

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di masa globalisasi seperti sekarang ini, ada sejumlah pertumbuhan dari berbagai macam industri baik di bidang jasa maupun produksi, yang menghasilkan beragam aneka produk yang dihasilkan. Semakin banyaknya industri semakin banyak pula pesaing. Semua itu dapat diatasi apabila perusahaan dapat memilih suatu keputusan dari kebijakan yang terdapat di dalam pengelolaan.

Di industri perbankan, terdapat 134 bank yang sudah terdaftar dalam portal site di Bank Indonesia (www.bi.go.id). Banyaknya bank yang menawarkan produk dan jasa yang sama dan orientasi pasar mereka juga sebagian besar menyebabkan persaingan semakin ketat. Kondisi semakin kompleks, sehingga menuntut bank lebih sensitif lagi terhadap perkembangan- perkembangan yang ada. Globalisasi perdagangan dunia menyebabkan perubahan cepat dalam lingkungan ekonomi dan bisnis. Oleh karena itu, setiap perusahaan yang ingin bertahan harus mampu beradaptasi dengan perubahan yang ada dan harus kompetitif. Kualitas bersaing dapat dicapai melalui penjualan produk yang berkelas, biaya yang relatif murah, penyerahan produk yang cepat dan layanan oleh karyawan yang terbaik. Oleh karena itu perusahaan harus lebih lagi memperhatikan permasalahan layanan yang dimana hal ini tidak dapat dipisahkan dari peranan dari sumber daya manusianya.

Pentingnya peran sumber daya manusia di setiap perusahaan menuntut agar organisasi mampu menghadapi faktor tenaga kerja sebagai cara untuk menjaga keseimbangan seluruh karyawan perusahaan, karena karyawan disini tidak hanya berperan sebagai karyawan perusahaan, tetapi juga sebagai

karyawan perusahaan. karyawan perusahaan. Produk perusahaan pelanggan. Sumber daya manusia dalam suatu organisasi penting untuk menentukan efektivitas organisasi. Industry perbankan Harus mampu merancang strategi pemasaran yang tepat untuk mencapai tujuan perusahaan yang merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi tahap perkembangan perusahaan

Parasuraman et. al (2013:44): *“Service quality is the customer perception's of the superiority of the service”*. Artinya kualitas layanan merupakan persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan. Pada dasarnya hanya pelanggan yang menilai kualitas layanan suatu badan usaha adalah pelanggan yang berkualitas.

Faktor terpenting dari layanan yang baik adalah kesigapan sumber daya manusianya dalam melayani nasabah atau calon nasabah. Sebab itu, sumber daya manusia perlu disiapkan secara intensif sebelumnya agar dapat menghasilkan pelayanan yang terbaik kepada nasabah atau calon nasabah. Tidak hanya karyawan harus berhadapan langsung dengan pelanggan, mereka harus dapat menghasilkan pelayanan yang baik, tetapi juga harus dilakukan oleh seluruh karyawan perusahaan. Semua pihak harus saling mendukung agar dapat menghasilkan layanan yang memuaskan pelanggan.

Untuk menyelesaikan masalah yang berkaitan dengan kepegawaian dan sumber daya manusia, perusahaan perlu mempekerjakan tenaga ahli di bidang hukum, manajemen, dan psikologi. Tenaga ahli ini biasanya ditempatkan di bagian personalia atau sebagai tenaga ahli di perusahaan. Dengan ditemani tenaga ahli di bidang manajemen sumber daya manusia perusahaan, suasana kerja yang harmonis dapat tercipta. Pegawai - pegawai ditempatkan sesuai dengan keahlian dan kemampuannya, disiplin kerja tinggi, dan juga bekerja sesuai dengan etika / norma kerja yang telah dibuat oleh perusahaan. Dengan

kemampuan dalam menghasilkan layanan dengan baik dan etika kerja karyawan yang tinggi, maka kepuasan nasabah dapat tercapai dengan mudah.

Aryana dan Winoto (2017:92) menjelaskan Moralitas berasal dari bahasa Yunani (ethos) yang berarti sikap, kepribadian, karakter, dan kepercayaan pada hal-hal tertentu. Sikap ini tidak hanya dimiliki oleh individu, tetapi juga dimiliki oleh kelompok atau bahkan masyarakat. Jiwa tersebut dipengaruhi oleh berbagai kebiasaan, pengaruh budaya dan sistem nilai yang dianutnya. Dalam kata ini juga ada moralitas. Kata etiket hampir berhubungan dengan moralitas atau nilai-nilai yang berkaitan dengan kebaikan dan kejahatan (moralitas), sehingga etika profesi juga dapat diartikan sebagai perilaku belajar yang positif. Spesifikasi grup dalam grup.

Penentuan harga yang tepat berlandaskan layanan yang diberikan perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Harga memainkan peran penting baik makro (untuk perekonomian secara keseluruhan) dan mikro (untuk pelanggan dan perusahaan). Bagi perekonomian, harga mempengaruhi tingkat upah, sewa, bunga, dll; bagi pelanggan, harga mungkin menjadi salah satu pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian, sedangkan bagi perusahaan, harga adalah satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Harga yang bersaing sesuai dengan jenis dan segmen pasarnya.. (Tjiptono, 2015:151)

Swastha (2014:54) menuliskan bahwasanya suatu harga adalah sejumlah pembayaran yang digunakan untuk memperoleh sejumlah gabungan dari product beserta layanannya.

