

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

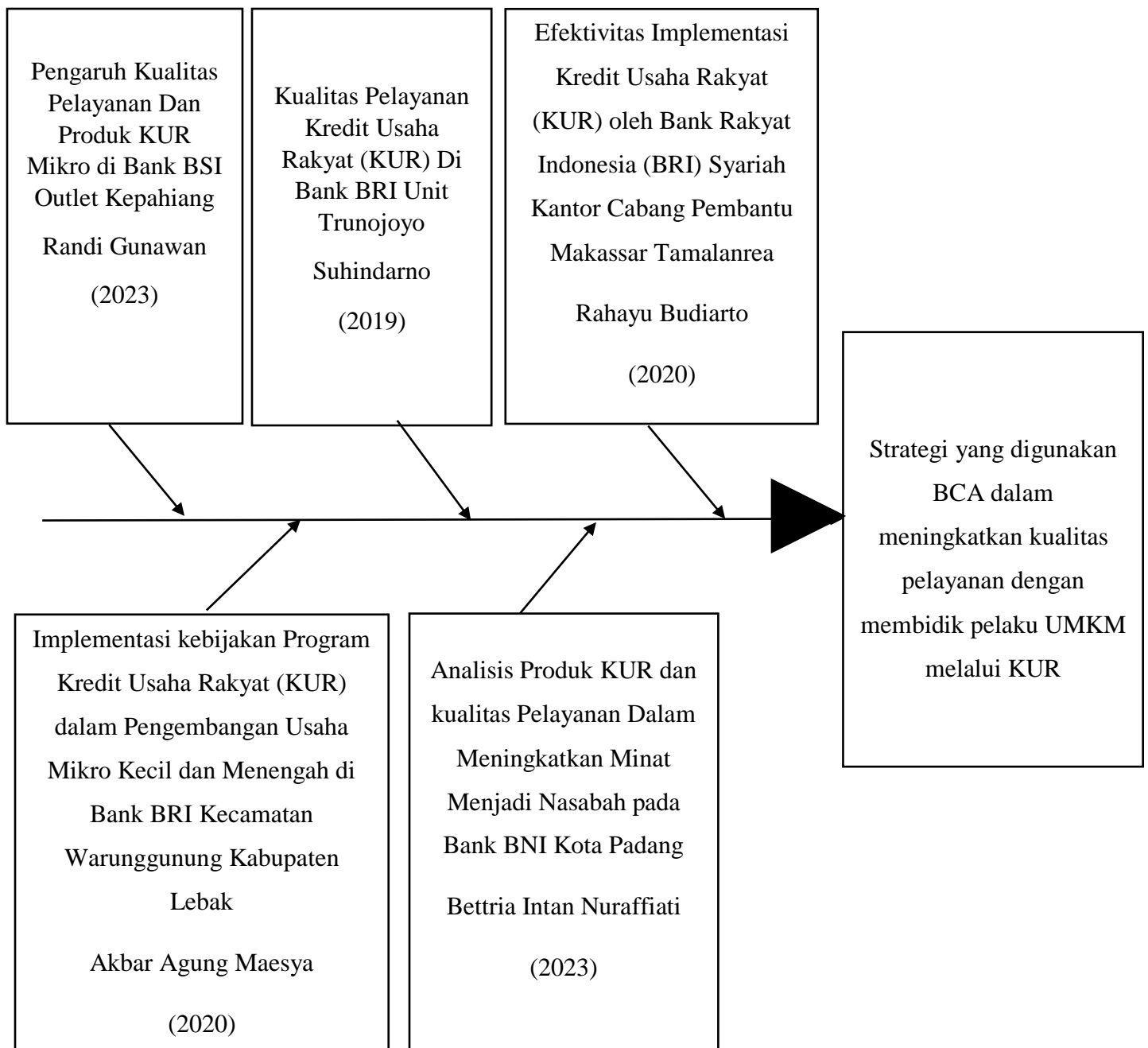
2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang mungkin memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Penelitian terdahulu juga menjadi salah satu bahan pertimbangan sehingga dapat memberi referensi dalam menulis ataupun mengkaji penelitian yang akan dilakukan. Berikut adalah penelitian yang menjadi acuan dan referensi peneliti dalam melakukan penelitian:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Randi Gunawan (2023) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk KUR Mikro di BSI Outlet Kepahiang”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator Responsiveness tangibles, reliability, responsiveness, dan assurance berpengaruh positif terhadap kualitas pelayanan pelaku UMKM.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Suhindarno (2019) dengan judul “Kualitas Pelayanan Kredit Usaha Rakyat (KUR) di Bank BRI Unit Trunojoyo”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa baik peningkatan kualitas pengembangan pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) secara langsung akan meningkatkan kepuasan nasabah, demikian pula sebaliknya.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Rahayu Budiarto (2020) dengan judul “Efektivitas Implementasi Kredit Usaha Rakyat (KUR) Oleh Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah Kantor Cabang Pembantu Makassar Tamalanrea” dengan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variable tangibles, reliability, responsiveness, dan assurance secara simultan berpengaruh positif dan signifikan. Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial dapat diketahui bahwa variabel tangibles dan reliability, tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat pembiayaan UMKM. Sedangkan variabel

responsiveness dan assurance berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat pelaku UMKM.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Akbar Agung Maesya (2020) dengan judul “Implementasi Kebijakan Program Kredit Usaha Rakyat (KUR) dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah pada Bank BRI di Kecamatan Warunggunung Kabupaten Lebak. Hasil ini didukung dengan menunjukkan hubungan antara variabel terhadap kepuasan pelaku UMKM memiliki hubungan yang erat Hasil pengujian selanjutnya menunjukkan 5 variabel kualitas jasa yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati yang masing- masing menunjukkan pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan masyarakat yang melakukan kredit pembiayaan perbankan di Kecamatan Warunggunung Kabupaten Lebak hanya pada variabel daya tanggap dan empati.
5. Penelitian yang dilakukan oleh Bettria Intan Nuraffiati (2023) dengan judul “Analisis Produk KUR dan kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Minat Menjadi Nasabah” dengan hasil penelitian Kepuasan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap loyalitas nasabah. Kepuasan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kepercayaan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.



