

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENDEKATAN MASALAH

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Bank

2.1.1.1 Pengertian Bank

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 mengenai perbankan, Bank disebutkan sebagai “Badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan Kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.”

Menurut Kasmir (2014:3) bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit 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.

Kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana merupakan kegiatan pokok bank sedangkan memberikan jasa bank lainnya hanya kegiatan pendukung. Kegiatan menghimpun dana, berupa mengumpulkan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan giro, tabungan, dan deposito. Biasanya sambil diberikan balas jasa yang menarik seperti, bunga dan hadiah sebagai rangsangan bagi masyarakat. Kegiatan menyalurkan dana, berupa pemberian pinjaman kepada masyarakat. Sedangkan jasa-jasa perbankan lainnya diberikan untuk mendukung kelancaran

kegiatan umum tersebut.

Dari pengertian bank menurut Undang-Undang dan para ahli di atas, maka dapat disimpulkan bahwa bank adalah sebuah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk kredit dan atau berupa mengumpulkan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan giro, tabungan, dan deposito serta memberikan jasa bank lainnya.

2.1.1.2 Kegiatan Bank Umum

Indonesia banyak ditemukan bank umum atau sering disebut bank komersial. Bank umum merupakan bank yang mempunyai berbagai macam keunggulan, baik dalam hal pelayanan atau jangkauan wilayah operasi. Selain itu, bank umum juga melayani pemberian jasa terlengkap yang dapat beroperasi di wilayah Indonesia. Kegiatan bank umum menurut Kasmir 2014: (33-40) diantaranya:

1. Menghimpun dana (*funding*)

Funding atau kegiatan menghimpun dana dengan membeli dana dari masyarakat, biasanya dalam bentuk simpanan. Berikut jenis-jenis simpanan yang ditawarkan

- a) Simpanan Giro

Simpanan giro adalah simpanan yang proses penarikannya menggunakan cek atau bilyet. Pemegang simpanan giro berbeda di setiap perusahaan. Jasa giro merupakan dana rendah bagi sebuah bank, sebab rendahnya tingkat bunga yang diberikan kepada nasabah dibandingkan dengan jenis simpanan lainnya.

b) Simpanan Tabungan (*Saving Deposit*)

Simpanan tabungan adalah simpanan yang proses penarikannya sesuai dengan syarat yang diberlakukan oleh bank. Penarikan dapat dilakukan dengan buku tabungan, slip penarikan dan Anjungan Tunai Mandiri (ATM). Pemegang tabungan akan mendapatkan bunga, besarnya bunga bergantung pada bank yang bersangkutan. Simpanan tabungan memberikan bunga yang lebih besar dibandingkan jasa giro.

c) Simpanan Deposito

Simpanan yang memiliki jangka waktu atau tempo. Penarikan sesuai dengan jangka waktu yang ditetapkan. Namun, sekarang fasilitas deposito dapat melakukan penarikan setiap saat. Jenis deposito terdiri dari deposito berjangka, sertifikat deposito dan *deposito on call*.

2. Menyalurkan Dana (*Lending*)

Kegiatan yang dilakukan dengan cara menjual dana dari masyarakat disebut dengan *lending*. Menyalurkan dana dari bank melalui pemberian pinjaman kepada masyarakat bisa disebut kredit. Kredit memiliki beragam jenis dan bermacam tingkat suku bunga yang ditawarkan. Sebelum mengajukan kredit nasabah melalui proses penilaian layak atau tidaknya mengajukan pinjaman.

Jenis-Jenis kredit diantaranya sebagai berikut:

a) Kredit Investasi

Adalah kredit yang diberikan pada pengusaha yang menanamkan modalnya. Memiliki jangka waktu satu tahun contohnya membangun

pabrik atau membeli peralatan pabrik.

b) Kredit Modal Kerja

Adalah kredit yang diberikan sebagai modal usaha, memiliki jangka waktu yang pendek kurang dari satu tahun biasanya untuk keperluan pembayaran gaji dan modal kerja.

c) Kredit Perdagangan

Adalah kredit yang diberikan kepada para pedagang untuk membantu kegiatan perdagangannya contohnya pembelian barang dagang.

d) Kredit Produktif

Adalah kredit dalam bentuk investasi, modal kerja, perdagangan, yang menghasilkan tingkat pengembalian lebih besar dari kredit yang diberikan.

e) Kredit Konsumtif

Adalah kredit yang diberikan keperluan pribadi contohnya membeli pangan, sandang, papan misalnya: kredit perumahan, kredit kendaraan bermotor dan lain sebagainya.

f) Kredit Profesi

Adalah kredit yang diperuntukan untuk kalangan profesional seperti dosen, dokter, dan pengacara.

