

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan bisnis di era globalisasi semakin berkembang di pasar domestik nasional maupun di pasar internasional. Perusahaan memerlukan strategi untuk menghadapi persaingan yang saat ini semakin lama semakin ketat. Terdapat berbagai tantangan dalam mencapai keberhasilan perusahaan, untuk mengantisipasinya, perusahaan dituntut untuk dapat bekerja dengan baik menggunakan sumber daya yang dimiliki agar dapat diterima oleh pasar. Salah satu penting dalam membangun dan mengembangkan perekonomian suatu negara ialah perbankan.

Bank sebagai lembaga keuangan memiliki kegiatan utama yaitu menghimpun dana masyarakat dalam bentuk tabungan dan lain-lain serta kemudian menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit (Kasmir, 2010). selain mencari keuntungan dari jasa pelayanan yang diberikan, perbankan juga mengharapkan kepuasan dari nasabah yang telah menggunakan jasa-jasa yang diberikan oleh perbankan, jika nasabah merasa puas maka akan memakai jasa tersebut, jika nasabah tidak puas maka akan meninggalkan produk jasa bank yang telah dipakainya tersebut.

PT Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk (BRI) merupakan salah satu lembaga keuangan milik pemerintah yang terbesar di Indonesia. Tujuan dari Bank BRI tidak hanya memperoleh laba tetapi Bank BRI juga selalu mengutamakan pelayanan yang terbaik kepada nasabah supaya nasabah merasa puas. Bank BRI memiliki anak perusahaan yaitu PT Bank Bri Agroniaga Tbk yang dibuka di Cabang Palembang pada tahun 2014. PT Bank BRI Agroniaga Cabang Palembang juga ikut membantu dalam membangun perekonomian, salah satunya dengan pelayanan nasabah, dengan pelayanan yang baik maka nasabah akan merasa puas dan jika nasabah merasa puas maka akan meningkatkan transaksi bank tersebut dalam bidang pelayanan jasa. Bank BRI Agroniaga Tbk harus dapat memberikan pelayanan terbaiknya untuk

mempertahankan nasabahnya. Bank harus menjaga citra positif di mata masyarakat. Salah satu cara mempertahankan citra bank adalah dengan membangun kualitas produk perbankan dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah. Pelayanan merupakan tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh seorang kepada pihak lain, pada dasarnya pemberian jasa tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. (Kotler 2009:120). *Customer Service* ialah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pihak nasabah, melalui pelayanan, dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. (Kasmir 2004:201).

Penelitian Imelda (2017) menyatakan bahwa kualitas pelayanan *customer service*, layanan *customer service* Bank BRI kantor unit veteran Banjarmasin selama ini belum memuaskan sehingga nasabahnya sepenuhnya belum loyal. Beberapa masalah yang dihadapi Bank BRI kantor unit veteran Banjarmasin yaitu petugas *customer service* tidak mengutamakan kepentingan nasabah, pelayanan tidak secara tepat dan cepat sesuai waktu yang dijanjikan, kurang cepat tanggap terhadap masalah yang disampaikan nasabah, dan tidak selalu sigap dan bila ada nasabah yang meminta bantuan. Untuk mengatasi masalah yang dihadapi pihak terkait harus memberikan pengetahuan lebih terhadap karyawan berdasarkan konsep dimensi kualitas pelayanan, yang akhirnya menjadi sebagai penentu konsep tingkat kepuasan nasabah, seperti *tangible* (bukti fisik), *emphaty* (empati), *reability* (kehandalan), *responsivines* (daya tanggap), *assurance* (jaminan). Loyalitas Nasabah Bank BRI. Loyalitas nasabah Bank BRI Kantor Unit Veteran Banjarmasin tetap setia, banyak nasabah yang puas dan sangat setuju untuk menggunakan Bank untuk keperluan usaha dan lain-lain, merekomendasikan kepada pihak lain-lain, nasabah merasa tertarik, merasa nyaman, dan tidak terpengaruh oleh tawaran bank lain.

