

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Perbankan merupakan suatu lembaga keuangan yang memiliki peranan penting bagi kelangsungan perekonomian Indonesia. Menurut UU Perbankan No. 10 Tahun 1998, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup orang banyak. Perkembangan bank di Indonesia mengalami persaingan yang ketat, baik dalam bidang produk maupun jasa pelayanan sehingga masyarakat sudah melangkah lagi bukan hanya sekedar menabung tetapi sudah menjadi masyarakat investor. Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut bank untuk menawarkan berbagai macam produk-produk sehingga mampu bersaing dengan bank-bank lainnya dalam memberikan kualitas pelayannya kepada nasabah.

Persaingan bisnis perbankan yang semakin meningkat dapat memberikan inovasi-inovasi baru, bisnis tidak hanya berupa laba, melainkan penciptaan dan memberikan kualitas yang baik bagi nasabah. Penambahan nilai mengandung arti penciptaan nasabah yang puas, karyawan yang layak dan laba besar. Bagaimanapun nasabah merupakan tujuan utama suatu perusahaan, selain itu tugas lain dari perusahaan itu sendiri adalah menemukan strategi yang tepat dalam mengelola perusahaan. Maka dari itu salah satu perbankan yang memberikan kualitas pelayanan yang baik dan terpercaya yaitu bank BRI.

Di Indonesia terdapat beberapa bank milik pemerintah ataupun swasta, bank merupakan salah satu perusahaan jasa yang di kunjungi oleh masyarakat. Salah satunya bank BRI, Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah salah satu bank milik pemerintah yang terbesar di Indonesia, bank BRI selalu memberikan kualitas pelayanan yang terbaik yang selalu mengedepankan nasabahnya guna untuk meningkatkan kepuasan nasabah. Bank BRI juga selalu mengedepankan nasabah untuk memberikan kenyamanan dari sisi kualitas pelayanan. Salah satu bank yang sering memiliki kualitas pelayanan prima yang baik adalah Bank Rakyat Indonesia Unit Gunung Pereng Taasikmalaya.

Pada BRI KCP Gunung Pereng memiliki sumber daya manusia yang selalu dijaga kualitasnya dengan cara mengikuti pelatihan dan program yang disediakan oleh Kantor Unit. Dengan adanya program pelatihan tersebut akan mempermudah pekerja dalam melayani nasabah dengan prima dan melayani nasabah yang datang dengan berbagai permasalahan perbankan. Tetapi dengan adanya hal tersebut belum menjamin bahwa nasabah BRI Kantor Unit Gunung Pereng Tasikmalaya merasa puas dengan pelayanan yang di berikan oleh Bank BRI Unit Gunung Pereng Tasikmalaya. Berdasarkan hasil analisis dan riset yang dilakukan peneliti pada BRI Unit Gunung Pereng Tasikmalaya terdapat nasabah yang masih kurang puas dengan pelayanan yang telah diberikan.

Adapun ketidak puasan nasabah terhadap pelayanan yang telah diberikan, adalah sebagai berikut: Pelayanan yang kurang maksimal mengakibatkan bertumpuknya antrian sehingga nasabah kurang nyaman, lebih mengutamakan nasabah yang sudah dikenal dari pada nasabah yang sudah mengantri terlebih

dahulu, tidak adanya greating terhadap nasabah dan tidak memiliki sikap ramah sehingga nasabah kurang nyaman dan tidak puas terhadap pelayanan yang diterima. Hal tersebut menunjukkan adanya kekurangan dalam pelayanan prima sehingga tidak tercapainya kepuasan pelanggan, namun apabila sudah terncapainya kepuasan pelanggan maka akan sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Sahabudin (2019:62), bahwa ketika nasabah merasa puas terhadap perusahaan, akan menciptakan rasa kepercayaan serta kepuasan terhadap nasabah yang nantinya akan berefek panjang bagi perusahaan dan kepuasan pelanggan/nasabah pun menjadi inti perusahaan akan mendapatkan profitabilitas.

