

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Seiring berkembangnya perekonomian di dunia, transaksi kegiatan ekonomi masyarakat tidak dapat dipisahkan dengan keuangan maka dari itu masyarakat lebih selektif memilih perbankan yang memiliki tingkat pelayanan yang optimal dalam melayani kebutuhan masalah keuangan.

Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan, memuaskan nasabahnya adalah hal pokok yang tidak boleh diabaikan, dimana kepuasan nasabah merupakan aspek strategis dalam memenangkan persaingan dan mempertahankan citra perusahaan dimasyarakat yang luas, sehingga pelayanan yang bermutu bagi nasabah merupakan hal penting

Dengan adanya perbankan syariah yang telah memasuki persaingan berskala global, merupakan suatu tantangan yang harus dihadapi dan ditangani oleh Bank Syari'ah Mandiri Cabang Surabaya Boulevard untuk dapat memberikan kontribusi dalam pembangunan bangsa melalui pemberdayaan ekonomi umat. Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*).

Dengan meningkatkan mutu pelayanan oleh suatu perusahaan perbankan merupakan suatu cara yang nyata dalam memenangkan persaingan dan mempertahankan nasabah. Sehingga kepuasan pelanggan dalam bidang

jasa merupakan elemen penting dan menentukan dalam menumbuh kembangkan perusahaan agar tetap eksis dalam menghadapi persaingan.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007:177) yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan.

Persaingan akan dapat dipenuhi apabila perusahaan bisa menciptakan dan mempertahankan nasabah dengan Pelayanan Prima. Untuk mencapai tujuan tersebut maka perusahaan perbankan memerlukan berbagai usaha agar tujuan yang telah direncanakan dapat tercapai. Salah satu usaha untuk memanjakan nasabahnya adalah melalui pelayanan yang diberikan nasabah dibuat senyaman mungkin dengan keramah tamahan dan sopan santun dari para karyawan perusahaan, pelayanan kepada nasabah merupakan upaya bank untuk memberikan pelayanan terbaik, sehingga nasabah nyaman untuk melakukan transaksi dengan bank tersebut sehingga pada akhirnya akan tercipta nasabah yang loyal terhadap bank tersebut.

Dalam rangka meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam penerapan standar layanan didalam lingkungan kerja di industri perbankan, maka diperlukan penerapan standar layanan di industri perbankan. Standar layanan perbankan sangat penting mengingat industri perbankan berkembang semakin pesat seiring dengan kebutuhan nasabah yang juga meningkat dan kompleks serta membutuhkan standar penampilan, layanan, pengetahuan dan keterampilan mengenal produk dan jasa yang ditawarkan oleh bank. Secara umum, standar layanan perbankan yang

harus dipenuhi, meliputi Standar penampilan petugas perbankan, Standar kebersihan dan kerapian ruang kerja, Pengetahuan mengenai produk dan jasa perbankan, Standar berkomunikasi dengan nasabah, Standar penanganan keluhan nasabah. Dengan demikian Bank Syariah Mandiri Cabang Surabaya Boulevard berupaya meningkatkan dengan mengkolerasikan antara pelatihan dalam meningkatkan kinerja *customer service*.

Lembaga yang memberikan penilaian ini adalah *Marketing Research Indonesia (MRI)*, hasil penilaian MRI merupakan satu indikator yang penting. Setiap tahun tidak kurang dari dua kali MRI melakukan *survey* kepuasan pelanggan terhadap layanan perbankan yang beroperasi di Indonesia, dan berdasarkan hasil *survey* tersebut MRI membuat peringkat Bank-bank dalam suatu *performance* layanan. Tingkat pelayanan ini mendapatkan perhatian serius dari kalangan pemerintah dan masyarakat, sehingga setiap pelayanan jasa perbankan diberikan target dan diukur dalam bentuk *index* kinerja pelayanan (IKP) yang merupakan salah satu persyaratan dalam menilai kredibilitas sebuah bank .

Berbicara mengenai *Service Quality Customer Experience* menjadi sangat penting. Nasabah akan memilih bank atas dasar pengalaman. Setelah menerima jasa, nasabah akan membandingkan antara pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang dikehendaki. Jika pelayanan yang dirasakan sesuai dengan yang dikehendaki, maka nasabah kemungkinan akan menggunakan lagi bank tersebut. Oleh karena itu, bank harus bisa mengidentifikasi dan mengatasi GAP antara harapan nasabah dengan standar layanan yang di *deliver*.

*Bank Service Excellence Monitor (BSEM)* yang telah dilakukan MRI Selama 19 tahun, yaitu dari tahun 1996, bertujuan untuk mendorong industri perbankan agar memberikan layanan yang terbaik kepada para nasabah Serta

mendorong bank memberikan layanan yang seragam di seluruh cabang Cabangnya. Baik di kota besar maupun kecil, melalui cabang besar maupun cabang kecil.

