

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat di era globalisasi saat ini, Persaingan pelaku bisnis di tuntut mampu memaksimalkan potensi serta pertumbuhan kinerja perusahaan supaya dapat bersaing dengan perusahaan lain. Perbankan merupakan salah satu industri yang bergerak dalam jasa keuangan yang saat ini mengalami persaingan cukup ketat. Masing-masing bank berlomba untuk menciptakan serta memperkenalkan produk dan jasanya kepada nasabah. Hal ini menimbulkan beberapa alternatif bagi nasabah untuk menentukan pilihan bank mana yang menurut penilaian mereka dapat memberikan kenyamanan dan kepuasan bagi dirinya.

Fenomena ini menyadarkan akan perlunya peningkatan orientasi pelayanan kepada nasabah sebagai upaya peningkatan keunggulan kompetitif bisnisnya. Selain itu, perbankan juga dituntut untuk melakukan studi yang mendalam terhadap kualitas jasa keuangannya dengan tujuan agar *customer need* (kebutuhan nasabah) akan produk dan jasa bank dapat dipenuhi secara optimal. Dengan kata lain, apa yang diharapkan dan dipersepsikan oleh nasabah berada pada kisaran optimal. Semakin optimal derajat *service quality*, maka perbankan semakin dapat meningkatkan *positioning nya* dalam pasar persaingan.

Menyediakan layanan yang berkualitas dan mampu menjaga kepuasan dari nasabahnya menjadi salah satu strategi utama dalam industri perbankan di Indonesia saat ini. Nasabah perbankan saat ini semakin selektif dalam memilih bank yang akan digunakan untuk menempatkan dananya serta untuk memenuhi kebutuhan transaksinya. Dengan demikian terlihat bahwa penciptaan pelayanan dan penyampaiannya kepada nasabah merupakan faktor yang cukup penting untuk menciptakan pelayanan tersebut. Harus diketahui terlebih dahulu apa yang dicari nasabah untuk memperoleh kepuasan. Penyampaian pelayanan yang buruk akan dapat merusak penciptaan pelayanan yang sempurna. Kualitas dari pelayanan inilah yang dapat membedakan antara satu bank dengan bank yang lain dalam menghadapi persaingan.

Nasabah tidak hanya menginginkan rasa aman saja, namun kenyamanan dan kemudahan dalam bertransaksi adalah tuntutan mereka saat ini. Tuntutan nasabah yang semakin meningkat membuat persaingan bisnis perbankan semakin ketat. Saat ini bank berlomba-lomba dalam usaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada para nasabahnya dan juga berusaha mengidentifikasi kebutuhan nasabah serta memenuhinya melalui produk-produk maupun jasa-jasa pelayanan.

Menurut oleh Kotler (2012) bahwa salah satu cara untuk meningkatkan daya saing adalah dengan peningkatan kualitas pelayanan, karena dengan kualitas pelayanan yang baik, maka kepuasan pelanggan akan dapat tercapai. Kepuasan nasabah akan pelayanan bank akan tercapai apabila semua keinginan, kebutuhan dan harapannya telah terpenuhi. Semakin tinggi tingkat pemenuhan kepuasan pelayanan suatu bank

terhadap nasabahnya maka semakin tinggi pula kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank tersebut.

Fenomena mengenai kualitas pelayanan Bank kepada nasabahnya dapat dilihat dari tingkat kepuasan pelayanan yang diberikan oleh Bank kepada nasabahnya berdasarkan hasil riset dari Majalah Infobank yang bekerjasama dengan *Marketing Research Indonesia* (MRI), dimana terdapat sebelas (11) bank yang berhasil meraih penghargaan utama sebagai bank dengan tingkat kepuasan, loyalitas, dan keterikatan nasabah tertinggi pada Tahun 2018. Bank-bank tersebut yaitu Bank Central Asia (BCA), Bank Negara Indonesia (BNI), Bank Danamon, Bank Bukopin, Bank OCBC NISP, Bank Permata, Bank Syariah Mandiri, Bank Muamalat, Bank Sumut, Bank Jateng, dan Bank Jawa timur. (www.infobanknews.com).

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Majalah Infobank dan Marketing Research Indonesia (MRI) menempatkan Bank BNI sebagai satu-satunya Bank BUMN terbaik dalam memberikan layanan prima (*Service Excellence*) kepada nasabahnya. BNI mendapatkan penghargaan khusus (Special Award) “*The Best Government Bank in Service Excellence 2019*” Penghargaan ini diberikan atas dasar hasil survei Bank *Service Excellence Monitor* (BSEM) 2019 oleh MRI yang bekerja sama dengan Biro Riset Infobank dengan metode yang digunakan dalam survei adalah metode *mystery shopping*. Hal ini menunjukkan, bahwa indeks *satisfaction* (kepuasan), *loyalty* (loyalitas), dan *engagement* (keterikatan) nasabah BNI sangat tinggi, dikarenakan Bank BNI mampu memberikan layanan (*service*) terbaik kepada nasabahnya. Hal ini Sesuai dengan visi BNI yaitu “*Menjadi Bank*

kebanggaan nasional yang unggul, terkemuka dan terdepan dalam layanan dan kinerja”.