Apabila nasabah BRI Unit Gunung Pereng Tasikmlaya merasa puas dengan pelayanan yang didapatkan, maka nasabah akan loyal kepada perusahaan termasuk tidak akan tergoda terhadap produk atau jasa bank lain. Maka dari itu kualitas pelayanan menjadi salah tolak ukur untuk mengukur kepuasan nasabah tujuannya agar pelayan yang di berikan oleh perusahaan agar di kenan oleh nasabah. Kualitas pelayanan adalah suatu wujud aktivitas suatu perusahaan agar dapat meberikan harapan kepada pelanggan atau nasabah secara maksimal (Irfan, 2019). Kualitas pelayanan jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono 2011).

Kepuasan Nasabah adalah perasaan puas yang dirasakan oleh nasabah setelah membandingkan antara hasil atau kinerja produk/jasa yang mereka terima dengan harapan mereka. Dengan kata lain, nasabah merasa puas jika hasil yang mereka dapatkan sesuai atau bahkan melebihi harapan mereka.. Kepuasan konsumen adalah suatu penilaian emosional dari konsumen setelah

konsumen menggunakan produk dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakannya terpenuhi (Daryanto dan Setyobudi 2014: 43).

Adapun pelayanan yang dapat membuat nasabah menjadi puas diantaranya sebagai berikut; bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan perhatian (*empathy*), yang diberikan oleh bank. Nasabah akan lebih suka diutamakan dalam perihal pelayanan, hal tersebut akan menunjukkan performance perusahaan memiliki kualitas yang baik. Berbeda dengan kualitas pelayanan yang kurang baik maka nasabah akan pindah pada bank lain, jika bank lain dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginan nasabah. Sehingga pelayanan yang baik akan menghasilkan tanggapan yang baik pula oleh nasabah begitupun sebaliknya pelayanan yang buruk akan menghabiskan kesabaran nasabah.

Berdasarkan fenomena di atas, maka penulis mengambil judul penelitian **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk. Kantor Unit Gunung Pereng Tasikmalaya”**. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada bank BRI yang mana akan memberikan penilaian kepada perusahaan. Penelitian ini juga banyak diteliti oleh penelitian terdahulu yang pernah diteliti oleh Rizal, 2021 dan Wibowo E, 2021 yang menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan dapat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka penulis merumuskan permasalahan yang berkaitan dengan judul penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas pelayanan berpengaruh pada nasabah Bank Rakyat Indonesia Kantor Unit Gunung Pereng Tasikmalaya.
2. Bagaimana kepuasan nasabah Bank Rakyat Indonesia Kantor Unit Gunung Pereng Tasikmalaya.
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Rakyat Indonesia Kantor Unit Gunung Pereng Tasikmalaya.

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan pada nasabah Bank Rakyat Indonesia Kantor Unit Gunung Pereng Tasikmalaya.
2. Untuk mengetahui bagaimana kepuasan nasabah Bank Rakyat Indonesia Kantor Unit Gunung Pereng Tasikmalaya.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Rakyat Indonesia Kantor Unit Gunung Pereng Tasikmalaya.

1.4. Kegunaan Hasil Penelitian

1.4.1 Kegunaan pengembangan ilmu

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi peneliti selanjutnya sebagai sumber referensi, inspirasi dan menambah wawasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

No.	Kegiatan	Tahun 2025															
		Februari				Maret				April				Mei			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan judul dan rekomendasi pembimbing																
2	Konsultasi awal dan Menyusun rencana kegiatan																
3	Proses bimbingan untuk menyelesaikan proposal																
4	Seminar proposal																
5	Revisi proposal dan persetujuan revisi																

No.	Kegiatan	Tahun 2025															
		Februari				Maret				April				Mei			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
6	Pengumpulan dan pengolahan data																
7	Proses bimbingan untuk menyelesaikan Tugas Akhir																
8	Ujian Tugas Akhir, revisi Tugas Akhir, dan pengesahan Tugas Akhir																

Sumber: Data diolah penulis, 2025