

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada saat ini Bank dan lembaga keuangan merupakan salah satu pelaku terpenting dalam perekonomian sebuah negara. Masyarakat maupun kalangan industri/usaha sangat membutuhkan jasa bank dan lembaga keuangan lainnya, untuk mendukung dan memperlancar aktivitasnya.

Dalam persaingan dunia Perbankan di era globalisasi saat ini, nasabah merupakan faktor yang sangat penting bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan. Nasabah harus di jaga agar tetap memakai produk atau jasa yang dihasilkan oleh Bank. Bank harus memberikan sesuatu yang lebih bagi nasabahnya melebihi apa yang diharapkan oleh nasabah tersebut. Nasabah harus dibuat puas atas produk atau penggunaan jasa yang dipakainya agar mereka selalu setia menggunakan produk atau jasa yang dihasilkan.

Penurunan citra dan reputasi suatu bank dapat memengaruhi minat calon nasabah untuk menggunakan fasilitas perbankan. Hal yang melatar belakangi penurunan antusiasme calon nasabah dalam menyuplai dana di suatu perusahaan perbankan dapat dilatar belakangi oleh kinerja yang tidak maksimal entah itu dari para karyawan maupun pimpinan bank. Kinerja yang kurang maksimal itu bisa berupa ketidakpekaan karyawan bank dalam memberikan layanan produk atau jasa yang cocok dengan para penggunanya. Di samping itu, kualitas pelayanan yang buruk pun dapat menjadi faktor utama dari permasalahan tersebut. Apabila suatu perusahaan perbankan sudah berada dalam titik yang kurang stabil, maka

perusahaan perbankan lain yang dapat melayani nasabah sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya tentu memiliki potensi yang cukup tinggi untuk menggaet calon nasabah.

Bank berfungsi sebagai perantara diantara masyarakat yang membutuhkan dana dengan masyarakat yang kelebihan dana di samping menyediakan jasa-jasa keuangan lainnya. Oleh karena itu, Bank berfungsi sebagai perantara keuangan, dalam hal ini faktor “Kepuasan” dari masyarakat merupakan faktor utama dalam menjalankan bisnis Perbankan.

Secara umum, kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, nasabah akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, nasabah akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, maka nasabah akan sangat puas atau senang. Penilaian nasabah atas kinerja produk tergantung pada banyak faktor, terutama jenis hubungan loyalitas yang dimiliki nasabah dengan sebuah merek. Nasabah sering membentuk persepsi yang lebih menyenangkan tentang sebuah produk dengan merek yang sudah mereka anggap positif.

Dalam Perbankan, kepuasan dan ketidakpuasan nasabah adalah hasil penilaian nasabah terhadap apa yang diharapkan dalam penggunaan suatu jasa Bank. Harapan tersebut dibandingkan dengan persepsinya terhadap kinerja atau kualitas yang diterimanya pada pelayanan jasa Bank. Jika apa yang diharapkannya sama atau lebih rendah dari pada kualitas jasa Bank, nasabah merasa puas.

Sebaliknya jika harapannya lebih tinggi dari pada kualitas jasa Bank, nasabah akan merasa tidak puas.

Kepuasan nasabah merupakan kunci utama dalam keberhasilan suatu Bank, karena nasabah merupakan orang yang bersentuhan langsung terhadap Bank. Nasabah yang puas adalah nasabah yang merasa mendapatkan nilai dari suatu Bank, nilai ini bisa berasal dari pelayanan yang mereka dapatkan. Nasabah yang merasa puas akan menyampaikan rasa kepuasannya kepada orang lain, baik dalam cerita atau memberikan rekomendasi.

Apabila nasabah merasa tidak puas dengan apa yang diterimanya maka biasanya akan menggerutu dan akan menyampaikan keluhannya kepada orang lain, sehingga akan menimbulkan efek berantai yang negatif dalam perkembangan suatu Bank bahkan Bank akan mengalami kerugian yang sangat besar dalam pendapatannya.