Kualitas layanan BNI tidak hanya didukung oleh pelayanan yang baik, melainkan banyak faktor pendukung seperti jumlah nasabah yang bertransaksi dan kualitas produk atau jasa yang ditawarkan kepada nasabah. Masalah yang dihadapi pihak BNI adalah adanya persaingan yang semakin tajam diantara perusahaan jasa sejenis. Hal ini diakibatkan semakin banyaknya bank yang ada, dengan berbagai produk jasa dan pelayanan untuk memenuhi kebutuhan nasabah dan tingkat persaingan bisnis antar perusahaan yang semakin ketat baik di pasar domestik maupun Internasional. Menurut Margaretha (2004), Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus dapat menyediakan produk atau jasa yang berkualitas dengan harga lebih murah, waktu penyerahan yang lebih cepat, serta pelayanan yang terbaik dibandingkan pesaingnya.

Penelitian ini mengambil Bank BNI KC Senayan sebagai objek penelitian untuk melihat bagaimana pengaruh kualitas pelayanan jasa perbankan yang diberikan kepada nasabah. Pelayanan yang berkualitas dan di tunjang dengan produk atau jasa yang baik serta mampu memenuhi keinginan nasabah, maka dipastikan nasabah akan terus menggunakan jasa perbankan pada bank tersebut.

Kualitas pelayanan (*service quality*) menurut Parasuraman *at all*, (1998), adalah bagaimana perbedaan antara realitas dengan harapan dari pelanggan atas pelayanan yang mereka terima dari perusahaan, dimana harapan adalah keinginan para pelanggan terhadap pelayanan yang akan diberikan oleh perusahaan.

Kualitas pelayanan yang diberikah oleh Bank BNI KC Senayan dapat dilihat dari kepuasan nasabahnya, dimana hal ini dapat dilihat juga dari jumlah tabungan Nasabah Bank BNI KC Senayan dari Tahun 2013-2018.

Tabel 1.1
Nasabah Tabungan Bank BNI KC Senayan Tahun 2013-2018

No	Tahun	Nasabah	Pertumbuhan
1	2013	10.427	-
2	2014	11.425	9%
3	2015	22.816	50%
4	2016	34.604	34%
5	2017	38.946	11%
6	2018	42.408	8%

Sumber: Data Internal 2019 (diolah kembali)

Dapat diketahui bahwa setiap tahunnya nasabah mengalami peningkatan, tetapi peningkatan jumlah nasabah mengalami fluktuasi setiap tahunnya dimana dari Tahun 2016-2018 terjadi penurunan kenaikan jumlah nasabah di Bank BNI KC Senayan. Hal ini bisa disebabkan oleh banyak factor dimana salah satunya adalah kurangnya perhatian Bank terhadap kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah. Untuk mengetahui kepuasan nasabah Bank BNI KC Senayan dapat dilihat dari hasil survei pendahuluan sebagai berikut:

Tabel 1.2

Hasil Survei Tingkat Kepuasan Nasabah Bank BNI KCP Senayan

No	Faktor	Penilaian Konsumen				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Pelayanan yang diberikan oleh Teller BNI KC Senayan sangat baik	10	15	5	0	0
2	Puas terhadap produk yang diberikan oleh BNI KC Senayan	12	13	5	0	0
3	Kenyamanan jam operasional di BNI KC Senayan	9	14	5	2	0
4	Bank menyelesaikan pelayanan tepat waktu yang dijanjikan	10	15	3	2	0

Sumber: Diolah dari Hasil Pra Penelitian

Berdasarkan hasil survei pendahuluan mengenai kepuasan nasabah maka didapatkan hasil bahwa mayoritas pelanggan setuju untuk pelayanan dari teller BNI KC Senayan sangat baik dan jarang ditemukan ketidakpuasan meskipun dari hasil survei ditemukan juga bahwa tidak semua pelayanan yang diberikan oleh BNI KC Senayan dinilai puas oleh nasabahnya. Pihak Bank perlu untuk mempertimbangkan pengaruh tidak puasnya nasabah terhadap kualitas pelayanan yang diberikan terutama yang berkaitan dengan jam operasional dan pelayanan tepat waktu dari Bank.

