

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Bank sebagai lembaga intermediasi memiliki fungsi dan peranan sebagai perantara keuangan. Dalam peranannya, hubungan bank dengan nasabah mempunyai keterkaitan satu sama lain, yaitu hukum dan kepercayaan. Suatu bank dapat menjalankan kegiatannya dan juga dapat berkembang dengan baik apabila masyarakat percaya untuk menempatkan uangnya pada bank tersebut melalui produk penyimpanan dana yang ada pada bank tersebut. Berdasarkan kepercayaan masyarakat bank menghimpun dana masyarakat dan kemudian menyalurkan dananya kepada masyarakat melalui produk penyaluran yaitu kredit. Kemudian dana yang disimpan masyarakat pada bank tersebut digunakan bank untuk memenuhi kegiatan usahanya melalui penyaluran kredit yang akan menjadi bisnis yang penuh risiko. Selain sebagai intermediasi bank juga berperan sebagai lembaga keuangan yang menopang pertumbuhan perekonomian di Indonesia, semakin maju dunia perbankan maka akan semakin cepat pula perekonomian untuk tumbuh dan berkembang di era globalisasi ini. Perbankan merupakan bagian yang penting dari sistem keuangan demi kelancaran kegiatan perekonomian suatu negara.

Perbankan dituntut untuk menunjukkan kinerja dan pelayanan yang baik, perkembangan perbankan di Indonesia menjadikan persaingan semakin kompetitif. Hal ini tentu menuntut proses pendewasaan dari perbankan di Indonesia menuju profesionalisme, hal ini juga persaingan dunia usaha semakin ketat termasuk perbankan. Kompetisi di era globalisasi ini menjadikan teknologi informasi berkembang semakin canggih demi untuk memenangkan persaingan di pasar. Persaingan semakin tinggi, maka membuat para pelaku bisnis berusaha meningkatkan penyajian pelayanan yang terbaik. Saat ini, persaingan di dunia perbankan tidak hanya fokus pada penjualan produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan mendapatkan keuntungan belaka. Persaingan saat ini lebih ditekankan pada pemberian layanan prima kepada nasabah. Karena layanan prima mampu memberikan kepuasan kepada nasabah, selain juga mempertahankan nasabah lama pelayanan prima dapat menarik calon nasabah baru. Layanan prima pada akhirnya dapat meningkatkan reputasi bank di mata nasabah dan masyarakat. Dengan reputasi yang baik, segala hal yang dilakukan bank akan dinilai positif, sehingga nasabah menjadi puas atas layanan yang diberikan. Tentunya hal ini merupakan sesuatu yang positif bagi bank.

Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumennya mempunyai peran yang sangat penting. Menurut Semil dalam Wildan dan Sumarsono (2018), kata pelayanan prima dalam Bahasa Inggris keseharian tidak disebut sebagai *premium service*, tetapi disebut dengan *excellent service* (pelayanan yang unggul, baik sekali) atau *service excellent* (keunggulan

pelayanan, pelayanan dengan mutu yang baik sekali). Sedangkan menurut Suwithi dalam Frimayasa (2017), pelayanan prima adalah pelayanan yang terbaik yang diberikan kepada pelanggan, baik pelanggan internal maupun eksternal berdasarkan *standard* dan prosedur pelayanan.

Pelayanan prima bertajuk komunikasi atau Service Excellent merupakan penerapan komunikasi dalam menunjang perbuatan atau tindakan kepada pelanggan apa yang mereka harapkan pada saat mereka membutuhkan, dengan cara yang mereka inginkan. Hal demikian dilakukan guna terciptanya hubungan baik sehingga dapat mencapai kesejahteraan bersama serta menjaga kepuasan, kenyamanan dan integritas (nilai-nilai) dari bank itu sendiri. Untuk memberikan layanan yang terbaik ini dapat diwujudkan apabila kita dapat menonjolkan kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan tanggung jawab yang baik terkoordinasi. Penonjolan kemampuan inilah yang sebenarnya membedakan antara konsep pelayanan biasa dan pelayanan prima karena tumpuan keberhasilan melaksanakan dan membudayakan pelayanan prima tidak terlepas dari kemampuan seseorang atau kelompok orang untuk melaksanakan layanan secara optimal (Nizar dan Soleh, 2017).

