

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Saat ini bisnis sektor jasa yang semakin meningkat berfokus pada bagaimana memahami apa yang dibutuhkan serta diinginkan konsumen dan bagaimana proses tersebut dapat tersampaikan dengan cepat dan efisien tentunya. Industri perbankan merupakan salah satu dari sekian banyak sektor jasa yang saat ini sebagai motor penggerak pembangunan perekonomian di seluruh negara, tanpa terkecuali di Indonesia (tirto.id). Tidak dapat dipungkiri bahwa pembangunan perekonomian Indonesia tidak terlepas dari peranan industri jasa yang satu ini, yaitu perbankan. Industri jasa perbankan merupakan sektor ekonomi yang bergerak dalam bidang keuangan. Masing-masing dari perusahaan industri jasa perbankan tersebut tidak hanya mencari dan berorientasi kepada profit semata melainkan sangat berdampak positif terhadap perekonomian Indonesia (Merdeka.com, 2012).

Salah satu bentuk peran dari perbankan didalam sektor publik sebagai kontribusi dalam pengembangan perekonomian adalah dengan penghimpunan dana dari nasabah kemudian menyalurkan kembali kepada nasabah dalam bentuk kredit dalam upaya meningkatkan kesejahteraan rakyat. Undang-Undang RI No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan menjelaskan bahwa, Perbankan merupakan badan usaha yang kegiatannya menghimpun dana dari masyarakat yang berbentuk simpanan dan kemudian menyalurkan kembali kemasyarakat dalam bentuk kredit

ataupun dalam bentuk lainnya dengan tujuan meningkatkan taraf hidup rakyat (Kasmir, 2014).

Menurut F.E. Perry, bank adalah suatu badan usaha yang transaksinya berkaitan dengan uang, menerima simpanan (deposito) dari nasabah, menyediakan dana atas setiap penarikan, melakukan penagihan cek-cek atas perintah nasabah, memberi kredit, dan atau menanamkan kelebihan simpanan tersebut sampai dibutuhkan untuk pembayaran kembali (Rivai et. al, 2013). Berdasarkan dari teori tersebut, maka dapat disimpulkan pengertian bank merupakan anggota lembaga keuangan yang paling dominan serta mampu memobilisasi dana yang terkumpul dan mengalokasikan dana dalam jumlah yang besar, selain itu bank juga memberikan jasa untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Pertumbuhan industri jasa perbankan saat ini bertumbuh sangat pesat, dimulai dari yang berbasis konvensional hingga syariah. Hal tersebut menyebabkan sektor industri jasa perbankan di Indonesia sedang dihadapkan dengan situasi persaingan antar sesama industri jasa perbankan. Semakin meningkatnya jumlah perbankan dengan berbagai penawaran produk dan jasa yang serupa, sektor industri perbankan dituntut untuk melakukan segala aktifitas operasionalnya dengan penuh profesionalitas agar dapat bertahan di dalam kompetisi atas para kompetitor yang ada. (marketeers.com, 2012).

Industri jasa perbankan merupakan bisnis jasa yang berlandaskan pada rasa kepercayaan (*trust*). Nilai kepercayaan merupakan suatu aspek yang sangat penting yang harus diberikan oleh pihak perbankan kepada nasabahnya. Mengingat bahwa posisi sangat menentukan sebuah prestasi, perbankan harus bisa

menjadi pemimpin pasar (*market leader*) dengan tujuan mendapatkan posisi yang baik dimata nasabah sehingga mampu bersaing dan memimpin pasar nasabah. Strategi perbankan, agresivitas, dan keunggulan kompetitif sebagai landasan utama kemampuan bersaing (marketeers.com, 2012).

Mengacu kepada hal tersebut, yang hendak dilakukan perusahaan ialah terkait dengan seperti apa dan bagaimana pemenuhan kebutuhan serta keinginan nasabah untuk menyerakan nilai sebagai arti penting guna mewujudkan kepuasan nasabah yang dijadikan prioritas utama pihak perbankan.

Guna memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah pihak perbankan memerlukan teknis pemasaran yang kompleks serta terintegrasi dalam melahirkan serta mewujudkan kepuasan terhadap nasabah. Kualitas pelayanan ialah bagian dari teknik pemasaran sebagai indikator utama dalam operasional agar tercipta kepuasan pada konsumen.

