

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kesejahteraan masyarakat merupakan fokus utama setiap negara dalam upaya pengembangan ekonominya. Dalam proses mencapai target tersebut, penting untuk mengakui peran yang dimainkan oleh bank dan lembaga keuangan. Sebagai komponen krusial dalam sistem keuangan, bank dan lembaga keuangan memiliki pengaruh yang besar terhadap pertumbuhan ekonomi suatu negara. Perkembangan dan peningkatan layanan di sektor perbankan semakin menarik perhatian nasabah dari tahun ke tahun.

Persaingan yang semakin ketat dalam hal kualitas layanan mendorong setiap bank untuk mempertahankan atau menarik nasabah baru. Fokus utama dalam pelayanan adalah memastikan kepuasan nasabah, dengan tujuan mempertahankan eksistensi dan meningkatkan loyalitas nasabah guna mendominasi bisnis layanan. Untuk merancang strategi pemasaran yang sukses, perusahaan harus memutuskan siapa target audiensnya dan bagaimana cara terbaik untuk melayani mereka. Ini melibatkan penentuan nilai perusahaan serta janji kepada nasabah untuk menyediakan serangkaian manfaat yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Proposisi nilai direalisasikan melalui penawaran produk pasar yang bertujuan membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan antara perusahaan dan pelanggan. Selain itu, produk tersebut juga dirancang untuk memberikan nilai tambah dan kepuasan kepada pelanggan. Kepuasan pelanggan tercermin dari persepsi mereka terhadap pelayanan yang diberikan, dibandingkan dengan ekspektasi yang mereka miliki. Salah satunya adalah industri perbankan saat ini terlibat dalam persaingan yang ketat, sebagai bisnis jasa yang bergantung pada prinsip kepercayaan kualitas layanan menjadi aspek yang krusial untuk mencapai kesuksesan. Menurut laporan dari Statistik Perbankan Indonesia (SPI) OJK, jumlah bank umum yang ada di Indonesia saat ini sebanyak 105 bank per tahun 2023. Dalam persaingan antara bank- bank di Indonesia, terlihat adanya upaya yang konsisten untuk memperoleh dan mempertahankan kepercayaan nasabah. Persaingan di antara bank-bank tidak hanya mendorong pertumbuhan industri perbankan secara keseluruhan, tetapi juga memacu peningkatan kualitas dan efisiensi layanan demi kepuasan nasabah.

Aspek pelayanan dan strategi pemasaran perlu dikelola dengan baik. Bank juga harus lebih kreatif dalam menciptakan produk-produk terkini yang diinginkan nasabah, sektor perbankan saat ini berdampak pada perdagangan bebas, hal ini berarti semua perusahaan harus menghadapi persaingan yang ketat. Persaingan yang semakin ketat dan banyaknya pesaing menuntut perusahaan untuk senantiasa memperhatikan kebutuhan dan keinginan nasabah serta berusaha memenuhi harapan nasabah melalui pemberian pelayanan. Hal ini lebih memuaskan dibandingkan apa yang dilakukan pesaing (Ardianti & Waluyo, 2021). Peranan perbankan di Indonesia terlihat jelas dalam setiap sektor pembangunan melalui berbagai aktivitas perbankan sesuai dengan perannya sebagai lembaga keuangan, perbankan merupakan bisnis jasa yang didasarkan pada kepercayaan nasabah terhadap layanan yang

diberikan. Menurut Ichsan dan Karim (2021) pelayanan yang baik adalah pelayanan yang mampu memberikan kepuasan bagi yang menerima pelayanan sesuai dengan kualitas standarisasi yang telah ditentukan oleh lembaga atau perusahaan pengguna jasa. Standar pelayanan adalah tolak ukur yang dipergunakan sebagai pedoman penyelenggaraan pelayanan dan acuan penilaian kualitas pelayanan sebagai kewajiban dan janji penyelenggara kepada masyarakat dalam rangka pelayanan yang berkualitas, cepat, mudah, terjangkau, dan terukur. Meningkatkan kepuasan nasabah membawa beberapa manfaat, seperti hubungan yang harmonis antara perusahaan perbankan dan nasabah, membangun landasan pelayanan yang baik, dan membentuk rekomendasi *word of mouth* dan media sosial yang bermanfaat bagi perusahaan (Hidayat, 2020).