Dengan demikian, layanan akan menjadi unsur ekspresi *branding* dari suatu bank dan tentunya meningkatkan profitabilitas perusahaan dalam jangka panjang. *Banking Division MRI Presentation Bank Service Excellence Monitor 2015* Untuk Melakukan pengukuran kualitas layanan perbankan ini, MRI Menggunakan metode *mystery shopping* yang sudah terbukti menghasilkan pengukuran yang tidak saja objektif, tapi juga sensitif merefleksikan perubahan-perubahan layanan yang terjadi.

Data Pengukuran BSEM (*Bank Service Excellence Monitor*) terhadap Bank Syariah Mandiri cabang Surabaya Boulevard khususnya *Customer Service* menunjukkan bahwa selama periode 5 Februari 2015 sampai 15 Desember 2015 Indeks kualitas layanan bank syariah secara konsisten menunjukkan peningkatan kinerja. Indeks Kualitas layanan Bank Syariah Mandiri cabang Surabaya Boulevard Pada awal pengukuran periode 5 Februari 2015 Mencapai 92.00% kemudian naik di periode 15 Desember 2015 mencapai 93,70%. Kenaikan tersebut disebabkan oleh perubahan parameter pengukuran yang menyesuaikan dengan ekspektasi nasabah terhadap bank syariah yang berkembang seperti yang terjadi pada nasabah bank umum. Oleh karena itu pada tahun ini parameter pengukuran yang digunakan setara dengan bank umum.

Salah satu pelaku perbankan di Indonesia dalam hal ini PT. BANK SYARIAH MANDIRI memiliki beberapa keuntungan apabila kepuasan nasabah dapat dipenuhi. Dengan pelatihan pelayanan yang berorientasi pada penilaian MRI dan kepuasan nasabah, maka:

1. Bank Syariah Mandiri dapat me-*review* kinerja *customer service* dalam menghadapi MRI dan nasabah.
2. Nasabah akan merasa loyal kepada bank sehingga bank dapat mempertahankan nasabahnya untuk tidak meninggalkan bank (beralih ke bank lain).
3. Nasabah akan menceritakan mengenai pelayanan bank yang memuaskan kepada orang lain yang pada akhirnya merupakan sarana promosi yang efektif tanpa mengeluarkan biaya promosi.

Kepuasan nasabah bank adalah mutlak dan penting dalam rangka menghadapi persaingan yang semakin berat khususnya apabila terjadi *merger* bagi bank-bank yang tidak dapat memenuhi ketentuan perbankan yang baru. Dengan adanya *merger* pada bank berarti adanya penggabungan kekuatan dalam persaingan untuk mendapatkan nasabah bank, yang merupakan syarat mutlak yang harus dimiliki oleh suatu bank.

Usaha untuk bisa mendapatkan ataupun mempertahankan nasabah yaitu dengan cara memberikan pelayanan yang berkualitas kepada nasabah, dan pengertian pelayanan bukan hanya sebatas nasabah terpenuhi kebutuhannya akan tetapi sampai kepuasan secara pribadi. Apabila bank melayani dengan pelayanan yang terbaik dan optimal dikandung maksud agar tujuan memuaskan nasabah akan berkesinambungan, sehingga nasabah akan merasa loyal kepada bank dan dapat menciptakan citra yang baik bagi bank melalui pelayanan yang telah diberikan.

Keberhasilan organisasi dalam memberikan layanan nasabah merupakan pencerminan atas kinerja layanan yang ditunjukkan oleh pihak *provider* terhadap nasabah (*customer*). Menurut Moehariono (2012:95) kinerja atau *performance* merupakan gambaran mengenai tingkat pencapaian

pelaksanaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi dan misi organisasi yang dituangkan melalui perencanaan strategis suatu organisasi.

Kualitas layanan sangat penting dalam sebuah hubungan dalam sebuah organisasi karena merupakan perekat hubungan dalam berbagai kegiatan layanan yang di tangani oleh organisasi. Berbagai bentuk kualitas layanan yang telah di terapkan diidentifikasi dalam berbagai literatur.

Namun kenyataan yang di temukan di PT. Bank Syariah Mandiri saat ini menunjukkan bahwa kualitas layanan mengalami penurunan yang di utarakan oleh BSEM (*Bank Service Excellence Monitor*). Dengan demikian upaya yang dilakukan BSM dalam menghadapi kendala tersebut melakukan berbagai macam bentuk pelatihan dengan tujuan dapat meningkatkan kinerja bagi *customer service* dalam menghadapi MRI dan Nasabah.

Pelatihan sering dianggap sebagai aktifitas yang paling dapat dilihat dan paling umum dari semua aktifitas kepegawaian. Para atasan menyokong pelatihan karena melalui pelatihan para karyawan akan lebih terampil terhadap layanan yang diberikan ke nasabah, dan lebih produktif sekalipun manfaat-manfaat tersebut harus diperhitungkan dengan waktu yang akan di keluarkan ketika para karyawan sedang dilatih. Oleh karena itu, dengan adanya pelatihan yang telah diberikan oleh perusahaan dapat menimbulkan kemampuan kepada karyawannya.

