

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan pelayanan di sektor perbankan mengalami perubahan yang signifikan seiring dengan kemajuan teknologi dan meningkatnya kebutuhan nasabah. Bank tidak hanya berfokus pada penyediaan produk keuangan semata, tetapi juga memperhatikan kualitas layanan sebagai strategi untuk memenangkan persaingan pasar. Dalam beberapa dekade terakhir, digitalisasi layanan seperti mobile banking, internet banking, dan layanan otomatisasi lainnya telah menjadi bagian penting dalam proses pelayanan bank kepada nasabahnya (Kotler & Keller, 2016).

Selain itu, persaingan yang semakin ketat antar bank menuntut setiap institusi untuk memberikan pelayanan yang prima, cepat, dan responsif. Pelayanan prima tidak hanya mencakup kecepatan dalam transaksi, tetapi juga kemampuan bank dalam memberikan solusi yang tepat dan personalisasi layanan sesuai kebutuhan nasabah (Suhartono, 2020). Hal ini menimbulkan tantangan sekaligus peluang bagi perbankan untuk memperbaiki kualitas pelayanan demi meningkatkan loyalitas nasabah.

Pengembangan pelayanan juga didukung oleh faktor internal seperti pelatihan sumber daya manusia dan penerapan teknologi informasi yang canggih. Bank yang mampu mengintegrasikan teknologi dan pelayanan humanis akan lebih mudah mendapatkan kepercayaan nasabah. Oleh karena itu, pelayanan prima menjadi salah satu faktor kunci dalam mempertahankan

posisi dan eksistensi bank di era digital saat ini (Tjiptono, 2017). Kepuasan nasabah merupakan indikator penting keberhasilan suatu bank dalam memberikan layanan. Kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan senang atau tidak senang seseorang setelah membandingkan antara harapan dan realisasi dari layanan yang diterima (Kotler & Armstrong, 2018). Dalam konteks perbankan, kepuasan nasabah sering dikaitkan dengan kepercayaan dan loyalitas, yang pada akhirnya berdampak pada keberlangsungan bisnis bank itu sendiri.

Banyak penelitian menunjukkan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh langsung terhadap keputusan mereka untuk tetap menggunakan produk dan jasa bank. Kepuasan juga mampu meningkatkan rekomendasi dari mulut ke mulut yang positif, sehingga membantu bank dalam memperluas pangsa pasar secara organik (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2018). Oleh sebab itu, bank sangat memperhatikan faktor-faktor yang dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Namun, kepuasan nasabah juga sangat dipengaruhi oleh ekspektasi yang berbeda-beda. Ekspektasi nasabah akan pelayanan bank berubah seiring waktu dan perkembangan teknologi, sehingga bank harus terus berinovasi agar dapat memenuhi atau bahkan melampaui harapan tersebut (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988). Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan kepuasan nasabah adalah proses yang dinamis dan berkelanjutan.

Pelayanan yang terjadi di perbankan saat ini menunjukkan adanya variasi dalam kualitas dan persepsi nasabah terhadap pelayanan tersebut. Ada bank yang mampu memberikan pelayanan prima dengan respons cepat, ramah,

dan akurat, sehingga menciptakan kepuasan yang tinggi. Namun, ada pula yang masih mengalami kendala seperti antrian panjang, kesalahan transaksi, dan kurangnya perhatian personal kepada nasabah (Hapsari, 2019). Kondisi pelayanan yang kurang optimal seringkali berbanding terbalik dengan harapan nasabah, sehingga menimbulkan ketidakpuasan. Ketidakpuasan ini dapat menyebabkan nasabah beralih ke bank lain atau mengurangi penggunaan layanan bank tersebut. Sebaliknya, pelayanan yang konsisten baik akan mendorong terbentuknya kepuasan dan loyalitas yang kuat (Gronroos, 2007).

Bank BNI dikenal sebagai salah satu bank milik negara yang memiliki reputasi baik dalam memberikan pelayanan kepada nasabahnya. Dengan standar pelayanan prima yang mencakup keramahan pegawai, kecepatan transaksi, serta kemampuan memberikan solusi yang tepat dan efisien, BNI berupaya memenuhi kebutuhan nasabah di berbagai segmen, termasuk kalangan akademik. Salah satu unit pelayanan yang mencerminkan hal tersebut adalah Bank BNI Kantor Cabang Pembantu (KCP) Universitas Siliwangi, yang berlokasi strategis tepat di depan kampus.