Gambar 2.1 Diagram Fish Bone
Sumber data: Hasil olahan peneliti (2023)

Berdasarkan diagram fishbone diatas, untuk dapat melihat Novelty dari penelitian terdahulu diuraikan dengan tabel penelitian terdahulu sebagai berikut:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Metode	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Randi Gunawan (2023)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk KUR Mikro di BSI Outlet Kepahiang	Penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator responsivens, tangibles, Reliability, Assurance dan Empathy berpengaruh positif terhadap kualitas pelayanan pelaku UMKM	Persamaan terletak pada variabel kualitas pelayanan dan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif	Perbedaan terlihat pada fokus yang diteliti yaitu Kualitas pelayanan dan Produk KUR Mikro
2	Sudhindarno (2019)	Kualitas Pelayanan Kredit Usaha Rakyat (KUR) di Bank BRI Trunojoyo	Penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pengembangan pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) secara langsung akan meningkatkan kepuasan nasabah	Persamaan terletak pada teori yang digunakan yaitu teori Parasuraman, Zeithaml, dan Berry	Perbedaan terletak pada metode penelitian yang digunakan yaitu metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif
3	Rahayu Budiarto (2020)	Efektifitas Implementasi Kredit Usaha Rakyat (KUR) Oleh Bank	Penelitian deskriptif dengan pendekatan	Hasil Penelitian menunjukkan pada indikator responsivens	Persamaan terletak pada indikator kualitas pelayanan dan	Perbedaannya pada fokus penelitian yang diteliti yaitu

		BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Makassar Tamalanrea	kualitatif	s, assurance, dan empathy berpengaruh positif pada pembiayaan KUR	metode penelitian deskriptif pendekatan kualitatif	efektifitas implementasi KUR, teori yang digunakan menurut Matland (1995) yaitu Ketepatan Kebijakan, Ketepatan Pelaksana, Ketepatan Target, dan Ketepatan Lingkungan
4	Akbar Agung Maesya (2020)	Implementasi Kebijakan Program Kredit usaha Rakyat (KUR) dalam pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah pada Bank BRI di Kecamatan Warungnung Kabupaten Lebak	Penelitian Deskriptif dengan pendekatan Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan hubungan Implementasi kebijakan program Kredit Usaha Rakyat (KUR) dalam pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kecamatan Warungnung Kabupaten Lebak belum optimal	Persamaan terletak pada penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif	Perbedaannya terletak pada fokus variable implementasi kebijakan, teori yang digunakan menurut Merilee S. Grindle yaitu isi kebijakan dan lingkungan implementasi
5	Bettria Intan Nuraffiati (2023)	Analisis produk KUR dan kualitas pelayanan dalam meningkatkan	Penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan kepuasan dan kepercayaan berpengaruh	Persamaan terletak pada indikator kualitas pelayanan, teori yang	Perbedaan terletak pada fokus yang diteliti yaitu analisis produk KUR

		minat menjadi nasabah		positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, kepuasan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah	digunakan teori parassuraman yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy	dan kualitas pelayanan
--	--	-----------------------	--	---	---	------------------------

Dalam penelitian terdahulu lebih banyak membahas tentang program KUR di Bank pemerintah dan implikasi terhadap kepuasan nasabah terutama. Selain itu, terdapat beberapa perbedaan yang terlihat dari beberapa penelitian sebelumnya dengan penelitian ini. Beberapa terlihat dari fokus yang diteliti serta teori yang digunakan, dalam penelitian terdahulu belum adanya yang membahas mengenai kualitas pelayanan UMKM pada Bank Swasta.

2.2 Kajian Teori

2.2.1. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia dalam blog yang ditulis oleh Rosianasfar (2013), kualitas berarti tingkat baik buruknya sesuatu, derajat atau taraf mutu. Berkualitas diartikan bahwa sesuatu mempunyai kualitas atau mutu yang baik. Beberapa ahli juga memiliki definisi tentang kualitas seperti Juran (1962) mengatakan “kualitas adalah kesesuaian dengan tujuan atau manfaatnya.” Selanjutnya Deming (1982) mengatakan bahwa “kualitas harus bertujuan memenuhi kebutuhan pelanggan sekarang dan di masa mendatang.” Hal ini berarti bahwa kualitas harus didasarkan pada kepuasan pelanggan itu sendiri. Ada delapan dimensi kualitas menurut Philip Kotler (2000:329- 333) yakni sebagai berikut: Kinerja (performance): karakteristik operasi suatu

produk utama. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (feature), Keandalan (reliability): probabilitas suatu produk tidak berfungsi atau gagal Kesesuaian dengan spesifikasi (conformance to specifications) Daya Tahan (durability) Kemampuan melayani (serviceability) Estetika (esthetic): bagaimana suatu produk dipandang dirasakan dan didengarkan Ketepatan kualitas yang dipersepsikan (perceived quality)

2. Pengertian Pelayanan

Pelayanan secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Dalam Kamus Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan adalah sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani yaitu membantu menyiapkan (membantu apa yang diperlukan seseorang).

Beberapa pengertian mengenai kualitas menurut para ahli yaitu: Menurut Goetsch dan Davis (2005), kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berkaitan dengan produk, pelayanan, orang, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi apa yang diharapkan. Kotler (2005), beranggapan bahwa kualitas adalah keseluruhan sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Tjiptono (2004), mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian untuk digunakan (fitness for use). Definisi ini menekankan orientasi pada pemenuhan harapan pelanggan.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas dapat dicapai apabila suatu perusahaan dapat memaksimalkan apa yang menjadi tujuan perusahaan tersebut. Semakin baik kualitas yang dihasilkan, maka semakin baik pula reputasi yang didapat oleh perusahaan yang menerapkannya.

3. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler (2000), kualitas pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi. Bagi perusahaan yang bergerak di sektor jasa, pemberian pelayanan yang berkualitas pada pelanggan merupakan hal mutlak yang harus dilakukan apabila perusahaan ingin mencapai keberhasilan.

Menurut Wyock dalam Lovelock yang dikutip oleh Tjiptono (2014:268) “Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (excellent) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen”. Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu layanan yang diharapkan (expected service) dan layanan yang dipersepsikan (perceived service).

Menurut Suwithi dalam Anwar (2002:84) “Kualitas pelayanan adalah mutu dari pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, baik pelanggan internal maupun pelanggan eksternal berdasarkan standar prosedur pelayanan.

Dari beberapa definisi di atas dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen mencapai tingkat keunggulan dari apa yang diharapkan oleh konsumen. Pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan jika jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan konsumen dan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen. Hal tersebut berlaku sebaliknya jika pelayanan yang diterima tidak sesuai dengan yang diharapkan. Dengan demikian baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten.

4. Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman dkk, 1998 dalam Lupiyoadi (2013:216- 217), terdapat 5 dimensi kualitas pelayanan jasa (service quality) sebagai berikut: Berwujud (tangible), yaitu 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. Hal ini meliputi fasilitas fisik (contoh: gedung, gudang, dan lain- lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya. Keandalan (reliability), yaitu kemampuan perusahaan 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. Ketanggapan (responsiveness), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas yang tidak akan membiarkan pelanggan menunggu kemudian muncul persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan. Jaminan dan Kepastian (assurance), yaitu pengetahuan, kesopanan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (communication), kredibilitas (credibility), keamanan (security), kompetensi (competence), dan sopan santun (courtesy). Empati (Empathy), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Di mana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

2.3 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

1. Pengertian UMKM

Secara umum, UKM atau yang biasa dikenal dengan usaha kecil menengah merupakan sebuah istilah yang mengacu pada suatu jenis usaha yang didirikan oleh pribadi dan memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000,00 (belum termasuk tanah dan bangunan). Dari pengertian tersebut, ada beberapa definisi-definisi UKM yang lain. Usaha atau bisa disebut dengan kewirausahaan. Istilah kewirausahaan menurut Peggy A. Lambing dan Charles R. Kuel dalam bukunya *Entrepreneurship* adalah tindakan kreatif yang membangun suatu value dari sesuatu yang tidak ada. *Entrepreneurship* merupakan proses untuk menangkap dan mewujudkan suatu peluang terlepas dari sumber daya yang ada, serta membutuhkan keberanian untuk mengambil risiko yang telah diperhitungkan.

Menurut The American Heritage Dictionary, wirausahawan (entrepreneur), didefinisikan dengan, seseorang yang mengorganisasikan, mengoperasikan dan memperhitungkan risiko untuk sebuah usaha yang mendatangkan laba. Dalam pengertian ini terdapat kata 'mengorganisasikan', apakah yang diorganisasikan tersebut. Demikian juga terdapat kata 'mengoperasikan' dan 'memperhitungkan risiko'. Seorang pelaku usaha dalam skala yang kecil sekalipun dalam menjalankan kegiatannya akan selalu menggunakan berbagai sumber daya. Sumber daya organisasi usaha meliputi, sumber daya manusia, finansial, peralatan fisik informasi dan waktu. Dengan demikian seorang pelaku usaha telah melakukan pengorganisasian terhadap sumber daya yang dimilikinya dalam ruang dan dimensi yang terbatas dan berusaha mengoperasikan sebagai kegiatan usaha guna mencapai laba. Dalam mengorganisasikan dan mengoperasikan usahanya tersebut ia berhadapan dengan sejumlah risiko, utamanya risiko kegagalan. Itulah hal yang dilakukan oleh seorang pelaku usaha yang memiliki jiwa kewirausahaan. Termasuk usaha kecil dan menengah adalah semua pedagang kecil dan menengah, penyedia jasa kecil dan menengah, petani dan peternak kecil dan menengah, kerajinan rakyat dan industri kecil, dan lain sebagainya.

Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah: Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini yang dimaksud usaha kecil dan menengah adalah kegiatan usaha dengan skala aktivitas yang tidak terlalu besar, manajamen masih sangat sederhana, modal yang tersedia terbatas, pasar yang dijangkau juga belum luas. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini. Dunia usaha adalah usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar yang melakukan kegiatan ekonomi di Kudus dan berdomisili di Kudus.

Menurut Undang-undang Nomor 9 tahun 1995 tentang Usaha Kecil, mendefinisikan UMKM sebagai usaha kecil yang memiliki aset di luar tanah dan bangunan sama atau lebih kecil dari Rp 200 juta dengan omset tahunan hingga Rp 1 miliar. Sedangkan pengertian usaha menengah ialah badan usaha resmi yang memiliki aset antara Rp 200 juta sd Rp 10 miliar.

Berdasarkan Keputusan Presiden RI Nomor 99 Tahun 1998, UMKM adalah rakyat berskala kecil dengan bidang usaha yang secara umum merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah persaingan usaha yang tidak sehat.⁷ Sedangkan pengertian UMKM berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS),

UMKM adalah sebuah usaha rakyat yang dapat dilihat dari banyaknya tenaga kerja. Usaha kecil memiliki jumlah tenaga kerja antara 5-9 orang, sedangkan usaha menengah memiliki jumlah tenaga kerja antara 20-99 orang.8 Sedangkan kriteria Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) menurut UU Nomor 20 Tahun 2008 digolongkan berdasarkan jumlah asset dan omset yang dimiliki oleh sebuah usaha.

Tabel 2.2 Kriteria UMKM

No	Usaha	Kriteria Aset	Kriteria Omset
1	Usaha Mikro	Maks. 50 Juta	Maks. 300 Juta
2	Usaha Kecil	> 50-500 Juta	> 300 Juta – 2,5 Miliar
3	Usaha Menengah	>500-10 Miliar	> 2,5 Miliar – 50 Miliar

Sumber data: Kementerian Koperasi Usaha Kecil dan Menengah 2023

Kegiatan usaha ada berbagai macamnya, di antaranya adalah usaha jas, usaha dagang, usaha industri pengolahan, usaha pertanian, usaha peternakan, usaha perikanan, usaha tambang dan galian, dan sebagainya. Usaha jasa adalah suatu jenis kegiatan usaha untuk melayani kebutuhan masyarakat dalam bidang jasa. termasuk usaha jasa misalnya jasa angkutan, jasa akuntan, warung telepon, jasa dokter, jasa rumah sakit, bioskop, siaran televisi dan radio, dan sebagainya.

Usaha dagang adalah suatu jenis kegiatan usaha yang dilakukan oleh pedagang dengan aktivitas yang berupa membeli barang dagangan untuk dijual kembali dengan maksud untuk memperoleh keuntungan, sebagai contoh adalah warung di kampung, toko di dekat pasar, toko serba ada, koperasi serba ada (waserda), dan sebagainya. Usaha industri (termasuk kerajinan rakyat), adalah kegiatan usaha yang merubah bentuk dari bahan mentah menjadi barang jadi yang siap dipakai, misalnya pabrik sepeda, pabrik sepatu, pabrik tahu, kerajinan anyaman topi, konveksi, kerajinan tanah liat, dan sebagainya. Usaha pertanian, peternakan, dan perikanan adalah kegiatan produksi yang berupa

UMKM	Posisi Kredit Usaha Mikro, Kecil,
-------------	--

mengembangbiakkan tanaman dan hewan dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan atau pendapatan. Usaha pertambangan dan galian adalah kegiatan untuk mengangkat bahan-bahan dari dalam atau dari permukaan tanah agar dapat diproses lebih lanjut.

