

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perkembangan dunia perbankan yang dewasa ini bergerak sangat cepat disertai dengan adanya tantangan-tantangan yang semakin luas dan kompleks, hal tersebut membuat perbankan harus cepat dan tanggap dalam menjalankan fungsi dan tanggung jawabnya melayani masyarakat. Bank adalah salah satu lembaga keuangan yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa bank, harus dapat memberikan pelayanan yang terbaik (*serviceexcellent*) untuk dapat memenangkan persaingan yang semakin hari semakin kompetitif.

Untuk menghadapi persaingan antara lembaga perbankan yang semakin ketat, sekarang ini telah dikembangkan dalam berbagai konsep pelayanan nasabah dengan tujuan untuk mempertahankan nasabah dan menjangkau nasabah-nasabah potensial. Untuk mempertahankan dan meningkatkan nasabahnya maka bank perlu menjaga citra positif dimata masyarakat, untuk mempertahankan citra ini dapat dibangun melalui kualitas produk, kualitas pelayanan, dan ketertiban keamanan. Untuk meningkatkan citra perbankan maka perlu menyiapkan karyawan yang mampu menangani kebutuhan nasabahnya.

Tahun 2012 merupakan tahun dengan tingkat persaingan yang semakin ketat bagi dunia perbankan, ditengah tuntutan untuk bisa terus tumbuh serta tekanan untuk bisa meningkatkan profit agar bisa menunjukkan kinerja positif, sehingga dalam kondisi seperti saat ini diharapkan kejelian suatu lembaga perbankan untuk bagaimana mengkomunikasikan pelayanan yang dimiliki agar dapat menarik minat calon konsumen untuk memilih serta loyal terhadap produk perbankan yang digunakannya karena saat ini produk-produk yang ditawarkan perbankan di Indonesia sebagian besar sudah sama, jadi saat ini persaingan

dalam dunia perbankan ada di level pelayanan. Semakin baik pelayanan, maka masyarakat lebih tertarik menjadi nasabah.

Situasi pelayanan perbankan saat ini sangat berbeda dengan layanan tempo dulu. Dulu bank tidak perlu mencari nasabah peminjam uang. Sebaliknya para peminjam uanglah yang datang ke bank. Saat ini suasananya sudah berubah, Direktur bank duduk sedekat mungkin dengan nasabah, satpam dan karyawan penuh senyum merayu agar nasabah tetap loyal. Semua bank sadar bahwa menarik nasabah mungkin mudah, tapi membuat mereka menjadi loyal jauh lebih sulit, karena dalam era persaingan bisnis yang ketat seperti sekarang para pemasar dituntut terus berusaha mempertahankan kesetiaan konsumen.

Demikian pula halnya dengan nasabah, mereka telah menjadi pandai memilah-milah produk yang mana memberikan keuntungan yang lebih, serta pelayanan yang memuaskan. Sebagian perusahaan sengaja memanjakan nasabah melalui pelayanan yang diberikan bahkan dewasa ini nasabah sudah dianggap sebagai raja dan nasabah juga dianggap sebagai bagian dari perusahaan yang harus segera dipenuhi kebutuhan serta keinginannya seperti dilayani secara cepat dan akurat. Nasabah dibuat nyaman mungkin dengan keramahan dan sopan santun dari para karyawan perusahaan. Nasabah juga dibuat merasa nyaman dalam ruangan dan tidak membosankan dengan fasilitas ruangan yang menyenangkan.

Untuk menghadapi persaingan antara lembaga perbankan yang semakin ketat, sekarang ini telah dikembangkan berbagai konsep pelayanan nasabah dengan tujuan untuk mempertahankan nasabah dan menjangkau nasabah-nasabah potensial.

Sehubungan dengan hal tersebut itu maka setiap perusahaan menentukan pelayanan prima yakni sikap atau cara karyawan untuk melayani nasabah secara

memuaskan, kepuasan nasabah akan lebih mudah dipenuhi kalau petugas bank lebih mengenal sifat dan karakter dari para nasabah.

