sesama karyawan”. Dari teori tersebut

menyatakan bahwa kepuasan dari pelanggan dan karyawan diperoleh dari pelayanan.

Hasibuan (2015:152) memberikan penjelasan mengenai pelayanan yaitu “Pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari satu pihak kepada pihak lainnya. Pelayanan yang baik dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya”.

Berdasarkan pengertian di atas, kepuasan nasabah didapatkan dengan cara memberikan pelayanan yang baik dengan memperhatikan sikap dan etika yang baik pula.

Dari teori-teori di atas dapat diketahui bahwa pelayanan bukan suatu barang melainkan suatu proses yang tidak berwujud. Pelayanan diberikan untuk pemenuhan kebutuhan pelanggan. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh pelayanan yang diberikan sehingga pelayanan harus memperhatikan sikap, sifat dan etika yang baik.

2.1.4 Kualitas Pelayanan

2.1.4.1 Pengertian Kualitas pelayanan

Menjadi kewajiban bagi sebuah perusahaan khususnya yang bergerak dalam bidang jasa perbankan untuk memberikan kualitas pelayanan yang terbaik agar tetap dipercaya oleh nasabahnya. Kualitas pelayanan yang baik akan menimbulkan kepuasan bagi nasabah.

Mutiawati et al., (2019:7) menyatakan, “Kualitas pelayanan merupakan kemampuan pemberi layanan dalam melayani pengguna barang atau jasa”.

Arianto (2018:83) mengemukakan bahwa “Kualitas pelayanan diartikan sebagai fokus pada pemenuhan kebutuhan dan persyaratan serta ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan”.

Sedangkan menurut Lewis dan Booms (dalam Tjiptono dan Chandra, 2016:125) mendefinisikan “Kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan”.

Adapun menurut Indrasari (2019:62), “Kualitas pelayanan pada dasarnya berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan”.

Mulyapradana dan Lazulfa (2018:16) menyatakan:

“Kualitas pelayanan merupakan komponen penting yang harus diperhatikan dalam memberikan kualitas pelayanan prima. Kualitas pelayanan merupakan titik sentral bagi perusahaan karena mempengaruhi kepuasan konsumen dan kepuasan tersebut akan muncul apabila kualitas pelayanan yang diberikan dengan baik”.

Berdasarkan teori-teori di atas maka dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat kemampuan pemberi layanan untuk pemenuhan kebutuhan pelanggan sehingga memenuhi ekspektasi pelanggan.

2.1.4.2 Prinsip-Prinsip Kualitas Pelayanan

Dalam memberikan kualitas pelayanan perusahaan juga harus memiliki prinsip untuk mewujudkannya, menurut Tjiptono dan Chandra (2016:141) ada enam pokok prinsip dalam kualitas pelayanan yaitu:

1. Kepemimpinan, strategi kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen manajemen puncak. Manajemen puncak harus memimpin perusahaannya untuk meningkatkan kualitas hanya berdampak kecil terhadap perusahaannya.
2. Pendidikan, semua personil perusahaan dari manajer puncak sampai karyawan operasional harus memperoleh pendidikan mengenai kualitas. Aspek-aspek yang perlu mendapat penekanan dalam pendidikan tersebut meliputi konsep kualitas sebagai strategi bisnis, alat dan teknis implementasi strategi kualitas, dan peranan eksekutif dalam implementasi strategi kualitas.
3. Perencanaan, proses perencanaan strategi harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang dipergunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai visinya.
4. *Review*, proses *review* merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasional. Proses ini merupakan suatu mekanisme yang menjamin adanya konstan untuk mencapai tujuan kualitas.
5. Komunikasi, implementasi strategi kualitas dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi dalam perusahaan. Komunikasi

harus dilakukan oleh karyawan, pelanggan, dan *stakeholder* perusahaan lainnya. Seperti pemasok, pemegang saham, pemerintah, masyarakat umum, dan lain-lain.

6. Penghargaan dan pengakuan, penghargaan dan pengakuan merupakan aspek yang penting dalam implementasi strategi kualitas. Setiap karyawan yang berprestasi baik perlu diberikan penghargaan dan prestasinya tersebut diakui. Dengan demikian dapat meningkatkan motivasi, moral kerja, rasa bangga, rasa kepemilikan setiap orang dalam organisasi, yang pada akhirnya dapat memberikan kontribusi besar bagi perusahaan dan bagi pelanggan yang dilayani.

