

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Perbankan telah menjadi bagian yang tidak dapat terpisahkan dari kehidupan manusia sekarang ini. Layanan perbankan yang semakin memudahkan aktifitas keuangan nasabah menjadi salah satu pemicunya. Bank dikenal sebagai sebuah lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menerima simpanan giro, tabungan dan deposito. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan, bank merupakan badan usaha yang melakukan kegiatan menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau dalam bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak (Kasmir, 2014).

Bank sebagai salah satu lembaga keuangan yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa, harus dapat memberikan pelayanan yang terbaik (*service excellence*) untuk dapat memenangkan persaingan yang semakin hari semakin kompetitif, sehingga memberikan kepuasan terhadap nasabah (Dalam Ikatan Bankir Indonesia, 2014). Daviddow dan Uttal (2019) menyatakan bahwa pelayanan nasabah adalah sebuah usaha yang dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Dalam artian lain kepuasan nasabah adalah penilaian dari pelanggan atas penggunaan barang atau jasa dibandingkan dengan harapan sebelum penggunaannya (Kasmir, 2016). Kepuasan nasabah adalah penilaian dari pelanggan atas penggunaan barang atau jasa dibandingkan dengan harapan sebelum penggunaannya (Kotler, 2016). Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa nasabah dapat dikatakan puas apabila hal yang diperoleh melebihi dari apa yang diharapkan dan kepuasan nasabah erat kaitannya dengan pelayanan prima, kepuasan nasabah merupakan tanggapan perilaku, berupa evaluasi atau penilaian nasabah terhadap penampilan, kinerja suatu barang atau jasa yang dirasakan konsumen dibandingkan dengan keinginan, kebutuhan dan harapan terhadap produk atau jasa tersebut

Service excellence (pelayanan prima) adalah pelayanan yang sangat baik dan melampaui harapan pelanggan dan memenuhi kebutuhan praktis (*practical needs*) dan kebutuhan emosional (*emotional needs*) pelanggan” (Rahmayanty, 2013). Barata (2013) mendefinisikan pelayanan prima atau *service excellence* bertitik tolak pada pelaku bisnis untuk memberikan layanan terbaiknya sebagai wujud kepedulian perusahaan kepada konsumen/pelanggan. Pelayanan prima dipercaya menjadi salah satu kunci keberhasilan suatu bank untuk mengambil hati para nasabahnya sehingga para nasabah merasa puas dan tetap loyal terhadap bank tersebut (Asih, 2016). Pelayanan yang unggul terhadap nasabah telah menjadi salah satu hal penting yang diperhatikan lembaga perbankan dalam menjalankan usahanya. Pelayanan prima yang diberikan kepada nasabah dan calon nasabah akan memberikan dampak kepuasan. nasabah dan akan menjadi loyal sehingga memberikan keuntungan bagi perusahaan perbankan dalam waktu jangka panjang, hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mahmudah (2019) menyatakan *service excellent* (pelayanan prima) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Pelayanan prima mengandung tiga hal pokok, yaitu adanya pendekatan sikap yang berkaitan dengan kepedulian kepada pelanggan, upaya melayani dengan tindakan yang terbaik, dan adanya tujuan untuk memuaskan pelanggan dengan berorientasi pada standart layanan tertentu. Upaya peningkatan kualitas pelayanan yang berorientasi terhadap kepuasan nasabah yang menerapkan pelayanan prima (*service excellence*) dapat diukur dengan kemampuan (*ability*), sikap (*attitude*), penampilan (*appearance*), perhatian (*attention*), tindakan (*action*), tanggung jawab (*accountability*) (Barata, 2013),.

Kemampuan (*ability*) adalah pengetahuan dan keterampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang program layanan prima, yang meliputi kemampuan dalam bidang kerja yang

ditekuni, melaksanakan komunikasi yang efektif, mengembangkan motivasi, menggunakan *public relations* sebagai instrumen dalam membina hubungan ke dalam dan ke luar organisasi/perusahaan (Barata, 2013). kemampuan (*ability*) adalah kecakapan atau potensi menguasai suatu keahlian yang merupakan bawaan sejak lahir atau merupakan hasil latihan atau praktek dan digunakan untuk mengerjakan sesuatu yang diwujudkan melalui tindakannya (Sudrajat, 2010).

