

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis pada jaman sekarang sangatlah cepat yang menyebabkan persaingan diantara para pebisnis semakin ketat. Hal ini diakibatkan karena adanya arus globalisasi yang semakin terbuka lebar bagi pelaku bisnis. Persaingan yang ketat antara para pelaku bisnis menyebabkan mereka saling berlomba untuk mendapatkan hati para konsumen dengan keunggulan kompetitif masing-masing. Berdasarkan hasil penelitian bahwa banyak perusahaan yang lebih memamfaatkan hubungan yang kuat antara perusahaan dengan pelanggan untuk mendapatkan informasi berharga tentang bagaimana cara terbaik untuk melayani pelanggan dan menjaga mereka agar tidak berpindah ke merek lain untuk bersaing merek[1]. Dengan menjalin hubungan baik dengan para pelanggan, perusahaan dapat mendapatkan informasi dari para pelanggan tentang produk apa yang mereka butuhkan untuk membuat perencanaan yang lebih baik.

Bank adalah lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah mengimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk pemberian kredit atau pinjaman. Tujuan utama bank adalah guna menciptakan dan mempertahankan nasabahnya dengan cara memberi rasa kepuasan dan kenyamanan. Disamping itu, bank juga memenuhi apa yang mereka harapkan dengan cara-cara yang lebih memuaskan dari yang dilakukan perusahaan pesaing. Dalam dunia perbankan di Indonesia telah terjadi perubahan yang cukup menarik yaitu bergesernya bisnis perbankan, dari perbankan yang melayani perusahaan (*corporate banking*) menjadi lebih fokus pada melayani perseorangan (*consumer banking*). Pergeseran ini terjadi setelah krisis ekonomi melanda pada tahun 1997, ketika banyak pelaku bisnis mengalami masalah serius kondisi keuangan usaha yang dijalankan.

Kondisi buruk yang melanda kinerja keuangan perusahaan-perusahaan *corporate* tersebut mengakibatkan target market perbankan yang bergerak di bidang *corporate banking* menjadi menyempit. Didorong oleh keinginan untuk tetap

bertahan dalam bisnis perbankan, banyak bank yang kemudian mengalihkan target market nya kepada konsumen individual.

Perbankan yang fokus pada *consumer banking* lebih mampu bertahan daripada perbankan yang fokus pada *corporate banking*. Semakin banyak bank yang beralih menggarap pasar konsumen membuat persaingan antar bank semakin tinggi. Persaingan yang ketat ini mendorong perbankan untuk menciptakan *competitive advantage*.

Salah satu keunggulan yang paling efektif dalam bersaing dalam bisnis di bidang jasa dengan menjalin hubungan yang baik dengan para konsumen. Akhir-akhir ini perusahaan berusaha untuk membangun hubungan yang dekat dengan konsumennya. Hubungan yang dekat dengan konsumen dalam jangka panjang akan mendorong pihak-pihak yang terlibat dalam hubungan menemukan cara-cara terbaik dalam berinteraksi sehingga *relationship cost* dapat dikurangi. Dengan hubungan yang saling memuaskan kedua pihak, maka biaya transaksi yang muncul akibat peralihan konsumen ke penyedia jasa baru dapat dihindari.

PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk merupakan bank retail terkemuka yang pada saat ini telah tersebar luas hampir diseluruh daerah Indonesia. Produk yang ditawarkan bank BRI yang terdiri dari BritAma, Simpedes, Tabungan Haji, BritAma Dollar, Britama Junior, Deposito, Giro BRI, dan lain-lain. Setiap produk yang diberikan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (persero), Tbk memiliki fungsi dan keunggulan yang berbeda satu dengan yang lain. Produk tersebut dibuat untuk dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan dari para nasabah sehingga membuat para nasabah merasa puas karena adanya produk tersebut yang dapat memenuhi kebutuhan dari para nasabah. Bahkan tidak tanggung-tanggung untuk membuat para nasabah merasa puas, PT. Bank Rakyat Indonesia (persero), Tbk meluncurkan sebuah satelit agar seluruh bank yang tersebar diseluruh wilayah yang ada di Indonesia dapat menjangkau sinyal dari satelit tersebut, yang membuat setiap kantor lancar dalam melakukan setiap transaksi apapun.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang di dapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja atau hasil produk yang dipresepsikan dan ekspektasinya[2]. Kepuasan nasabah dapat ditentukan oleh beberapa faktor seperti faktor cara berkomunikasi karyawan dengan nasabah, faktor fasilitas yang