Konsep pemasaran umum yang dianut perusahaan Tema lembaga keuangan merupakan tema utama, yang memperlihatkan bahwasanya semua elemen perusahaan harus berorientasi pada kepuasan pelanggan. Perusahaan akan berusaha mencari tahu segala sesuatu yang berhubungan dengan

pelanggan dan berusaha untuk memenuhi kebutuhan mereka. Memahami reaksi dan perilaku konsumen terhadap produk penting untuk memastikan bahwasanya tujuan lembaga keuangan tercapai. Banyaknya pesaing yang memaksa setiap perusahaan untuk menciptakan kualitas terbaik dalam persaingan.

Kotler (2014:40) mengatakan kepuasan adalah perasaan seseorang yang disebabkan oleh perbedaan antara kinerja (hasil) yang diterima pelanggan dengan harapannya. Apabila kinerjanya lebih rendah dari yang diharapkan maka pelanggan akan kecewa. "Apabila kinerjanya sama dengan yang diharapkan, maka pelanggan akan puas. Apabila kinerjanya melebihi harapan, pelanggan akan merasa sangat lega.

Salah satu aspek usaha sector perbankanlah yang merasakan dampak dari perkembangan "ekonomi global". Semakin banyaknya bank yang beroperasi di Surabaya baik itu bank milik pemerintah (BUMN) seperti BNI, BRI dan Bank Mandiri, maupun bank swasta seperti BCA, Bank Panin, Bank Jatim, BI, Bank Niaga, Bank Permata, Bank Bukopin, Bank Shinhan dan lain- lain, membuat masyarakat lebih hati-hati dalam menilai dan memilih jasa lembaga keuangan yang akan mereka gunakan. Hal tersebut menjadikan masing-masing lembaga keuangan bersaing secara ketat.

Obyek dalam penelitian ini adalah Bank Shinhan Indonesia di Surabaya yang merupakan salah satu bank swasta di Surabaya. Dengan menghasilkan layanan terbaik dan menjaga hubungan profesional dan bersahabat dengan nasabah, calon nasabah dan pihak ketiga (terkait dengan bank), Shinhan Bank Indonesia menyediakan bank yang berdaya saing tinggi dan berprestasi di bidang trade finance, cash management dan capital market service.

Masih munculnya keluhan di Bank Sinhan Indonesia dari nasabah berarti masih terdapat gap antara apa yang diinginkan nasabah dengan layanan yang diberikan oleh bank. Keluhan yang disampaikan nasabah memperlihatkan

bahwasanya Shinhan Bank Indonesia memiliki kepuasan nasabah yang rendah. Terdapat beberapa faktor yang dapat menyebabkan menurunnya kepuasan nasabah pada Bank Shinhan Indonesia tersebut, salah satunya adalah etika kerja karyawan yang kurang baik, persepsi harga (seperti biaya administrasi, dan biaya yang lain) yang tinggi, dan layanan karyawan kepada nasabah yang minim dari memuaskan.

Berlandaskan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sultan dan Kurniawan pada tahun 2019, diperoleh hasil bahwasanya keandalan, daya tanggap, kemampuan jaminan, kasih sayang, bukti fisik atau fisik, dan etika profesional memiliki pengaruh penting terhadap kepuasan pelanggan.

Oleh karena itu, peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Etika Kerja, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Shinhan Surabaya Indonesia”.

1.2. Rumusan Masalah

Berlandaskan latar belakang pertanyaan yang diajukan, maka rumusan pertanyaan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah etika kerja, kualitas layanan dan persepsi harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Shinhan Indonesia di Surabaya ?
2. Apakah etika kerja berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada Bank Shinhan Indonesia di Surabaya ?
3. Apakah kualitas layanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada Bank Shinhan Indonesia di Surabaya ?
4. Apakah persepsi harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada Bank Shinhan Indonesia di Surabaya ?

5. Variabel bebas (etika kerja, kualitas layanan dan persepsi harga) manakah yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Shinhan Indonesia di Surabaya ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berlandaskan permasalahan diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk memahami pengaruh etika kerja, kualitas layanan dan persepsi harga secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Shinhan Indonesia di Surabaya
2. Untuk memahami pengaruh etika kerja secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada Bank Shinhan Indonesia di Surabaya
3. Untuk memahami pengaruh kualitas layanan secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada Bank Shinhan Indonesia di Surabaya
4. Untuk memahami pengaruh persepsi harga secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada Bank Shinhan Indonesia di Surabaya
5. Untuk memahami variabel bebas (etika kerja, kualitas layanan dan persepsi harga) yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Shinhan Indonesia di Surabaya

1.4. Manfaat Penelitian.

Dari hasil karya ilmiah ini diharapkan hasil yang diperoleh dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan dan terkait dengan objek penelitian, antara lain :

1. Aspek Akademis

Menghasilkan informasi kepada pihak lain untuk penelitian selanjutnya, dan dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian lain dan

ditambahkan pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Mahardhika Surabaya khususnya rencana penelitian manajemen berupa Darma Bakti sebagai pelengkap penelitian.

2. Aspek Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Dapat digunakan untuk mengembangkan ilmu atau memperluas perspektif mata kuliah yang dipelajari dari universitas dan memperdalam ilmu khususnya di bidang studi, serta dapat dijadikan sebagai acuan ilmiah bagi peneliti selanjutnya.

3. Aspek Praktis

Hasil penelitian dimohon dapat menghasilkan sumbangan ide dengan hasil pemikiran di Bank Shinhan Indonesia di Surabaya terkait dengan etika kerja, kualitas layanan, persepsi harga dan kepuasan nasabah.