2.1.5 Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Ban dan Kim (2019) (dalam Chandra et, al., 2020:12) “Kualitas pelayanan dikelompokkan dalam 5 dimensi yaitu *tangible*, *empathy*, *responsiveness*, *reliability*, dan *assurance*”, yang sering disingkat dengan dimensi *TERRA*. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan perlu terlebih dahulu mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan produsen kepada pelanggannya.

Tjiptono dan Chandra (2016:158) mengemukakan, dimensi kualitas pelayanan merupakan hasil hasil penelitian dari Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1985) yang sebelumnya berhasil mengidentifikasi sepuluh dimensi yaitu *access*, *communication*, *competence*, *courtesy*, *credibility*, *reliability*, *responsiveness*, *security*, *understanding* dan *tangible*. Namun

setelah melakukan kembali penelitian terdapat beberapa kesamaan dalam dimensi tersebut, diantaranya *access*, *communication*, dan *understanding* diintegrasikan menjadi *empathy*. Sedangkan *competence*, *courtesy*, *credibility*, dan *security* disatukan menjadi *assurance*. Sehingga disederhanakan menjadi lima dimensi.

Menurut Parasuraman (dalam Chandra et al., 2020:68-69), “Konsep kualitas pelayanan yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan ditentukan oleh lima unsur yang biasa dikenal istilah kualitas *RATER* atau *TERRA* (*responsiveness*, *assurance*, *tangible*, *empathy* dan *reliability*)”.

Inti dari konsep kualitas pelayanan adalah menunjukkan segala bentuk aktualisasi kegiatan pelayanan yang memuaskan orang-orang yang menerima sesuai dengan daya tanggap (*responsiveness*), menumbuhkan adanya jaminan (*assurance*), menunjukkan bukti fisik (*tangible*) yang dapat dilihatnya, menurut empati (*empathy*) dari orang-orang yang memberikan pelayanan sesuai dengan keandalannya (*reliability*) menjalankan tugas pelayanan yang diberikan secara konsekuen untuk memuaskan yang menerima pelayanan.

Aktualisasi dimensi *RATER* atau *TERRA* ini banyak diterapkan pada organisasi-organisasi kerja untuk dijadikan acuan dalam melakukan pelayanan. Dimensi ini diterapkan dalam penerapan kualitas pelayanan pegawai bank untuk dapat meningkatkan prestasi kerjanya.

Menurut Lumpiyoadi dan Hamdani (dalam Indrasari, 2019:64) terdapat beberapa dimensi atau atribut yang perlu diperhatikan dalam kualitas layanan yaitu:

1. *Tangible* (bukti fisik)

Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

2. *Empathy* (empati)

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.

3. *Responsiveness* (ketanggapan)

Suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.

4. *Reliability* (kehandalan)

Kemampuan 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.

5. *Assurance* (jaminan dan kepastian)

Yaitu pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai untuk menumbuhkan rasa percaya kepada pelanggan pada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).

Sedangkan menurut Tjiptono (2017:137) ada lima dimensi utama kualitas pelayanan yang digunakan untuk menilai atau menentukan kualitas pelayanan. Kelima dimensi tersebut yaitu:

1. *Tangible* (bukti fisik)

Dalam *tangible* ini berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan serta penampilan karyawan.

2. *Empathy* (empati)

Berarti perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasional yang nyaman.

3. *Responsiveness* (daya tanggap)

Daya tanggap ini berkenaan dengan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka,

serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.

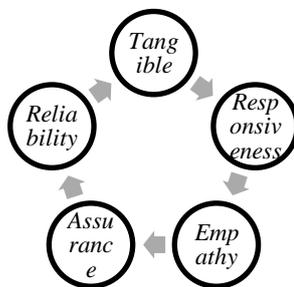
4. *Reliability* (kehandalan)

Kehandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.

5. *Assurance* (jaminan)

Jaminan ini merupakan perilaku karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.

