

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Bank merupakan lembaga keuangan yang bergerak dalam kegiatan penghimpunan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau pembiayaan serta menyediakan berbagai jasa keuangan lainnya. Sebagai lembaga yang memperoleh kepercayaan dari masyarakat untuk mengelola dana, bank dituntut untuk menjaga kinerja, reputasi, dan kualitas pelayanannya secara optimal. Dalam menjalankan fungsinya sebagai lembaga intermediasi, bank tidak hanya berfokus pada aspek keuangan, tetapi juga pada kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah sebagai pengguna jasa. upaya menarik minat masyarakat dilakukan melalui berbagai strategi, seperti pemberian suku bunga yang kompetitif, hadiah, kemudahan prosedur, hingga peningkatan kualitas pelayanan guna meningkatkan volume nasabah.

Perbankan memiliki peran sentral dalam perekonomian nasional, terutama sebagai penghubung antara pihak yang memiliki kelebihan dana (*surplus unit*) dengan pihak yang membutuhkan dana (*deficit unit*). Selain menjalankan fungsi intermediasi, bank juga menyediakan berbagai layanan seperti transfer, pembayaran, penukaran valuta asing, hingga layanan berbasis digital. di era persaingan industri perbankan yang semakin ketat dan berkembangnya teknologi keuangan, kualitas layanan menjadi salah satu faktor utama yang menentukan daya

saing suatu bank. Nasabah saat ini tidak hanya mempertimbangkan produk yang ditawarkan, tetapi juga pengalaman pelayanan yang mereka rasakan. Layanan yang cepat, akurat, ramah, dan responsif menjadi harapan utama nasabah dalam bertransaksi (Sudarsono, 2022:71).

Dalam konteks persaingan tersebut, kualitas layanan yang prima menjadi keharusan bagi setiap lembaga perbankan untuk menciptakan hubungan jangka panjang dengan nasabah. Layanan yang diberikan oleh karyawan, khususnya *Customer Service* (CS), memegang peranan penting dalam membentuk persepsi nasabah terhadap bank. *Customer Service* merupakan bagian dari bank yang berinteraksi langsung dengan nasabah dalam memberikan informasi produk, membantu proses administrasi, menangani keluhan, serta memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi nasabah. Interaksi langsung ini menjadikan *Customer Service* (CS) sebagai ujung tombak pelayanan yang sangat berpengaruh terhadap citra perusahaan dan tingkat kepuasan nasabah (Prasetyo & Jannah, 2022:45).

Kepuasan nasabah merupakan salah satu indikator keberhasilan suatu bank dalam memberikan pelayanan. Secara teoritis, kepuasan muncul ketika harapan nasabah terpenuhi atau bahkan terlampaui setelah menerima layanan yang diberikan. Laksana (2021:91) menyatakan bahwa kepuasan merupakan hasil evaluasi pasca-pembelian atau pasca-pelayanan, di mana pelanggan membandingkan antara harapan dengan kinerja yang dirasakan. Apabila layanan yang diterima sesuai atau melebihi harapan, maka nasabah akan merasa puas. Sebaliknya, apabila layanan yang diterima tidak sesuai dengan ekspektasi, maka

akan timbul ketidakpuasan yang dapat berdampak pada menurunnya kepercayaan dan kemungkinan berpindah ke lembaga lain.

Perumda Bank Perekonomian Rakyat Galuh Kabupaten Ciamis sebagai salah satu Bank Perekonomian Rakyat milik pemerintah daerah memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat, khususnya pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Sebagai lembaga keuangan daerah, Perumda Bank Perekonomian Rakyat Galuh Kabupaten Ciamis dituntut untuk memberikan pelayanan yang optimal kepada masyarakat guna menjaga kepercayaan dan loyalitas nasabah. Dalam operasionalnya, interaksi antara *Customer Service* dan nasabah terjadi setiap hari, baik dalam pembukaan rekening, konsultasi produk, pengajuan kredit, maupun penyampaian keluhan.

Berdasarkan fenomena yang terjadi di lapangan, masih terdapat beberapa kendala dalam pelayanan *Customer Service*, seperti waktu tunggu yang relatif lama pada jam operasional tertentu, keterbatasan jumlah petugas dibandingkan dengan jumlah nasabah, serta kompleksitas kebutuhan nasabah yang sering kali melakukan lebih dari satu transaksi dalam satu kunjungan. Kondisi tersebut berpotensi menimbulkan antrean panjang dan ketidaknyamanan, terutama bagi nasabah yang memiliki keterbatasan waktu. Selain itu, kualitas layanan juga dipengaruhi oleh kurang optimalnya kecepatan dan ketepatan dalam penyampaian informasi, sehingga masih terdapat nasabah yang merasa kurang memahami produk atau prosedur layanan. Permasalahan lain yang turut memengaruhi adalah belum meratanya konsistensi pelayanan antar petugas, tingkat empati yang belum maksimal dalam menangani keluhan nasabah, serta keterbatasan dalam

pemanfaatan teknologi layanan yang belum sepenuhnya diimbangi dengan edukasi kepada nasabah. Di sisi lain, fasilitas pendukung seperti ruang tunggu dan sistem antrian yang kurang optimal juga dapat memengaruhi kenyamanan nasabah.

