

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Globalisasi telah mendorong dunia bisnis menjadi semakin kompetitif dan mempertajam persaingan yang akhirnya membawa konsekuensi hanya perusahaan yang mempunyai kemampuan bersaing saja yang dapat bertahan. Persaingan yang selalu muncul dalam dunia bisnis mendorong munculnya pemikiran-pemikiran baru yang dapat membangun produk atau jasa yang memberikan nilai lebih kepada nasabah. Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan nasabah. Agar tujuan tersebut dapat tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen/nasabah dengan kualitas yang pantas (*reasonable*).

Menurut (Tjiptono, 2014:353) kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanan atau ketidaksepadanan antara hasil yang didapatkan dibanding dengan pengorbanan yang dilakukan. Kepuasan nasabah ditentukan oleh kualitas barang atau jasa yang dikehendaknya, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan tersebut.

Nasabah diibaratkan seorang raja yang harus dilayani, namun hal ini bukan berarti menyerahkan segala-galanya kepada nasabah. Usaha memuaskan kebutuhan nasabah harus dilakukan secara menguntungkan atau bersifat “win-win situation” yaitu dimana kedua belah pihak merasa senang atau tidak ada yang dirugikan. Kepuasan nasabah merupakan suatu hal yang sangat berharga demi mempertahankan keberadaan nasabahnya tersebut untuk tetap berjalannya suatu bisnis atau usaha.

Menurut (Tjiptono, 2014:51), kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas merupakan inti kelangsungan hidup sebuah lembaga, dengan adanya persaingan yang semakin ketat akhir-akhir ini menuntut sebuah lembaga penyedia jasa/layanan untuk selalu memanjakan nasabah dengan memberikan pelayanan terbaik. Para pelanggan akan mencari produk berupa barang atau jasa dari perusahaan yang dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepadanya. Di dalam usaha jasa, kualitas ditentukan oleh para pemakai jasa itu sendiri. Pelayanan yang diberikan berpedoman pada dimensi kualitas jasa yang terdiri dari bukti fisik, daya tanggap, kehandalan, jaminan, dan empati, untuk mengetahui apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen, seperti kualitas pelayanan yang selama ini telah diberikan dimana hasilnya dapat dijadikan umpan balik dan pengendali bagi pihak manajemen perusahaan.

Bank merupakan suatu fasilitas pelayanan dibidang keuangan bagi masyarakat, sehingga senantiasa dituntut untuk melakukan peningkatan kualitas pelayanannya

untuk memenuhi kepuasan nasabah. Bank adalah tempat atau badan yang bergerak dalam bidang pelayanan keuangann untuk melayani semua lapisan masyarakat dengan tidak membeda-bedakan antara ras, suku dan agama. Bank sendiri berfungsi sebagai tempat yang mempunyai kemandirian serta mampu memberikan pelayanan secara prima kepada nasabah.

PT Bank central Asia Tbk adalah satu bank swasta terbesar di Indonesia yang didirikan pada tanggal 21 Februari 1957. Visi dari PT Bank central Asia Tbk adalah menjadi bank pilihan utama andalan masyarakat yng berperan sebagai pilar penting perekonomian Indonesia. Misi dari PT Bank central Asia Tbk yaitu membangun institusi yang unggul di bidang penyelesaian pembayaran dan solusi keuangan bagi nasabah bisnis dan perseorangan, memahami beragam kebutuhan nasabah dan memberikan layanan finansial yang tepat demi tercapainya kepuasan optimal bagi nasabah, dan meningkatkan nilai *franchais* dan nilai *stakeholder* BCA.

Tabel 1.1 Survei Pelayanan Januari 2017-Juni 2017

Periode (2017)	Nilai 1-3	Nilai 4-5
Januari	42	20
Februari	38	50
Maret	19	31
April	17	44
Mei	34	11
Juni	51	12
Total	201	168

Sumber : PT Bank Central Asia Tbk KCU kota Batam 2017

Dari tabel 1.1 dapat diketahui bahwa nasabah yang memberikan nilai 1-3 (Sangat Tidak Puas, Tidak Puas, dan Netral) lebih besar dibandingkan dengan nasabah yang memberikan nilai 4-5 (Puas, dan Sangat Puas). Perbandingan tersebut dipengaruhi oleh banyak faktor terutama pada bidang layanan. Hal ini mengindikasikan adanya penurunan kualitas layanan yang disampaikan oleh banyak penyedia jasa.