Penelitian Rusmawati dan Ristyanadi (2018), menyatakan bahwa penelitian kualitas layanan mempunyai pengaruh yang signifikan dalam mempengaruhi kepuasan nasabah.

Penelitian Nataniel dkk (2015) menyatakan bahwa: Kualitas Pelayanan (X) yang terdiri dari variable Bukti Langsung (X1), Keandalan (X2), Daya Tanggap (X3), Jaminan (X4) dan Empati (X5) terhadap variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y) secara bersama-sama berpengaruh signifikan dan secara parsial.

Penelitian Sirait (2016) menyatakan bahwa hasil analisis uji simultan (Uji F) variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari keandalan (X1), daya tanggap (X2), jaminan (X3), empati (X4) dan bukti langsung (X5), secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) *Waterpark* Perum Bumi Sempaja Samarinda.

Selama penulis melakukan pengamatan di Bagian *Customer Service* Bank BRI Agroniaga Tbk, dan Berdasarkan wawancara kepada nasabah yang penulis lakukan pada tanggal 12 April 2019 didapat berbagai macam jawaban dari pada nasabah. Para nasabah mengeluhkan bahwa *Customer Service* sering lupa memperkenalkan diri kepada nasabah dan langsung bertanya pada titik permasalahan yang di hadapi nasabah dan *Customer Service* sering lupa memberikan senyuman awal. Dalam beberapa temuan ada nasabah yang tidak puas akan sikap berbicara *Customer Service* seperti penyampaian informasi yang cepat terkadang membuat nasabah kurang memahami. *Customer Service* sudah terlalu lama mendengarkan masalah yang dihadapi terkadang *Customer Service* merasa tidak sabar dalam menghadapi nasabah yang banyak memiliki permasalahan.

Berdasarkan urain diatas penulis tertarik untuk meneliti tentang seberapa besar **“Pengaruh Pelayanan *Customer Service* terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Agroniaga Tbk Cabang Palembang”**

Berdasarkan Penjelasan Latar Belakang, maka dapat di gunakan dengan rumusan masalah:

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana Pengaruh pelayanan *Customer Service* terhadap kepuasan nasabah PT. Bank BRI Agroniaga Tbk Cabang Palembang?

2. Dimensi Pelayanan nasabah yang lebih dominan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank BRI Agroniaga Tbk Cabang Palembang?

1.3 Ruang Lingkup dan Batasan Masalah

a) Ruang Lingkup

Dalam penulisan ini penulis membatasi ruang lingkup pembahasan masalah penelitian agar dapat tergambar secara jelas mengenai permasalahan yang diambil yakni “Pengaruh Pelayanan *customer service* Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank BRI Agroniaga Tbk Cabang Palembang.

b) Batasan Masalah

Agar penulisan skripsi ini tidak menyimpang dari permasalahan yang ada, maka penulis membatasi permasalahan yang ada, yaitu pengaruh pelayanan *Customer Service* terhadap kepuasan nasabah.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui:

- a Untuk mengetahui bagaimana pengaruh pelayanan *Customer Service* terhadap kepuasan pelayanan nasabah PT. Bank BRI Agroniaga Tbk Cabang Palembang?
- b Untuk mengetahui Dimensi Pelayanan yang paling dominan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank BRI Agroniaga Tbk Cabang Palembang?

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dilakukan penelitian ini yaitu:

a Bagi Perusahaan

kepada Perusahaan tetap meningkatkan kualitas sumber daya, dengan tingkat persaingan perbankan semakin tinggi, perlu peningkatan sumber daya manusia dalam pelayanan kepada nasabah. Semakin meningkat pelayanan yang diberikan kepada nasabah semakin meningkat kepuasan nasabah dengan tetap memperhatikan dimensi pelayanan Bukti fisik, keandalan, Ketanggapan, Jaminan dan Kepastian dan empati.

b Bagi *Customer Service*

Bagi *Customer Service* harus memperhatikan sikap perhatian dan penyampaian informasi lebih kepada nasabah karena *Customer Service* merupakan ujung dalam tombak melayani nasabah sehingga nasabah tetap puas terhadap pelayanan diberikan