Profil dan karakteristik UMKM yang ada di Indonesia dapat ditinjau dari beberapa aspek antara lain permodalan, skala usaha, macam usaha, tingkat pendidikan pengusaha maupun karyawan, profil UMKM ini kita lihat dan bahas satu per satu. Dilihat dari macam usaha UMKM jenis usaha UMKM terbanyak bergerak pada bidang perdagangan besar dan eceran. Kegiatan ini banyak digeluti karena mudah melakukan, tidak membutuhkan modal yang besar, tidak memerlukan tempat khusus dan tidak memerlukan administrasi perusahaan. UMKM yang paling sedikit, bergerak pada bidang usaha listrik dan air bersih, ini disebabkan untuk usaha tersebut biasanya telah dilakukan oleh pemerintah daerah, karena bidang usaha tersebut memerlukan ketrampilan, permodalan dan peraturan khusus yang lebih besar serta rumit dibandingkan kegiatan perdagangan.

Tabel 2.3 Posisi Kredit Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pada Bank Umum (Milyar Rupiah) 2019-2021

	dan Menengah (UMKM)1 pada Bank Umum (Milyar Rupiah)		
	2019	2020	2021
UMKM	1107240	1088333	1221015
Lapangan Usaha	1107240	1088333	1220459
Pertanian, Perburuan dan Kehutanan	109544	130012	161456
Perikanan	9379	11416	14751
Pertambangan dan Penggalian	8544	8039	8969
Industri Pengolahan	111401	112601	128136
Listrik, gas dan air	6669	4039	3808
Konstruksi	72033	59164	57583
Perdagangan Besar dan Eceran	548276	530653	601384
Penyediaan akomodasi dan makan minum	45137	50623	58603
Transportasi, pergudangan dan komunikasi	44767	42710	41876
Perantara Keuangan	17233	12167	10001
Real Estate, Usaha Persewaan, dan Jasa Perusahaan	58428	50702	48499
Admistrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	160	100	214
Jasa Pendidikan	6872	7235	8294
Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	11718	10257	11824
Jasa Kemasyarakatan, Sosial Budaya, Hiburan dan Perorangan lainnya	53399	54513	60959
Jasa Perorangan yang Melayani Rumah Tangga	3093	2875	3825
Badan Internasional dan Badan Ekstra Internasional Lainnya	6	7	5
Kegiatan yang belum jelas batasannya	583	1219	273
Bukan Lapangan Usaha Lainnya	0	0	556
Jenis Penggunaan	1107240	1088333	1221015
Modal Kerja	796926	796710	925184
Investasi	310314	291623	295831
Tidak Teridentifikasi	0	0	0
Skala Usaha	1107240	1088333	1221015
Mikro	283518	247142	389871
Kecil	343245	352923	459541
Menengah	480477	488268	371603

Sumber data: BPS, Perusahaan Mikro dan Kecil 2023

Dalam upaya membangun ekonomi kerakyatan, Presiden RI telah memberikan arahan untuk melakukan pengembangan UMKM Naik Kelas dan Modernisasi Koperasi. Peran UMKM sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia, dengan jumlahnya mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha. Kontribusi UMKM terhadap PDB juga mencapai 60,5%, dan terhadap penyerapan tenaga kerja adalah 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja nasional.

Sebelumnya, kondisi UMKM lokal sempat menurun pada dua tahun pertama pandemi Covid-19 yakni di tahun 2020-2021. Berdasarkan survei dari UNDP dan LPEM UI yang melibatkan 1.180 responden para pelaku UMKM diperoleh hasil bahwa pada masa itu lebih dari 48% UMKM mengalami masalah bahan baku, 77% pendapatannya menurun, 88% UMKM mengalami penurunan permintaan produk, dan bahkan 97% UMKM mengalami penurunan nilai aset.

Kebijakan strategis yang diterapkan Pemerintah di antaranya yaitu Program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN), implementasi UU Cipta Kerja dan aturan turunannya, maupun program Bangga Buatan Indonesia (BBI).

Program PEN sendiri mencakup program Dukungan UMKM, di antaranya di bidang pembiayaan KUR pada masa pandemi, Bantuan Produktif Usaha Mikro (BPUM), Subsidi Bunga/Margin Non-KUR, Penempatan Dana/Penempatan Uang Negara, Penjaminan Kredit UMKM, Pembiayaan investasi kepada koperasi melalui LPDB KUMKM, Pajak Penghasilan Final (PPh) UMKM Ditanggung Pemerintah, serta Bantuan Tunai Pedagang Kaki Lima, Warung dan Nelayan (BTPKLWN).

Menurut data dari Asosiasi Fintech Pendanaan Bersama Indonesia (AFPI), pada 2020 terdapat sekitar 46,6 juta dari total 64 juta UMKM di Indonesia belum memiliki akses permodalan dari perbankan maupun lembaga keuangan bukan bank. Hambatan pembiayaan yang dialami UMKM menjadi landasan bagi Pemerintah untuk memberikan dukungan fasilitas pembiayaan lainnya, antara lain

melalui program kemitraan dan bina lingkungan (PKBL), Mekaar PNM, Bank Wakaf Mikro, Pembiayaan Ultra Mikro (UMi), dan Kredit Usaha Rakyat (KUR).

Skema pembiayaan ini dapat diakses UMKM sesuai kelasnya seiring dengan berkembangnya tingkat bisnis UMKM. Sejak 19 Januari 2022, skema KUR terdiri dari KUR Super Mikro, KUR Mikro, KUR Kecil, KUR Khusus, dan KUR PMI. Khusus untuk KUR Super Mikro dan KUR Mikro tidak diperlukan agunan tambahan.

Perkembangan Kredit UMKM sendiri terus meningkat dan NPL terus terjaga stabil. Kredit UMKM terus meningkat hingga mencapai Rp1.275,03 triliun atau tumbuh 16,75% (yoy). NPL tetap terjaga pada kisaran 4%, di mana posisi terakhir pada April 2022 NPL tercatat mencapai 4,38%, lebih rendah dibandingkan periode sama tahun lalu yang berada di 4,41%.