Tjiptono (2014), menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Oleh karena itu perusahaan perlu untuk memperhatikan kinerja dari kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen untuk meningkatkan kepuasan terhadap perusahaan.

Hal ini juga diperkuat oleh penelitian sebelumnya dari Falla ilham Saputra (2013) yang menghasilkan kesimpulan bahwa Kualitas layanan yang tinggi mampu meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian dari Dwi Aliyyah Apriyani Sunarti (2017) menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh secara bersama-sama variabel kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen The Little A Coffee Shop di Sidoarjo.

Sementara hasil penelitian Husnul Khatimah (2011) yang berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Nasabah BRI Cabang Semarang Pattimura) menunjukkan bahwa variabel *empathy* dan *assurance* yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan pada variabel *responsiveness*, *tangible* dan *reliability* berpengaruh positif namun tidak signifikan. Hal ini juga didukung oleh hasil penelitian dari Wasi Bagasworo dan Santi Rimadias (2014) menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh kualitas jasa interaksi terhadap kepuasan mahasiswa S1 di STIE Indonesia Banking School.

Berdasarkan fenomena yang terjadi serta perbedaan hasil penelitian sebelumnya mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, maka penulis mengambil judul, “**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK NEGARA INDONESIA CABANG UTAMA SENAYAN**”

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah *tangibles* berpengaruh pada kepuasan nasabah Bank BNI KC Senayan?
2. Apakah *reliability* berpengaruh pada kepuasan nasabah Bank BNI KC Senayan?
3. Apakah *responsiveness* berpengaruh pada kepuasan nasabah Bank BNI KC Senayan?
4. Apakah *assurance* berpengaruh pada kepuasan nasabah Bank BNI KC Senayan?
5. Apakah *empathy* berpengaruh pada kepuasan nasabah Bank BNI KC Senayan?
6. Apakah *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* secara bersama-sama berpengaruh pada kepuasan nasabah Bank BNI KC Senayan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Menguji dan menganalisa pengaruh *tangibles* terhadap kepuasan nasabah pada Bank BNI KC Senayan.
2. Menguji dan menganalisa pengaruh *reliability* terhadap kepuasan nasabah pada Bank BNI KC Senayan.

3. Menguji dan menganalisa pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah pada Bank BNI KC Senayan
4. Menguji dan menganalisa pengaruh *assurance* terhadap kepuasan nasabah pada Bank BNI KC Senayan
5. Menguji dan menganalisa pengaruh *empathy* terhadap kepuasan nasabah pada Bank BNI KC Senayan.
6. Menguji dan menganalisa pengaruh *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy* terhadap kepuasan nasabah pada Bank BNI KC Senayan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi semua pihak-pihak yang terkait didalamnya baik pihak perusahaan maupun mahasiswa lain yang akan menjadikan penelitian ini sebagai sumber referensi penelitiannya. Bagi perusahaan atau pihak Bank, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat mengenai peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah, serta lebih memahami bagaimana pentingnya kualitas layanan oleh bank dalam membentuk kepuasan nasabah. Bagi mahasiswa penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan tambahan ilmu pengetahuan mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

1.5 Lingkup Penelitian

Agar dapat mempermudah pemecahan masalah maka perlu diberikan batasan-batasan dan asumsi yang berkaitan dengan permasalahan. Batasan-batasan tersebut adalah :

1. Penelitian ini membahas tentang kepuasan nasabah pada KC Senayan pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk.

2. Peneliti hanya mengakses informasi berkaitan dengan kepuasan nasabah meliputi aspek wujud fisik (*tangible*), Keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), Empati (*Empathy*)
3. Penelitian hanya ditujukan untuk nasabah tabungan minimal 6 bulan
4. Batas waktu penelitian hanya dilakukan selama tahun 2019.

1.6 Sistematika Pembahasan

Rangkaian penelitian ini akan dibahas dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini meliputi latar belakang, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II : LANDASAN TEORI DAN PROFIL PERUSAHAAN

Bab ini meliputi landasan teori yang menjadi landasan konseptual dalam penyusunan penelitian sebagai dasar dari analisis penelitian, penelitian terdahulu, kerangka penelitian, dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini meliputi variable penelitian, cara penentuan sampel, jenis dan sumber data, serta metode analisis yang dipakai dalam penelitian

BAB IV : PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang deskripsi objek penelitian, analisis data, dan pembahasan atas hasil pengolahan data.

BAB V : SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menyajikan simpulan dari penelitian yang dilakukan serta saran dari penulis yang diharapkan dapat berguna dan menjadi masukan bagi perusahaan dan juga masukan bagi peneliti berikutnya dalam bidang sejenis