Kualitas pelayanan merupakan ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Dalam hal pemberian pelayanan pihak perbankan harus memenuhi kriteria kualitas pelayanan untuk dapat menciptakan pelayanan yang berkualitas. Dengan demikian, diharapkan dapat tercipta dan terwujudnya kepuasan nasabah. Kriteria yang harus terpenuhi dalam kualitas pelayanan antara lain meliputi dimensi reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati serta bukti fisik (Tjiptono & Chandra, 2011). Terkait perihal kualitas pelayanan, baik atau tidaknya persepsi dari fasilitator layanan, akan tetapi persepsi dari seorang nasabah dalam proses pemberian pelayanan sehingga tercapainya kepuasan nasabah.

Kepuasan adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan suatu hasil perbandingan atas kinerja produk jasa yang diterima dengan yang diharapkan. Faktor utama penentu kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa (Lupiyoadi, 2013). Indikasi kepuasan nasabah terpenuhi atas pelayanan yang diberikan dapat terlihat dari nasabah yang melakukan penggunaan ulang produk atau jasa perbankan.

Ketika perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah terkait dengan situasi persaingan antar perbankan saat ini, konsep kualitas pelayanan (*service quality*) dirasa masih belum cukup untuk mencapai tujuan perusahaan dalam hal pemasaran dengan orientasi kepuasan nasabah. Selain kualitas pelayanan (*service quality*) strategi yang dapat diterapkan, dari sisi aspek lainnya yang dapat mencapai keberhasilan perusahaan ditentukan melalui bagaimana kemampuan perbankan dalam memberikan nilai pelanggan (*customer value*) yang baik (Garit Suhendra & Edy Yulianto, 2017)

*Customer value* (nilai pelanggan) merupakan adanya jarak antara nilai pelanggan serta biaya pelanggan total dimana, nilai pelanggan total merupakan segudang manfaat yang pelanggan harapkan dari produk atau jasa tertentu serta biaya pelanggan merupakan sekumpulan *cost* yang konsumen harapkan serta dikeluarkan untuk mengevaluasi, mendapatkan, menggunakan dan membuang jasa atau produk tersebut (Hurriyati, 2010). Setiap nasabah pastinya memiliki kebutuhan yang sama namun tentunya keinginan mereka didalam memenuhi kebutuhan tentulah berbeda, oleh karenanya persepsi nasabah terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan atau diberikan akan memberikan suatu nilai

yang berbeda pula dimata nasabahnya. Nilai adalah sesuatu yang bersifat pribadi oleh karenanya sesuatu yang bernilai bagi seseorang belum tentu bernilai bagi orang lain.

Tahapan dalam mengukur nilai pelanggan ada 3 komponen yang mendasar, yaitu nilai fungsional (*functional value*), nilai sosial (*social value*), dan nilai emosional (*emotional value*). Untuk mewujudkan nilai fungsional perusahaan perlu meningkatkan kualitas kinerja, inovasi, dan citra, serta harga yang bersaing. Sedangkan untuk menciptakan nilai sosial dan emosional hubungan personal dengan pelanggan merupakan sesuatu yang mendasar (Oesman, 2010).

PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN), sekaligus menjadi perbankan berplat merah yang ada di Indonesia. Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk memiliki strategi tersendiri untuk tetap eksis di tengah para kompetitor-kompetitor yang ada, baik itu 3 perbankan BUMN (Bank Mandiri, Bank BNI, dan BTN) maupun bank-bank swasta lainnya yang ada di Indonesia (liputan6.com).

Pelayanan tentulah menjadi landasan dasar dari kekuatan bersaing yang digunakan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Namun di dalam dunia bisnis, tentulah masih ada yang terbaik diantara yang terbaik. Pelayanan yang diberikan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk ternyata masih dianggap belum menjadi yang terdepan dari sisi kualitas pelayanan dan nilai pelanggan.

