

BABI

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Bisnis di Indonesia akhir-akhir ini terus mengalami peningkatan persaingan dari macam segi yang menciptakan fenomena dalam perkembangan bisnis, penelitian ini tercipta karena ada banyaknya para pelaku bisnis saling berebut nasabah. Perusahaan dituntut untuk menciptakan strategi dan kinerja karyawan yang baik untuk pengembangan perusahaan dan bisa bersaing dengan perusahaan yang lainnya.

Seiring berkembangnya tingkat persaingan dalam bidang ekonomi khususnya perbankan, bank-bank di Indonesia harus terus berinovasi pada produk dan jasa yang ditawarkan akibat situasi persaingan perbankan yang semakin ketat. Bank dituntut untuk lebih inovasi dan kreatif pada produk dan jasa bank agar dapat memenangkan kompetisi dalam menarik hati dan minat nasabah dalam menggunakan produk bank. Fungsi bank berperan dalam menggerakkan roda perekonomian dan memfasilitasi pertumbuhan perekonomian, karena perbankan merupakan salah satu pilar perekonomian, sumber dana, pelaksanaan pembayaran juga sebagai pendorong kemajuan perdagangan baik didalam negeri maupun luar negeri

Mengenai hal tersebut salah satu tujuan perbankan adalah agar dapat memberikan solusi dan memberikan kepuasan kepada nasabah, yang harus diperhatikan dalam kualitas yaitu respon, mendengarkan keluhan. Peraturan yang mudah saat akan transaksi, kecepatan, ketelitian, jaminan, dan rasa untuk melayani

dengan penuh perhatian yang diberikan perusahaan terhadap nasabah dengan tujuan menimbulkan rasa kepuasan terhadap kualitas pelayanan perbankan yang baik.

Dalam meningkatkan kualitas pelayanan, dibutuhkan peran *public relation* dalam membantu upaya tersebut. *Public relation* bertujuan untuk memberikan pelayanan publik terbaik kepada nasabah sehingga nasabah akan merasa puas dalam pemenuhan kebutuhannya. Proses *public relation* mengacu sepenuhnya pada metode manajemen. Menurut Abdurachman (2001), proses ini meliputi *fact finding, planning, communication, dan evaluation*.¹ Kepuasan nasabah sangat berpengaruh kepada citra bank jadi *public relations* harus mampu memberikan pelayanan yang prima kepada masyarakat. Adapun tiga fungsi *public relation* menurut Bertrand R. Canfield yaitu mengabdikan kepada kepentingan umum, memelihara hubungan yang baik, dan menitikberatkan moral dan tingkah laku.²

Dalam majalah Forbes yang merilis daftar bank terbaik di dunia tahun 2022 daftar ini berdasarkan lebih dari 45.000 survey nasabah bank di seluruh dunia. Terdapat 15 bank yang masuk daftar terbaik di Indonesia.

¹ Abdurrahman, Oemi. "Dasar-Dasar Public Relations". Bandung: PT. Citra Aditya Bakti. 2001.

² Canfield, Bertrand R. "Public Relations: Principles and Problems". California: R.D. Irwin. 2009.;

Tabel. 1.1 Bank Terbaik di Indonesia

PERINGKAT	NAMA BANK	ASAL NEGARA
1	BANK CENTRAL ASIA (BCA)	INDONESIA
2	BANK DBS INDONESIA	SINGAPURA
3	BANK MANDIRI	INDONESIA
4	UNITED OVERSEAS BANK (UOB)	SINGAPURA
5	BANK SYARIAH INDONESIA (BSI)	INDONESIA
6	CITIBANK	AMERIKA SERIKAT
7	BANK JAGO	INDONESIA
8	BCA SYARIAH	INDONESIA
9	HSBC	INGGRIS
10	BANK NEGARA INDONESIA (BNI)	INDONESIA
11	PANIN BANK	INDONESIA
12	BANK RAKYAT INDONESIA (BRI)	INDONESIA
13	BNC	INDONESIA
14	MAYBANK	MALAYSIA
15	BANK DKI	INDONESIA

Sumber : <https://katadata.co.id/agung/berita/625e7c17a1af8/daftar-15-bank-terbaik-di-indonesia-2022-versi-forbes>

Berdasarkan riset yang dilakukan Forbes, terdapat 10 bank di Indonesia termasuk didalam daftar. Bank Central Asia menjadi bank terbaik di Indonesia versi Forbes dalam urutan pertama, diurutkan ke dua ditempati oleh bank yang berasal dari Singapura yaitu DBS Indonesia. Kepuasan umum menjadi metrik utama dasar penilaian bank terbaik ini. Selain itu ada saran keuangan, kepercayaan, biaya, dan layanan digital.