Perspektif dunia, diakui bahwa usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memainkan suatu peran yang sangat vital di dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di negara-negara sedang berkembang (NSB), tetapi juga di negaranegara maju (NM). Di dalam literatur diakui secara luas bahwa NSB, UMKM sangat penting karena karakteristik-karakteristik utama mereka yang berbeda dengan usaha besar (UB), yakni sebagai berikut: Jumlah perusahaannya sangat banyak (jauh melebihi jumlah UB), terutama dari kategori usaha mikro (UMI) dan usaha kecil (UK). Berbeda dengan UB dan UM (usaha menengah), UMI dan UK tersebar diseluruh plosok pedesaan, termasuk di wilayah-wilayah yang relative terisolasi. Oleh karena itu, kelompok usaha ini mempunyai suatu signifikansi lokal yang khusus untuk ekonomi pedesaan. Dalam kata lain, kemajuan pembangunan ekonomi pedesaan sangat ditentukan oleh kemajuan pembangunan UMKM-nya. Karena sangat padat karya, berarti mempunyai suatu potensi pertumbuhan kesempatan kerja yang sangat besar, pertumbuhan UMKM dapat dimasukkan sebagai suatu elemen penting dari kebijakan-kebijakan nasional untuk meningkatkan kesempatan kerja dan menciptakan pendapatan, terutama bagi masyarakat miskin. Hal ini juga yang bias

menjelaskan kenapa pertumbuhan UMKM menjadi semakin penting di pedesaan di NSB, terutama di daerah-daerah dimana sektor pertanian mengalami stagnasi atau sudah tidak mampu lagi menyerap pertumbuhan tahunan dari penawaran tenaga kerja di pedesaan, Tidak hanya mayoritas dari UMKM, terutama di NSB berlokasi di pedesaan kegiatan-kegiatan produksi dari kelompok usaha ini juga pada umumnya berbasis pertanian. Oleh karena itu, upaya-upaya pemerintah mendukung UMKM sekaligus juga merupakan suatu cara tak langsung, tetapi efektif untuk mendukung pembangunan dan pertumbuhan produksi di sektor pertanian, UMKM memakai teknologi-teknologi yang lebih —cocokl (jika dibandingkan dengan teknologi—teknologi canggih yang umum dipakai oleh perusahaan-perusahaan modern/UB) terhadap proporsi-proporsi dari faktor-faktor produksi dan kondisi local yang ada di NSB, yakni sumber daya alam (SDA) dan tenaga kerja berpendidikan rendah yang berlimpah (walaupun jumlahnya bervariasi menurut negara atau wilayah di dalam sebuah negara), tetapi modal serta sumber daya manusia (SDM) atau tenaga kerja berpendidikan tinggi yang sangat terbatas. Ciri-Ciri UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) yaitu: Jenis komoditi/ barang yang ada pada usahanya tidak tetap, atau bisa berganti sewaktu-waktu, Tempat menjalankan usahanya bisa berpindah sewaktu-waktu, Usahanya belum menerapkan administrasi, bahkan keuangan pribadi dan keuangan usaha masih disatukan, Sumber daya manusia (SDM) di dalamnya belum punya jiwa wirausaha yang mumpuni, Biasanya tingkat pendidikan SDM nya masih rendah, Biasanya pelaku UMKM belum memiliki akses perbankan, namun sebagian telah memiliki akses ke lembaga keuangan non bank, Pada umumnya belum punya surat izin usaha atau legalitas, termasuk NPWP.

2.4 Kredit Usaha Rakyat (KUR)

Kredit Usaha Rakyat (KUR) adalah bagian dari program pemerintah yang ditujukan untuk mendukung pengembangan koperasi dan usaha kecil dan menengah yang layak usahanya untuk mendapatkan fasilitas kredit atau pembiayaan dari kreditur, namun kurang memiliki jaminan yang dipersyaratkan

oleh kreditur. Sasaran Kredit Usaha Rakyat (KUR) adalah koperasi dan UMKM yang membutuhkan pendanaan dan dinyatakan layak oleh lembaga keuangan, namun belum memiliki agunan cukup sesuai dengan ketentuan persyaratan pembiayaan (Ayasha, 2010:7). Tujuan program KUR adalah untuk mempercepat pengembangan sektor-sektor primer dan pemberdayaan usaha skala kecil, untuk meningkatkan aksesibilitas terhadap kredit dan 25 lembaga-lembaga keuangan, mengurangi tingkat kemiskinan, dan memperluas kesempatan kerja. Pada dasarnya KUR merupakan modal kerja dan kredit investasi yang disediakan secara khusus untuk unit usaha produktif melalui program penjaminan kredit. Adanya program KUR dari pemerintah dari berbagai perbankan nasional diharapkan adanya pendididkan perbankan maupun pemberdayaaan ekonomi mikro kecil dan menengah bagi masyarakat golongan menengah kebawah. Target yang ingin dicapai melalui program pemberdayaan masyarakat dengan program KUR ini yakni semua kegiatan bisnis semua skala bisa mengakses permodalan dengan begitu arus perputaran barang dan jasa semakin lancar dan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Bappeda, 2017). Kredit Usaha Rakyat (KUR) adalah salah satu jenis kredit yang terbentuk dari hasil kerja sama dengan pemerintah. Kredit ini diberikan melalui bank sebagai kreditur atau penyedia dana untuk masyarakat yang ingin membangun usaha sendiri (Aidil, 2014). Kredit Usaha Rakyat, yang selanjutnya disingkat KUR, adalah kredit atau pembiayaan kepada Usaha Kecil Menengah (UMKM) dalam bentuk pemberian modal kerja dan investasi yang didukung fasilitas penjaminan untuk usaha produktif (Ania, 2015). Jangka waktu kredit terbagi tiga, yaitu Kredit jangka pendek, berjangka waktu satu tahun, Kredit jangka menengah, berjangka waktu antara satu tahun sampai dengan tiga tahun, Kredit jangka panjang, berjangka waktu lebih dari tiga tahun

Ketentuan (Kredit Usaha Rakyat) KUR penyaluran KUR diatur oleh pemerintah melalui peraturan menteri keuangan No.135/pmk.05/2008 tentang fasilitas penjaminan KUR yang telah diubah dengan peraturan menteri keuangan