Menurut Anesia & De Yusa (2018) kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci sukses lembaga keuangan dalam jangka panjang, apabila pelanggan merasa puas dengan kualitas jasa yang diberikan, kemungkinan besar pelanggan akan menceritakan hal-hal yang positif kepada orang lain mengenai lembaga keuangan tersebut. Sebaliknya jika pelanggan merasa tidak puas, maka mereka kecenderungan akan mengeluh, menceritakan pengalaman buruknya kepada orang lain serta mereka dapat menggugat lembaga keuangan. Menurut Harun dan Kurniawan dalam (Ardianti & Waluyo, 2021) *Customer Satisfaction Index* (CSI) merupakan metode yang diterapkan pada observasi tingkat kepuasan pelanggan pada atribut jasa dan produk secara menyeluruh. Menurut (Pranata *et al.*) pengukuran *Customer Satisfaction Index* (CSI) dilakukan untuk mengetahui kepuasan pelanggan dan dijadikan acuan dalam menentukan sasaran di masa yang akan datang. *Customer Satisfaction Index* dibutuhkan sebab proses pengukuran kepuasan pelanggan terjadi secara terus menerus. Bank BRI berupaya untuk memberikan kualitas produk dan pelayanan yang baik sebagai upaya untuk memberikan kepuasan kepada nasabah, karena saat ini nasabah lebih cerdas dalam memilih bank yang memiliki suasana nyaman, aman dan tentunya memberikan kepuasan pada nasabah. Tetapi pada kenyataannya hal yang berbeda dirasakan oleh nasabah Bank BRI Umbulsari Jember yang merasakan kinerja dan kualitas pelayanan tersebut berada di bawah harapan, sehingga munculnya rasa ketidakpuasan. Kurangnya kepuasan yang dicapai oleh nasabah Bank BRI Umbulsari Jember memunculkan berbagai macam keluhan, antara lain seperti pada tabel 1.1 berikut:

Tabel 1.1

Keluhan Nasabah Bank BRI Umbulsari Jember

No	Daftar Keluhan Nasabah BANK BRI Umbulsari Jember
1	Antri lama
2	Lokasi kurang strategis
3	Customer Service kurang ramah
4	Jaringan Bank BRI sering terganggu sehingga nasabah sering bolak-balik
5	Fasilitas kurang nyaman seperti ruang tunggu

Sumber : Bank BRI Umbulsari Jember 2024

Dengan diperoleh data tersebut menunjukkan bahwa Bank BRI Umbulsari harus bisa memberikan pelayanan yang lebih baik lagi dan mengubah strategi-strategi pemasaran yang telah digunakan untuk menciptakan kepuasan nasabah Bank BRI sendiri. Hal ini dilakukan agar nasabah memiliki rasa percaya terhadap Bank BRI dan mau melakukan transaksi di Bank BRI yang pada akhirnya akan menghasilkan kepuasan nasabah terhadap Bank BRI. Kepuasan nasabah yang berlanjut akan berdampak terhadap laba jasa perbankan yang berarti mempengaruhi profit perusahaan untuk kelangsungan hidup bank itu sendiri. Oleh karena itu, diperlukannya analisa dan usulan perbaikan terhadap kualitas pelayanan di Bank BRI Umbulsari Jember untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan mempunyai evaluasi karena agar perusahaan tersebut terus maju dan dapat dipercaya oleh nasabah.

Berdasarkan uraian di atas tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak bank dalam melayani kepuasan nasabah menurut Cronin *et al* dalam (Octavia, 2019) menggunakan 5 dimensi yaitu *assurance* (jaminan), *reliability* (kehandalan), *tangible* (bukti fisik), *empathy* (empati), dan *responsiveness* (daya tanggap), sehingga dari dimensi tersebut akan diketahui dimensi yang menjadi preferensi nasabah dalam mempertimbangkan kualitas pelayanan oleh Bank BRI Umbulsari Jember.

Hasil Penelitian menurut (Suharyati *et al.*, 2023). Hasil penelitian ini menunjukkan sangat puas untuk layanan Fintech dan puas untuk layanan Bank dan Koperasi. Tingkat kesesuaian antara harapan dan kinerja pada Bank: 87,2%, Fintech: 96,1%, dan Koperasi: 88,8%, hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan Fintech memberikan tingkat kepuasan dan kesesuaian yang lebih tinggi dibandingkan Bank dan Koperasi. Hasil penelitian menurut (Viera & Garcia, 2019). Penelitian ini dengan menggunakan metode csi dengan hasil 90,15%, hal ini dinyatakan kepuasan nasabah sangat memuaskan. Penelitian Menurut (Rahmi& Khairiah, 2023). Hasil metode *Customer Satisfaction Index*(CSI) mendapatkan skor 73.01% yang artinya menurut indeks “sangat puas” atas kinerja yang telah diberikan. Penelitian menurut (Ekonomi, 2022).Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan pada Bank Muamalat KC Manado adalah “sangat baik” CSI (indeks kepuasan nasabah) sebesar 99,28%, hal ini menunjukkan bahwa kinerja Bank Muamalat KC Manado telah mencapai ekspektasi nasabah. Objek penelitian ini adalah perusahaan perbankan yaitu Bank BRI Umbulsari Jember. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah seluruh jumlah kunjungan nasabah dari tahun 2019-2023.