3. Memberikan Jasa-jasa Bank Lainnya (*Service*)

Jasa yang diberikan merupakan kegiatan yang menunjang dan mendukung kelancaran dalam proses menghimpun dan menyalurkan dana. Jasa-jasa bank yang ditawarkan antara lain:

a) Kirim Uang (*Transfer*)

Yaitu jasa yang menawarkan pengiriman uang lewat bank. Pengiriman uang keluar negeri menggunakan bank devisa. Nasabah yang melakukan pengiriman tersebut akan dikenakan biaya dengan besaran yang ditentukan oleh pihak bank tersebut.

b) Kliring (*Clearing*)

Penagihan warkat seperti cek, bilyet giro, yang berasal dari dalam kota. Prosesnya berlangsung selama satu hari saja. Biaya yang dikenakan sesuai dengan ketentuan pihak bank yang bersangkutan.

c) Inkaso (*Collection*)

Penagihan warkat seperti cek, bilyet giro yang berasal dari luar kota atau luar negeri. Proses penagihan selama satu minggu sampai satu bulan. Biaya yang dikenakan bergantung pada bank yang bersangkutan dan jarak serta pertimbangan lainnya.

d) *Save Deposit Box (SDB)*

Dikenal dengan *safe loket* yaitu pelayanan dengan cara menyewakan box atau kotak pengaman untuk menyimpan surat berharga dan barang milik nasabah agar aman dari pencurian dan kebakaran. Biaya yang dikenakan bergantung pada ukuran box dan lamanya penyewaan.

e) *Credit Card* (Kartu Kredit)

Kartu kredit atau uang plastik dapat digunakan untuk mengambil uang di ATM. Bagi nasabah yang menggunakan kartu kredit akan dikenakan biaya iuran tahunan. Besaran biaya bergantung pada bank

yang bersangkutan. Nasabah yang melakukan pembayaran dengan kartu kredit akan dikenakan bunga dari jumlah uang yang telah digunakan jika melebihi batas waktu yang telah ditentukan.

f) *Bank Notes*

Adalah jasa penukaran valuta asing. Kurs yang biasa digunakan adalah nilai tukar rupiah dengan mata uang asing.

g) *Bank Garansi*

Adalah jaminan bank yang diberikan kepada nasabah untuk membiayai suatu usaha. Pengusaha akan memperoleh fasilitas melaksanakan kegiatannya dengan pihak lain. Bank sebelumnya memperhatikan kredibilitas nasabahnya.

h) *Bank Draft*

Adalah wesel dari pihak bank kepada nasabah yang dapat diperjual belikan jika nasabah membutuhkannya.

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

Adalah surat kredit untuk para eksportir dan importir yang kegunaannya dapat melakukan pembayaran atas transaksi ekspor-import yang dilakukan. L/C memiliki banyak jenis sesuai dengan kondisi nasabahnya.

1) *Cek Wisata (Travellers Cheque)*

Adalah cek perjalanan yang digunakan oleh turis untuk melakukan pembayaran di tempat perbelanjaan atau hiburan seperti hotel, supermarket.

2) Menerima Setoran

Bank membantu nasabah untuk melakukan setoran pembayaran seperti : pembayaran pajak, pembayaran telepon, listrik, air, uang kuliah dan lain-lain

3) Melayani Pembayaran-pembayaran

Membantu nasabah dalam melakukan proses pembayaran seperti membayar gaji, membayar pensiunan, honorarium, pembayaran deviden, kupon, pembayaran bonus atau hadiah.

4) Pasar Modal

Kegiatan memberikan atau bermain surat-surat berharga di pasar modal. Bank berperan dalam kegiatan sebagai penjamin emisi (*underwriter*), penjamin (*guarantor*), wali amanat (*trustee*). Perantara perdagangan efek (pialang / *broker*), pedagang efek (*dealer*), perusahaan pengelola dana (*investmen company*), dan jasa.

2.1.2 Kualitas Pelayanan

2.1.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Indrasari (2019:62) kualitas pelayanan pada dasarnya berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. 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.

2.1.2.2 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.nasabah.