No. 10/pmk.05/2009. Beberapa ketentuan yang dipersyaratkan oleh pemerintah dalam penyaluran KUR adalah sebagai berikut (suplemen 4, serba-serbi KUR, Bank Indonesia): UMKM yang dapat menerima fasilitas penjaminan adalah usaha produktif yang feasible namun belum Bankable dengan ketentuan: Merupakan debitur baru yang belum pernah mendapat kredit/ pembiayaan dari perbankan yang dibuktikan dengan melalui sistem informasi debitur (sid) pada saat permohonan kredit/pembiayaan diajukan dan/ atau belum pernah memperoleh fasilitas kredit program dari pemerintah, Khusus untuk penutupan pembiayaan KUR antara tanggal nota kesepakatan bersama (mou) penjaminan KUR dan sebelum addendum i (tanggal 9 Oktober 2007 s.d. 14 Mei 2008), maka fasilitas penjaminan dapat diberikan kepada debitur yang belum pernah mendapatkan pembiayaan kredit program lainnya, KUR yang diperjanjikan antara bank pelaksana dengan UMKM-K yang bersangkutan, KUR disalurkan kepada UMKM-K untuk modal kerja dan investasi dengan ketentuan: Untuk kredit sampai dengan Rp5 juta, tingkat bunga kredit atau margin pembiayaan yang dikenakan maksimal sebesar atau setara 20-21% efektif pertahun, Untuk kredit di atas Rp5 juta rupiah sampai dengan Rp500 juta, tingkat bunga kredit atau margin pembiayaan yang dikenakan maksimal sebesar atau setara 9 % efektif pertahun, Bank pelaksana memutuskan pemberian KUR berdasarkan penilaian terhadap kelayakan usaha sesuai dengan asas-asas perkreditan yang sehat, serta dengan memperhatikan ketentuan yang berlaku. (Erlinda, 2014:51) UU No. 10 tahun 1998 menyebutkan bahwa kredit adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga.

Jika seseorang menggunakan jasa kredit, maka ia akan dikenakan bunga tagihan. (Kasmir, 2013:85). Berbagai kendala yang timbul dalam penyaluran Kredit Usaha Rakyat (KUR) adalah sebagai berikut: Persepsi yang keliru di masyarakat bahwa Kredit Usaha Rakyat (KUR) merupakan kredit yang dijamin

sepenuhnya oleh pemerintah, bahkan banyak masyarakat yang 28 berpendapat bahwa Kredit Usaha Rakyat (KUR) merupakan bantuan dari pemerintah. Kenyataannya Kredit Usaha Rakyat (KUR) merupakan kredit yang sumber dananya sepenuhnya berasal dari bank. Karena persepsi yang keliru tersebut, banyak debitur tidak memenuhi kewajiban membayar angsuran sampai dengan lunas sehingga menimbulkan kredit macet yang cukup tinggi, Banyak masyarakat menganggap bahwa penyaluran Kredit Usaha Rakyat (KUR) tanpa agunan selalu sebesar Rp 5 juta rupiah. Padahal penyaluran Kredit Usaha Rakyat (KUR) harus disesuaikan dengan kemampuan usaha agar debitur tidak terbebani dalam membayar angsuran, Sesuai dengan ketentuan dari pemerintah yang diatur dalam Peraturan Menteri Keuangan No.10 tahun 2009, KUR hanya bisa diberikan kepada calon debitur yang belum pernah mendapatkan kredit/pembiayaan dari perbankan yang dibuktikan dengan melalui SID. Dalam kenyataannya banyak calon debitur yang telah mendapatkan kredit/pembiayaan dari perbankan sehingga tidak bisa lagi dibiayai dengan fasilitas Kredit Usaha Rakyat (KUR), Banyaknya calon debitur yang tidak bisa memenuhi persyaratan dari bank seperti identitas diri yang tidak lengkap maupun kondisi usaha yang belum layak untuk mendapatkan kredit, Untuk beberapa bank, penyaluran Kredit Usaha Rakyat (KUR) terkendala karena keterbatasan bank untuk menjangkau lokasi calon debitur yang relatif jauh sehingga penyebaran Kredit Usaha Rakyat (KUR) masih belum merata dan terfokus di kota besar (Fitriyanto, 2015:24).

2.5 Corporate Social Responsibility (CSR)

1. Pengertian Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan. Secara konseptual, Corporate Social Responsibility (CSR) adalah sebuah pendekatan dimana perusahaan

mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan (stakeholders) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan. Artinya pihak perusahaan harus melihat jika Corporate Social Responsibility (CSR) bukan program pemaksaan tapi bentuk rasa kesetiakawanan terhadap sesama umat manusia, yaitu membantu melepaskan pihak-pihak dari berbagai kesulitan yang mendera mereka. Dan efeknya nanti bagi perusahaan itu juga.

2. Manfaat Corporate Social Responsibility (CSR) Bagi Perusahaan

Dasarnya dengan menerapkan Corporate Social Responsibility (CSR) ada banyak manfaat yang akan diterima. Ini sebagaimana dikatakan oleh Suhandri M.P. 17 bahwa manfaat Corporate Social Responsibility (CSR) bagi perusahaan antara lain: Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra perusahaan, Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara social, Mereduksi risiko bisnis perusahaan, Melebarkan akses sumber daya bagi operasional usaha, Membuka peluang pasar yang lebih luas, Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah, Memperbaiki hubungan dengan stakeholders, Memperbaiki hubungan dengan regulator, Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan, Peluang mendapatkan penghargaan.

Manfaat lain yang akan dirasakan oleh pihak perusahaan dengan menerapkan Corporate Social Responsibility (CSR) berdampak jangka panjang. Salah satunya jika ternyata perusahaan menemukan potensi lain di daerah tersebut maka masyarakat dan pemerintah di sana akan dengan cepat mendukung keberadaan perusahaan tersebut.

Manfaat Corporate Social Responsibility adalah mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra perusahaan dengan cara mengeluarkan Corporate Social Responsibility maka masyarakat akan memberikan respons penilaian tersendiri bagi perusahaan. Mendapatkan izin hukum

Responsibility memenuhi tugasnya dalam bagian sosial selain beroperasi untuk mendapatkan keuntungan.

3. Ruang Lingkup Corporate Social Responsibility (CSR)

Ruang lingkup CSR dalam buku ini dibagi menjadi tiga, ruang lingkup CSR dalam arti sempit, ruang lingkup CSR dalam arti luas dan ruang lingkup CSR menurut perusahaan-perusahaan di Indonesia. Dalam lingkup yang sempit CSR mencakup antara lain: tanggung jawab sosial kepada karyawan, Tanggung jawab sosial kepada stakeholder, yakni pihak-pihak eksternal yang ikut mempengaruhi jalannya korporasi. Pihak-pihak tersebut baik langsung maupun tidak mempunyai hubungan hukum baik secara kontraktual maupun karena undang-undang dengan korporasi, yaitu konsumen dan mitra kerja, Tanggung Jawab Sosial kepada Masyarakat Umum. Ruang lingkup CSR pada masyarakat umum pembangunan masyarakat lokal (masyarakat yang ada di sekitar korporasi) dan atau masyarakat umum (sekelompok masyarakat yang tidak mempunyai hubungan secara kontraktual dengan korporasi).