Sikap (*attitude*) adalah perilaku atau perangai yang harus ditonjolkan ketika menghadapi pelanggan (Barata, 2013). Sikap adalah bagaimana pendapat atau penilaian orang atau responden terhadap hal yang terkait dengan apa yang mereka dapatkan. Sikap merupakan suatu sindrom atau kumpulan gejala dalam merespons stimulus atau objek sehingga sikap itu melibatkan pikiran, perasaan dan perhatian (Notoatmodjo, 2012). Dalam artian lainnya, sikap sebagai suatu bentuk perasaan, yaitu perasaan mendukung atau memihak (*favourable*) maupun perasaan tidak mendukung (*unfavourable*) pada suatu objek. Sikap juga dapat diartikan sebagai aspek atau penilaian positif atau negative terhadap suatu objek (Rinaldi, 2016).

Penampilan (*appearance*) adalah penampilan seseorang, baik yang bersifat fisik saja maupun non-fisik, yang mampu merefleksikan kepercayaan diri dan kredibilitas dari pihak lain (Barata, 2013). Penampilan terkait dengan penampilan fisik maupun nonfisik dari pegawai organisasi publik. Seorang pegawai organisasi publik yang profesional harus mampu berpenampilan menarik, baik secara fisik maupun nonfisik, sehingga ia mampu menjadi “*magnet*” dalam membangun hubungan jangka panjang (Priansa, 2017).

Perhatian (*attention*) adalah kepedulian penuh terhadap pelanggan, baik yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun pemahaman atas saran dan kritiknya (Barata, 2013). Perhatian atau (*attention*) diwujudkan dalam bentuk perhatian terhadap pelanggan atau masyarakat yang menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Dalam artian lain perhatian adalah kepedulian penuh terhadap *stakeholders* organisasi publik, baik yang berkaitan dengan perhatian langsung maupun perhatian tidak langsung, misalnya terkait dengan pemenuhan kebutuhan dan keinginan *stakeholders* maupun pemahaman atas saran dan kritiknya yang disampaikannya (Priansa, 2017).

Tindakan (*action*) adalah berbagai kegiatan nyata yang harus dilakukan dalam memberikan layanan kepada pelanggan (Barata, 2013). Tindakan atau (*action*) yang diwujudkan dalam pemberian layanan secara maksimal. Misalnya menghadirkan produk berkualitas tinggi, dan siap menerima atau menyelesaikan komplain atas produk atau jasa yang kurang memuaskan pelanggan. Dalam artian lain tindakan adalah berbagai kegiatan nyata yang dilakukan oleh pegawai organisasi publik sebagai wujud dari profesionalismenya dalam bekerja. Tindakan yang dilakukan oleh pegawai dilaksanakan dengan filosofi pelayanan prima yang berdasarkan nilai-nilai keorganisasian organisasi publik. Sehingga tindakan pegawai mencerminkan organisasi publik tempatnya bekerja (Priansa, 2017).

Tanggung jawab (*accountability*) adalah suatu sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai wujud kepedulian untuk menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan (Barata, 2013). Tanggung jawab (*accountability*) adalah suatu sikap keberpihakan kepada *stakeholders* organisasi publik sebagai wujud untuk meminimalisasi resistensi terhadap organisasi publik (Priansa, 2017).

PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. atau biasa dikenal dengan BNI merupakan salah satu penyedia jasa perbankan terkemuka di Indonesia. BNI pertama kali didirikan pada tanggal 5 Juli 1946 sebagai bank pertama yang dimiliki oleh Pemerintah Republik Indonesia secara resmi. Debut pertama BNI sejak awal berdirinya dengan mengedarkan ORI (Oeang Republik Indonesia) yang merupakan alat pembayaran pertama yang resmi sejak tanggal 30 Oktober 1946. Hari berdirinya BNI tanggal 5 Juli diperingati sebagai Hari Bank Nasional. Peran BNI sebagai bank sirkulasi atau bank sentral mulai dibatasi oleh Pemerintah seiring dengan penunjukan bank warisan Belanda *De Javasche Bank* sebagai

Bank Sentral sejak tahun 1949. Selanjutnya BNI diberikan hak sebagai bank devisa selain berperan sebagai bank pembangunan dengan memiliki akses transaksi langsung ke luar negeri. Status BNI kemudian berubah menjadi bank komersial milik pemerintah dengan penambahan modal yang dilakukan pada tahun 1955. Hal ini menjadikan pelayanan BNI berjalan semakin baik seiring dengan hadirnya dukungan bagi sektor usaha nasional (www.m.merdeka.com).