Keuntungan dari kepuasan nasabah tidak hanya dirasakan dalam jangka pendek namun juga dapat memberikan benefit dalam jangka panjang dan memberikan kemampuan daya saing bagi perbankan, karena dalam pelayanan yang memuaskan atau melebihi harapan nasabah maka kemungkinan nasabah akan menggunakan kembali produk atau bank yang memberikan pelayanan sangat baik dan memuaskan, serta nasabah dapat mempromosikan pelayanan yang didapatkan kepada nasabah maupun calon nasabah lainnya.

TABEL 1.2 INDONESIA BANK SATISFACTION INDEX IBLI

PERINGKAT	KEPUASAN NASABAH	
	2019	2021
1	BNI	PANIN
2	OCBC	BCA
3	BRI	DANAMON
4	BCA	CIMB NIAGA
5	BTN	BNI

Sumber : Majalah info bank edisi Januari 2021

Pada data diatas memperlihatkan bahwa terdapat lima (5) bank yang meraih penghargaan kepuasan nasabah pada tahun 2019 sampai tahun 2021 yang memaparkarkan index kepuasan nasabah. Pada data diatas tahun 2019 bank BCA memperoleh peringkat ke empat, di tahun 2021 bank BCA mengalami kenaikan peringkat penghargaan menjadi peringkat ke dua. Dari data tersebut menunjukkan

bahwa bank BCA sudah terbukti memberikan pelayanan yang memuaskan kepada para nasabahnya dibuktikan dengan adanya kenaikan peringkat. Maka dari itu bank BCA wajib dan mampu untuk mempertahankan kinerja pelayanan terbaik kepada nasabahnya.

Penyedia jasa (bank) harus bisa memberikan pelayanan yang baik bagi nasabah dalam menjalankan usahanya, hal ini didukung dari sarana dan prasarana yang cukup memadai agar masyarakat dapat tertarik untuk bergabung menjadi nasabah baru.



Dapat dilihat dari tabel data nasabah bca setiap tahunnya mengalami pertumbuhan yang signifikan, berdasarkan laporan keuangan perusahaan, jumlah nasabah Bank BCA hanya sebanyak 10,23 juta orang pada 2011. Jumlah ini meningkat 11,44 juta orang. Kemudian, pada 2013 jumlahnya meningkat kembali menjadi 12,48 juta orang nasabah.

Data temuan terakhir yang berada ditahun 2021, jumlah nasabah bank BCA mencapai 28,5 Juta orang pada 2021. Jumlah tersebut naik 16,42% dibanding tahun sebelumnya yang hanya berada di angka 24,48 juta orang nasabah. Hal ini tidak lepas dari kiat-kiat atau cara bca menumbuhkan rasa kepuasan terhadap para nasabahnya.

Menurut teori Perilaku Konsumen, definisi kepuasan dilihat dari perspektif pengalaman konsumen setelah membeli, menggunakan atau mengkonsumsi suatu barang atau jasa.³

Kepuasan merupakan suatu proses dinamis secara berkala yang dilakukan perusajaan jasa. Karena konsep dasarnya profit atau revenue berasal dari kepuasan. Dan loyalitas nasabah dapat diukur dari tingkat kepuasan yang menimbulkan rasa kepercayaan atas suatu produk atau jasa meskipun terdapat kondisi yang berpotensi menciptakan perubahan seperti pengaruh orang lain.

