

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perusahaan besar dihadapkan pada situasi tentang bagaimana cara mengelola perusahaan agar dapat berkembang. Perusahaan harus menyesuaikan dengan kenyamanan dan kepuasan para konsumen dan bagi perusahaan itu sendiri. Kepuasan konsumen terhadap suatu produk merupakan suatu perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara ekspektasi yang dibayangkan terhadap kinerja atau hasil suatu produk yang diharapkannya. Dalam mendapatkan kepuasan konsumen dipengaruhi oleh lima faktor yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan atau jasa, emosi, harga dan biaya [1]. Banyak perusahaan yang selalu berusaha memberikan yang terbaik dan kepuasan terhadap konsumennya, salah satunya adalah perbankan.

Bank adalah tempat penitipan atau penyimpanan uang pemberi atau penyalur kredit dan juga perantara di dalam lalu lintas pembayaran; badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, dan meyalurkannya kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Simpanan disini adalah dana yang dipercayakan oleh masyarakat kepada bank dalam bentuk giro, deposito berjangka, bersertifikat, tabungan, dan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu [2]. Peranan bank adalah untuk memenuhi kebutuhan ekonomi dalam arti bahwa semua kegiatan yang dilakukan oleh bank itu menyangkut masalah uang. Kegiatan tersebut meliputi : administrasi keuangan, penggunaan uang, penampungan uang, perdagangan dan penukaran, perkreditan, kiriman uang dan pengawasannya. 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.

Perbankan yang fokus melayani perusahaan (*consumer banking*) lebih mampu bertahan daripada perbankan yang fokus melayani perseorangan (*corporate*

banking). Semakin banyak bank yang beralih menggarap pasar konsumen membuat persaingan antar bank semakin tinggi. Persaingan yang ketat ini mendorong perbankan untuk menciptakan keunggulan kompetitif (*competitive advantage*). Untuk tetap bertahan didalam persaingan yang ketat, bank mendekati diri dengan para nasabahnya. Hubungan yang dekat dengan nasabah dalam jangka panjang akan mendorong pihak-pihak yang terlibat untuk menemukan cara-cara terbaik guna memenuhi kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah didefinisikan sebagai respon nasabah terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian. Dan kepuasan juga merupakan sebuah perasaan senang atau kecewa seseorang yang akan timbul jika membandingkan kinerja yang di presepsi hasil terhadap ekspektasi mereka. Apabila kinerja berada diatas presepsi konsumen , maka konsumen akan sangat puas dan demikian dengan sebaliknya apabila kinerja yang ada berada dibawah presepsi konsumen, maka konsumen akan kecewa [1].

PT Bank Maybank Indonesia Tbk adalah salah satu bank swasta di Indonesia. PT Bank Maybank Indonesia Tbk (sebelumnya bernama Bank Internasional Indonesia (BII)) yang didirikan pada 15 Mei 1959 yang berkantor pusat di Jakarta. Bank Maybank Indonesia juga menjadi bagian dari Grup Maybank yang adalah penyedia layanan keuangan terbesar ke-4 di regional Asia Tenggara. PT. Maybank Indonesia Tbk KCP Thamrin Medan sebagai perusahaan jasa perbankan tidak akan mungkin menghindari dari persaingan industri perbankan yang semakin meningkat. Seperti pada tahun 2015, bank maybank mengalami penurunan nasabah dan penurunan pendapatan biaya umum dan administrasi bank dari 63,4% menjadi 58,2%. Hal ini tentu saja menyangkut dengan kepuasan nasabah. Untuk mewujudkan kepuasan para nasabah, upaya-upaya yang harus dilakukan oleh bank Maybank adalah dengan memberikan biaya yang pas menurut para nasabahnya, pelayanan yang baik, dan fasilitas yang nyaman digunakan.

Biaya mempunyai dua pengertian yaitu pengertian secara luas dan secara sempit. Biaya dalam arti luas adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang dalam usahanya untuk mendapatkan sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu baik yang sudah terjadi dan belum terjadi/baru direncanakan. Biaya dalam arti sempit adalah pengorbanan sumber ekonomi dalam satuan uang untuk

