



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor Perbankan memegang peranan penting dalam usaha pengembangan di sektor ekonomi, dan juga berperan dalam meningkatkan pemerataan pembangunan dan hasil-hasilnya, serta pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional ke arah peningkatan taraf hidup rakyat. Era sekarang ini yang ditandai oleh revolusi teknologi komunikasi dan informasi mengakibatkan terjadinya perubahan (*change*) yang luar biasa. Tersediannya kemudahan yang diperoleh dari media informasi membuat kompetisi yang sangat ketat, yang berakibat nasabah (*customer*) semakin banyak pilihan terhadap jenis bank yang akan digunakan untuk bertransaksi.

Sebagai lembaga intermediasi, pihak perbankan membutuhkan kepercayaan dari masyarakat terutama nasabahnya sehingga kelangsungan sektor perbankan sebagai urat nadi perekonomian dapat terus berjalan. Untuk memperoleh kepercayaan dari masyarakat, maka sektor perbankan harus dikelola secara profesional mulai dari segi pelayanannya, strategi pemasaran yang baik, segi keuangan yang harus dikelola dengan prinsip ke hati-hatian, serta perbankan juga harus inovatif dalam menciptakan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat. Karena yang dibutuhkan oleh masyarakat (nasabah) adalah kepuasan dalam hal pelayanan oleh pihak bank. Konsumen akan sulit dipuaskan karena telah terjadi pergeseran, yang semula hanya untuk memenuhi kebutuhan meningkat menjadi harapan (*expectation*) untuk memenuhi kepuasan.

Terciptanya kepuasan nasabah dapat menjadikan hubungan antar penyedia jasa dengan pelanggannya harmonis, yang selanjutnya akan menguntungkan bagi perusahaan. Keberlangsungan dan keberhasilan perusahaan jasa banyak tergantung pada produk dan kualitas pelayanan yang sesuai dengan lingkungan perusahaan, kemampuan yang dimiliki para petugas dalam menjalankan sistem dengan baik, memberikan pelayanan dan menjelaskan produk-produk yang ditawarkan serta kebutuhan dan harapan nasabah.

Umumnya nasabah yang tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain dan bisa dibayangkan betapa besarnya kerugian dari kegagalan memuaskan nasabah. Nasabah sebagai objek yang harus dipuaskan

mempunyai harapan yang abstrak, sehingga melahirkan persepsi yang berbeda-beda tentang bagaimana pelayanan yang baik dari bank untuk diberikan kepada nasabah. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atas *performance* produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan merasa puas bila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui [1].

Sampai saat ini kualitas pelayanan menjadi topik yang menarik untuk diteliti, karena paling sering diamati namun merupakan fenomena yang sedikit dipahami. Fenomena kualitas pelayanan di Indonesia menjadi sebuah masalah menarik dan berpengaruh besar dalam dunia bisnis. Kualitas pelayanan berperan penting dalam suatu organisasi perbankan, karena setiap unit usaha akan mengalami ancaman yang sama yaitu kehilangan nasabah atau konsumen.

Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada nasabah, untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Ikatan seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan nasabah serta kebutuhan mereka, dengan demikian perusahaan tersebut dapat meningkatkan kepuasan nasabah dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman nasabah yang menyenangkan, dan meminimumkan pengalaman nasabah yang kurang menyenangkan. Perusahaan yang kurang memuaskan pelayanannya akan menghadapi masalah yang kompleks.

Pelaksanaan sistem pelayanan yang baik memiliki hubungan yang erat dengan tingkat kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan akan memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan yang kuat dengan pihak perbankan. Dalam jangka panjang ikatan ini memungkinkan bank untuk memahami dengan seksama harapan serta kebutuhan nasabah. Kualitas pelayanan dalam perusahaan jasa merupakan hal yang sangat penting dari sudut pandang konsumen. Konsumen tidak hanya menilai dari hasil jasa, tetapi juga dari proses penyampaian jasa tersebut [2].