Masyarakat umum bukan termasuk konsumen, karyawan atau pihak ketiga lainnya) Ruang lingkup CSR dalam arti luas meliputi antara lain: tanggung jawab sosial terhadap lingkungan, Tanggung jawab sosial terhadap hak asasi manusia, Tanggung jawab sosial perusahaan dan anti korupsi.

Pandangan perusahaan-perusahaan di Indonesia tentang ruang lingkup CSR tidak seragam, ada yang memandang CSR sebagai kegiatan philantropy atau kedermawanan sosial dari korporasi untuk membantu orang miskin. Ada juga perusahaan yang memandang CSR sebagai keikutsertaan korporasi dalam pembangunan bangsa bersama-sama pemerintah.

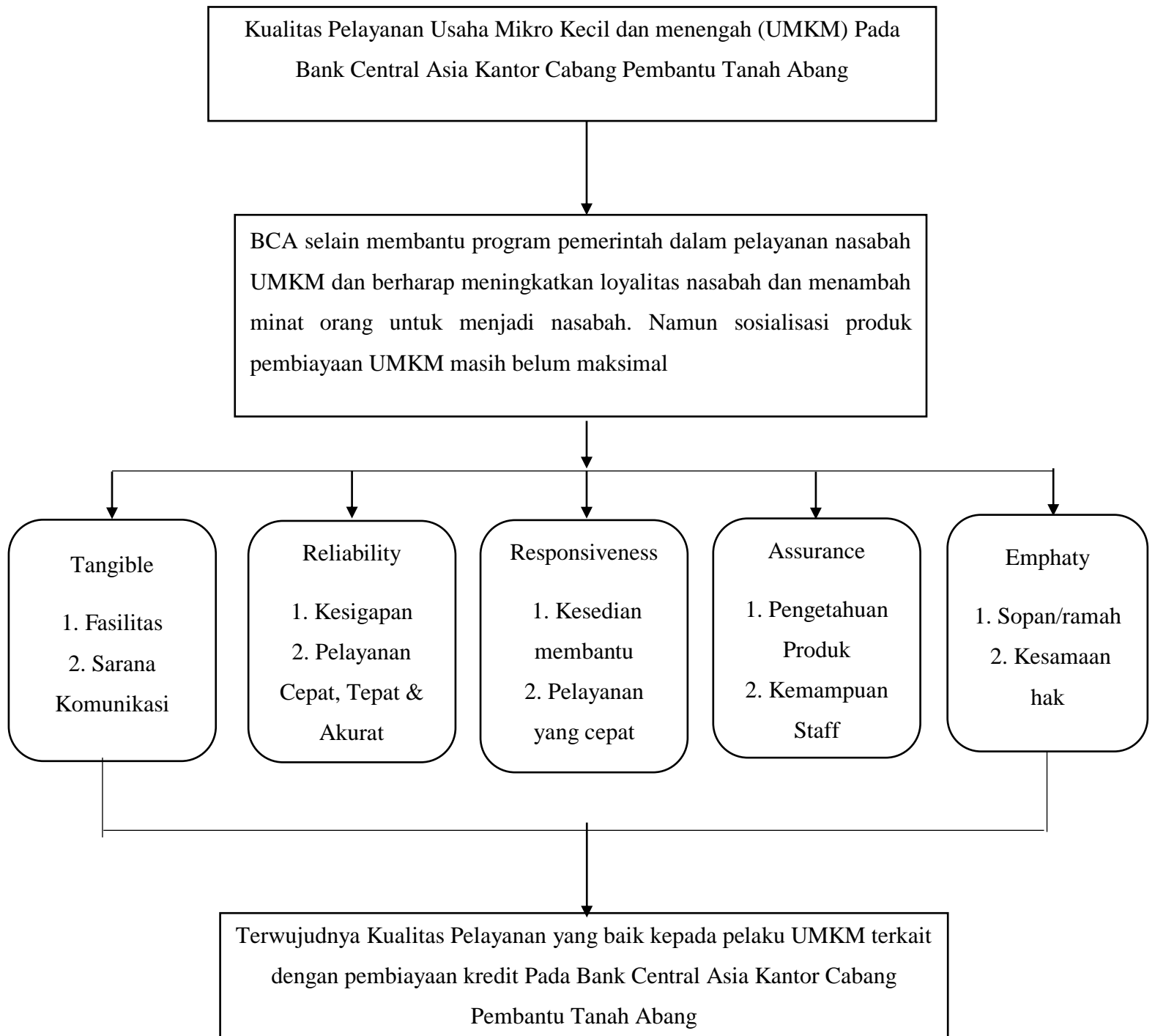
2.6 Kerangka Berpikir

Bank Central Asia selalu membuat terobosan baru dalam hal pelayanan serta dalam melayani nasabah saat melakukan transaksi, Bank Central Asia selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik dan berusaha dalam memenuhi kebutuhan nasabah serta menjadi bank pilihan utama andalan masyarakat.

Berkaitan dengan masalah pelayanan publik, Bank Central Asia Kantor Cabang Pembantu Tanah Abang pada hakekatnya dituntut untuk memberikan pelayanan yang berkualitas dengan tujuan akhir tercapainya kepuasan seluruh nasabah Bank Central Asia. Kepuasan nasabah dapat diperoleh apabila terdapat kesesuaian antara nilai pelayanan dengan nilai Pelayanan harapan masyarakat terhadap pelayanan itu sendiri. Pelayanan publik adalah sebuah kebutuhan pelayanan yang diberikan kepada masyarakat di Jakarta pusat harus sesuai harapan masyarakat dari pelayanan yang di berikan oleh BCA KCP Tanah Abang, pelayanan meliputi dari peralatan, kemampuan, pengetahuan produk, jaminan pelayanan, dan sikap staff kepada masyarakat penerima pelayanan.

Pelayanan publik adalah sebuah kebutuhan pelayanan yang diberikan kepada masyarakat yang harus sesuai harapan masyarakat dari pelayanan yang di berikan oleh BCA Cabang Tanah Abang, pelayanan meliputi dari peralatan, kemampuan, pengetahuan, jaminan pelayanan, dan sikap staff kepada masyarakat penerima pelayanan.

BCA Tanah Abang dalam pelayanan masih kurangnya dalam hal atm error, seperti uang kosong tetapi staff tidak mengecek stok di atm, kartu atm tertelan sehingga menjadi error dan down time mesin atm serta nomor antrian yang kadang tidak digunakan, maka terhambatnya pelayanan yang diberikan kepada masyarakat.