Metode pelatihan mempunyai beberapa macam dan penggunaannya seringkali di sesuaikan dengan kondisi perusahaan. Metode pelatihan sumber daya manusia yang sering digunakan antara lain metode *on the job training* yaitu pegawai mempelajari pekerjaannya dengan mengamati pekerja yang lain yang sedang bekerja, dan kemudian mengobservasi perilakunya, dan ada juga *off the job training* yaitu mempelajari suatu pekerjaan di luar jam kerjanya.

Pelatihan dan kemampuan kerja yang baik dapat juga menunjang keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuannya. Sebab melalui dua faktor tersebut akan menciptakan tingkat produktifitas yang tinggi sehingga dapat menunjang keberhasilan perusahaan. Sebaliknya jika tingkat kerja menurun, maka akan menghambat perusahaan tersebut (bank) dalam mencapai tujuannya. Kemampuan berarti kapasitas seseorang individu untuk melakukan beragam tugas dalam suatu pekerjaan. Kemampuan berarti juga merupakan dimensi perilaku keahlian atau keunggulan seseorang yang mempunyai pengetahuan, keterampilan dan kemampuan sikap dalam menyelesaikan suatu permasalahan. Kemampuan dalam berorganisasi, dimana adanya perubahan yang sangat cepat, perkembangan masalah yang semakin kompleks dan dinamis, serta ketidak-pastian masa depan dalam tatanan kehidupan masyarakat.

Pada dasarnya kinerja merupakan tingkat terhadap mana para karyawan mencapai persyaratan-persyaratan pekerjaan, hal ini berarti pekerjaan tersebut berhasil di kerjakan dengan baik, begitu juga sebaliknya, melalui pelatihan, para karyawan akan mengetahui sampai dimana dan bagaimana prestasi kerjanya dinilai oleh perusahaannya. Kelebihan dan kekurangannya akan menjadi suatu kemampuan bagi mereka di masa yang akan datang.

Keberhasilan sebuah organisasi tidak terlepas dari adanya kepercayaan nasabah terhadap layanan yang diterima. Kepercayaan akan tumbuh apabila orang yang melayani memiliki kompetensi tentang pengetahuan, keterampilan dan sikap dalam memberikan layanan kepada nasabah. Kepercayaan nasabah akan meningkat jika yang melayani memiliki kejujuran dan keterampilan dalam melayani, jujur memberikan informasi, menerapkan sistem sesuai prosedur dan jujur dalam berperilaku. Kepercayaan nasabah atas layanan yang di berikan menjadi integritas penting dalam mewujudkan layanan

yang tepat waktu, konsisten dan sederhana atas layanan yang di berikan. Termasuk kepercayaan nasabah atas layanan yang di berikan mulai dari menginput data, memproses dan memberikan output layanan kepada nasabah yang tepat waktu.

Berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik untuk meneliti dengan memilih judul “**ANALISIS KINERJA *CUSTOMER SERVICE* DI BANK SYARI’AH MANDIRI CABANG SURABAYA BOULEVARD DALAM MENGHADAPI MRI (*MARKETING RESEARCH INDONESIA*)**”.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka permasalahan penelitian ini adalah :

1. Bagaimanakah kinerja *customer service* bank syari’ah Mandiri cabang Surabaya Boulevard dalam menghadapi MRI?
2. Bagaimana kesiapan *customer service* bank syari’ah Mandiri cabang Surabaya Boulevard dalam menghadapi MRI?

### **1.3. Tujuan penelitian**

1. Untuk mengetahui dan menganalisis kinerja *customer service* bank syari’ah Mandiri cabang Surabaya Boulevard dalam menghadapi MRI
2. Untuk mengetahui tindakan apa yang dilakukan *Customer Service* bank syari’ah Mandiri cabang Surabaya Boulevard dalam menghadapi MRI.



#### **1.4. Manfaat Penelitian**

1. Aspek akademis, manfaatnya adalah sebagai bahan referensi (rujukan, petunjuk) bagi peneliti berikutnya yang berminat untuk mempelajari mengenai masalah relevan dalam penelitian ini.
2. Aspek pengembangan ilmu pengetahuan, manfaatnya adalah untuk mengetahui secara jelas sistem pelayanan yang diterapkan di perbankan dalam standar layanan perbankan untuk penilaian MRI (Marketing Research Indonesia).
3. Aspek praktis, manfaatnya adalah sebagai bahan evaluasi bagi PT.BANK SYARIAH MANDIRI CABANG SURABAYA BOULEVARD dalam penilaian MRI untuk peningkatan kinerja dan standar layanan yang di jalankan untuk para nasabahnya.
4. Sebagai salah satu syarat kelulusan Strata 1 (S1) di STIE MAHARDHIKA Surabaya