diberikan, faktor standart pelayanan yang digunakan dalam melayani nasabah dan bisa juga ditentukan oleh faktor bagaimana respon perusahaan dalam menangani keluhan nasabah. Kepuasan dapat dilihat dari kesetiaan nasabah yang setia memakai produk yang dikeluarkan perusahaan. Fenomena kepuasan nasabah yang terjadi di PT. Bank Rakyat Indonesia (persero), Tbk, cabang Putri Hijau Kota Medan adalah adanya perbedaan standart kepuasan dari setiap nasabah, seperti ada beberapa nasabah akan merasa puas apabila dia merasa nyaman dan senang ketika berkomunikasi dengan karyawan, ada juga dengan melihat fasilitas yang lengkap maka nasabah tersebut akan merasa puas, ada nasabah yang merasa puas ketika melihat pelayanan yang dilihat baik dan menarik, dan ada juga nasabah akan merasa puas apabila keluhannya ditangani dengan cepat oleh bank tersebut.

Komunikasi adalah upaya untuk membuat pendapat, menyatakan perasaan, menyampaikan informasi dan sebagainya, agar diketahui atau dipahami orang lain[3]. Komunikasi juga digunakan sebagai cara berhubungan antara karyawan dengan para nasabah dalam melakukan transaksi. Cara berkomunikasi dalam menghadapi nasabah sangatlah penting agar nasabah merasa nyaman dalam setiap melakukan transaksi, terlebih bagian marketing yang langsung berhubungan dengan nasabah dalam menjual produk. Nasabah yang setiap harinya berbeda-beda membuat kendala bagi marketing dalam menghadapinya, karena cara berkomunikasi yang digunakan juga harus berbeda karena setiap nasabah yang dihadapi memiliki sifat atau karakter yang berbeda-beda. Seperti pada nasabah yang bersifat lembut karyawan juga harus berkomunikasi secara lembut dalam melakukan transaksi maupun menawarkan produk sehingga nasabah merasa nyaman dan senang setiap melakukan transaksi. Jadi setiap karyawan harus menyesuaikan cara berkomunikasi dengan setiap nasabah agar nasabah merasa nyaman dan senang dalam berkomunikasi dengan karyawan mengenai hal apapun itu. Apabila nasabah merasa nyaman dan senang maka dia akan merasa puas.

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan yang maksimal[4]. Fasilitas juga sarana atau prasarana yang diperlukan atau dibutuhkan oleh nasabah setiap hari sesuai dengan kebutuhannya dan untuk memudahkan kegiatan sehari-hari. Fasilitas perbankan memang diberikan

dan dapat dinikmati oleh semua nasabah bank. Kebutuhan nasabah tidaklah sama, ada yang sangat menikmati dan menggunakan fasilitas yang diberikan, tetapi ada juga yang merasa tidak membutuhkan fasilitas perbankan yang diberikan. Fasilitas yang ada pada PT. Bank Rakyat Indonesia (persero), Tbk Cabang Putri Hijau (Medan) ini sudah sangat memadai dan lengkap tetapi masih perlu diperhatikan cara perawatan fasilitas yang tersedia. Misalnya pada mesin ATM yang terkadang sinyalnya kurang baik, Kartu ATM nasabah yang tidak dapat keluar setelah melakukan transaksi dan kejadian tersebut berdasarkan pengalaman beberapa orang nasabah. Serta beberapa fasilitas lainnya seperti phone banking, E-buzz, serta fasilitas lainnya.