Meskipun pihak manajemen telah berupaya memberikan pelayanan yang maksimal, tingginya intensitas layanan dan keterbatasan sumber daya manusia dapat berdampak pada pengalaman pelayanan yang diterima nasabah. Apabila kondisi ini berlangsung secara terus-menerus tanpa adanya evaluasi dan perbaikan, maka bukan tidak mungkin akan memengaruhi tingkat kepuasan nasabah. Dalam jangka panjang, ketidakpuasan dapat menurunkan tingkat kepercayaan dan berdampak pada berkurangnya minat nasabah untuk terus menggunakan layanan bank tersebut.

Secara teoritis, kualitas layanan dapat diukur menggunakan model SERVQUAL yang diperkenalkan oleh Zeithaml et al. (2020:113–115), [yang terdiri dari lima dimensi utama, yaitu *Tangible* (bukti fisik), *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), dan *Empathy* (empati). Kelima dimensi tersebut mencerminkan persepsi nasabah terhadap layanan yang diterima. *Tangible* berkaitan dengan fasilitas fisik dan penampilan karyawan; *reliability* berkaitan dengan kemampuan memberikan layanan secara akurat dan terpercaya; *responsiveness* berkaitan dengan kesigapan dalam membantu nasabah; *assurance* mencerminkan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan menumbuhkan kepercayaan; sedangkan *empathy* berkaitan dengan perhatian dan kepedulian secara individual kepada nasabah.

Kasmir (2020:78) menyatakan bahwa kualitas layanan yang tidak optimal dapat menimbulkan keluhan dari nasabah, mengurangi kepercayaan, serta berdampak pada penurunan tingkat kepuasan. Sebaliknya, kualitas layanan yang baik akan meningkatkan citra perusahaan serta menciptakan kepuasan yang berkelanjutan. Dalam industri perbankan yang kompetitif, kepuasan nasabah menjadi aset penting karena nasabah yang puas cenderung melakukan transaksi berulang, menggunakan produk lain yang ditawarkan, serta merekomendasikan bank kepada orang lain.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas layanan *Customer Service* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian Widiati (2021:60) menyimpulkan bahwa peningkatan komunikasi dan kecepatan layanan berdampak langsung terhadap meningkatnya kepuasan nasabah. Penelitian lain oleh Prasetyo dan Jannah (2022:48) menyatakan bahwa kualitas layanan yang buruk dapat menyebabkan nasabah berpindah ke bank lain (*churn*). Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan bukan hanya berpengaruh terhadap kepuasan, tetapi juga terhadap keberlangsungan hubungan antara bank dan nasabah.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa kualitas *layanan Customer Service* merupakan faktor penting yang memengaruhi kepuasan nasabah. Dalam konteks Perumda Bank Perekonomian Rakyat Galuh Kabupaten Ciamis, peningkatan kualitas layanan menjadi kebutuhan yang mendesak untuk menjaga kepercayaan masyarakat serta mempertahankan eksistensi bank di tengah persaingan industri perbankan. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian untuk

mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas layanan *Customer Service* terhadap kepuasan nasabah di Perumda Bank Perekonomian Rakyat Galuh Kabupaten Ciamis.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran empiris mengenai hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan nasabah serta menjadi bahan evaluasi bagi manajemen dalam merumuskan strategi peningkatan pelayanan. Dengan demikian, Perumda Bank Perekonomian Rakyat Galuh Kabupaten Ciamis dapat terus meningkatkan kualitas layanan *Customer Service* sehingga mampu menciptakan kepuasan nasabah yang berkelanjutan dan memperkuat posisi bank di tengah persaingan industri perbankan. Oleh karena itu penulis memilih judul dalam tugas akhir ini mengenai **“Pengaruh Kualitas Layanan *Customer Service* Terhadap Kepuasan Nasabah di Perumda Bank Perekonomian Rakyat Galuh Kabupaten Ciamis”**.

1.2. Identifikasi Masalah

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

1. Bagaimana Kualitas Layanan *Customer Service* di Perumda Bank Perekonomian Rakyat Galuh Kabupaten Ciamis.
2. Bagaimana Kepuasan Nasabah di Perumda Bank Perekonomian Rakyat Galuh Kabupaten Ciamis.
3. Bagaimana pengaruh Kualitas Layanan *Customer Service* terhadap Kepuasan Nasabah di Perumda Bank Perekonomian Rakyat Galuh Kabupaten Ciamis.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian untuk mengetahui dan menganalisis berdasarkan identifikasi masalah yang telah disebutkan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Kualitas layanan *Customer Service* yang diberikan oleh Perumda Bank Perekonomian Rakyat Galuh Kabupaten Ciamis.
2. Tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan Perumda Bank Perekonomian Rakyat Galuh Kabupaten Ciamis.
3. Pengaruh kualitas layanan *Customer Service* terhadap kepuasan nasabah di Perumda Bank Perekonomian Rakyat Galuh Kabupaten Ciamis.

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 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 Perumda Bank Perekonomian Rakyat Galuh Kabupaten Ciamis 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

Tempat pelaksanaan penelitian dilakukan di Perumda Bank Perekonomian Rakyat Galuh Kabupaten Ciamis Kantor Pusat Ciamis Jl. MR Iwa Kusumasoemantri, Kertasari, Kec. Ciamis, Kabupaten Ciamis, Jawa Barat 46211.

1.5.2 Jadwal Penelitian

Waktu yang dibutuhkan untuk penelitian dimulai dari bulan Febuari samapi dengan bulan juni 2026.

Tabel 1.1 Jadwal Penelitian

No.	Kegiatan	Tahun 2026																			
		Februari				Maret				April				Mei				Juni			
		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, 2026