Hasil penelitian tentang Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Cabang Manado. Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh secara simultan dan parsial signifikansinya variabel independen terhadap variabel dependen. Sampel yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu sebanyak 100 responden. Hasil pengujian secara umum menunjukkan bahwa dari 3 variabel kualitas layanan, citra perusahaan dan

kepercayaan semuanya mempunyai pengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada Bank BRI Cabang Manado [3].

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan nasabah PT Bank Mayapada Internasional merupakan tolak ukur dalam menilai suatu perusahaan jasa. Jika tingkat kepuasan nasabah menurun maka perusahaan jasa dapat meningkatkan strategi pemasaran yang diterapkan.

Dari fenomena kualitas pelayanan khususnya Bank Mayapada, bahwa perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam bidang perbankan merupakan bisnis jasa yang berdasarkan pada azas kepercayaan sehingga masalah kualitas pelayanan menjadi faktor yang sangat menentukan dalam keberhasilan usaha. Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Agar dapat bersaing, bertahan hidup, dan berkembang, maka perusahaan perbankan dituntut untuk mampu memberikan pelayanan berkualitas yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Fenomena lainnya mengenai kualitas pelayanan pada PT. Bank Mayapada bahwa, karyawan/staf yang sedang bertugas mampu memuaskan nasabah yang membutuhkan bantuan/masalah transaksi. Sehingga nasabah akan memberikan nilai minus kepada perusahaan jika tidak memenuhi pelayanan yang diharapkan nasabah.

Faktor lain yang mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah adalah kualitas produk, yaitu suatu bentuk dengan nilai kepuasan yang kompleks. Nasabah membeli jasa perbankan untuk menyelesaikan masalah dan nasabah memberikan nilai dalam proporsi terhadap kemampuan layanan untuk melakukan hal tersebut. Nilai yang diberikan nasabah berhubungan dengan *benefit* atau keuntungan yang akan diterimanya. Kualitas produk perbankan didapatkan dengan cara menemukan keseluruhan harapan nasabah, meningkatkan nilai produk atau pelayanan dalam rangka memenuhi harapan nasabah tersebut.

Produk menjadi instrumen penting untuk mencapai kesuksesan dan kemakmuran pada perusahaan modern. Perkembangan teknologi, peningkatan persaingan global, serta kebutuhan dan keinginan pasar mengharuskan perusahaan melakukan pengembangan produk yang terus-menerus. Pemilihan strategi pemasaran dalam pengembangan produk sangat penting sehingga menghasilkan produk yang

unggul dalam pencapaian tujuan bisnisnya. Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi merek menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kesuatu pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan [4].

Bank merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa. Perkembangan dunia perbankan saat ini menimbulkan persaingan yang sangat ketat antar bank untuk berkompetisi menarik nasabah dengan memberikan produk yang beraneka ragam. Untuk memenangkan persaingan setiap organisasi atau penyedia jasa harus memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen atau para nasabah, serta berusaha memenuhi harapan mereka, sehingga mampu memberikan kepuasan kepada para nasabahnya.

Bank Mayapada merupakan salah satu bank swasta yang terhitung baru beroperasi di Indonesia (1990). Dalam menjalankan operasinya Bank Mayapada masih harus berupaya untuk menjaga dan meningkatkan hubungan dengan nasabahnya, agar nasabah puas dan tidak tertarik dengan bank lain yang bersifat konvensional yang sudah lebih dahulu dikenal masyarakat luas.

Pelayanan yang diterima nasabah dapat dijadikan standar dalam menilai kinerja suatu bank yang berarti bahwa kepuasan nasabah adalah hal yang utama PT. Bank Mayapada Internasional kantor cabang pemuda Medan berusaha memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan nasabah dan fasilitas yang baik untuk mempertahankan nasabah yang sudah ada serta mendapatkan calon nasabah.

