

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Bank merupakan lembaga keuangan yang bergerak dalam penghimpunan dan penyaluran dana serta memberikan jasa-jasa dari masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat. Sebagai lembaga keuangan yang mendapat kepercayaan masyarakat atas dananya, bank semaksimal mungkin melakukan daya tarik ekonomi berupa bunga tinggi, bonus serta hadiah yang menarik. Berbagai cara dilakukan bank dengan tujuan meningkatkan penghimpunan dana dari masyarakat yang salah satu caranya adalah meningkatkan *volume* (kapasitas) nasabah.

Perbankan memiliki peran sentral dalam perekonomian suatu negara, terutama sebagai lembaga intermediasi keuangan yang menjembatani pihak yang memiliki kelebihan dana dan pihak yang membutuhkan dana. Selain sebagai lembaga penghimpun dan penyalur dana, bank juga menyediakan berbagai jasa keuangan lain seperti transfer, penukaran valuta asing, hingga layanan digital. Kualitas layanan menjadi salah satu aspek penting yang menentukan daya saing bank, terlebih di era digital saat ini yang menuntut layanan cepat, akurat, dan responsif (Sudarsono, 2022:71).

Dalam dunia perbankan, kualitas layanan yang prima menjadi keharusan untuk menciptakan hubungan jangka panjang dengan nasabah. Layanan yang diberikan oleh karyawan, khususnya *Customer Service*, menjadi faktor penentu kepuasan dan loyalitas nasabah. *Customer Service* merupakan bagian penting dari

layanan yang membentuk citra dan kepuasan nasabah karena berhadapan langsung dengan kebutuhan dan keluhan pelanggan (Prasetyo & Jannah, 2022:45).

Menurut fenomena yang ada terkait kualitas layanan *Customer Service* yaitu bahwa masih terdapat keluhan dari nasabah terhadap kualitas layanan *Customer Service*, khususnya terkait lamanya waktu menunggu untuk dilayani. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu pegawai *Customer Service* di Bank BRI Unit Indihiang yang menyatakan bahwa jumlah nasabah yang datang setiap hari sangat banyak, mengingat lokasi unit berada di wilayah kota yang cukup padat. Kondisi ini membuat antrean layanan menjadi cukup panjang, terlebih karena setiap nasabah tidak hanya melakukan satu jenis transaksi saja, melainkan bisa melakukan dua hingga tiga transaksi dalam satu kali kunjungan, akumulasi waktu layanan terhadap masing-masing nasabah ini menyebabkan waktu tunggu bagi nasabah berikutnya menjadi lebih lama dari yang diharapkan.

Situasi tersebut tidak jarang menimbulkan ketidaknyamanan bagi sebagian nasabah yang memiliki waktu terbatas atau membutuhkan layanan yang cepat. Meskipun pihak bank telah berupaya maksimal dalam melayani nasabah, namun tingginya beban layanan dan keterbatasan jumlah petugas menyebabkan pengalaman layanan yang diterima oleh nasabah menjadi kurang optimal. Hal ini berdampak langsung terhadap persepsi nasabah terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh *Customer Service*, dan dalam jangka panjang dapat memengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah terhadap bank.

Bank BRI merupakan salah satu bank milik pemerintah yang telah lama beroperasi di Indonesia dan memiliki jaringan yang luas hingga ke pelosok daerah.

Dalam menjalankan operasinya, Bank BRI khususnya Unit Indihiang terus berupaya menjaga dan meningkatkan hubungan dengan nasabahnya, agar nasabah tetap loyal dan tidak beralih ke bank lain, baik bank konvensional maupun bank syariah lainnya.

Salah satu studi terdahulu yang dilakukan oleh Widiati (2021) tentang pengaruh kualitas layanan *Customer Service* terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Cabang Banjarmasin menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian tersebut menyarankan bahwa peningkatan aspek komunikasi dan kecepatan layanan dapat meningkatkan kepuasan nasabah secara langsung.

Penelitian lain oleh Ramadhani et al. (2019) juga menunjukkan bahwa kualitas layanan yang buruk dapat memicu terjadinya *churn*, yaitu perpindahan nasabah ke bank lain. Dalam kondisi persaingan industri perbankan yang semakin ketat, mempertahankan nasabah dengan memberikan layanan berkualitas merupakan tantangan sekaligus prioritas yang harus dikelola dengan baik.

Secara teoritis, kepuasan nasabah muncul ketika harapan nasabah terpenuhi atau bahkan terlampaui setelah menerima layanan atau produk yang diberikan (Laksana, 2021:91). Kepuasan merupakan hasil evaluasi pasca-pembelian, di mana nasabah membandingkan antara harapan dan kenyataan layanan yang diterima. Jika layanan yang diberikan sesuai atau melebihi ekspektasi, maka nasabah akan merasa puas.

Dalam dunia perbankan, *Customer Service* merupakan salah satu bagian penting dalam sebuah perusahaan dan menjadi ujung tombak bagi perusahaan yang

bergerak di bidang keuangan, khususnya di bidang perbankan dalam persaingan yang semakin meningkatnya bank harus aktif di dalam meningkatkan usahanya baik untuk mendapatkan nasabah baru yang potensial maupun untuk mempertahankan nasabah lama.

