

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di masa sekarang yang semakin modern dan canggih ini, persaingan dalam dunia bisnis tidak dapat dipungkiri lagi. Begitupun dalam dunia perbankan yang semakin hari semakin erat dan ketat dalam bidang bisnis maupun layanan. Semua bank yang ada berlomba – lomba mulai dari bank BUMN, bank swasta maupun bank asing untuk mencari nasabah baru ataupun mempertahankan nasabah yang lama. Salah satu cara untuk membuat nasabah tertarik dengan produk dari bank tersebut adalah meningkatkan kualitas dalam bidang layanan sehingga para nasabah memiliki hubungan yang baik dengan bank. Sehingga apabila nasabah merasa puas maka akan tertarik dengan semua program yang ditawarkan oleh pihak bank dan tidak menutup kemungkinan untuk mengajak rekan mereka ataupun saudara mereka untuk menjadi nasabah di bank tersebut. Oleh karena itu pihak bank harus tau benar tentang bagaimana memperlakukan nasabah dengan baik dan benar sehingga membuat mereka merasa puas dan senang dengan pelayanan di bank. Persaingan yang beranjak meningkat nantinya membutuhkan pembuatan prosedur baru sebagai desain sistem yang khusus dan memuaskan. Contoh ini harus memiliki opsi untuk mengikuti perkembangan yang terjadi dalam iklim bisnis di kemudian hari. (Kusmayadi, 2008)

Sebuah bank sudah seharusnya memberikan kepuasan yang lebih kepada nasabah. Hal itu dilakukan untuk menunjukkan rasa terima kasih karena telah menggunakan jasa bank tersebut sekaligus untuk membantu meningkatkan kepercayaan nasabah. Menerapkan strategi service excellence pada sebuah bank berpotensi untuk menambah jumlah nasabah yang menggunakan produknya, citra bank di mata masyarakat menjadi baik. Nasabah yang memiliki kepercayaan akan menjadi nasabah loyal/setia, yang akan mengajak orang lain untuk mengikutinya.

Bisnis bank juga akan berjalan baik karena mendapat support dari penempatan dana nasabah. Untuk memberikan service excellent, SDM bank juga harus memiliki kompetensi yang memadai. Sehingga bisa melayani dengan baik dan memberikan rasa nyaman dan aman pada nasabah. Beberapa pihak memberikan apresiasi dari penilaian terkait pelayanan bank - bank yang ada di Indonesia. Banyak versi penilaian diantaranya seperti Marketing Research Indonesia (MRI), Majalah Info bank dan lain-lain.

Persaingan Kontes dalam industri administrasi perbankan dan moneter saat ini mengharap bank untuk memahami kebutuhan dan keinginan nasabahnya. Karena setiap bank akan bersaing untuk memenangkan hati klien. Siapa yang paling memahami dan memiliki pilihan untuk memberikan item dan administrasi perbankan sesuai keinginan atau kebutuhan klien dan dengan kualitas dan kualitas yang lebih baik, akan dipilih oleh klien. Bank yang dapat menghasilkan nilai yang tinggi akan dipilih oleh nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa instansi yang berkinerja dengan baik dalam menghasilkan nilai akan memiliki eksekusi bisnis yang fenomenal. Dengan memberikan item dan layanan yang lebih baik dari pesaing, kami dapat memberikan nilai

yang sangat baik kepada pelanggan. Jika bank dapat mewujudkannya secara terus menerus, dengan harapan dapat mewujudkan kinerja bisnisnya dalam waktu yang berkepanjangan. Terwujudnya kinerja bisnis yang terus berlanjut memungkinkan pihak perbankan dapat berperan secara maksimal dalam pertumbuhan ekonomi dalam jangka panjang (Marsondang et al., 2020)

Kualitas layanan mampu dan dapat diartikan sebagai evaluasi pelanggan terhadap fungsi dari keseluruhan produk atau layanan. Menurut Assauri (2007), pelayanan yang konsisten dan menyenangkan akan berdampak baik bagi setiap anggota dan anggota asosiasi, sehingga menarik mereka untuk menggunakan ketiga produk dan layanan yang disediakan. Apabila pelayanan perusahaan dimaksimalkan maka secara langsung akan diperoleh nilai positif dari konsumen yang secara langsung akan mempengaruhi citra merek (brand image) bank.

