

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Bank ialah lembaga keuangan dengan memberikan pelayanan yang baik (*great service*) dalam menghadapi persaingan dengan lembaga keuangan yang lainnya (Atmaja, 2018:49). Melalui strategi pelayanan pelanggan yang telah berkembang untuk menghadapi era persaingan yang semakin ketat antara lembaga keuangan khususnya perbankan dalam rangka mempertahankan nasabah yang sudah ada dan menarik nasabah baru (Atmaja, 2018:49).

Dikarenakan terdapat begitu banyak wilayah perbankan, nasabah memiliki berbagai macam layanan perbankan yang dapat dipilih. Bagi nasabah, menyediakan layanan berkualitas tinggi sangatlah penting. Karena layanan pelanggan adalah komponen paling penting dari semua produk bank, termasuk kredit, yang merupakan penawaran serupa, dan karena layanan bank juga sangat mudah digunakan. Oleh karena itu, kemampuan bank untuk menawarkan layanan terbaik dibandingkan dengan para pesaingnya akan selalu berdampak pada daya saing (Wahyuningsih & Janah, 2018).

Untuk menghadapi era persaingan yang semakin ketat dari lembaga perbankan lainnya, terdapat langkah yang sudah dilakukan oleh perusahaan perbankan untuk dapat bertahan. Memilih strategi yang tepat merupakan salah satu langkah yang harus diambil oleh perusahaan dalam situasi seperti ini agar tetap bertahan dalam menghadapi persaingan dan mampu meningkatkan profitabilitasnya. Namun, jika strategi perusahaan tidak didukung oleh internal

perusahaan dan eksternal perusahaan, dalam hal ini nasabah yang senantiasa menuntut kepuasan atas kinerja perusahaan perbankan, maka strategi tersebut akan mengalami kegagalan (Furqon et al., 2020).

Pelayanan membentuk suatu kebahagiaan bagi nasabah yang diimpikan, oleh karenanya jaminan kualitas menjadi perhatian utama bank. Menurut (Endang Silaningsih, 2017) pelayanan memiliki arti yang sangat luas dalam hal pekerjaan dan cara bekerja dari parajuru layan yang semuanya ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Disamping itu sikap ramah tamah dari pelayan atau karyawan juga tidak kalah pentingnya dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Harapan nasabah terhadap kualitas layanan dan persepsi nasabah terhadap kualitas layanan merupakan dua faktor kunci yang terkait erat untuk mencapai kepuasan nasabah terhadap layanan (Widia Eka Pramesti, 2023).

Perusahaan yang menyediakan layanan keuangan perlu menyadari dan tidak boleh mengabaikan kesenangan konsumen. Karena menjaga reputasi perusahaan di komunitas yang lebih besar sangat bergantung pada kebahagiaan klien. Untuk meningkatkan kebahagiaan pelanggan, sangat penting untuk meningkatkan standar layanan pelanggan. Hal ini dikarenakan sudah menjadi rahasia umum bahwa pelanggan berperan penting dalam mendukung pendapatan perusahaan secara langsung maupun tidak langsung (Wahyuningsih & Janah, 2018).

Agar bisnis dapat bersaing di pasar internasional, meningkatkan pelayanan merupakan masalah yang signifikan. Tingkat pelayanan yang tinggi menghasilkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan selain pengurangan biaya dan peningkatan keunggulan kompetitif. Salah satu landasan kesuksesan bisnis adalah

