

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dunia perbankan saat ini mengalami perubahan yang sangat pesat seiring dengan kemajuan teknologi dan dinamika perekonomian global. Perubahan ini tidak hanya membawa peluang baru, tetapi juga menimbulkan berbagai tantangan yang semakin beragam dan kompleks. Kondisi tersebut menuntut setiap lembaga perbankan untuk mampu bergerak cepat, tanggap, dan adaptif dalam menjalankan fungsi serta tanggung jawabnya dalam melayani masyarakat secara optimal, terutama dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat luas. Sebagai salah satu lembaga keuangan yang bergerak di bidang jasa perbankan, bank harus mampu memberikan pelayanan terbaik (*service excellent*) agar dapat memenangkan persaingan yang semakin ketat dan kompetitif di industri ini.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat antar lembaga perbankan, berbagai konsep dan strategi pelayanan nasabah terus dikembangkan. Tujuan utama dari pengembangan konsep-konsep ini adalah untuk mempertahankan nasabah yang telah ada sekaligus menjangkau dan menarik nasabah-nasabah potensial yang baru. Hal ini sangat penting bagi bank untuk menjaga dan meningkatkan citra positif di mata masyarakat agar tetap dipercaya dan dipilih oleh nasabah. Citra positif ini dapat dibangun melalui kualitas produk yang kompetitif, mutu pelayanan yang prima, serta ketertiban

dan keamanan dalam operasional bank. Selain itu, peningkatan kualitas sumber daya manusia juga menjadi faktor krusial agar karyawan bank mampu memenuhi kebutuhan nasabah dengan baik dan profesional.

Nasabah saat ini semakin cerdas dan selektif dalam memilih produk dan layanan perbankan. Mereka cenderung memilih produk yang memberikan keuntungan lebih dan pelayanan yang memuaskan. Banyak perusahaan perbankan bahkan sengaja memanjakan nasabah melalui pelayanan yang cepat, akurat, dan ramah, sehingga nasabah merasa dihargai dan diprioritaskan. Konsep “nasabah adalah raja” semakin diterapkan, di mana nasabah dianggap sebagai bagian penting dari perusahaan yang harus segera dipenuhi kebutuhan dan keinginannya. Pelayanan yang diberikan tidak hanya bersifat transaksional, tetapi juga menciptakan kenyamanan melalui keramahan dan sopan santun para karyawan serta fasilitas ruangan yang menyenangkan dan tidak membosankan.

Pelayanan prima menjadi salah satu kunci utama dalam memenangkan persaingan di dunia perbankan. Pelayanan prima didefinisikan sebagai sikap atau cara karyawan dalam melayani nasabah secara memuaskan. Kepuasan nasabah akan lebih mudah dicapai apabila petugas bank mengenal sifat dan karakteristik nasabah secara mendalam sehingga dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Pelayanan yang diberikan oleh bank harus mencerminkan pendekatan menyeluruh dari karyawan kepada nasabah, dengan sikap menolong, bersahabat, dan profesional. Hal ini bertujuan agar nasabah merasa puas dan terdorong untuk kembali berbisnis dengan bank

tersebut. Dengan cara ini, seorang *customer service* tidak hanya dapat menikmati pekerjaannya, tetapi juga berpotensi memajukan karirnya di bank.

Pelayanan nasabah yang bermutu tidak hanya menuntut peran karyawan yang berhadapan langsung dengan nasabah di *frontoffice*, tetapi juga melibatkan karyawan di *backoffice* yang mendukung pelayanan di belakang layar. Meskipun karyawan *backoffice* tidak terlihat langsung oleh nasabah, peran mereka sangat penting dalam menghasilkan pelayanan prima. Salah satu faktor utama yang memengaruhi pelayanan bank dalam hubungannya dengan kepuasan nasabah adalah pelayanan prima itu sendiri.

Umumnya pelayanan prima yaitu suatu pelayanan yang baik atau bisa dikatakan sebagai pelayanan yang paling baik terhadap pelanggan. Menurut Ayuninggar dan Martini (2024: 3), pelayanan prima merupakan suatu hal yang terpenting dan mempengaruhi keberhasilan sebuah perusahaan. Jika suatu perusahaan memiliki pelayanan prima yang baik, maka perusahaan tersebut mendapatkan keuntungan dan pendapatan yang akan terus meningkat. Penelitian-penelitian terbaru, seperti yang dilakukan oleh Deddy Junaedi (2020), mengangkat indikator pelayanan prima menjadi variabel yang diuji. Penelitian ini menegaskan bahwa pelayanan prima dapat diukur melalui beberapa unsur pokok, yaitu sikap (*attitude*), perhatian (*attention*), dan tindakan (*action*). Unsur-unsur ini terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, di mana tindakan menjadi variabel yang paling dominan dalam memengaruhi kepuasan pelanggan. Selanjutnya penelitian oleh Ghozi, S., & Wijayani, D. I. L (2021), juga menunjukkan bahwa aspek-aspek

pelayanan prima berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian mengemukakan bahwa nasabah yang puas cenderung lebih loyal dan merekomendasikan bank tersebut kepada orang lain.

Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. adalah salah satu bank milik pemerintah terbesar di Indonesia yang memiliki fokus utama pada layanan perbankan bagi masyarakat luas, termasuk sektor mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Salah satu produk unggulannya adalah Tabungan Simpedes. Penelitian ini fokus pada nasabah yang menggunakan produk tabungan Simpedes di Bank Rakyat Indonesia Unit Pancasila. Hal ini didasarkan pada beberapa alasan yaitu Tabungan Simpedes merupakan produk unggulan Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk yang sangat populer dan banyak digunakan oleh masyarakat luas, khususnya di kalangan masyarakat menengah ke bawah dan pelaku usaha mikro. Produk ini memiliki setoran awal ringan, fleksibilitas dalam penyetoran dan penarikan dana, serta jaringan layanan yang sangat luas hingga ke daerah pedesaan dan mudah diakses, sehingga menjadi pilihan utama nasabah dalam menyimpan dan mengelola dana mereka. Selain itu, nasabah tabungan Simpedes juga memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan bank secara keseluruhan.

Jumlah nasabah tabungan Simpedes di Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Pancasila terus bertambah setiap tahunnya. Oleh karena itu, penting untuk melihat apakah pelayanan yang diberikan oleh bank sudah memuaskan nasabah dan membantu meningkatkan jumlah nasabah. Dengan memberikan pelayanan yang optimal dan sesuai kebutuhan nasabah Tabungan Simpedes, bank dapat

memperkuat hubungan jangka panjang serta meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk dan layanan yang ditawarkan. Dengan adanya peningkatan maka perlu dilakukan penilaian mengenai pelaksanaan pelayanan prima yang telah dilakukan. Hal ini dimaksudkan untuk dapat mengetahui pengaruh pelayanan prima yang dilakukan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Pancasila terhadap kepuasan nasabah pada pengguna produk Tabungan Simpedes. Hal ini yang menjadi alasan peneliti memilih judul penelitian yaitu sebagai berikut: **“Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah Pada produk Tabungan Simpedes di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Pancasila”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, terdapat beberapa masalah utama yang perlu diidentifikasi dalam penelitian ini. Adapun masalah yang ingin dijawab dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pelayanan prima yang diberikan di Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Pancasila.
2. Bagaimana pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan nasabah pada pengguna produk Tabungan Simpedes di Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Pancasila.
3. Seberapa besar pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan nasabah pada pengguna produk Tabungan simpedes di Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Pancasila.

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa tujuan yang ingin dicapai, yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana pelayanan prima yang diberikan kepada nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Pancasila.
2. Untuk menganalisis pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan nasabah produk Tabungan Simpedes di Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Pancasila.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pelayanan prima terhadap tingkat kepuasan nasabah pada pengguna produk Tabungan Simpedes di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Pancasila.

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

1.4.1 Kegunaan Pengembangan Ilmu

1. Memberikan kontribusi teoritis dalam bidang manajemen perbankan, khususnya terkait hubungan antara layanan prima dan kepuasan nasabah dalam industri perbankan.
2. Mengembangkan teori layanan prima dengan menguji enam dimensi yang digunakan sebagai variabel dalam penelitian ini.
3. Menambah wawasan dan referensi akademik mengenai pengaruh layanan prima terhadap kepuasan nasabah dalam sektor perbankan, khususnya pada produk tabungan simpedes.

4. Menjadi bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji hubungan antara pelayanan prima dan kepuasan nasabah dengan fokus pada produk simpedes di industri perbankan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Memberikan masukan bagi Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Pancasila dalam meningkatkan strategi layanan prima guna meningkatkan kepuasan nasabah.
2. Membantu pihak bank dalam memahami dimensi yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, sehingga dapat dijadikan dasar dalam penyusunan strategi peningkatan kualitas layanan.
3. Memberikan wawasan bagi nasabah dalam memilih bank berdasarkan kualitas layanan yang diberikan, sehingga mereka dapat memperoleh layanan yang sesuai dengan harapan dan kebutuhan mereka.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Pancasila yang beralamat di Jl. Ahmad Yani No. 15-17, Kelurahan Tawangsari, Kecamatan Tawang, Kota Tasikmalaya. Dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada nasabah Tabungan Simpedes di Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Pancasila. Dibawah ini adalah tabel jadwal kegiatan yang dilakukan dalam penulisan Tugas Akhir

Tabel 1.1 Matriks Waktu Penelitian Tugas Akhir 2025

[illegible]