Kota Bondowoso adalah kota yang terletak di Propinsi Jawa Timur yang dijadikan lokasi penjualan jasanya oleh beberapa bank, salah satunya yaitu PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. KCP Bondowoso. PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. KCP Bondowoso adalah salah satu bank yang saling bersaing dengan bank lain diantaranya BRI, Bank Mandiri, BSI, dan lainnya, PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. KCP Bondowoso bersaing untuk meningkatkan kepuasan nasabah, sehingga loyalitas nasabah terbentuk. PT. Bank Negara Indonesia, Tbk membuktikan konsistensinya untuk meningkatkan kepuasan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan. Konsistensi tersebut tercermin dari raihan Bank Negara Indonesia pada penghargaan *The Best Government Bank in Service Excellence 2021*, yang digelar hasil kerja sama *Marketing Research Indonesia* (MRI) dan Biro Riset Infobank (mri-research-ind.com).

Tabel 1.1
Hasil Overall Conventional Bank Ranking 2021

Rank	<i>Best Government Bank</i>
#1	Bank Negara Indonesia
#2	Bank Central Asia
#3	Bank Rakyat Indonesia
#4	Bank Permata
#5	Bank CIMB Niaga

Sumber : mri-research-ind.com

Tabel 1.2
Hasil Overall Conventional Plus Digital 2021

Rank	<i>Overall Plus Digital</i>
#1	Bank Centra Asia
#2	Commonwealt Bank
#3	Bank Permata
#4	Bank Negara Indonesia
#5	Bank Rakyat Indonesia

Sumber : asianpost.id

Tabel 1.3
Hasil Digital Branch 2021

Rank	<i>Best Digital Branch</i>
#1	BCA
#2	Bank Negara Indonesia
#3	Bank Mandiri

Sumber : mri-research-ind.com

Pada tabel 1.1, 1.2 dan 1.3 dapat kita lihat bahwa dari hasil survey *Marketing Research Indonesia* (MRI) dan Biro Riset Infobank, PT. Bank Negara Indonesia, Tbk cukup bersaing dengan bank lainnya, bahkan mampu meraih ranking satu dalam *The Best Government Bank In Service Excellence 2021*. Namun dalam *Conventional Plus Digital* berada pada ranking empat, dan pada

digital branch berada pada peringkat dua. Hal ini dapat terjadi karena kepuasan pelanggan yang berbeda dari setiap persepsi nasabah.

PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. KCP Bondowoso kini pun terus mengembangkan pelayanannya dengan tujuan meningkatkan kepuasan pelanggan, salah satunya pelayanan bagian *teller*. *Teller* menjadi salah satu karyawan bank yang menjadi garda depan (*frontliner*) bank dalam memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah. Sebagai garda depan (*frontliner*), teller merupakan karyawan bank yang selalu bertemu langsung dengan nasabah dalam bentuk penerimaan/penarikan baik berupa transaksi tunai maupun nontunai dan melakukan pembukuan kedalam sistem bank. Kualitas pelayanan teller terhadap nasabah menjadi salah satu faktor pembentuk adanya kepuasan nasabah terhadap bank (Priansa, 2017).

Tabel 1.4
Data Nasabah Pelayanan Teller 2021
PT. Bank Negara Indonesia, KCP Bondowoso

No.	Bulan	Jumlah Nasabah
1	Januari	2.240
2	Februari	2.200
3	Maret	2.480
4	April	2.380
5	Mei	2.600
6	Juni	2.800
7	Juli	2.220
8	Agustus	2.840
9	September	2.260
10	Oktober	2.580
11.	November	2.760

Sumber : data diolah, Desember 2021.