Kualitas Layanan *Customer Service* dapat diukur menggunakan lima dimensi yang diperkenalkan dalam model SERVQUAL oleh Trisnawati et al., (2017), yaitu *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy*. Kelima dimensi ini mencerminkan persepsi nasabah terhadap kualitas layanan yang mereka terima dan telah banyak digunakan dalam penelitian perbankan. Kualitas Layanan *Customer Service* yang baik akan berkontribusi pada peningkatan kepuasan nasabah. Kualitas Layanan *Customer Service* yang tidak optimal dapat menimbulkan keluhan dari nasabah, mengurangi kepercayaan, dan berdampak pada penurunan loyalitas nasabah terhadap bank (Kasmir, 2020:78).

Customer Service sangat berperan aktif dalam suatu layanan di suatu bank, karyawan bank yang bertanggung jawab terhadap lalu lintas layanan. Dari latar belakang di atas, maka penulis ingin mengetahui dan menjelaskan tentang layanan yang diberikan *Customer Service* pada suatu bank. Oleh karena itu penulis memilih judul dalam skripsi ini mengenai **Pengaruh Kualitas Layanan *Customer Service* Terhadap Kepuasan Nasabah Studi Kasus di Bank BRI Unit Indihiang**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan judul dan latar belakang yang ada, penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Kualitas Layanan *Customer Service* di Bank BRI Unit

Indihiang.

2. Bagaimana Kepuasan Nasabah di bank BRI unit Indihiang.
3. Bagaimana pengaruh Kualitas Layanan *Customer Service* terhadap Kepuasan Nasabah di bank BRI unit Indihiang.

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui tujuan penelitian berdasarkan identifikasi masalah yang telah disebutkan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengetahui bagaimana kualitas layanan *Customer Service* yang diberikan oleh Bank BRI Unit Indihiang.
2. Mengetahui tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan Bank BRI Unit Indihiang.
3. Menganalisis pengaruh kualitas layanan *Customer Service* terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Unit Indihiang.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Pengembangan Ilmu

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran jasa, khususnya yang berkaitan dengan kualitas layanan *Customer Service* dan kepuasan nasabah. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi atau bahan acuan bagi peneliti lain yang ingin mengkaji topik serupa di masa mendatang.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Dari hasil penelitian ini dapat memberikan kegunaan pengembangan ilmu

adalah sebagai berikut :

a. Kegunaan Praktis untuk Penulis

1. Penulis memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai pentingnya kualitas layanan *Customer Service* dalam memengaruhi tingkat kepuasan nasabah.
2. Penulis dapat mengembangkan kemampuan dalam menyusun, melaksanakan, dan menganalisis hasil penelitian secara sistematis dan ilmiah.
3. Penelitian ini menjadi pengalaman nyata dalam meneliti fenomena di bidang layanan jasa keuangan yang dapat dijadikan bekal untuk dunia kerja, khususnya di sektor perbankan.

b. Kegunaan Praktis untuk Universitas

1. Penelitian ini dapat memperkuat kontribusi universitas dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen layanan jasa dan kepuasan pelanggan.
2. Hasil penelitian dapat dijadikan referensi bagi mahasiswa lain yang akan meneliti topik serupa di bidang perbankan atau layanan publik.
3. Penelitian ini dapat dijadikan bahan evaluasi dan pengayaan kurikulum, khususnya pada mata kuliah yang berkaitan dengan manajemen layanan dan perilaku konsumen.

c. Kegunaan Praktis untuk Perusahaan

1. Hasil penelitian ini dapat memberikan masukan bagi Bank BRI

Unit Indihiang untuk mengevaluasi dan meningkatkan kualitas Kualitas Layanan *Customer Service* mereka.

2. Rekomendasi dari penelitian ini dapat menjadi pertimbangan dalam merancang strategi layanan yang lebih efektif dan efisien demi meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah.
3. Penelitian ini dapat membantu pihak manajemen dalam pengambilan keputusan terkait pengembangan sumber daya manusia, khususnya di bagian layanan.

1.5 Waktu dan Tempat Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Waktu pelaksanaan penelitian dilakukan mulai dari tanggal 19 Maret 2025 sampai dengan selesai. Tempat pelaksanaan penelitian dilakukan di PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Tasikmalaya Unit Indihiang Jl. Ibrahim Adjie No. 151, Sukamajukidul, Kec. Indihiang, Kab. Tasikmalaya, Jawa Barat 46198.

1.5.2 Jadwal Penelitian

Waktu yang dibutuhkan untuk penelitian dimulai dari bulan Agustus sampai dengan November 2025

Tabel 1.1 Jadwal Penelitian

No.	Kegiatan	Tahun 2025																			
		Agustus				September				Oktober				November				Desember			
		1	2	3	4	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 TUGAS AKHIR																				
5	Revisi TUGAS AKHIR dan persetujuan revisi																				
6	Pengumpulan dan pengolahan data																				
7	Proses bimbingan untuk menyelesaikan Tugas Akhir																				
8	Ujian Tugas Akhir, revisi Tugas Akhir, dan pengesahan Tugas Akhir																				

Sumber : diolah penulis, 2025