

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan kemajuan perekonomian pada suatu negara, transaksi perekonomian akan meningkat melalui perputaran arus uang di masyarakat. Hal ini tentunya didukung oleh sarana dan prasarana yang baik diantaranya adalah yang dilakukan oleh jasa perbankan. Bank sebagai lembaga jasa penyedia lalu lintas dana memiliki peran penting dalam menjaga kepercayaan para pemegang dana yaitu nasabah sebagai stakeholdernya. Nasabah akan menempatkan dananya maupun bertransaksi di bank yang membuatnya merasa aman dan nyaman dalam mengelola dana yang ditempatkan dan dapat melayani kebutuhan nasabah sesuai yang diharapkannya.

Nasabah atau konsumen saat ini semakin pintar dalam menentukan pemilihan keputusan penggunaan jasa layanan bank. Karena itu lembaga perbankan dituntut untuk memberikan pelayanan secara optimal untuk meningkatkan dan mempertahankan kepuasan nasabah.

Kualitas pelayanan bank yang diberikan kepada nasabahnya akan menjadi tolak-ukur pembeda terhadap persaingan dengan bank kompetitor lainnya, dikarenakan pada dasarnya produk dari layanan jasa yang dimiliki oleh setiap bank adalah sejenis yaitu simpanan dan pinjaman merupakan suatu produk

penawaran yang tidak berbeda, oleh karena itu persaingan akan sangat dipengaruhi oleh kemampuan bank dalam memberikan pelayanan terbaik dan bermutu dibanding pesaingnya.

Persaingan global di masa sekarang ini juga dialami oleh industri perbankan yang ditandai oleh kemajuan teknologi komunikasi dan informasi yang mengakibatkan terjadinya perubahan (*change*) yang luar biasa. Adanya kemudahan yang diperoleh dari komunikasi dan informasi menimbulkan kompetisi yang sangat ketat yang mengakibatkan nasabah semakin banyak pilihan dan sangat sulit untuk dipuaskan, hal ini terjadi akibat pergeseran yang semula hanya memenuhi kebutuhan nasabah (*need*) menjadi harapan (*expectation*) untuk memenuhi kepuasan nasabah.

Perusahaan perbankan merupakan bisnis berbasis layanan jasa akan mengalami masalah yang kompleks apabila gagal dalam memberikan pelayanan yang memuaskan kepada nasabahnya. Karena pada umumnya nasabah yang mengalami kekecewaan akan menjadi *branding image* yang buruk dan pengalamannya atas pelayanan bank tersebut akan disebarkan kepada nasabah lainnya.

Perbankan senantiasa dituntut untuk memperbaiki kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabahnya. Kualitas sendiri didefinisikan sebagai suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2002:51). Kualitas adalah tolak ukur bagi penyedia jasa yang apabila dikerjakan dan dikelola dengan baik akan

bernilai harganya. Sehingga perusahaan jasa perbankan wajib merencanakan, mengorganisasikan, mengimplementasikan serta mengendalikan sistem kualitas layanan sehingga dapat memberikan pelayanan yang optimal untuk kepuasan nasabahnya.

Secara umum kualitas pelayanan dapat diukur berdasarkan adanya perbedaan antara harapan pelanggan dengan kinerja para penyedia jasa pelayanan serta pengevaluasian terhadap pelayanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan menurut Parasuraman, Zeithmal, & Berry (1988:23) terdiri dari lima dimensi yang dikenal dengan *service quality* (SERVQUAL) yaitu, *tangible* (bukti fisik), *empathy* (empati), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan). Kepuasan nasabah menurut (Kotler, 2012:42) merupakan fungsi dari pandangan terhadap kinerja produk dan harapan konsumen, dikarenakan hal tersebut maka perilaku pasca pembelian sangatlah penting untuk diamati. Karena perkembangan perusahaan terjadi setelah tercapainya kepuasan nasabah yang dirasakan setelah pasca pembelian.

PT Bank Bukopin, Tbk merupakan salah satu bank swasta nasional yang ada di Indonesia yang telah berdiri selama 49 tahun sejak 10 Juli 1970, saat ini telah tumbuh dan berkembang hingga akhirnya masuk ke dalam kelompok bank menengah dari sisi asset, sehingga perusahaan senantiasa dituntut untuk melakukan perbaikan terus - menerus khususnya dari sisi pelayanan nasabah. Bank Bukopin merupakan salah satu bank yang menjadikan pelayanan sebagai prioritas utama dalam membangun citranya di tengah-tengah masyarakat. Sebagai

bank swasta nasional yang masih terus berkembang, Bank Bukopin dapat bertahan dalam menghadapi persaingan dalam dunia perbankan di Indonesia sampai saat ini. Selain itu, dilihat dari jumlah nasabah atau pertumbuhan dana pihak ketiga, Bank Bukopin masih berada dibawah bank-bank besar lainnya yang ada di Indonesia, sehingga membuat Bank Bukopin masih harus secara konsisten dan berkelanjutan meningkatkan pelayanan yang berbeda dari bank-bank lain untuk membangun kepuasan nasabah dan meningkatkan pertumbuhan dana pihak ketiganya.