Fungsi *customer service* memberikan pelayanan kepada pelanggan/nasabah, pihak yang memberikan pelayanan harus menyadari, bahwa keberadaan konsumen yang puas atas pelayanan yang diberikan oleh Bank merupakan pendukung untuk kesuksesan bagi perusahaan maupun organisasi lainnya. Dengan demikian, *Customer Service* harus menempatkan nasabah sebagai asset yang sangat berharga, karena dalam kenyataannya tidak akan ada suatu organisasi atau perusahaan, terutama lembaga keuangan yang akan mampu bertahan hidup bila ditinggalkan oleh pelanggan atau nasabahnya.

Fenomena pelayanan *Customer Service* di Bank BNI Ciawi merupakan peran yang sangat penting khususnya bagi pembukaan rekening, dan penerimaan komplain nasabah, ada beberapa *handling complain customer service* di Bank BNI Ciawi yaitu lupa pin, mobile banking ke blokir, kartu hilang, transaksi di atm tidak keluar. Di Bank BNI Ciawi rata-rata *customer service menerima handling complain* terkadang juga *customer service* melayani nasabah para mahasiswa yang menerima pencairan bantuan KIP.

Kepuasan pelanggan/nasabah telah menjadi sesuatu yang wajib bagi setiap organisasi bisnis dan dalam konteks tertentu. Ini sebetulnya tidak mengherankan karena hasil studi yang berkesinambungan di bidang pemasaran menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan/nasabah merupakan hasil yang dicapai pada saat keistimewaan produk merespon kebutuhan nasabah. Kepuasan nasabah juga merupakan evaluasi awal dan kinerja aktual jasa layanan yang di persepsikan setelah layanan dan pengalaman layanan atau konsumsi hendaknya sesuai dengan yang diharapkan (Saputri, 2022). Penelitian ini sebagai tolak ukur dari baik tidaknya perusahaan tersebut dalam melayani nasabahnya.

Bank BNI merupakan salah satu bank BUMN yang terbesar di Indonesia. Bank BNI terus menawarkan berbagai pelayanan yang menarik dan inovatif yang bertujuan untuk memuaskan dan membantu kebutuhan nasabah dalam bertransaksi. Kepuasan nasabah menjadi hal yang penting karena dengan kemudahan dalam mengakses layanan, penyelesaian masalah yang cepat dan tepat dan juga adanya fitur yang semakin memudahkan nasabah dalam menggunakan layanan yang menjadikan bank lebih unggul dan nasabah akan merasa puas. Bank BNI memiliki

budaya perusahaan yang disebut budaya kerja BNI “PRINSIP 46” yaitu empat budaya kerja yang terdiri dari profesionalisme, integritas, orientasi pelanggan, perbaikan tiada henti. Selanjutnya enam nilai perilaku antara lain meningkatkan kompetensi dan memberikan hasil terbaik, jujur, tulus dan ikhlas, disiplin, konsisten, bertanggungjawab, memberikan layanan terbaik melalui kemitraan yang sinergis, senantiasa melakukan penyempurnaan, kreatif dan inovatif. Budaya kerja pada perusahaan dapat membuat karyawan melaksanakan pekerjaan dengan cara terbaik (BNI, 2022) Bank BNI menyadari pentingnya memberikan pelayanan kepada nasabah. Bank dapat dinilai apabila karyawan mampu melayani nasabah dengan baik. Karyawan Bank BNI mencerminkannya dari pendekatan yang dilakukan kepada nasabah seperti sikap siap membantu, ramah, sopan, tersenyum, besikap professional, jujur, tulus, disiplin dan memberikan layanan yang terbaik. Hal ini dapat memberikan kepuasan nasabah sehingga nasabah mau datang kembali untuk melakukan transaksi. Fasilitas ATM serta menyediakan layanan internet banking dengan adanya fasilitas layanan transaksi perbankan melalui jaringan internet 24 jam bagi nasabah bank diharapkan dapat memberikan kepuasan dalam