PT. Bank Tabungan Negara Tbk. Merupakan salah satu bank umum yang berada di Kota Tasikmalaya Dengan salah satu produk andalannya yaitu Kredit Pemilikan Rumah (KPR) melalui produk KPR BTN. Dalam rangka meningkatkan penyaluran KPR BTN kepada calon nasabahnya, bank BTN melakukan berbagai bentuk inovasi untuk menyalurkan produk KPR BTN

seperti menjalin kerja sama dengan developer perumahan, mendatangi langsung calon nasabah, mempercepat proses realisasi kredit, dan melakukan penagihan pembayaran angsuran kepada nasabah jika nasabah tidak bisa datang langsung ke bank. Hal tersebut dilakukan karena bank ini merupakan perusahaan jasa yang keberadaan dan perkembangannya bergantung kepada kepercayaan masyarakat.

Beberapa permasalahan yang penulis temukan pada Bank BTN Cabang Tasikmalaya adalah terkait konsistensi dalam memberikan pelayanan prima kepada nasabah Kredit Pemilikan Rumah (KPR). Meskipun bank telah berusaha memberikan layanan terbaik, tantangannya adalah memastikan bahwa setiap nasabah mendapatkan pengalaman layanan yang sama, terlepas dari segmen atau statusnya. Nasabah prioritas dan nasabah biasa mungkin mempunyai persepsi berbeda mengenai kualitas layanan yang diberikan dan ekspektasi berbeda terhadap jenis layanan yang harus mereka terima.

Selain itu, penulis juga menemukan permasalahan terkait tantangan pemenuhan ekspektasi nasabah yang terus meningkat. Di era digital saat ini, nasabah mengharapkan layanan yang cepat dan efisien yang memenuhi kebutuhan mereka. Namun Bank BTN Cabang Tasikmalaya sering kali kesulitan menyeimbangkan penyediaan layanan yang efisien dengan harapan dan perhatian serta kepribadian nasabah KPR. Selain dari masalah konsistensi dalam pemberian layanan yang baik dan pemenuhan ekspektasi nasabah yang semakin meningkat, juga masalah terkait dengan kurangnya pemahaman

mendalam mengenai dampak pelayanan prima terhadap kepuasan nasabah KPR. Meskipun keunggulan layanan diyakini berdampak positif terhadap kepuasan nasabah secara umum, namun masih sedikit penelitian yang secara khusus mengkaji faktor-faktor yang paling mempengaruhi keunggulan layanan pada produk KPR. Hal ini menciptakan tantangan bagi bank dalam mengidentifikasi dan menerapkan praktik terbaik yang tepat untuk meningkatkan kepuasan nasabah KPR.

Kepuasan nasabah merupakan faktor kunci keberhasilan setiap perusahaan, termasuk dalam industri perbankan yang menawarkan produk KPR (Kredit Pemilikan Rumah). Proses pembelian rumah melibatkan rangkaian tahapan yang kompleks, mulai dari pengajuan pinjaman, penilaian kelayakan dan pencairan dana. Selama proses ini, nasabah banyak berinteraksi secara intensif dengan bank, baik secara langsung maupun melalui berbagai saluran komunikasi. Oleh karena itu, kepuasan nasabah merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah untuk memilih dan tetap pada suatu bank tertentu. Dari seluruh proses yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah dalam pengajuan KPR salah satunya yaitu lamanya waktu yang diperlukan untuk menerima keputusan persetujuan kredit. Jika proses tersebut memakan waktu terlalu lama dan tidak ada komunikasi yang jelas dari pihak bank, nasabah dapat merasa tidak puas dan kehilangan kepercayaan terhadap layanan yang diberikan oleh bank. Situasi ini dapat menyebabkan ketidakpuasan dan mempengaruhi keputusan nasabah untuk mencari opsi atau bahkan bisa menyebabkan pembatalan rencana pembelian rumah.

Kepuasan nasabah dalam bisnis KPR tidak hanya terbatas pada proses peminjaman saja, namun juga mencakup aspek lain seperti kualitas pelayanan, kemudahan akses informasi, serta penanganan keluhan dan masalah yang mungkin timbul. Pengalaman positif yang didapatkan nasabah selama proses pembelian rumah dapat meningkatkan loyalitas dan kepercayaan nasabah terhadap bank, sehingga meningkatkan kemungkinan untuk transaksi di masa mendatang. Di sisi lain, ketidakpuasan nasabah dapat berdampak negative terhadap reputasi bank dan dapat menyebabkan nasabah beralih ke pesaing yang lain.