Pada tabel 1.4 dapat kita lihat bahwa pada jumlah nasabah pengguna pelayanan *teller* 2021, PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. KCP Bondowoso mengalami fluktuasi jumlah pengunjung/nasabah, data terendah pada bulan Februari yaitu berjumlah 2.200 nasabah, dan data tertinggi pada bulan Agustus yaitu berjumlah 2.840 nasabah, hal ini terjadi karena beberapa pelayanan yang kurang maksimal di masa PPKM saat ini, dimana jam operasional yang dikurangi maupun batasan pengunjung nasabah dalam satu hari. Hal ini pun bisa terjadi pula karena dari beberapa faktor yaitu diantaranya dari segi kemampuan (*ability*) teller yang masih baru dan masih belum mampu berkomunikasi yang efektif terhadap nasabah, kedua sikap (*attitude*) teller yang masih kurang, ketiga perhatian (*attention*) teller yang kurang memperhatikan ataupun mengedepankan kepentingan dari nasabah, keempat segi tindakan (*action*) teller yang belum sigap dalam melayani nasabah disaat ramai pengunjung, kelima penampilan (*appearance*) teller yang sudah rapi namun beberapa konsumen masih menilai bahwa ada beberapa teller yang masih kurang dalam menjaga kerapian diri dan juga kebersihan tempat transaksi pada teller, dan yang terakhir tanggung jawab (*accountability*) teller dalam keberpihakannya pada kepentingan nasabah masih dinilai kurang memuaskan *customer*. Faktor yang paling mempengaruhi fluktuasi jumlah nasabah yang datang pada teller PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. KCP Bondowoso adalah kepuasan nasabah akan pelayanan teller yang berbeda karena perilaku nasabah yang dapat berubah-ubah menjadi tantangan bagi setiap perusahaan untuk mampu memberi kepuasan kepada nasabah.

Pada penelitian yang dilakukan Farida (2019) dan Junaedi (2020) menyatakan bahwa *service excellence* (pelayanan prima) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, hal ini searah dengan penelitian yang dilakukan Astuti (2020) dan Syara (2020) yang menyatakan bahwa *service excellence*

(pelayanan prima) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Pada penelitian Zaman (2021) dan Subagiyo (2021) menyatakan pula bahwa *service excellence* (pelayanan prima) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian Nasution (2019) dan Nurkariani (2021) menyatakan bahwa *service excellence* (pelayanan prima) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Pada penelitian Simamora (2021) dan Sepiawan (2021) sependapat dengan penelitian sebelumnya, yang menyatakan bahwa *service excellence* (pelayanan prima) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan data dan fenomena tersebut penulis melakukan sebuah riset ilmiah dengan mengkaji pengaruh *service excellence* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. KCP Bondowoso.

1.2 Rumusan Masalah

Kepuasan nasabah adalah penilaian dari pelanggan atas penggunaan barang atau jasa dibandingkan dengan harapan sebelum penggunaannya” (Kasmir, 2016:162). salah satu yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah *service excellence* (pelayanan prima), penelitian yang dilakukan Mahmudah (2019) menyatakan bahwa pelayanan (*service excellence*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Permasalahan yang terjadi pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. KCP Bondowoso dimana dari segi kemampuan (*ability*) teller yang masih baru dan masih belum mampu berkomunikasi yang efektif terhadap nasabah, kedua sikap (*attitude*) teller yang masih kurang, ketiga perhatian (*attention*) teller yang kurang memperhatikan ataupun mengedepankan kepentingan dari nasabah, dan segi tindakan (*action*) teller yang belum sigap di saat melayani nasabah disaat ramai pengunjung bank, sehingga jumlah pengunjung/nasabah dalam satu tahun terakhir mengalami fluktuasi. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan masalahnya sebagai berikut :

1. Apakah kemampuan (*ability*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. KCP Bondowoso?
2. Apakah sikap (*attitude*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. KCP Bondowoso?
3. Apakah penampilan (*appearance*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. KCP Bondowoso?
4. Apakah perhatian (*attention*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. KCP Bondowoso?
5. Apakah tindakan (*action*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. KCP Bondowoso?
6. Apakah tanggung jawab (*accountability*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. KCP Bondowoso?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan, yaitu :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah kemampuan (*ability*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. KCP Bondowoso.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah sikap (*attitude*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. KCP Bondowoso.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah penampilan (*appearance*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. KCP Bondowoso.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah perhatian (*attention*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. KCP Bondowoso.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah tindakan (*action*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. KCP Bondowoso.

6. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah tanggung jawab (*accountability*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. KCP Bondowoso.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak, yaitu:

1. Bagi Perusahaan.
Penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran mengenai pengaruh *service excellence* terhadap kepuasan nasabah, sehingga nantinya diharapkan dapat menjadi pertimbangan dalam menentukan strategi bersaing lebih efektif pada waktu yang akan datang.
2. Bagi Penulis
Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai pengetahuan dan pembelajaran terkait dengan *service excellence*.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya
Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan referensi bagi penelitian-penelitian berikutnya dan diharapkan penelitian berikutnya mampu memperbaiki dan menyempurnakan kekurangan dalam penelitian ini.