Setiap kelima dimensi tersebut saling berkaitan. Hal ini digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1

Dimensi Kualitas Pelayanan

Sumber : Suparman HL et al., 2019

2.1.6 *Customer Service*

2.1.6.1 *Pengertian Customer Service*

Dalam rangka meningkatkan citra perusahaan lembaga keuangan khususnya bank perlu mempersiapkan karyawan yang kompeten dalam menangani kebutuhan dan keinginan nasabah. Karyawan yang diharapkan dapat melayani kebutuhan serta keinginan nasabah di perusahaan perbankan sering disebut *Customer Service*. Lalu apa pengertian dari *Customer Service* pada bank? Berikut beberapa pengertian *Customer Service*.

Kasmir (2017:250) menyebutkan bahwa “*Customer Service* adalah seseorang yang ditugaskan untuk memberikan pelayanan dalam bidang pembukaan rekening, penutupan rekening, menerima dan menyelesaikan berbagai keluhan nasabah sehingga nasabah merasa puas”.

Sedangkan menurut Ikatan Bankir Indonesia (2014:64) mengemukakan bahwa “*Customer Service* merupakan suatu unit dari organisasi yang berada di *front office* yang berfungsi sebagai sumber informasi dan perantara bagi bank dan nasabah yang ingin mendapatkan jasa-jasa pelayanan maupun produk bank”.

Menurut Rusydi (2017:2) “*Customer Service* adalah salah satu upaya memberi layanan kepada pelanggan sesuai dengan kontrak yang telah disepakati”.

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa *Customer Service* adalah seseorang yang ditugaskan untuk memberikan pelayanan

kepada pelanggan hingga memenuhi kebutuhan pelanggan dan menghasilkan kepuasan pelanggan.

2.1.6.2 Peran *Customer Service*

Customer Service memegang peranan sangat penting bagi lembaga perbankan. Dalam dunia perbankan *Customer Service* diberi tugas untuk memberikan pelayanan dan membina hubungan baik dengan masyarakat. *Customer Service* harus bisa menarik calon nasabah agar menjadi nasabah bank dan berusaha menjaga loyalitas nasabah lama.

Menurut Kasmir (2017:251) untuk menjalankan kegiatannya *Customer Service* diberikan peran sebagai berikut:

1. Berusaha mempertahankan nasabah

Agar nasabah lama tetap setia menjadi nasabahnya dan tidak lari ke bank lain. Nasabah lama juga dipengaruhi untuk menambah jumlah transaksinya. Mempertahankan nasabah lama melalui pelayanan yang lebih baik dan pembinaan hubungan yang lebih akrab dengan nasabah.

2. Berusaha mendapat nasabah baru

Customer Service harus mampu melakukan pendekatan dan meyakinkan nasabah baru tentang kualitas produk yang ditawarkan tunjukan layanan terbaik sehingga nasabah merasa yakin dan memutuskan menjadi nasabah baru.

2.1.6.3 Fungsi *Customer Service*

Sebagai seorang *Customer Service* tentu telah ditentukan tugas dan fungsi yang harus diembannya. Berikut fungsi *Customer Service* menurut Kasmir (2017:252):

1. Sebagai Resepsionis

Seorang *Customer Service* berfungsi sebagai penerima tamu yang datang ke bank, menerima tamu maksudnya menerima nasabah yang berurusan dengan bank. Fungsinya dalam hal ini melayani pertanyaan yang diajukan nasabah dan memberikan informasi yang diinginkan selengkap mungkin. *Customer Service* harus bersikap ramah tamah, sopan dan menyenangkan.

2. Sebagai *Deskman*

Seorang *Customer Service* berfungsi sebagai orang yang melayani berbagai macam aplikasi yang diajukan nasabah atau calon nasabah. Artinya jika nasabah sudah memperoleh informasi secara lengkap kemudian bermaksud melakukan transaksi, maka petugas *Customer Service* melayani nasabah untuk mengisi berbagai aplikasi seperti formulir, slip atau lainnya. Pelayanan yang diberikan termasuk arahan dan petunjuk cara-cara pengisian aplikasi tersebut hingga tuntas serta prosedur transaksi yang diinginkan.

3. Sebagai *Salesman*

Customer Service berfungsi sebagai orang menjual produk bank sekaligus sebagai pelaksana *cross selling*. Menjual produk artinya

menawarkan produk kepada setiap calon nasabah yang datang ke bank dalam hal ini *Customer Service* harus pandai merayu dan meyakinkan nasabah hingga jadi membeli produk yang ditawarkan.