Bank BNI Kantor Cabang Pembantu (KCP) Universitas Siliwangi merupakan unit layanan perbankan terdekat yang berlokasi strategis tepat di depan kampus Universitas Siliwangi. Dalam proses pembayaran Uang Kuliah Tunggal (UKT), mahasiswa sebenarnya memiliki beberapa pilihan bank, yaitu Bank Mandiri, Bank BTN, dan Bank BNI. Namun, berdasarkan data dari Sistem Bimbingan Akademik dan Pembayaran (SBAP) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi, mayoritas mahasiswa Jurusan D-3 Perbankan dan

Keuangan lebih memilih melakukan pembayaran melalui Bank BNI, khususnya di KCP Universitas Siliwangi.

Kedekatan lokasi, akses yang mudah, serta pelayanan langsung dari pegawai bank seperti satpam, *customer service*, dan teller menjadi alasan utama preferensi tersebut. Mahasiswa merasa lebih nyaman dengan transaksi tatap muka, karena dapat sekaligus memperoleh penjelasan dan bantuan apabila terjadi kendala dalam proses pembayaran. Oleh karena itu, meskipun tersedia opsi layanan digital dan bank lain, Bank BNI KCP UNSIL tetap menjadi pilihan utama mahasiswa dalam melakukan pembayaran UKT secara langsung.

Menurut Nunun. (2025, Juni). *Wawancara langsung*. Bagian Umum Bank BNI Cabang Utama Tasikmalaya, dalam praktiknya pelayanan dimulai dari penyambutan oleh satpam yang mengatur antrean dan mengarahkan nasabah. Jika ada kendala, mahasiswa diarahkan ke *customer service* untuk mendapatkan penjelasan terkait virtual account, jumlah tagihan, atau masalah teknis lainnya. Proses pembayaran diselesaikan di loket *teller* yang melakukan verifikasi data dan mencetak bukti pembayaran. Setelah itu, mahasiswa biasanya mendapat informasi tambahan terkait status pembayaran dan alternatif metode di masa depan.

Meskipun layanan ini mencerminkan prinsip pelayanan prima, beberapa mahasiswa mengeluhkan antrean panjang dan komunikasi yang kurang ramah dari petugas tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun

pelayanan tergolong baik, masih ada aspek yang perlu ditingkatkan guna menciptakan kepuasan yang lebih menyeluruh.

Oleh karena itu, Bank BNI KCP Universitas Siliwangi sebagai bagian dari lembaga perbankan dituntut untuk mengidentifikasi dan mengatasi kelemahan dalam proses pelayanan secara langsung kepada mahasiswa, sekaligus mempertahankan dan meningkatkan keunggulan layanan yang sudah ada. Hal ini penting mengingat interaksi tatap muka antara mahasiswa sebagai nasabah dengan pegawai bank seperti satpam, *customer service*, dan *teller* masih menjadi bagian dominan dalam proses transaksi, khususnya pembayaran UKT. Upaya perbaikan pelayanan secara berkelanjutan di BNI KCP Unsil diharapkan dapat meningkatkan kepuasan nasabah dari kalangan akademik yang memiliki kebutuhan dan ekspektasi pelayanan yang spesifik..

Pelayanan prima tidak hanya sebagai nilai tambah, tetapi juga menjadi faktor penentu utama dalam membentuk kepuasan nasabah (Lovelock & Wirtz, 2016). Beberapa penelitian sebelumnya telah meneliti hubungan antara pelayanan dan kepuasan nasabah di sektor perbankan. Misalnya, penelitian oleh Yulianti (2021) yang menemukan bahwa pelayanan cepat dan ramah sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah bank swasta di kota besar. Namun, penelitian tersebut kurang memperhatikan peran pelayanan digital yang saat ini semakin dominan.

Di sisi lain, penelitian oleh Rahman (2022) menyoroti pentingnya teknologi dalam pelayanan perbankan dan dampaknya terhadap kepuasan nasabah. Meski demikian, penelitian ini belum membahas secara spesifik

bagaimana kualitas pelayanan humanis dan personalisasi layanan secara langsung mempengaruhi kepuasan nasabah di bank milik negara seperti PT BNI. Dari kedua penelitian tersebut terdapat kesenjangan terutama dalam konteks pelayanan prima yang menggabungkan aspek teknologi dan interaksi personal di perbankan negara. Hal ini penting mengingat karakteristik nasabah dan standar pelayanan di bank milik negara sering berbeda dengan bank swasta. Oleh karena itu, perlu penelitian yang lebih fokus pada pelayanan prima sebagai kombinasi dari berbagai aspek pelayanan di bank milik negara (Yulianti, 2021; Rahman, 2022).