mendapatkan aktiva [3]. Banyak perbankan yang menekan harga seminimal mungkin untuk ditawarkan kepada para nasabah agar mendapatkan nasabah yang banyak. Dan menawarkan dengan memasang biaya khususnya biaya administrasi yang berbeda dari bank lainnya. Yang dimaksud dalam biaya administrasi di Maybank adalah seperti: Biaya administrasi pemotongan biaya perbulan per bulan, misalnya untuk level kartu reguler sebesar Rp. 10.000 dan untuk level kartu Gold sebesar 50.000, Biaya pergantian kartu rusak/hilang/tertelan sebesar Rp. 20.000 (Semua jenis kartu), biaya pergantian buku rekening sebesar 10.000 (semua jenis kartu), biaya untuk penutupan rekening untuk rekening reguler sebesar Rp.50.000 dan Gold sebesar Rp.100.000. Hasil wawancara, masih banyak para nasabah yang menginginkan bebas biaya administrasi, artinya agar para nasabah tidak perlu membayar biaya administrasi setiap bulannya. Karena ada beberapa bank lain yang tidak mengenakan biaya administrasi setiap bulannya. Hal ini tentu saja menjadi keinginan para nasabah karena mereka tidak perlu harus khawatir mendapatkan potongan setiap bulannya. Bukan hanya biaya administrasi yang dinilai oleh nasabah, tetapi juga biaya provisi dan komisi. Pada setiap bank pengajuan kredit pada pihak perbankan, pihak kreditur (pemohon kredit) akan dikenai biaya provisi ataupun komisi atau dalam arti upah yang diartikan sebagai biaya yang dibebankan oleh pihak perbankan kepada kreditur sebagai imbalan atas jasa bank karena telah menyetujui pinjaman yang diajukan oleh bank. Para nasabah menginginkan biaya provisi seminimal mungkin, agar mendapatkan keuntungan tersendiri untuk para nasabah. Dan jika keinginan nasabah terpenuhi maka akan dapat memenuhi kepuasan nasabah.

Cara perbankan dalam melayani nasabah sangat erat kaitannya dengan keberhasilan perbankan tersebut dalam memenuhi kepuasan nasabahnya. Pelayanan adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan secara akurat, andal, dapat dipercaya, bertanggung jawab atas apa yang dijanjikan, tidak pernah memberikan janji yang berlebihan, dan selalu memberikan janjinya [1]. Nasabah akan puas jika dilayani dengan tepat waktu. Untuk memenuhi itu perbankan selalu berusaha memberi sesuai keinginan nasabahnya dan selalu memperbaharui sistem operasinya dengan sistem operasi modern yang mengikuti jaman dan mudah dipahami oleh para nasabah. Perbankan juga biasanya memberi pelayanan yang sangat ramah kepada nasabahnya, memberi bantuan tepat waktu, dan tidak

mempersulit nasabahnya. Tujuannya untuk mendapatkan pujian dari nasabahnya dan agar dapat merasakan kepuasan. PT. Maybank Indonesia Tbk KCP Thamrin Medan juga memperhatikan cara pelayanan mereka, mereka mengupayakan semaksimal mungkin melayani nasabahnya untuk mendapatkan respon yang baik dari nasabahnya. Tetapi masih ada nasabah yang merasa pelayanan yang diberikan masih belum optimal sehingga dikeluhkan oleh nasabah, yaitu melalui pelayanan *Customer Service* (CS) dan pelayanan *Teller* yang terkadang masih lama. Contohnya saat melakukan transfer melalui bank maybank ke bank lain dan itu akan melewati proses yang membutuhkan 2 hari. Dan contoh lainnya adalah ketika ada masalah tentang pembekuan buku rekening, Customer service tidak bisa mengatasi masalah nasabah tersebut, dan menyuruh nasabah untuk menghubungi pusat. Dalam kasus ini nasabah berpendapat sistem internal maybank masih lemah. Sebaiknya pelayanan harus cepat dan singkat, tidak memiliki proses yang panjang dan merepotkan agar para nasabah menjadi puas.

Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan. Karena suatu bentuk jasa tidak bisa dilihat, tidak bisa dicium dan tidak bisa diraba maka aspek wujud fisik menjadi penting sebagai ukuran pelayanan [4]. Oleh karena itu, perbankan banyak menyediakan fasilitas yang memberi kenyamanan dan kemudahan bagi nasabahnya. Salah satu fasilitas bank yang umum adalah *Automatic Teller Machine* (ATM) dan *Electronic data capture* (EDC). Fasilitas tersebut dapat memudahkan para nasabah untuk melakukan transaksi. Semakin banyak fasilitas yang membantu para nasabah, maka para nasabah akan dapat merasakan kepuasan. Fasilitas yang diberikan PT. Maybank Indonesia Tbk KCP Thamrin Medan sudah sangat memadai, tetapi masih perlu diperhatikan lagi. Khususnya dalam melakukan perawatan dan pemeliharaan mesin ATM dan EDC. Misalnya pada Kartu ATM nasabah yang tidak dapat keluar setelah melakukan transaksi. Mesin ATM yang masih kurang di kota-kota kecil sehingga nasabah yang bekerja sama dengan PT. Maybank Indonesia Tbk KCP Thamrin Medan harus melakukan transaksi ke kota yang lebih besar lagi dan terkadang Ada juga mesin ATM yang rusak dan masih ada mesin ATM yang pernah mengalami sistem yang rusak. Sehingga mengakibatkan kerugian sampai milyaran

rupiah karena kebobolan, hal ini tentu saja mengakibatkan ketidakpuasan para nasabah. Dan saat menggunakan mesin EDC sinyal kurang baik. Hal itu dapat membawa dampak dan pengaruh yang negatif bagi kepuasan nasabah.