4. Sebagai *Customer Relation Officer*

Berfungsi sebagai orang yang membina hubungan baik dengan seluruh nasabah, termasuk merayu atau membujuk agar nasabah tetap bertahan tidak lari dari lembaga keuangan yang bersangkutan. Fungsi ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, misalnya komunikasi melalui telepon atau berbicara secara langsung.

5. Sebagai Komunikator

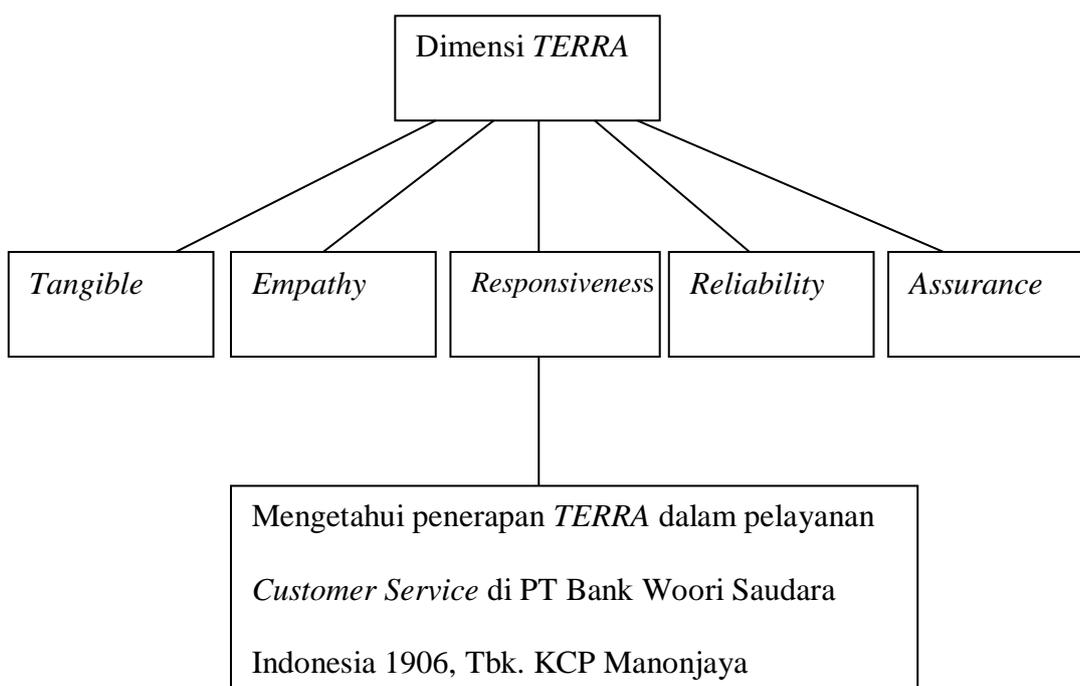
Customer Service berfungsi sebagai orang yang menghubungi nasabah dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungannya antara bank dengan nasabah, juga sebagai penyambung lidah antara kepentingan bank dengan nasabahnya.

2.2 Pendekatan Masalah

PT Bank Woori Saudara Indonesia 1906, Tbk. Kantor Cabang Pembantu Manonjaya merupakan perusahaan jasa yang tentunya berhubungan langsung dengan nasabah. Melalui pelayanan yang dilakukan oleh *Customer Service*, bank dapat berkomunikasi langsung dengan nasabah. Untuk mendapatkan kepuasan nasabah *Customer Service* harus menerapkan kualitas pelayanan yang baik agar semua kebutuhan dan keinginan pelanggan terpenuhi.

Dalam memberikan kualitas pelayanan seringkali *Customer Service* menemukan hambatan dalam pelaksanaannya. Baik itu berupa hambatan internal yang berasal dari bank itu sendiri maupun hambatan eksternal berupa hambatan dari nasabah. Maka dari itu penulis melakukan penelitian tentang penerapan *TERRA* dalam pelayanan *Customer Service* di PT Bank Woori Saudara Indonesia 1906, Tbk. Kantor Cabang Pembantu Manonjaya.

Adapun skema pendekatan masalah dalam penulisan ini adalah:



Gambar 2.2

Skema Pendekatan Masalah

Sumber : Data Diolah oleh Penulis, 2023