kualitas layanan. Pelanggan akan merasa puas dengan layanan yang mereka terima jika mereka menerima layanan yang baik. (Ahmad Zikri, 2022) mendefinisikan kepuasan pelanggan adalah reaksi seseorang atas kesenangan atau kekecewaan terhadap kinerja (hasil) suatu produk dibandingkan dengan harapannya. Layanan dianggap berkualitas rendah jika kenyataan tidak sesuai dengan harapan. Kualitas layanan dapat dianggap memuaskan jika memenuhi harapan.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di Indonesia telah diiringi oleh kemajuan dalam sektor perbankan. Teknologi ini membuka peluang baru, menciptakan produk, layanan, dan saluran yang lebih efisien bagi industri perbankan. Bank saat ini telah bertransformasi menjadi penyedia solusi perbankan yang mempermudah nasabah dalam mengakses berbagai produk mereka kapan saja dan di mana saja. Salah satu contoh aktivitas perbankan yang memanfaatkan teknologi ini adalah E-Banking atau Internet Banking, yang secara sederhana dapat dijelaskan sebagai aktivitas perbankan yang dilakukan melalui internet. Kemajuan pesat dalam teknologi informasi saat ini memiliki potensi untuk memengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan dan aktivitas manusia (Japlani et al., 2020).

Layanan Mobile Banking adalah suatu fasilitas yang dapat diakses dari jarak jauh oleh nasabah, yang tidak lagi memerlukan bantuan teller atau customer service, serta tidak perlu mengunjungi kantor cabang secara fisik. Dalam penggunaan jarak jauh ini, kepercayaan dari seorang nasabah menjadi sangat penting, dan tingkat kepercayaan ini akan meningkat jika seseorang merasa yakin dalam berinteraksi dengan mitra yang memiliki integritas dan dapat dipercaya (Syarifuddin, 2021).

Menurut Tjokro (2018), rasa percaya merupakan kondisi psikologis yang terdiri dari niat atau intensi untuk menerima kelemahan berdasarkan pengharapan positif terhadap niat atau perilaku orang lain. Adanya rasa percaya tinggi akan berpeluang besar diperolehnya rasa kepuasan dari nasabah.

Mobile Banking memberikan perlindungan dan kerahasiaan terhadap data nasabah dari potensi tindak kejahatan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Hal ini bertujuan untuk membangun kepercayaan nasabah terhadap penggunaan Mobile Banking, sehingga data-data penting mereka tetap terjaga dengan aman (Syarifuddin, 2021).

Kepercayaan menjadi aspek yang lebih krusial dalam Mobile Banking, terutama karena melibatkan informasi yang sensitif dan pihak yang terlibat dalam transaksi keuangan mengkhawatirkan potensi akses yang tidak sah terhadap file-file penting dan informasi yang dikirim melalui internet. Membangun tingkat kepercayaan yang tinggi dari pihak nasabah adalah prioritas utama bagi bank yang ingin mendapatkan kepercayaan penuh dari nasabahnya (Japlani et al., 2020).

Selain pelayanan yang baik dan tingkat kepercayaan yang tinggi, memiliki produk yang unggul juga memiliki peran yang signifikan dalam memenuhi kepuasan nasabah. Dalam era persaingan yang semakin ketat saat ini, sektor perbankan bersaing untuk menyajikan produk-produk unggulan yang memenuhi harapan pelanggan secara menyeluruh. Keunggulan produk ini dapat dicapai dengan memahami sepenuhnya harapan pelanggan, meningkatkan nilai produk atau layanan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Produk yang ditawarkan Bank Negara Indonesia KCP Sei Panas Kota Batam berupa BNI ATM. BNI Phone

Banking. BNI Agen46. BNI SMS Notifikasi. EDC BNI. BNI SMS Banking. BNI Mobile Banking. Tap Cash. BNI iPay. BNI Smartpay. Layanan Gerak. BNI Debit Online. QRIS. Internet Payment Gateway. Buka Rek. Tabungan Digital.

Penawaran produk perbankan yang dilakukan oleh Bank Negara Indonesia KCP Sei Panas Kota Batam adalah salah satu upaya untuk memperkenalkan produk berikut keunggulan yang dimiliki. Keunggulan produk adalah superioritas atau perbedaan yang lebih tinggi dibandingkan dengan tawaran kompetitor (Kotler, 2011). Adanya keunggulan produk akan menjadikan nilai tambah bagi suatu bank di mata nasabah, sehingga nasabah akan memberikan kepercayaan penuh kepada bank dan nasabah akan mendapatkan kepuasan.