Pelayanan adalah hal yang abstrak, tidak dapat dilihat tetapi dapat dirasakan. Karena itu, pelayanan bisa didefinisikan secara berbeda-beda namun, intinya adalah memberikan bantuan kepada orang lain dengan cara tertentu yang dapat membuat orang yang dilayani merasa puas[5]. Pelayanan juga menjadi faktor penting dalam menjaga nasabah agar tetap loyal dan senang dalam menggunakan fasilitas tersebut. Dengan adanya pelayanan yang buruk menyebabkan para nasabah yang telah bekerjasama dengan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk merasa tidak puas. Pandangan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak bank masih sangat kurang baik, yaitu melalui pelayanan *Customer Service* (CS) dan pelayanan *Teller* yang kurang efektif dan efisien dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab masing-masing. Selain itu juga pelayanan dalam melayani nasabah untuk pembuatan kartu ATM yang tidak tepat waktu dari yang sudah dijanjikan oleh pihak bank.

Penngaduan nasabah adalah ungkapan ketidakpuasan nasabah yang disebabkan oleh adanya potensi kerugian *financial* pada nasabah yang diduga karena kesalahan atau kelalaian bank[3]. Oleh karena itu, untuk mengatasi keluhan nasabah haruslah dilakukan dengan cara-cara yang positif. Ketika terjadi keluhan, kemungkinan yang dirasakan oleh penyampainya dapat menimbulkan ketidakpuasan kembali karena tindak lanjut atas penanganan keluhan yang tidak memuaskan sehingga mendorong terjadinya situasi atau kondisi yang semakin mengecewakan. Penanganan keluhan harus serius, cepat, dan tuntas.

Berdasarkan penelitian terdahulu seperti penelitian Frieda Elena (2011) yaitu analisis pengaruh kepercayaan, komitmen, komunikasi, dan penanganan keluhan

terhadap loyalitas nasabah (studi kasus pada PT. Bank Rakyat Indonesia) berkesimpulan bahwa secara simultan maupun parsial kepercayaan, komitmen, komunikasi dan penanganan keluhan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia. Tetapi hasil penelitian dari Doney dan Canon (1997) tentang komitmen, komunikasi, dan penanganan keluhan terhadap loyalitas mengatakan bahwa komitmen, komunikasi, dan penanganan keluhan tidak berpengaruh terhadap loyalitas. Dalam penelitian Indri novita sari (2016) yaitu pengaruh fasilitas dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia berkesimpulan bahwa secara simultan maupun parsial fasilitas dan pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia. Namun pada penelitian Feru irawan (2010) yaitu pengaruh biaya dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Internasional Indonesia berkesimpulan bahwa secara simultan biaya dan pelayan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah namun secara parsial pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Internasional Indonesia. Dalam Penelitian Lusi suwandari (2013) yaitu pengaruh kinerja dosen, fasilitas, dan komitmen organisasi terhadap kepuasan mahasiswa STMIK Amikom juga berkesimpulan bahwa secara simultan kinerja, fasilitas dan komitmen berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa namun secara parsial fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa STMIK Amikom. Pada penelitian Riduan (2016) yaitu manajemen komplain, penanganan keluhan pengaruhnya terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan (studi kasus pada bengkel honda) berkesimpulan bahwa penanganan keluhan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan bengkel Honda. Tetapi pada penelitian Berliantina Rosita (2015) yaitu pengaruh penanganan komplain terhadap kepuasan nasabah (studi kasus pada PT. Bank Rakyat Indonesia) berkesimpulan bahwa penanganan komplain tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia.

Dari latar belakang yang telah dijabarkan maka penulis akan meneliti dan mengangkat permasalahan ini kedalam bentuk skripsi dengan judul **Pengaruh Komunikasi, Fasilitas, Pelayanan Perbankan, Dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Putri Hijau(MEDAN).**

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat di buat rumusan masalah yaitu :

1. Apakah komunikasi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (persero), Tbk Cabang Putri Hijau (Medan) ?
2. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (persero), Tbk Cabang Putri Hijau (Medan) ?
3. Apakah pelayanan perbankan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (persero), Tbk Cabang Putri Hijau (Medan) ?
4. Apakah penanganan keluhan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (persero), Tbk Cabang Putri Hijau (Medan) ?
5. Apakah komunikasi, fasilitas, pelayanan perbankan, dan penanganan keluhan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (persero), Tbk Cabang Putri Hijau (Medan) ?