Kepuasan pelanggan adalah rasa senang atau kecewa seseorang yang disebabkan oleh membandingkan kinerja (atau hasil) produk yang dipersepsikan dengan nilai yang diharapkan. Jika kinerja gagal memenuhi nilai yang diharapkan, maka jika kinerja tersebut sesuai dengan nilai yang diharapkan, maka pelanggan tidak akan puas. Harapan pelanggan akan terpenuhi. Jika kinerja melebihi harapan pelanggan, itu sangat puas atau puas (Kotler, 2008)

Untuk dapat memberi kepuasan terhadap pelanggan, dibutuhkan beberapa faktor pendukung diantaranya adalah kualitas produk, harga, promosi, dan kualitas pelayanan. Sebagian dari komponen ini dapat digunakan sebagai semacam perspektif untuk menawarkan dukungan yang besar. Bantuan besar secara konsisten akan menghasilkan loyalitas konsumen. Karena bantuan besar sebagian besar merupakan harapan setiap pelanggan. Jika apa yang didapat setara atau melampaui asumsi pembeli tentu konsumen tersebut akan puas dan akan melakukan pembelian ulang (re-buying) (Yanuar et al., 2017)

Selain itu, loyalitas konsumen terjadi jika pameran sudah berjalan, klien merasa kecewa, jika memenuhi asumsi, klien akan merasa terpenuhi dan jika melampaui asumsi, klien akan merasa sangat terpenuhi. Keinginan nasabah bisa diciptakan oleh pengalamandi masa lampau, tanggapan dari kerabat atau orang lain dan janji serta informasi dari pemasar dan pesaing. Pelanggan yang puas akan loyal lebih lama, kurang peka terhadap harga dan menyampaikan ulasan yang baik tentang perusahaan (John C. Mowen, Michael Minor, 2002)

Mengingat pentingnya memberikan kualitas pelayanan bank terhadap nasabahnya dan mampu bersaing dengan bank lain, maka setiap bank harus bisa mengukur sejauh mana kualitas pelayanan mereka yang telah diberikan kepada nasabah, juga mereka harus tau sampaimanakah kualitas pelayanan mereka bagi para nasabah.

Dalam pelayanan yang diberikan kepada nasabah, pelayanan yang ada di teller merupakan bagian yang berpengaruh pada pelayanan keseluruhan. Oleh karena itu banyak sekali nasabah yang datang ke bank untuk melakukan transaksi dengan petugas teller. Adapun beberapa transaksi yang sering dilakukan di counter teller adalah setoran, penarikan, pemindahbukuan, transaksi cek/bg, kiriman uang pada bank lain (kliring/RTGS) dan juga pembayaran ataupun tagihan. Oleh karena itu teller memegang peranan penting dalam reputasi pelayanan bank, oleh karena itu bank harus selalu memperhatikan kualitas pelayanan tellernya agar dapat memperoleh kepuasan nasabah tanpa mengabaikan keamanan dan kehati-hatian. Berdasarkan uraian di atas, peneliti mengajukan pertanyaan penelitian yang berjudul **“ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELAYANAN TELLER DI BANK BNI UNDAAN SURABAYA”**

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu, bagaimana tingkat kepuasan nasabah simpanan tabungan terhadap pelayanan teller Bank BNI Undaan Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini yaitu, untuk mengetahui tingkat kepuasan pelayanan teller di Bank BNI Undaan Surabaya.

1.4 Manfaat

1.4.1 Manfaat Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan bisa menambah ilmu wawasan dan pengetahuan bagi mahasiswa di bidang sumber daya manusia. Penelitian ini diharapkan juga bermanfaat bagi peneliti supaya dapat menghargai bagaimana pentingnya seorang pelanggan, bagaimana cara memperlakukan pelanggan dengan baik dan benar. Sehingga kedepannya mampu dan bisa memberikan suatu pelayanan yang tepat dan membuat para pelanggan merasa puas.

1.4.2 Manfaat Bagi Universitas

Untuk menambah Pustaka dan dapat dijadikan referensi bagi siapa saja yang sedang melakukan penelitian di bidang atau mata kuliah yang sama .

1.4.3 Manfaat Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan evaluasi bagi pihak terkait khususnya petugas teller untuk selalu memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah. Sejauh mana kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah, dan hal apa saja yang perlu ditingkatkan dalam hal melayani nasabah.

1.5 Batasan Masalah

Objek penelitian yang hanya diadakan di lokasi Bank BNI Undaan Surabaya. Oleh sebab itu, apabila ada cabang yang terdapat di tempat lain, maka tidak bisa dihubungkan dalam penelitian ini