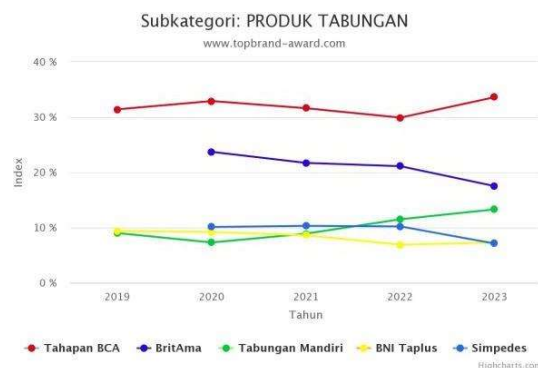
Di tengah persaingan yang sangat ketat saat ini, bank perlu mengadopsi sistem pelayanan yang memiliki kualitas tinggi untuk semua produk dan layanannya. Produk dan layanan yang ditawarkan pada dasarnya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan finansial nasabah dalam segala aspek aktivitas mereka. Untuk mencapai tujuan ini, bank perlu mengembangkan produk dan layanan secara inovatif guna memenuhi kebutuhan nasabah dengan cara yang kreatif. Selain itu, untuk berhasil dalam persaingan, pemasaran produk saat ini tidak hanya didasarkan pada kualitas produk saja, melainkan juga sangat bergantung pada strategi yang diterapkan oleh perusahaan. Keberhasilan peluncuran produk baru menjadi faktor kunci bagi banyak perusahaan (Anggraeni, 2022).

Masalah ini telah menjadi topik perbincangan, mengenai keunggulan produk atau layanan, terlepas apakah itu barang atau jasa, telah menjadi salah satu metode yang digunakan oleh organisasi untuk menyesuaikan diri dengan perubahan

dalam pasar, teknologi, dan persaingan di suatu industri. Bagi perusahaan yang beroperasi di sektor jasa perbankan, memberikan kepuasan kepada nasabah adalah hal yang sangat penting dan tidak boleh diabaikan. Kepuasan nasabah merupakan aspek strategis dalam memenangkan persaingan dan menjaga reputasi perusahaan di mata masyarakat luas (Nurlaila et al., 2022).

Tingkat kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas produk dan layanan yang mereka harapkan, sehingga jaminan kualitas menjadi hal utama bagi suatu perusahaan. Dalam mencapai kepuasan pelanggan terhadap layanan, terdapat dua hal utama yang saling terkait erat, yaitu harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan persepsi konsumen terhadap kualitas layanan. Pelanggan selalu menilai layanan yang mereka terima berdasarkan perbandingan dengan apa yang mereka harapkan atau inginkan (Nurlaila et al., 2022).

Menurut penelitian ini, kepuasan terkait dengan kualitas layanan; kualitas layanan yang baik menghasilkan kepuasan yang tinggi, dan kualitas layanan yang buruk menghasilkan kepuasan yang rendah. Sebagai observasi awal, peneliti melakukan wawancara acak dengan responden untuk mengetahui apakah layanan yang diberikan oleh Bank Negara Indonesia KCP Sei Panas Kota Batam telah memberikan kepuasan kepada nasabah atau tidak.



**Tabel 1.1** Tabel *Top Brand Award* Perbankan di Indonesia Tahun 2020-2022 (%)

<b>Jenis</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
BCA	32,90	31,60	29,90
BritAma	23,70	21,70	21,10
Mandiri	7,30	8,90	11,50
BNI	9,20	8,60	6,90

Sumber : Top Brand Award ([www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com))

Berdasarkan tabel diatas perbandingan produk bank BNI dengan produk Bank lain menunjukkan bahwa peringkat pertama diraih oleh Bank BCA dengan menunjukkan indeks sebesar 29,90%. Indeksnya ini posisinya tinggi di bawah bank-bank lainnya terutama Bank BNI yang indeksnya menunjukkan sebesar 6,90%. BNI harus meningkatkan keunggulan produk yang dimiliki dan menguatkan kepercayaan agar semakin banyak nasabah yang menggunakannya.