Maka dari itu, kepuasan nasabah perlu mendapat perhatian dari PT. Bank Tabungan Negara Tbk. Kantor Cabang Tasikmalaya dengan cara memberikan pelayanan terbaik kepada nasabahnya. Hal ini dikarenakan nasabah kredit yang puas akan terus menerus melakukan transaksi kredit dan nasabah yang puas bisa dijadikan media promosi bagi perusahaan untuk meningkatkan jumlah konsumennya, karena nasabah tersebut suatu saat akan melakukan promosi kepada orang lain yang akan melakukan transaksi kredit dalam bentuk *word of mouth*, yaitu promosi yang dilakukan oleh konsumen ketika berbicara dengan lawan bicaranya baik itu keluarga, kerabat maupun orang-orang terdekatnya mengenai keunggulan, kenyamanan dan kemudahan serta pelayanan yang diterima oleh konsumen Ketika membeli suatu produk.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk meneliti pelayanan yang diberikan kepada nasabah oleh bank serta pengaruhnya terhadap

kepuasan nasabah KPR BTN dengan judul **PENGARUH *SERVICE EXCELLENT* TERHADAP KEPUASAN NASABAH KREDIT PEMILIKAN RUMAH (KPR) PADA PT BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO) TBK. KANTOR CABANG TASIKMALAYA.**

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang penelitian diatas, penulis dapat merumuskan permasalahan yang diteliti, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana *Service Excellent* pada nasabah Kredit Pemilikan Rumah (KPR) PT Bank Tabungan Negara Tbk. Kantor Cabang Tasikmalaya?
2. Bagaimana Kepuasan Nasabah Kredit Pemilikan Rumah (KPR) pada PT Bank Tabungan Negara Tbk. Kantor Cabang Tasikmalaya?
3. Bagaimana pengaruh *service excellent* terhadap kepuasan nasabah KPR di PT. Bank Tabungan Negara Tbk. Kantor Cabang Tasikmalaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui *Service Excellent* yang diberikan kepada nasabah Kredit Pemilikan Rumah (KPR) PT Bank Tabungan Negara Tbk. Kantor Cabang Tasikmalaya.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah Kredit Pemilikan Rumah (KPR) pada PT Bank Tabungan Negara Tbk. Kantor Cabang Tasikmalaya.

3. Untuk mengetahui pengaruh *service excellent* terhadap kepuasan nasabah KPR di PT. Bank Tabungan Negara Tbk. Kantor Cabang Tasikmalaya.

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Secara Praktis
 - a) Hasil penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat dan menjadi ilmu pengetahuan dalam bidang ekonomi khususnya bagi perbankan.
 - b) Dapat dijadikan sebagai media informasi bagi masyarakat dan menjadi tolak ukur bagaimana kondisi pelayanan di PT. Bank Tabungan Negara Tbk. Kantor Cabang Tasikmalaya.
 - c) Untuk membantu Bank BTN Kantor Cabang dalam memberikan pelayanan terbaik bagi nasabah.
2. Secara Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi pembaca baik internal maupun eksternal Universitas Siliwangi.

1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Berikut merupakan lokasi dan identitas tempat penulis melakukan penelitian.

Nama Instansi : PT. Bank Tabungan Negara KC Tasikmalaya
 Lokasi : Jl. Sutisna Senjaya No. 101, Cikalang, Kecamatan
 Tawang, Kota Tasikmalaya, Jawa Barat
 No. Telephone : (0265) 334464-65
 Website : <https://www.btn.co.id/id>

1.5.2 Jadwal Penelitian

Berikut merupakan waktu penulis melakukan penelitian pada penelitian ini:

Tabel 1.1
Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Tahun 2024																			
		Februari				Maret				April				Mei				Juni			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan outline dan rekomendasi pembimbing																				
2	Konsultasi awal dan rencana Menyusun kegiatan																				
3	Proses bimbingan untuk menyelesaikan proposal																				
4	Seminar proposal seminar tugas akhir																				
5	Revisi proposal tugas akhir dan persetujuan revisi																				
6	Pengumpulan dan pengolahan data																				

No	Kegiatan	Tahun 2024																			
		Februari				Maret				April				Mei				Juni			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
7	Proses bimbingan untuk menyelesaikan tugas akhir																				
8	Ujian tugas akhir, revisi tugas akhir, dan pengesahan tugas akhir																				

Sumber: *Data Diolah Penulis*