Di dalam perbankan sering adanya soal pertimbangan terhadap biaya, cara-cara pelayanan dan penyediaan fasilitas yang diperhatikan para nasabah. Karena hal tersebut akan membawa dampak terhadap kepuasan para nasabah. Jika harapan nasabah tidak terpenuhi, hal itu dapat berdampak negatif bagi bank tersebut. Dalam penelitian terdahulu [5] menyatakan bahwa faktor pelayanan, fasilitas, keamanan, dan armada berpengaruh terhadap kepuasan penumpang. Sedangkan tarif berpengaruh signifikan negatif terhadap kepuasan penumpang. Namun dalam penelitian terdahulu [1] menyatakan bahwa Analisis hipotesis secara parsial variabel biaya berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Secara parsial variabel pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil analisis pengujian hipotesis secara simultan bahwa nilai signifikansi di bawah 0.05 menunjukkan bahwa secara bersama-sama biaya dan pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Berkesimpulan bahwa secara parsial fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka judul penelitian ini adalah **“Pengaruh Biaya, Pelayanan, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Maybank Indonesian Tbk KCP Thamrin Medan”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Apakah Biaya, Pelayanan, dan Fasilitas memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Maybank Indonesia Tbk KCP Thamrin Medan secara simultan ?
2. Apakah Biaya, Pelayanan, dan Fasilitas memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Maybank Indonesia Tbk KCP Thamrin Medan secara parsial ?

1.3. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup pada penelitian ini adalah:

1. Variabel independen :
 - a. Biaya (X1)
 - b. Pelayanan (X2)
 - c. Fasilitas (X3)
2. Variabel dependen :

Kepuasan Nasabah (Y)
3. Objek penelitian yaitu PT Bank Maybank Indonesia Tbk KCP Thamrin Medan.
4. Tahun pengamatan yaitu Tahun 2017.

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh biaya, pelayanan, dan fasilitas terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Maybank Indonesia Tbk KCP Thamrin Medan secara simultan maupun.
2. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh biaya, pelayanan, dan fasilitas terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Maybank Indonesia Tbk KCP Thamrin Medan secara parsial.

1.5. Manfaat Penelitian

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

1.5.1. Manfaat dari segi teoritis

Hasil penelitian ini dapat sebagai bahan referensi atau acuan penelitian berikutnya.

1.5.2. Manfaat dari segi praktis

Manfaat penelitian ini adalah sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan perbankan dalam menetapkan biaya yang dibebankan, melakukan pelayanan dengan baik, dan menyediakan fasilitas yang tepat agar menjaga dan memperoleh kepuasan nasabah.

1.6. Originalitas Penelitian

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian terdahulu [6] dengan judul “Pengaruh biaya dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Internasional Indonesia cabang Medan”.

Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, sebagai berikut:

1. Dari segi Variabel independen.

Variabel independen dari penelitian terdahulu adalah Biaya dan Pelayanan. Seluruh variabel independen penelitian terdahulu di teliti kembali dan ditambahkan dengan satu variabel berbeda yaitu variabel fasilitas. Adapun alasan peneliti untuk menambahkan variabel fasilitas sebagai variabel independen adalah karena hasil penelitian terdahulu [6] menyatakan variabel fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dan secara teori menyatakan Fasilitas dapat pula berupa berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan. Karena suatu bentuk jasa tidak bisa dilihat, tidak bisa dicium dan tidak bisa diraba maka aspek wujud fisik menjadi penting sebagai ukuran pelayanan. Oleh karena itu, semakin baik fasilitas maka akan memungkinkan para nasabah akan semakin merasakan kenyamanan dan kepuasan terhadap bank tersebut.

2. Dari segi Objek penelitian.

Penelitian terdahulu pada PT. Bank Internasional Indonesia cabang Medan sedangkan objek penelitian ini dilakukan di PT Bank Maybank Indonesia Tbk KCP Thamrin Medan.

3. Dari segi Tahun pengamatan.

Tahun pengamatan penelitian terdahulu adalah pada tahun 2014, sedangkan tahun pengamatan penelitian ini dilakukan pada tahun 2017.