Menurut survei awal yang dilakukan pada tanggal 16 Oktober 2023, salah satu nasabah mengatakan bahwa dia merasa puas dengan pelayanan Bank Negara Indonesia KCP Sei Panas Kota Batam, meskipun ketersediaan ATMnya masih sangat sedikit dibandingkan dengan banklain. Selain itu, pelanggan harus berjalan jauh untuk melakukan transaksi di ATM; ruang ATM kurang terawat dan sering terjadi kegagalan. Ini bertentangan dengan teori yang ditemukan dalam buku M. Nur Rianto bahwa fasilitas dan prasarana harus dapat memberikan pelayanan yang cepat dan tepat sehingga pelanggan merasa puas. Misalnya, pelanggan tidak perlu bingung atau mengeluarkan biaya tambahan untuk transaksi di ATM bank lain karena ATM selalu online dan tersebar luas.

**Tabel 1.2** Jumlah Nasabah Mengantri di Teller dan Customer Service PT. Bank NegaraIndonesia KCP Sei Panas Kota Batam

<b>Bagian</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Teller	9.011	8.890	8.548
CS	6.091	5.926	5.310

**Sumber :** BNI KCP Sei Panas Kota Batam

Berdasarkan dari tabel 1.2 penurunan jumlah antrian pada Bank BNI Kantor KCP Sei Panas Kota Batam dimana setiap tahunnya mengalami penurunan jumlah antrian di teller ataupun di *customer service*. Penurunan yang terjadi dikarenakan oleh kurang efektifnyakualitas layanan yang diberikan BNI KCP Sei Panas Kota Batam yang dapat dilihat dari jumlah *complaint* yang diterima. Berdasarkan wawancara yang kedua dilakukan dengan nasabah, menginformasikan bahwa nasabah merasa puas dengan pelayanan Bank Negara Indonesia KCP Sei Panas Kota Batam. Namun, ketika nasabah menginginkan pelayanan dari customer serviceharus menunggu lama karena petugas customer service hanya 1 orang. Padahal ciri -ciri pelayanan perbankan yang profesional salah satunya adalah cepat dan waktu pelayanan tidak terlalu lama.

Permasalahan pada BNI KCP Sei Panas Kota Batam, dimana tahun 2020 sampai dengan 2023 mengalami kenaikan jumlah nasabah yang sangat signifikan, tetapi ditahun 2020sampai 2022 mengalami fluktuasi. Hal ini disebabkan adanya Pandemi Covid-19 yang tidak diperbolehkan untuk aktivitas diluar rumah. Hal ini dapat mempengaruhi jumlah nasabah padajenis produk yang ditawarkan oleh Bank BNI KCP Sei Panas Kota Batam. Berikut adalah jumlah kunjungan nasabah dari tahun 2021 sampai dengan tahun 2022 :



**Tabel 1.3** Jumlah Kredit, Tabungan, Deposito dan Asuransi PT. Bank Negara Indonesia KCP Sei Panas Kota Batam

<b>Jenis</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Kredit	46.191	43.890	51.281
Tabungan	85.876	89.873	88.751
Deposito	2.401	2.751	2.603
Asuransi	75	88	61

**Sumber :** BNI KCP Sei Panas Kota Batam

Berdasarkan observasi dengan melakukan wawancara yang ketiga dengan nasabah, menyampaikan bahwa nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan bank meskipun karyawan bank dalam menjelaskan produk pembiayaan sulit untuk dipahami dan terlihat ragu-ragu dalam menjelaskannya. Dalam standar pelayanan seharusnya karyawan selalu bersikap optimis, tidak ragu-ragu dalam bertindak, sehingga mampu memberikan layanan yang optimal kepada nasabah.