Sebagai bank swasta terkemuka di Indonesia PT Bank Central Asia Tbk yang sudah dikenal oleh masyarakat luas bahwa Bank BCA adalah Bank Swasta terbesar di Indonesia dengan tim manajemen yang sangat profesional, jaringan yang luas serta teknologi yang canggih dan terupdate. Bank BCA menawarkan rangkaian jasa perbankan dan mempunyai kantor cabang dan mesin ATM yang terletak diseluruh Indonesia, bukan hanya itu saja bahkan sekarang BCA sudah bergerak ke bidang digital

³ Nani sofiani, 2018, Analisis Pelayanan terhadap kepuasan nasabah bank BCA di kanor cabang pembantu wahid hasyim kota samarinda . Jurnal Administrasi Publik, Vol 02 No. 01 tahun 2018, diterbitkan Universitas 17 Aguatus 1945 Samarinda
<http://ejournal.untagsmd.ac.id/index.php/AP/article/view/3748>

dengan mengeluarkan berbagai mesin-mesin digital yang tentunya dapat membantu transaksi nasabah – nasabah PT. BANK CENTRAL ASIA Tbk dengan cepat dan lebih mudah.

Kemudian peneliti memilih melakukan penelitian di BCA KCP Pondok Cabe Mutiara karena, KCP Pondok Cabe Mutiara ini pernah mendapatkan piagam penghargaan sebagai Business Resilience yaitu predikat sebagai sebuah perusahaan yang memiliki ketahanan bisnis dari gangguan masalah apa-pun serta menjaga aset dan ekuitas secara keseluruhan.



Gambar 1.1 Meraih sertifikat SBR

Selain itu BCA KCP Pondok Cabe Mutiara pernah menjadi juara 1 terbaik kategori kelas B-1 lomba Dialog Layanan yang dilaksanakan oleh BCA KCU Blok A Cipete. Dialog layanan merupakan perlombaan tentang percakapan mengenai layanan,

dan perlombaan mengenai bagaimana frontliner menjelaskan suatu produk dan fasilitas yang dimiliki BCA.



Gambar 1.2 BCA KCP Pondok Cabe Mutiara Juara 1

Dari sekian banyak penghargaan yang diterima BCA KCP Pondok Cabe Mutiara peneliti memberikan contoh penghargaan pelayanan yang diterima salah satunya menjadi juara 3 Tingkat Kantor Wilayah VIII.



Gambar 1.3 BCA KCP Pondok Cabe Mutiara Juara 3

Dengan demikian BCA Pondok Cabe Mutiara melakukan perbaikan dengan meningkatkan segala hal yang berhubungan dengan peningkatan pelayan, sehingga bisa mendapatkan penghargaan yang dapat menimbulkan rasa kepercayaan nasabah terhadap bank, juga timbul rasa kepuasan akan pelayanan yang diberikan.

Meskipun BCA unggul berdasarkan data diatas, hal itu harus terus dipertahankan mengingat persaingan perbankan yang semakin kompetitif, terlebih kualitas pelayanan memegang peranan penting dalam hal peningkatan produktivitas perusahaan, khususnya perusahaan yang menjualkan suatu jasa contohnya perbankan. BCA merupakan salah satu usaha dibidang jasa perbankan sehingga kualitas pelayanan harus selalu diperhatikan. Saat ini persaingan semakin ketat, para Perbankan lain berlomba memberikan kualitas pelayanan yang baik bagi nasabahnya.

Untuk itu, pengelolaan perbankan disetiap bank berusaha meningkatkan dari kualitas pelayanan dengan manajemen tertentu. Kualitas pelayanan yang kurang baik akan menyebabkan efek tidak nyaman kepada nasabah, dan lama kelamaan mulai beralih/pindah ke Bank kompetitor atau pesaingnya.

Melihat tantangan perbankan saat ini, Ine Aprianti dan Lucy Nurfadilah dalam buku Ismail berjudul *The Impact of Information Technology of Performance: The Mediating Role of Management Accounting System* yaitu kemudahan yang ditawarkan oleh pembayaran digital sangat menggiurkan terutama di cashless link aplikasi. yang merupakan cashless yang pendirinya berlatar belakang Perbankan Nasional, untuk menjawab tantangan perbankan saat ini, seluruh perusahaan perbankan diharapkan

mampu bersaing dengan aplikasi pembayaran digital lainnya dengan memberikan cashback yang besar untuk menjaring pengguna cashless.

Sumber dana murah juga menjadi salah satu jawaban atas tantangan yang dihadapi perbankan yaitu tantangan menjadi peluang dengan menyediakan fasilitas top up pembayaran digital untuk aplikasi lain di menu e-banking dan M-Banking yang kini telah tersedia. Untuk diupdate kembali agar dapat mengakses Top-up tambahan.