Gambar 2.2 Kerangka Berpikir

Sumber data: hasil olahan peneliti (2023)

Dianalisis menggunakan teori Parasuraman

Kualitas pelayanan menurut Zeithhaml, Parasuraman & Berry (dalam Hardiansyah 2011) untuk mengetahui kualitas pelayanan yang dirasakan secara nyata oleh konsumen, ada indikator kualitas pelayanan yang terletak pada lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu: Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy.

Pertama, Tangibles adalah fasilitas yang ada dalam pelayanan pembukaan rekening dan transaksi lainnya di BCA Cabang Tanah Abang dalam memberikan pelayanan dan mampu memberikan pelayanan yang maksimal kepada masyarakat. Kemudian sejauh mana penyampaian informasi mengenai produk BCA dan Promo atau event yang sedang berlangsung dan pelayanan yang dilakukan oleh BCA Cabang Tanah Abang guna menyampaikan pelayanan yang diberikan. Peneliti akan mengkaji mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh BCA Tanah Abang kepada masyarakat. Fasilitas merupakan sarana dan prasarana nyata yang menunjang pelayanan yang di berikan oleh staff BCA Cabang Tanah Abang.

1. Fasilitas Fisik adalah ruang pelayanan, ruang tunggu sebagai fasilitas pelayanan yang berdampak pada kenyamanan masyarakat.
2. Peralatan adalah alat yang mendukung staff customer service maupun staff lainnya dalam melakukan tugas operasionalnya dalam proses pelayanan pembukaan rekening maupun transaksi seperti setor tunai melalui teller maupun mesin start teller, kiriman uang ke bank lain, pembayaran pajak, dan lain sebagainya di BCA Cabang Tanah Abang.
3. Sarana komunikasi adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan informasi dimana para staff Kantor Cabang Tanah Abang dengan masyarakat sebagai penunjang pencapaian pelayanan yang baik khususnya mengenai pelayanan Pembukaan rekening melalui mesin cs digital dan e-service.

Kedua, Reliability adalah kemampuan staff dalam memberikan pelayanan dan memiliki kemampuan yang handal, mengetahui mengenai prosedur kerja,

mekanisme kerja, memperbaiki berbagai kekurangan atau penyimpangan yang tidak sesuai dengan prosedur kerja dan mampu menunjukkan, mengarahkan dan memberikan arahan yang benar kepada setiap bentuk pelayanan yang belum dimengerti oleh masyarakat, sehingga memberi dampak positif atas pelayanan tersebut.

1. Kesigapan adalah sikap para staff dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada nasabah di Bank Central Asia Kantor Cabang Pembantu Tanah Abang pada saat menyambut nasabah dan pada saat transaksi
2. Pelayanan yang akurat adalah suatu bentuk pelayanan yang dilaksanakan berdasarkan ketepatan dalam proses pelayanan tanpa ada kekeliruan dalam segala hal pelayan oleh staff dan security Bank Central Asia Kantor Cabang Tanah Abang sesuai aturan.

Ketiga, Responsiveness adalah cara staff membantu masyarakat dan memberikan pelayanan dengan tanggap cepat dan tepat, bagaimana para staff untuk membantu nasabah dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Tanggapan disini dapat diartikan bagaimana bentuk respon staff terhadap segala hal-hal yang berhubungan dengan nasabah yang membutuhkan pelayanan. Kemudian sejauh mana respon pihak staff dalam memberikan penjelasan terkait nasabah yang merasa tidak puas akan pelayanan yang diberikan, dan bilamana ada hal seperti itu apakah para staff segera memberikan penyelesaian yang tepat dan cepat mengambil tindakan. Responsiveness meliputi:

1. Kesiediaan adalah kesiediaan membantu nasabah merupakan rasa daya tanggap staff terhadap situasi dan kondisi masyarakat yang dirasa membutuhkan bantuan customer service maupun security ataupun para staff Bank Central Asia Kantor Cabang Pembantu Tanah Abang
2. Memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat merupakan kemampuan Bank Central Asia untuk memberikan pelayanan membantu nasabah saat bertransaksi

di cabang dengan cepat dan tepat yang dapat menumbuhkan persepsi yang positif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan Kantor Cabang Tanah Abang

Keempat, Assurance adalah kemampuan staff atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, perilaku keramah tamahan, perhatian, dan kesopanan memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap Bank Central Asia Kantor Cabang Tanah Abang.

Memberikan pelayanan ketepatan waktu harus dilakukan oleh pihak Bank Central Asia dengan tugas dan fungsi yang dimilikinya kemudian dalam melayani nasabah yang ingin mendapatkan pelayanan yang baik oleh para staff yang cepat dan tanggap dalam melayani dalam memberikan informasi dan harus mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah pihak yang ingin dilayani akan tetapi hendaklah memberikan pelatihan kepada para staff dalam meningkatkan kemampuan dan tugasnya. Assurance meliputi:

1. Pengetahuan staff operasional adalah keterampilan yang diperoleh atau yang dimiliki oleh staff Bank Central Asia kantor Cabang Pembantu Tanah Abang untuk mendukung pembukaan rekening dan membantu nasabah saat melakukan transaksi
2. Kemampuan staff dalam memberikan pelayanan pembukaan rekening dan melakukan transaksi kepada nasabah

Kelima, Empathy adalah yaitu bagaimana kemudahan dalam hubungan yang baik, perhatian, dan memahami kebutuhan nasabah. Pelayanan akan berjalan dengan lancar dan berkualitas apabila setiap pihak yang berkepentingan dengan pelayanan memiliki adanya rasa empati dalam menyelesaikan atau mengurus atau memiliki komitmen yang sama terhadap pelayanan. Kemudian dalam memberikan pelayanan yang baik pihak staff harus adil serta tidak menimbulkan diskriminatif layanan, harus menunjukkan sikap rendah hati sopan santun dan ramah tamah karena bilamana itu

dilakukan akan terciptanya hubungan yang baik serta persepsi yang baik pula. Empathy meliputi:

1. Keramahan staff adalah bagaimana sikap para staff Bank Central Asia kantor Cabang Pembantu Tanah Abang dalam memberikan pelayanan mengetahui benar apa yang dibutuhkan nasabah saat ini dan apa yang sesuai dengan kebutuhan mereka dalam perbankan
2. Kesamaan hak adalah yaitu merupakan tindakan staff dalam memberikan pelayanan yang tidak membedakan status sosial sehingga, ras, agama, dan suku maka akan terwujudnya keadilan dalam pelayanan

Berdasarkan kelima dimensi kualitas pelayanan diatas yang telah dikemukakan oleh Zeithaml, Parasuraman dan Berry diharapkan dapat mencapai tujuan dalam kualitas pelayanan pada Bank Central Asia kantor cabang pembantu tanah abang.