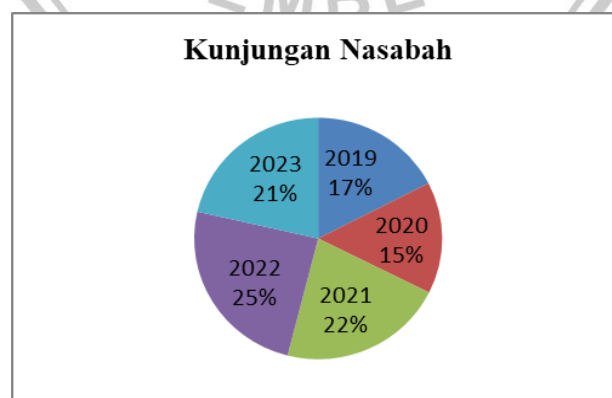
Tabel 1.2
Jumlah Kunjungan Nasabah Bank BRI Umbulsari
Jember Tahun 2019-2023

TAHUN	JUMLAH NASABAH	JUMLAH KELUHAN
2019	1050	54
2020	900	78
2021	1300	86
2022	1480	102
2023	1290	154
TOTAL	6020	474

Sumber : Pusat Data Kunjungan Nasabah Bank BRI Umbulsari Jember Tahun 2019-2023

Berdasarkan tabel 1.2 mengenai jumlah kunjungan nasabah Bank BRI Umbulsari Jember selama beberapa tahun terakhir, tren jumlah nasabah dan keluhan yang dilaporkan telah mengalami perubahan yang signifikan. Antara tahun 2019 dan 2020, dampak pandemi COVID-19 terasa kuat. Pembatasan fisik yang diberlakukan mengakibatkan penurunan drastis dalam kunjungan nasabah, yang tercermin dalam jumlah keluhan yang relatif rendah. Namun, seiring dengan pemulihan ekonomi pada tahun 2021 hingga 2022, jumlah nasabah meningkat, sejalan dengan peningkatan keluhan yang dilaporkan. Ironisnya, pada akhir tahun 2023, meskipun jumlah nasabah mengalami penurunan, jumlah keluhan justru melonjak. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun jumlah nasabah berkurang, pelayanan yang kurang baik menjadi faktor dominan dalam meningkatnya keluhan dari nasabah.

Gambar 1.1 Persentase Jumlah
Kunjungan Nasabah Bank BRI Umbulsari Jember 2019-2023



Dapat disimpulkan bahwa pencapaian target pada penilaian kepuasan nasabah belum maksimal. Hal ini terutama terlihat dari perubahan yang signifikan dalam jumlah keluhan, yang menunjukkan bahwa masih ada ruang untuk perbaikan dalam pelayanan dan kepuasan nasabah. Untuk itu peneliti merasa tertarik untuk melakukan mengukur Penerapan Metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* Pada Bank BRI Umbulsari Jember.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena yang terjadi terdapat beberapa masalah yang dialami nasabah Bank BRI Umbulsari Jember salah satunya, kecepatan pelayanan, kenyamanan pada fasilitas fisik, kecepatan pegawai menanggapi keluhan nasabah, kemudahan akses layanan. maka dalam penelitian ini dari fenomena yang terjadi perlu ditentukan besarnya nilai CSI untuk mengukur kepuasan pelanggan, jadi rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu “Bagaimana *Customer Satisfaction Index* (CSI) pada Bank BRI Umbulsari Jember?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui *Customer Satisfaction Index* (CSI) pada Bank BRI Umbulsari Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang memerlukannya. Berikut beberapa manfaat dalam penelitian ini adalah :

1. Bagi Penulis

Penelitian diharapkan bermanfaat sebagai alat mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh di perguruan tinggi dan menambah pengetahuan serta studi kepustakaan dalam bidang pemasaran jasa.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian diharapkan memberikan manfaat bagi Bank BRI Umbulsari Jember agar bisa menjadi bahan masukan dalam meningkatkan pelayanan, kepercayaan pada nasabah dan meningkatkan komitmen, komunikasi yang baik sehingga dapat tercapainya suatu loyalitas.

3. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini dapat dijadikan daftar bacaan untuk menambah pengetahuan dan wawasan, khususnya almamater Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember dan untuk dapat menjadi acuan peneliti lainnya.