2.1.2.3 Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono dan Chandra, (2016:158) mengemukakan, dimensi kualitas pelayanan merupakan hasil hasil penelitian dari Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1985). 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 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.

2.1.2.4 Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan

Pelayanan umum kepada masyarakat akan dapat berjalan sebagaimana yang diharapkan, apabila faktor-faktor pendukungnya cukup memadai serta dapat difungsikan secara berhasil guna dan berdaya guna. Menurut Moenir (2010:88) terdapat beberapa faktor yang mendukung berjalannya suatu pelayanan dengan baik, yaitu:

1. Faktor kesadaran para pejabat dan petugas yang berkecimpung dalam pelayanan umum.
2. Faktor aturan yang menjadi landasan kerja pelayanan.

3. Faktor organisasi yang merupakan alat serta sistem yang memungkinkan berjalannya mekanisme kegiatan pelayanan.
4. Faktor organisasi yang merupakan alat serta system yang memungkinkan berjalannya mekanisme kegiatan pelayanan.
5. Faktor keterampilan petugas.
6. Faktor sarana dalam pelaksanaan tugas pelayanan.

2.1.3 *Customer service*

2.1.3.1 *Pengertian Customer service*

Menurut Kasmir (2017:250) *Customer service* (CS) itu melayani segala keperluan atau kegiatan yang berkaitan dengan keinginan dan kebutuhan nasabah dengan menyelesaikan setiap permasalahan yang ada secara memuaskan. Pelayanan yang diberikan termasuk menerima keluhan atau masalah yang sedang dan akan dihadapi masalah. Menurutnya *Customer service* (CS) harus pandai dalam mencari jalan keluar untuk menyelesaikan setiap masalah yang dihadapi nasabahnya.

Secara umum disimpulkan pengertian *Customer service* (CS) lembaga keuangan adalah seseorang yang ditugaskan untuk memberikan pelayanan agar nasabah sudah dilayani ketika sedang dihadapi masalah persoalan transaksi perbankan.

2.1.3.2 *Fungsi Customer service (CS)*

Secara Sebagai seorang *Customer service* (CS) tentunya telah ditetapkan fungsi dan tugas yang harus dijalankan. Seorang *Customer service* (CS) harus bertanggung jawab penuh dari awal hingga selesainya suatu pelayanan nasabah.

Fungsi dan peran harus dilakukan bersama-sama menjadi satu kesatuan. Artinya tidak boleh hanya dilakukan salah satu fungsi tersebut atau tidak lengkap, karena masing-masing fungsi harus saling melengkapi.

Menurut Kasmir (2017:252) mengemukakan bahwa fungsi dari seorang *Customer service* (CS) adalah sebagai resepsionis, sebagai *deskman*, sebagai *salesman*, sebagai *Customer Relation*, dan sebagai komunikator. Berikut merupakan tugas dari seorang *Customer service* (CS) yang sesuai dengan fungsinya:

1. Sebagai *Resepsionis*

Sebagai *resepsionis* artinya seorang *Customer service* (CS) berfungsi sebagai penerima tamu yang datang ke lembaga keuangan. Menerima tamu maksudnya menerima nasabah yang akan berurusan dengan lembaga keuangan. Fungsinya dalam hal melayani pertanyaan yang diajukan nasabah dan memberikan informasi yang diinginkan selengkap mungkin. Dalam hal ini nasabah *Customer service* (CS) harus bersikap dengan ramah tamah, sopan dan menyenangkan.

2. Sebagai *Deskman*

Sebagai *Deskman* artinya seorang *Customer service* (CS) berfungsi sebagai orang yang melayani berbagai macam aplikasi yang diajukan nasabah atau calon nasabah. Artinya jika nasabah yang sudah memperoleh informasi secara lengkap kemudian bermaksud melakukan transaksi, maka petugas *Customer service* (CS) melayani nasabah untuk mengisi berbagai aplikasi seperti formulir, slip atau lainnya.

3. Sebagai *Salesman*

Sebagai *salesman* maksudnya *Customer service* (CS) berfungsi sebagai orang yang menjual produk lembaga keuangan sekaligus sebagai pelaksana *cross selling*. Menjual produk artinya menawarkan produk lembaga keuangan kepada setiap calon nasabah yang datang ke lembaga keuangan. Dalam hal ini *Customer service* (CS) harus pandai merayu dan meyakinkan nasabah hingga jadi membeli produk yang ditawarkan.