Sebagai perusahaan layanan jasa perbankan yang telah *Go Public* Bank Bukopin terus mengembangkan layanan jasa perbankannya yang dapat menjangkau masyarakat di seluruh wilayah Indonesia. Saat ini Bank Bukopin telah memiliki 344 outlet layanan kantor bank serta 867 jaringan ATM yang bekerjasama dengan PRIMA dan ATM Bersama yang telah mencakup 24 propinsi di Indonesia (www.bukopin.co.id, 2019). Berdasarkan (www.ojk.go.id, 2020) pertumbuhan industri perbankan swasta nasional sangatlah cepat, saat ini jumlah perbankan yang ada di Indonesia sejumlah 1.652 yang terdiri dari 110 bank umum dan 1.542 BPR yang wilayah jaringan kantornya tersebar di seluruh Indonesia sehingga perbaikan dalam meningkatkan kualitas pelayanan sangatlah diperlukan untuk memenangkan kompetisi dalam merebut pangsa pasar (nasabah).

Penelitian ini mengarah pada penelitian-penelitian terdahulu mengenai kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh Sulistyawati dan Seminari (2015), Khasanah dan Pertiwi (2010)

menemukan bahwa variabel kualitas pelayanan dengan dimensi *tangible*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness* dan *assurance* berpengaruh signifikan dan positif secara parsial terhadap kepuasan nasabah. Demikian juga penelitian Ambarwati (2014) dan Saragih (2019) menemukan bahwa variabel kualitas pelayanan dengan dimensi *tangible*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness* dan *assurance* berpengaruh signifikan dan positif secara simultan terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan latar belakang tersebut tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian terkait kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah pada Bank Bukopin Cabang Madiun, dengan judul penelitian : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah PT Bank Bukopin, Tbk Cabang Madiun.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan yang meliputi dimensi *tangibles*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness* dan *assurance* secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah di PT Bank Bukopin Tbk Cabang Madiun ?
2. Apakah kualitas pelayanan yang meliputi dimensi *tangibles*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness* dan *assurance* secara simultan berpengaruh

signifikan positif terhadap kepuasan nasabah di PT Bank Bukopin Tbk Cabang Madiun ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang masalah dan rumusan masalah di depan, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Menguji kualitas pelayanan yang meliputi dimensi *tangibles*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness* dan *assurance* secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah di PT Bank Bukopin Tbk Cabang Madiun.
2. Menguji kualitas pelayanan yang meliputi dimensi *tangibles*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness* dan *assurance* secara simultan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah di PT Bank Bukopin Tbk Cabang Madiun.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi PT Bank Bukopin, Tbk Cabang Madiun
Hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat bagi PT Bank Bukopin, Tbk Cabang Madiun untuk meningkatkan kepuasan nasabah melalui peningkatan kualitas pelayanan.

2. Bagi Peneliti

Hasil penelitian diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan pengetahuan dan referensi bagi peneliti lain yang ingin mempelajari atau meneliti tentang kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan nasabah.

3. Bagi Universitas Katolik Widya Mandala Madiun

Hasil penelitian dapat digunakan untuk menambah pengetahuan sebagai dasar untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan.

E. Sistematika Penulisan Laporan Skripsi

Sistematika penulisan untuk memberikan gambaran secara keseluruhan dalam penulisan skripsi, sebagai berikut :

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab ini membahas teori-teori yang menjadi dasar berpikir yaitu berkaitan dengan dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah.

BAB 3 : METODA PENELITIAN

Bab ini diuraikan tentang desain penelitian yang meliputi metode penelitian dan prosedur pengumpulan data, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, variabel penelitian dan definisi operational variabel serta definisi operasional dan pengukuran variabel.

BAB 4 : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini terdiri dari: data penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan.

BAB 5 : SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini terdiri dari simpulan, implikasi manajerial, keterbatasan penelitian, dan saran penelitian