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan di atas, maka penulisan ini diberi judul **”ANALISIS PELAYANAN PRIMA *CUSTOMER SERVICE* DALAM MELAYANI KEPUASAN NASABAH DI PT. BANK NEGARA INDONESIA (PERSERO) TBK. KANTOR CABANG PEMBANTU CIAWI KABUPATEN TASIKMALAYA”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas, untuk mempermudah dalam menyelesaikan permasalahan yang menjadi dasar dalam penulisan ini, maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan dimensi pelayanan prima terhadap *Customer Service* untuk meningkatkan kepuasan nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Ciawi.
2. Bagaimana persentase analisis rata-rata pelayanan prima terhadap *Customer Service* di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Ciawi.
3. Apa saja hambatan yang terjadi dalam pelaksanaan pelayanan prima pada *Customer Service* di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Ciawi.
4. Bagaimanakah solusi untuk mengatasi hambatan dalam pelaksanaan pelayanan prima pada *Customer Service* di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Ciawi.

1.3 Tujuan Penelitian

Dengan mengacu pada identifikasi masalah diatas, maka tujuan dari penelitian yaitu untuk mengetahui:

1. Pelaksanaan pelayanan prima *Customer Service* dalam meningkatkan kepuasan nasabah sesuai SOP pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Ciawi.

2. Persentase analisis pelayanan prima *Customer Service* terhadap nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Ciawi.
3. Hambatan yang terjadi dalam pelaksanaan pelayanan prima pada *Customer Service* di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Ciawi.
4. Solusi dalam mengatasi hambatan pelaksanaan pelayanan prima pada *Customer Service* di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Ciawi.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian yang diperoleh antara lain adalah untuk:

1. Kegunaan Teoritis/Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Secara teoritis kegunaan penelitian dalam tulisan ini menambah referensi dan menambah ilmu pengetahuan Penulis serta pembaca terhadap ilmu-ilmu Perbankan terutama tentang analisis pelayanan prima *customer service* dalam melayani kepuasan nasabah

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi Penulis

Sebagai syarat penyelesaian Program Studi D-3 Perbankan dan Keuangan juga dapat memberikan tambahan pengetahuan dan pengalaman khususnya dibidang sektor keuangan. Dan juga bisa belajar untuk mengaplikasikan teori/ilmu yang didapat selama kuliah.

b. Bagi Lembaga

Hasil penelitian ini diharapkan bisa berguna sebagai bahan informasi dan referensi bagi perkembangan ilmu pengetahuan mahasiswa, khususnya mahasiswa Program D-3 Perbankan dan Keuangan.

c. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan masukan dan perbaikan bagi perusahaan mengenai analisis pelayanan prima *customer service* terhadap kepuasan nasabah.

d. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini dapat menggerakkan masyarakat untuk berani menyampaikan kritik atau saran demi memperbaiki kualitas pelayanan di Perbankan dan hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi sumber informasi untuk mengimplementasikan pelayanan prima, sebagai salah satu kunci keberhasilan usaha yang bergerak di bidang jasa pada suatu instansi.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Kegiatan penelitian dilaksanakan di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk kantor cabang pembantu ciawi kabupaten tasikmalaya, yang bertempat di pakemitan kecamatan ciawi, kabupaten tasikmalaya, jawa barat 46156. Waktu yang dibutuhkan untuk melaksanakan penelitian dimulai pada tanggal 29 Desember 2022 sampai 27 Januari 2023.

1.5.2 Waktu Penelitian

Waktu yang dibutuhkan untuk penelitian dimulai dari tanggal 01 Februari 2023 sampai dengan 10 Maret 2023. Terhitung selama 33 hari.

Tabel 1. 1 Matriks Waktu Pembuatan Tugas Akhir

No	Jenis Kegiatan	Jadwal Kegiatan Pembuatan Tugas Akhir																			
		Februari				Maret				April				Mei				Juni			
		1	2	3	4	1	1	2	3	4	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul dan SK Pembimbing TA			■																	
2	Acc judul oleh pembimbing I & II			■																	
3	Penyusunan draft awal					■	■	■	■	■											
4	Bimbingan													■	■	■	■				
5	Acc untuk diseminarkan																			■	
6	Sidang Tugas Akhir																			■	

Sumber: Data diolah penulis, 2023