Bank sebagai bagian dari sistem perekonomian nasional dituntut untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan produk. PT Bank Central Asia Tbk merupakan sebuah lembaga bisnis yang bergerak di bidang jasa pelayanan sektor keuangan dan merupakan salah satu dari beberapa bank yang ada di Kota Batam. Oleh karena itu, PT Bank Central Asia Tbk dituntut untuk selalu

meningkatkan kualitas pelayanan agar kepuasan nasabah tercapai. Dalam menerima dan melayani nasabah dengan berbagai karakteristik, bank harus menyiapkan diri supaya senantiasa mendengarkan dan memiliki kemampuan memberikan respon terhadap setiap keinginan, harapan dan tuntutan pengguna jasa bank, dalam hal ini adalah nasabah bank. Pihak bank perlu secara cermat menentukan kebutuhan nasabah sebagai upaya untuk memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan atas pelayanan yang diberikan. Kepuasan yang dirasakan oleh nasabah bukanlah sesuatu yang terjadi dengan sendirinya. Kepuasan terjadi karena harapan-harapan yang ada pada diri nasabah terpenuhi. Kepuasan nasabah merupakan tujuan setiap bank selaku tempat penyedia jasa pelayanan. Kepuasan nasabah yang tinggi akan menimbulkan kepercayaan pada bank sehingga nasabah tidak akan pindah ke bank yang lain. Oleh karena konsumen saat ini lebih cenderung memperhatikan nilai kepuasan yang diperoleh ketika menggunakan suatu jasa, maka kecenderungan ini juga menjadi perhatian PT Bank Central Asia Tbk dalam salah satu upaya pemasarannya, diharapkan melalui penyediaan kualitas layanan yang baik akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, yang nantinya akan berpengaruh juga pada kelangsungan hidup PT Bank Central Asia Tbk.

Oleh karena itu, PT Bank Central Asia Tbk sangat memprioritaskan produk dengan memberikan layanan yang terbaik dan fasilitas-fasilitas unggulan yang tidak dimiliki oleh pesaing tentunya, namun masih ada calon nasabah yang mengeluh pada produk tabungan PT Bank Central Asia Tbk akibat sulitnya permrosesan pembukaan

rekening baru. Berdasarkan uraian tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Central Asia Tbk"**.

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dalam penyusunan skripsi pada PT. Bank Central Asia Tbk meliputi :

1. Masih banyak calon nasabah yang mengeluh dengan akibat sulitnya pembukaan rekening baru pada PT Bank Central Asia Tbk.
2. Penilaian yang diberikan oleh nasabah pada tabel 1.1 mengenai survei pelayanan terbukti bahwa mereka kurang puas dengan pelayanan dari PT Bank Central Asia Tbk Kantor Cabang Utama (KCU) kota Batam.
3. Biaya administrasi yang tergolong mahal oleh nasabah

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas yang terlalu luas, maka penelitian ini dibatasi pada:

1. Variabel yang diteliti hanya pada kualitas pelayanan (X1), produk (X2), dan kepuasan nasabah (Y)
2. Objek yang diteliti adalah pada PT Bank Central Asia Tbk KCU (Kantor Cabang Utama) di kota Batam
3. Penelitian ini dilakukan pada nasabah yang terdaftar pada PT Bank Central Asia Tbk KCU (Kantor Cabang Utama) di kota Batam

1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Central Asia Tbk ?
2. Apakah produk berpengaruh secara positif terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Central Asia Tbk ?
3. Apakah kualitas pelayanan dan produk secara simultan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Central Asia Tbk ?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan di dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Central Asia Tbk
2. Untuk mengetahui apakah produk berpengaruh secara positif terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Central Asia Tbk
3. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan produk secara simultan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Central Asia Tbk

1.6 Manfaat Penelitian

Setiap mahasiswa/mahasiswi khususnya penulis yang melakukan penelitian ini pada suatu objek sangat mengharapkan hasil dari penelitian yang dilakukan ini dapat bermanfaat bagi semua kalangan yang membutuhkan. Manfaat-manfaat tersebut antara lain :

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini dapat bermanfaat sebagai bahan referensi kepada pembaca atau peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dimasa mendatang, sebagai tambahan ilmu pengetahuan bagi pembaca, menambah wawasan secara ilmiah dalam bidang ilmu manajemen dan mengimplementasikan teori yang sudah ada ke dalam dunia bisnis yang nyata.

2. Manfaat praktis

Memberikan masukan-masukan pada perusahaan bahwa pentingnya tetap menjaga kualitas pelayanan serta produk yang diberikan kepada nasabah demi mencapai kepuasan yang maksimum dan umpan balik positif dari nasabah guna mempertahankan keunggulan kompetitif dan mengembangkan produk dengan inovasi baru.