4. Sebagai *Customer Relation Officer*

Berfungsi sebagai orang yang dapat membina hubungan baik dengan seluruh nasabah, termasuk merayu atau membujuk atau 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.

Berfungsi sebagai orang menghubungi nasabah dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungannya antara lembaga keuangan dengan nasabah. *Customer service* (CS) juga sebagai penyambung lidah antara kepentingan lembaga keuangan kepada nasabahnya.

2.1.3.3 Peranan *Customer service* (CS)

Customer service (CS) memegang peranan penting diberbagai perusahaan lembaga keuangan. Dalam lembaga keuangan khususnya dunia perbankan tugas utama seorang *Customer service* (CS) memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat. *Customer service* (CS) dalam melayani nasabah

harus selalu berusaha menarik nasabah dengan cara merayu para calon nasabah untuk menjadi nasabah lembaga keuangan yang bersangkutan. *Customer service* (CS) juga harus menjaga kesetiaan atau loyalitas nasabah lama agar tetap menjadi nasabah. Oleh karena itu tugas *Customer service* (CS) merupakan tulang punggung kegiatan operasional dalam dunia lembaga keuangan untuk menjaga nasabahnya.

Untuk menjalankan kegiatannya, *Customer service* (CS) diberikan peran tertentu yang berbeda dengan bidang lainnya. Menurut Kasmir (2017:251) peranan *Customer service* (CS) lembaga keuangan, yaitu:

1. Berusaha Mempertahankan Nasabah

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

2. Berusaha Mendapatkan Nasabah Baru

Artinya *Customer service* (CS) melalui berbagai pendekatan, misal merayu nasabah yang baru datang pertama kali untuk menjadi nasabah kita seterusnya. Caranya mampu meyakinkan nasabah baru tentang kualitas produk yang kita tawarkan dan tunjukkan dengan layanan terbaiknya, sehingga nasabah merasa yakin dan memutuskan menjadi nasabah baru.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Publikasi	Hasil Penelitian
1.	(Minarsih & Sutrischastini, 2016)	Analisis Kualitas Pelayanan Dalam Pelaksanaan Tera Dan Tera Ulang Alat Ukur, Timbang, Takar Dan Perlengkapannya (UTTP) Pada Bidang Perdagangan Dinas Koperasi, Perindustrian Dan Perdagangan	JURNAL RISET MANAJEMEN Vol. 3, No. 2, Juli 2016, 159 -173	Berdasarkan wawancara yang dilakukan secara langsung kepada responden dalam hal ini adalah para pengguna/pemilik alat Ukur, Timbang, Takar dan Perlengkapannya, maka diperoleh jawaban kinerja Dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan Kabupaten Pacitan Bidang Perdagangan selaku petugas pelaksana layanan tera dan tera ulang alat Ukur, Timbang, Takar dan Perlengkapannya (UTTP) berkaitan dengan kualitas layanan bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati cukup baik.
2.	(Fauzi & Widagdo, 2023)	Strategi Peningkatan Loyalitas Pasien Melalui Implementasi Kualitas Layanan Terra	JURNAL MEDIA EKONOMI Volume 23, No. 01 (2023) : 77-86	Hasil penelitian ini theory of planned behavior, bahwa dalam suatu sistem jasa, antara penyedia jasa dan konsumen, haruslah mempunyai hubungan erat, dimana pasien merupakan partisipan aktif dalam terbentuknya pelayanan, yang akan meningkatkan indek loyalitas yang diukur dengan dimensi kualitas layanan TERRA.

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Publikasi	Hasil Penelitian
3.	(Nisa et al., 2022)	Analisis Pengaruh Pelayanan Terhadap Customer Retention Pada Pt. Bank Muamalat Indonesia Kc Balaikota Medan	<i>JIFBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance</i> Volume 4, No. 2 2022 ISSN-E: 2684-8454	menyatakan bahwa variabel tangible dan reliability tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap customer retention. Sedangkan hipotesis variabel responsiveness, assurance dan empathy berpengaruh positif dan signifikan terhadap customer retention. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy secara simultan berpengaruh signifikan terhadap customer retention. Dan dapat dilihat dari hasil uji koefisien determinasi (r^2) menunjukkan bahwa besarnya pengaruh variabel tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy sebesar 70,4% terhadap customer retention, sisanya 29,6% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian yang tidak dikaji dalam penelitian ini seperti kualitas produk, kepercayaan, komitmen, promosi dan lain-lain.
4.	(Adillah & Jatmiko, 2023)	Analisis TERRA Dalam Upaya	PROSIDIN G No.6 Tahun 2023	dapat simpulkan bahwa sebesar 86,7% guru menyatakan kepuasannya