Pelayanan yang diberikan oleh bank haruslah mencerminkan pendekatan seutuhnya dari seorang karyawan bank kepada nasabah. Hal ini dilakukan dengan sikap menolong, bersahabat dan profesional yang memuaskan nasabah agar nasabah tersebut datang untuk berbisnis kembali dengan bank kita. Dengan cara seperti itu seorang *customer service* dapat menikmati pekerjaannya dan memajukan karirnya pada bank tersebut.

Pelayanan nasabah yang bemutu menuntut adanya upaya keseluruhan karyawan bukan hanya bertugas di *front office* yang berhadapan langsung dengan nasabah dalam menghasilkan pelayanan yang mencerminkan kualitas, tetapi juga karyawan *di back office* yang menghasilkan pelayanan di belakang layar yang tidak kelihatan oleh nasabah.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pelayanan bank dalam hubungannya dengan kepuasan nasabah adalah pelayanan prima. Dimana menurut Atep (2006:25) bahwa layanan prima atau *service excellence* bertitik tolak pada pelaku bisnis untuk memberikan layanan terbaiknya sebagai wujud kepedulian perusahaan kepada konsumen/pelanggan. Dimana uraian definisi yang dilakukan oleh Atep maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan prima berkaitan dengan pelayanan yang optimal guna dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kemudian dalam mengukur pelayanan prima dan hubungannya dengan nasabah penabung maka menurut Wahyu (2011) yang meneliti hubungan implementasi pelayanan prima dengan kepuasan nasabah pada Bank DKI Syariah yang mengatakan bahwa pelayanan prima (*service excellence*) dapat diukur dengan 6 unsur pokok yaitu kemampuan (*ability*), sikap (*attitude*), penampilan

(*appearance*), perhatian (*attention*), tindakan (*action*), dan tanggung jawab (*accountability*).

Oleh karena itulah dalam menunjang peningkatan nasabah, maka perlunya dilakukan penilaian mengenai pelaksanaan dimensi pelayanan prima dan pengaruhnya terhadap peningkatan jumlah nasabah.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka akan dapat disajikan beberapa rumusan masalah yaitu sebagai berikut :

1. Apakah strategi pelayanan berpengaruh terhadap pelayanan prima ?
2. Apakah kecepatan waktu berpengaruh terhadap pelayanan prima ?
3. Apakah loyalitas nasabah berpengaruh terhadap pelayanan prima ?
4. Apakah strategi pelayanan, kecepatan waktu, dan loyalitas nasabah saling berpengaruh terhadap pelayanan prima ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh strategi pelayanan terhadap pelayanan prima
2. Untuk mengetahui pengaruh kecepatan waktu terhadap pelayanan prima
3. Untuk mengetahui pengaruh loyalitas nasabah terhadap pelayanan prima
4. Untuk mengetahui pengaruh strategi pelayanan, kecepatan waktu, dan loyalitas nasabah terhadap pelayanan prima

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang ingin dicapai dengan diadakannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis : Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi penulis tentang loyalitas dan kepuasan pelanggan. Selain itu penulis juga akan mengetahui masalah yang dihadapi perusahaan dan mengaplikasikan teori – teori yang cocok untuk menyelesaikan masalah.
2. Bagi Perusahaan : Sebagai bahan masukan pada pihak PT. Bank Central Asia, Tbk Cabang Rungkut, hasil penelitian ini bisa dijadikan dasar objektif bagi perusahaan dan menjadikan panduan untuk mengambil keputusan sebagai pedoman mengambil langkah-langkah dalam menjalankan bisnis. Sehingga bisnis yang di jalankan ke depannya lebih baik dan berkembang.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya : Untuk memperkaya khasanah penelitian bahan literatur untuk menambah wacana baru bagi dunia akademis serta dapat digunakan sebagai perbandingan penelitian berikutnya.