Dari pendapat pelanggan yang dikumpulkan di Bank Negara Indonesia KCP Sei Panas Kota Batam, dapat disimpulkan bahwa beberapa masalah yang dihadapi pelanggan termasuk fasilitas ATM yang kurang memadai, ruang ATM yang kurang dirawat, kegagalan transaksi, antrian customer service yang lama, karyawan yang ragu-ragu dan sulit dipahami saat menjelaskan produk kepada pelanggan, dan jam pelayanan yang tidak konsisten. Ini menunjukkan perbedaan antara harapan pelanggan dan kinerja bank. Tentu saja, ada kemungkinan bahwa ada hal-hal lain yang tidak sesuai dengan harapan pelanggan tentang layanan bank. Oleh karena itu, bank harus mengetahui apa yang dikeluhkan pelanggan tentang layanan yang mereka berikan. Berdasarkan keadaan di atas, penelitian yang disebut sebagai "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Bank Negara Indonesia KCP Sei Panas Kota Batam" menarik perhatian peneliti.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dari beberapa uraian yang dikemukakan pada latar belakang, maka dapat diidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut :

1. Teller dan karyawan BNI Sei Panas dianggap kurang ramah terlihat saat melayani pelanggan.
2. Rasa percaya nasabah menurun karena waktu penyelesaian masalah nasabah BNI Sei Panas tidak tepat waktu sesuai janji.
3. Produk BNI di Sei Panas tidak memiliki keunggulan khusus karena sama dengan produk bank lain atau bank yang bersaing.
4. Kurang kemampuan karyawan BNI Sei Panas dalam berinteraksi dengan pelanggan, termasuk memberikan perhatian, menanggapi keluhan, dan mempromosikan produk BNI.

## **1.3 Batasan Masalah**

Batasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel penelitian ini dibatasi oleh variabel independent terdiri Pelayanan, Rasa percaya, Keunggulan produk dan variabel dependent Kepuasan Nasabah.
2. Objek penelitian ini adalah BNI Sei Panas yang berlokasi Komplek Ruko Trikasa Ekuallita Blok A n. 30, 31, dan 32 BATAM (0778) 473246

#### **1.4 Rumusan Masalah**

Dari beberapa uraian yang penulis kemukakan pada bagian latar belakang tersebut, penulis dapat merumuskan permasalahannya sebagai berikut:

1. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Negara Indonesia KCP Sei Panas Kota Batam ?
2. Apakah rasa percaya berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Negara Indonesia KCP Sei Panas Kota Batam ?
3. Apakah keunggulan produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Negara Indonesia KCP Sei Panas Kota Batam?
4. Apakah Pelayanan, Rasa percaya, dan Keunggulan produk berpengaruh terhadap Kepuasan nasabah ?

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas dapat dijelaskan tujuan dari penelitian ini antara lain:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis faktor pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Negara Indonesia KCP Sei Panas Kota Batam.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis faktor rasa percaya terhadap kepuasan nasabah pada Bank Negara Indonesia KCP Sei Panas Kota Batam.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis faktor keunggulan produk terhadap kepuasan nasabah pada Bank Negara Indonesia KCP Sei Panas Kota Batam.

4. Untuk mengetahui dan menganalisis Pelayanan, Rasa percaya, dan Keunggulan produk berpengaruh terhadap Kepuasan nasabah

## **1.6 Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah teori ilmu perbankan dan kepastakan literatur, terutama penelitian kuantitatif.

### **2. Manfaat Praktis**

- a. Untuk Bank Negara Indonesia, KCP Sei Panas Kota Batam dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan digunakan sebagai referensi untuk evaluasi di masa depan untuk mengetahui faktor-faktor mana yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan.
- b. Untuk nasabah Bank Negara Indonesia KCP Sei Panas Kota Batam, dapat memberikan wawasan baru tentang kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank. Mereka juga dapat menggunakan informasi ini untuk menjadi lebih selektif dalam menggunakan layanan yang mereka terima.