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Publikasi	Hasil Penelitian
		Meningkatkan Kualitas Kehidupan Kerja Guru MI Abdurrahman		pada 13 dari 15 aspek kecuali aspek hubungan guru dan guru lainnya pada dimensi <i>empathy</i> ; dan aspek kemampuan sekolah dalam merespon aspirasi guru pada dimensi <i>responsiveness</i> . Sedangkan kualitas kehidupan kerja guru di masa kepemimpinan dulu dapat dilihat dari angka kepuasan dimensi TERRA sebesar 46,2% yang artinya guru puas pada 7 dari 15 aspek yaitu penampilan guru dan sarana komunikasi mengenal sekolah dalam dimensi <i>tangible</i> ; aspek hubungan guru dan guru dalam dimensi <i>empathy</i> , aspek kesesuaian gaji dan program pelatihan guru dalam dimensi <i>reliability</i> ; serta inovasi guru dalam mengajar dan rasa aman dan nyaman dalam dimensi <i>assurance</i> .

Sumber: Dikumpulkan dari berbagai sumber, 2024.

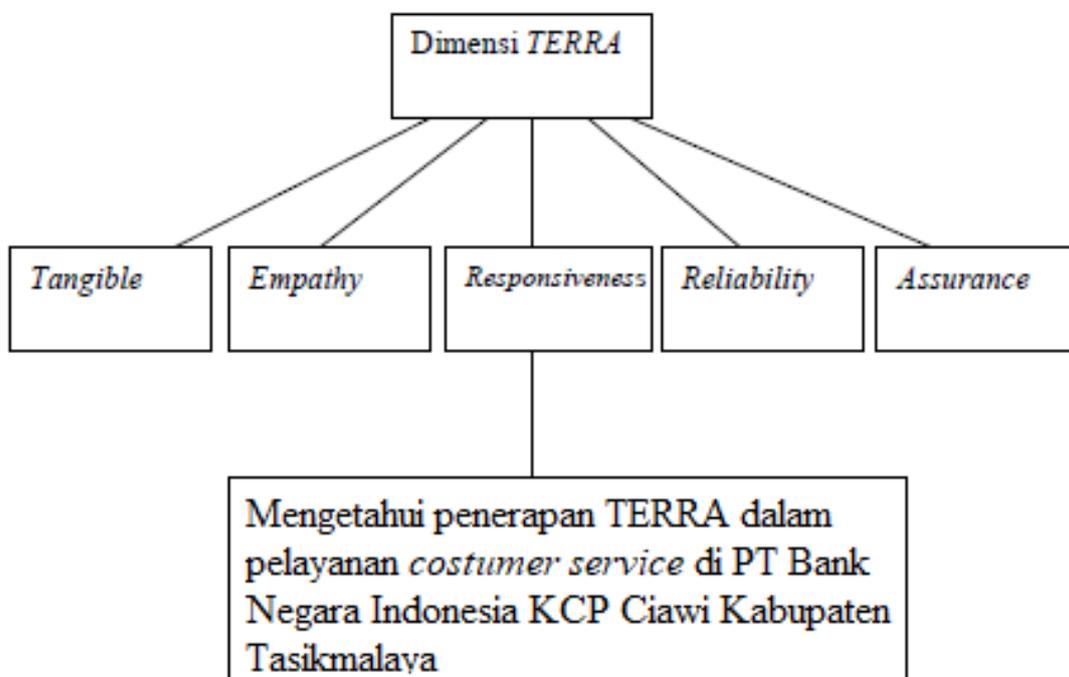
2.3 Pendekatan Masalah

PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Ciawi merupakan perusahaan jasa yang berhubungan langsung dengan nasabah. Dengan 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 *customer service* seringkali

menemukan hambatan dalam pelaksanaannya, berupa hambatan internal yang berasal dari bank sendiri dan hambatan eksternal berupa dari nasabah. Maka dari itu penulis melakukan penelitian tentang penerepan *TERRA* dalam pelayanan *costumer service* di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Ciawi.

Skema pendekatan masalah dalam penlitian ini adalah:



Gambar 2. 1 Skema Pendekatan Masalah
Sumber: Data Diolah oleh penulis, 2024