1.3.Ruang Lingkup

Ada pun ruang lingkup atau batasan dari penelitian ini adalah meneliti tentang pengaruh komunikasi, fasilitas, pelayanan, dan penanganan keluhan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Putri Hijau (Medan) dengan :

1. Variabel bebas (X) yaitu Komunikasi, Fasilitas, Pelayanan Perbankan, dan penanganan Keluhan.
2. Variabel terikat (Y) yaitu Kepuasan Nasabah
3. Objek penelitian ini yaitu PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Putri Hijau (Medan).
4. Periode pengumpulan data yang diambil dari bulan Januari sampai Agustus tahun 2016.

1.4.Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang tertera di rumususan masalah, tujuan penelitian yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh komunikasi terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (persero), Tbk Cabang Putri Hijau (Medan).

2. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (persero), Tbk Cabang Putri Hijau (Medan).
3. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan perbankan terhadap kepuasan nasabah. PT. Bank Rakyat Indonesia (persero), Tbk Cabang Putri Hijau (Medan).
4. Untuk mengetahui pengaruh penanganan keluhan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (persero), Tbk Cabang Putri Hijau (Medan).
5. Untuk mengetahui secara simultan pengaruh komunikasi, fasilitas, pelayanan perbankan, dan penanganan keluhan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (persero), Tbk Cabang Putri Hijau (Medan).

1.5. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan mamfaat teoritis dan praktis bagi banyak pihak yang berhubungan dengan penelitian ini, yaitu :

1. Mamfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai refrensi atau acuan bagi peneliti lainnya dan menambah wawasan bagi para pembaca mengenai pengaruh komunikasi, fasilitas, pelayanan perbankan dan penanganan keluhan terhadap kepuasan nasabah.

2. Mamfaat Praktis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan bagi PT. Bank Rakyat Indonesia (persero), Tbk Cabang Putri Hijau (Medan) untuk mengetahui kebijakan apa yang akan dilakukan dalam memberikan kepuasan kepada nasabah.

1.6. Originalitas Penelitian

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Indri Novita Damanik dengan judul penelitian Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Pancur Batu[6].

Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, sebagai berikut :

1. Penelitian sebelumnya menggunakan variable Fasilitas dan Pelayanan Perbankan sedangkan penelitian ini menambahkan dua variabel yaitu Komunikasi dan Penanganan Keluhan. Hovland dan Effendy mendefenisikan ilmu komunikasi sebagai upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegar asas-asas

penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap. Defenisi Hovland tersebut menunjukkan bahwa yang dijadikan objek studi ilmu komunikasi bukan saja penyampain informasi, melainkan juga pembentukan pendapat umum dan sikap publik yang dalam kehidupan sosial memainkan peranan penting. Pembentukan sikap public tersebut dapat berupa timbulnya Kepuasan seseorang kepada bisnis retail[7]. Apabila nasabah menyampaikan keluhan, respon yang baik dari pihak Bank akan dapat membuat nasabah merubah sikapnya dari ketidakpuasan menjadi kepuasan. Ketika seorang nasabah menyampaikan keluhannya maka nasabah memberi kesempatan kepada pihak Bank untuk memperbaikinya, dan yang menarik apabila pihak Bank bisa menangani keluhan tersebut dengan baikmaka, hal tersebut akan mampu untuk meningkatkan kepuasan dari nasabah tersebut[8].

2. Penelitian sebelum nya melakukan penelitian pada PT. Bank Rakyat Indonesia (persero), Tbk cabang Pancur Batu sedangkan penelitian ini pada PT. Bank Rakyat Indonesia (persero), Tbk cabang Putri Hijau (Medan).
3. Penelitian sebelumnya melakukan penelitian pada tahun 2015 sedangkan penelitian ini melakukan penelitian pada tahun 2016.

UNIVERSITAS
MIKROSKIL