Memasuki era digital banking 4.0, dunia perbankan berpeluang untuk lebih inovatif terutama dalam memberikan pelayanan kepada nasabahnya. Inovasi ini diperlukan untuk menjawab persaingan seiring pesatnya pertumbuhan financial technology (fintech), namun di sisi lain era perbankan digital 4.0 juga menghadirkan sejumlah tantangan seperti perlindungan data nasabah. Untuk itu, perbankan dituntut untuk lebih adaptif terhadap perkembangan era perbankan digital 4.0.

Perbankan akan terkena dampak disrupsi era teknologi digital pada revolusi industri 4.0, jika tidak direpson dengan cepat dan tepat. Perubahan perilaku konsumen menuntut perbankan lebih adaptif terhadap teknologi digital. Dimana teknologi digital membuka persaingan. Kehadiran fintech juga membuka persaingan, oleh karena itu bank harus bergerak cepat karena jika tidak maka bank akan tertinggal oleh nasabah.

Atas dasar itu maka peneliti akan menggunakan teori Customer Relationship Management karena teori ini menjelaskan tentang mempertahankan dan membangun suatu relasi yang sangat dibutuhkan dalam membangun tingkat kepuasan nasabah

nantinya akan dicocokkan kembali dengan apa yang telah diterapkan oleh PT. BANK CENTRAL ASIA TBK BCA KCP Pondok Cabe Mutiara.

Dari pemaparan diatas sudah dipastikan tentunya perusahaan memiliki kualitas pelayanan berbeda dari bank lainnya maka peneliti tertarik untuk menggali lebih dalam mengenai kualitas pelayanan yang diterapkan oleh PT. BANK CENTRAL ASIA TBK KCP Pondok Cabe Mutiara

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah di PT. BANK CENTRAL ASIA TBK Pondok Cabe Mutiara Tahun 2022 ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

Mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di PT. BANK CENTRAL ASIA TBK Pondok Cabe Mutiara Tahun 2022.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi PT. BANK CENTRAL ASIA TBK KCP Pondok Cabe Mutiara sebagai sumber informasi untuk dapat mengetahui

kinerja perusahaannya sehingga dapat terus meningkatkan kualitas dalam pelayanan agar dapat memberikan kepuasan yang lebih baik lagi bagi nasabah, dan penelitian ini diharapkan juga berguna untuk menambah wawasan pengetahuan dan pengalaman peneliti mengenai kualitas layanan dan kepuasan di perbankan.

1.5.Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan mengenai susunan dan isi dari skripsi ini dilakukan untuk memberikan kerangka penyusunan penelitian. Dalam hal ini peneliti Menyusun penelitian nantinya dengan memiliki 3 bab dan disertai subbab, guna memudahkan penulisan dalam mengurutkan proses penulisan dengan pembagian bab sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis menuliskan pengetahuan umum atau wawasan umum serta gambaran mengenai tentang kearah mana penelitian ini akan dilakukan. Dengan itu diharapkan pembaca dapat mengetahui konteks atau latar belakang, fokus, tujuan serta kegunaan penelitian ini.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini penulis menjelaskan mengenai penelitian terdahulu atau yang pernah ada sebelumnya, teori dan konsep.

BAB III METODE PENELITIAN

Di bab ini peneliti menjelaskan dengan pendekatan apa peneliti akan dilakukan dan di buat, seperti apa jenis penelitian, dan juga bagaimana Teknik pengumpulan datanya.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi seluruh data yang didapat dari penelitian dan pembahasan yang sesuai dengan temuan penelitian. Meliputi hasil Uji Validitas, dan Reabilitas digunakan untuk mengevaluasi instrument yang telah disusun apakah benar-benar tepat dan siap untuk menguantifikasi apa yang seharusnya diukur atau tidak, sedangkan uji realibilitas digunakan untuk menguji seberapa konsistensi jawaban responden terhadap seluruh pertanyaan yang telah diajukan peneliti dalam kuisisioner yang disebarkan.

Selanjutnya dijelaskan mengenai Uji Normalitas, Uji Linearitas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Korelasi Product Moment, Uji Korelasi dan Koefisien Determinasi, dan Uji T.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran yang diberikan untuk perbaikan kedepannya.