Penelitian pertama (Yulianti, 2021) lebih menitikberatkan pada aspek pelayanan tatap muka dan kecepatan layanan sebagai faktor utama kepuasan, dengan fokus pada bank swasta yang cenderung lebih fleksibel dalam pelayanan. Penelitian ini kurang menyinggung pengaruh teknologi digital yang berkembang pesat saat ini. Sedangkan penelitian kedua (Rahman, 2022) lebih menyoroti peran teknologi informasi dan inovasi digital dalam meningkatkan kepuasan nasabah, terutama pada bank milik negara. Namun, penelitian ini kurang menggali secara mendalam pengaruh kualitas interaksi personal dan aspek humanis dalam pelayanan yang juga sangat penting. Perbedaan ini menunjukkan bahwa untuk memahami pengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah secara menyeluruh, diperlukan kajian yang mengintegrasikan kedua aspek tersebut, terutama dalam konteks bank milik negara yang memiliki karakteristik khusus dalam pelayanannya (Yulianti, 2021; Rahman, 2022).

Peneliti menyimpulkan Sejumlah penelitian sebelumnya juga menunjukkan pentingnya hubungan antara pelayanan dan kepuasan nasabah. Misalnya, Yulianti (2021) menemukan bahwa pelayanan cepat dan ramah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah bank swasta di kota besar, namun tidak membahas aspek digital. Sementara itu, Rahman (2022) menyoroti pentingnya teknologi informasi dalam pelayanan perbankan, terutama pada bank milik negara, namun kurang mengeksplorasi sisi interaksi personal. Kedua penelitian tersebut menunjukkan adanya celah penelitian, yaitu kurangnya kajian yang menyatukan pelayanan humanis dan teknologi digital dalam satu kerangka pelayanan prima, terutama dalam konteks bank milik negara seperti BNI.

Kondisi ini memperkuat urgensi penelitian yang fokus pada pengaruh pelayanan prima customer service terhadap kepuasan nasabah, khususnya dengan menggabungkan aspek pelayanan digital dan langsung, serta melibatkan responden yang memiliki pemahaman akademik dan pengalaman sebagai nasabah, yaitu mahasiswa jurusan perbankan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam mengisi kekosongan literatur, sekaligus memberikan rekomendasi praktis bagi BNI dalam meningkatkan mutu layanan kepada nasabah secara berkelanjutan.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa pelayanan prima yang menggabungkan aspek kecepatan, keakuratan, teknologi digital, dan pelayanan humanis sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di perbankan. Namun, penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh

pelayanan prima terhadap kepuasan nasabah di PT BNI, terutama di lingkungan jurusan Perbankan dan Keuangan angkatan 2022-2024 masih terbatas.

Oleh karena itu, penelitian ini mengambil judul “Pengaruh Pelayanan Prima *Costumer Service* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT.Bank Bni (Bank Negara Indonesia) KCP Univesitas Siliwangi (Studi Kasus pada Mahasiswa Aktif Jurusan D-3 Perbankan dan Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi Angkatan 2022-2024)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan studi yang memadukan aspek teknologi dan pelayanan humanis serta melihat secara spesifik bagaimana pelayanan prima berkontribusi pada kepuasan nasabah di PT BNI yang merupakan bank milik negara. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi PT BNI dalam meningkatkan kualitas pelayanannya serta memperkaya khazanah ilmu manajemen pelayanan khususnya di sektor perbankan.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari latar belakang diatas, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas pelayanan prima yang diberikan oleh PT Bank Negara Indonesia (BNI) KCP Universitas Siliwangi kepada mahasiswa aktif Jurusan D-3 Perbankan dan Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi angkatan 2022–2024?
2. Seberapa tinggi tingkat kepuasan nasabah dari kalangan mahasiswa aktif Jurusan D-3 Perbankan dan Keuangan FEB Universitas Siliwangi angkatan

2022–2024 terhadap pelayanan prima yang diterima di BNI KCP Universitas Siliwangi?

3. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan prima *customer service* (baik layanan langsung maupun *digital*) terhadap kepuasan mahasiswa nasabah di BNI KCP Universitas Siliwangi?
4. Dimensi pelayanan prima apa yang paling dominan memengaruhi kepuasan nasabah mahasiswa di BNI KCP Universitas Siliwangi, apakah aspek kecepatan, ketepatan, keramahan, aksesibilitas *digital*, atau kualitas interaksi personal?
5. Bagaimana perbedaan tingkat kepuasan nasabah mahasiswa berdasarkan jenis pelayanan yang diterima, yaitu antara layanan langsung (tatap muka) dan layanan *digital* (seperti *mobile banking* atau *internet banking*) di BNI KCP Universitas Siliwangi?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan PT Bank Negara Indonesia (BNI) Kantor Cabang Tasikmalaya.
2. Untuk mengetahui seberapa tinggi tingkat kepuasan nasabah PT Bank Negara Indonesia (BNI) Kantor Cabang Tasikmalaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan prima PT Bank Negara Indonesia (BNI) Kantor Cabang Tasikmalaya.

4. Untuk mengetahui pelayanan apa yang paling dominan memengaruhi kepuasan nasabah mahasiswa PT Bank Negara Indonesia (BNI) Kantor Cabang Tasikmalaya.
5. Untuk mengetahui perbedaan tingkat kepuasan nasabah berdasarkan aspek pelayanan yang diterima secara digital dan langsung (*offline*).

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Adapun kegunaan teoritis, yaitu:

- a. Menambah Khazanah Ilmu dalam Bidang Perbankan dan Keuangan
Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori-teori yang berkaitan dengan *layanan prima* dan *kepuasan nasabah*, khususnya dalam konteks industri perbankan. Hasilnya dapat memperkaya referensi akademik bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang mengkaji hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan di sektor jasa.
- b. Memperkuat Teori Kualitas Layanan (SERVQUAL) dan Kepuasan Konsumen
Studi ini menguji relevansi dan penerapan model SERVQUAL dalam layanan perbankan BUMN di Indonesia. Temuan empiris dapat digunakan untuk menguatkan atau mengkritisi teori-teori terdahulu mengenai dimensi layanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy*) dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan.

- c. Sebagai Landasan Teoretis untuk Penelitian Lanjutan
- Penelitian ini membuka peluang bagi akademisi untuk mengembangkan studi lanjutan dengan variabel tambahan seperti loyalitas nasabah, citra merek, atau digital banking. Dengan begitu, hasilnya menjadi basis teoretis dalam menyusun model-model baru untuk pengukuran kepuasan dan loyalitas nasabah di era perbankan modern.

2. Kegunaan Praktis

Adapun kegunaan praktis, yaitu:

a. Bagi Penulis

- 1) Menambah wawasan dan pemahaman tentang konsep layanan prima dan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah dalam konteks nyata.
- 2) Melatih kemampuan penelitian ilmiah, seperti merumuskan masalah, menyusun instrumen survei, mengolah data, dan menarik kesimpulan berbasis bukti empiris.
- 3) Sebagai referensi pengalaman langsung untuk menghadapi tantangan di dunia kerja, khususnya dalam sektor perbankan dan layanan pelanggan.

b. Bagi Pembaca

- 1) Menjadi referensi akademik bagi mahasiswa yang akan meneliti topik serupa di masa depan, baik di bidang pemasaran jasa, manajemen pelayanan, atau perbankan.

- 2) Memberikan gambaran nyata tentang hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan nasabah berdasarkan data aktual dari lingkungan sekitar.
- 3) Memperkaya diskusi ilmiah di kalangan akademisi mengenai strategi peningkatan layanan di sektor jasa, khususnya bank milik negara.

c. Bagi Instansi

- 1) Sebagai bahan evaluasi internal terhadap kualitas layanan yang telah diterapkan, khususnya dalam menghadapi nasabah dari kalangan milenial atau mahasiswa.
- 2) Menjadi dasar dalam pengambilan kebijakan layanan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah melalui strategi layanan prima yang lebih efektif.
- 3) Membantu perusahaan memahami ekspektasi pasar muda, yaitu generasi mahasiswa, yang merupakan segmen potensial dalam pengembangan produk dan layanan perbankan di masa depan.

1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT Bank Negara Indonesia KCP Universitas Siliwangi. Beralamat di JL. Siliwangi No.24 Tasikmalaya Kota Tasikmalaya, Jawa Barat, Kode Pos 46101 Telepon : (0265)335073.