Fenomena yang terjadi saat ini adalah banyak bank swasta maupun bank pemerintah yang terus berinovasi, Nasabah pada umumnya juga tidak menyukai nomor antrian yang panjang. Jika *frontliner* (Teller/CS) tidak cepat dalam hal pelayanan, maka nasabah akan merasa tidak dipuaskan. Permasalahan ini sering terjadi di bank-bank yang ada di Indonesia khususnya di Medan, karena nasabah tidak akan bertransaksi lagi di bank tersebut jika terdapat pelayanan yang buruk atau lambat.

Sampai Saat ini belum diketahui secara jelas bagaimana pengaruhnya variabel Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah PT. Bank Mayapada Internasional kantor cabang pemuda Medan, maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan**

dan Kualitas Produk Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah PT. Bank Mayapada Internasional Kantor Cabang Pemuda Medan”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan diatas, maka dapat dikemukakan rumusan masalah antara lain:

- a. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah PT. Bank Mayapada Internasional kantor cabang pemuda Medan?
- b. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah PT. Bank Mayapada Internasional kantor cabang pemuda Medan?
- c. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah PT. Bank Mayapada Internasional kantor cabang pemuda Medan?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Dalam melakukan suatu penelitian perlu dibatasi suatu pokok permasalahan agar tidak terjadi penyimpangan dalam melakukan analisis data. Tujuan pembatasan ruang lingkup adalah untuk mempermudah arah penelitian ini, untuk itu penelitian ini membahas mengenai:

- a. Variabel bebas : Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk.
- b. Variabel terikat : Tingkat Kepuasan Nasabah.
- c. Objek penelitian : PT. Bank Mayapada Internasional kantor cabang pemuda Medan.
- d. Tahun penelitian : Tahun 2017.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah PT. Bank Mayapada Internasional kantor cabang pemuda Medan.
- b. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah PT. Bank Mayapada Internasional kantor cabang pemuda Medan.

- c. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah PT. Bank Mayapada Internasional kantor cabang pemuda Medan.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat digunakan dari penelitian ini adalah:

- a. Manfaat Teoritis

Peneliti dapat menambah wawasan di bidang kualitas pelayanan dan kualitas produk dan juga menjadi bahan referensi bagi peneliti selanjutnya, serta bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya maupun yang terkait secara langsung di dalamnya.

- b. Manfaat Praktis

Diharapkan dapat membantu perusahaan dalam penyelesaian masalah yang timbul pada kaitannya kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap tingkat kepuasan nasabah PT. Bank Mayapada Internasional kantor cabang pemuda Medan.

1.6 Originalitas

Penelitian ini merupakan replikasi dari peneliti yang dilakukan oleh Christiana Okky Augusta Lovenia (2012) Universitas Diponegoro Semarang dengan judul **“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Jateng Cabang Utama Semarang)”** adapun perbedaannya adalah sebagai berikut:

- a. Peneliti sebelumnya menggunakan variabel Kualitas Pelayanan sedangkan penelitian ini menambahkan variabel kualitas produk. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi jasa. Kepuasan pelanggan, selain dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, juga ditentukan oleh kualitas produk, harga, dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat [5]. Dampak yang dihadapi di dunia perbankan adalah terus berkembangnya inovasi produk sesuai dengan perkembangan sehingga perbankan terus bersaing untuk merebut perhatian nasabah, oleh karena itu peneliti ini memilih kualitas produk yang sesuai dengan tingkat kepuasan

nasabah terhadap PT. Bank Mayapada Internasional kantor cabang pemuda Medan.

- b. Periode peneliti sebelumnya dilakukan tahun 2012, sedangkan penelitian ini 2017.
- c. Objek peneliti sebelumnya bank Jateng cabang utama Semarang, objek peneliti ini PT. Bank Mayapada Internasional kantor cabang pemuda Medan.



UNIVERSITAS MIKROSKIL