*Marketing Reseach Indonesia* (MRI) merupakan lembaga riset yang aktif dalam penelitian yang berkaitan dengan *Bank Service Excellence Monitor* (BSEM). Penelitian tersebut berorientasi pada sejauh mana tingkat layanan bank-bank nasional terhadap nasabah. Pada tahun 2015, *Marketing Reseach Indonesia* (MRI) bekerja sama dengan majalah infobank dalam pemberian apresiasi kepada perbankan-perbankan nasional maupun swasta yang berkaitan dengan kualitas pelayanan prima yang diberikan kepada nasabah. Berikut ini nama-nama perbankan yang mendapatkan peringkat 10 teratas dalam pemberian apresiasi tersebut:

**Tabel I.1. Bank Service Excellence Monitor (BSEM) 2015**

No	Peringkat	Nama Bank
1	1	PT Bank Mandiri Tbk.
2	2	PT Bank Negara Indonesia Tbk.
3	3	Bank Commonwealth
4	4	PT Bank Danamon Indonesia Tbk.
5	5	PT Bank Permata Tbk.
6	6	PT Bank Tabungan Negara Tbk.
7	7	PT Bank Bukopin Tbk.
8	8	PT Bank Rakyat Indonesia Tbk.
9	9	PT Bank International Indonesia Tbk.
10	10	PT Bank Central Asia Tbk.

Sumber: dalam Sianturi,2018

Berdasarkan tabel I.1. memperlihatkan hasil survei bahwa PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. menduduki peringkat ke-8 atas penilaian dari sisi kualitas pelayanan prima yang diberikan kepada nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak hal yang mesti ditingkatkan serta dievaluasi terkait dengan kualitas pelayanan tersebut. Guna untuk meningkatkan prestasi serta daya saing perusahaan, PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. harus selalu mengevaluasi standar pelayanan yang telah ditentukan kemudian diimplementasikan oleh sumber daya manusia yang ada.

PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk. Unit Kota I Pangkalpinang dalam menjalankan kegiatan operasional memerlukan cara pemasaran yang berkualitas guna tercapainya serta meningkatkan kepuasan nasabah dan tujuan perusahaan yang telah ditentukan melalui pelayanan yang berkualitas serta pemberian nilai pelanggan (*customer value*) yang baik. Dalam memberikan pelayanan terhadap nasabah, Bank ini memiliki standar layanan yang harus diterapkan, standar layanan tersebut meliputi *Mapping Gap/Health Check*, melaksanakan gerakan senyum, sapa, salam sesuai surat B.257.E-LYN/IKO/12/2017, mengimplementasikan komitmen melayani dengan setulus hati dan janji siaga, serta menerapkan standar layanan secara konsisten.

Pemenuhan kepuasan nasabah merupakan bentuk dari strategi perusahaan dalam menghadapi persaingan yang begitu ketat ditengah banyaknya kompetitor yang ada agar dapat bertahan baik untuk saat ini maupun dimasa yang akan datang. Namun pada kenyataanya, dalam realita yang terjadi semua proses pelayanan berdasarkan kebijakan dari internal perusahaan yang sudah dibuat serta di atur oleh internal perusahaan. Terkait atas pelaksanaan strategi pemasaran dalam proses pelayanan dilapangan untuk memenuhi kepuasan nasabah serta tujuan finansial perusahaan menjadi suatu tantangan tersendiri. Salah satu permasalahan yang terjadi adalah perbedaan persepsi antara kinerja yang dilakukan pegawai bank dengan persepsi nasabah sebagai konsumen. Menurut pihak perbankan pelayanan serta nilai yang diberikan adalah yang paling terbaik namun bagi nasabah itu hanyalah hal yang biasa. Oleh karena itu perlu adanya

evaluasi secara berkala atas standar operasional yang sudah dibuat kemudian diterapkan untuk meninjau kembali sejauh mana efektivitas kebijakan tersebut.

Bentuk pelayanan nyata dari PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk. Unit Kota I Pangkalpinang berupa reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik kepada nasabah yaitu meliputi: pemberian pelayanan dengan penuh kehati-hatian untuk menghindari kekeliruan; penyediaan ATM (anjungan tunai mandiri) dan fasilitas *mobile banking* sehingga nasabah dapat menikmati layanan transaksi 24 jam *non stop*; pelayanan dengan cepat dan tanggap; kesediaan dalam membantu kesulitan nasabah; mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah; rasa aman saat bertransaksi *online* ataupun *offline*; pemberian empati kepada nasabah; memahami kebutuhan nasabah; sarana dan prasarana yang nyaman dan berkualitas; hingga penampilan karyawan yang *good looking*. Semua ini diberikan perusahaan kepada nasabah guna memberikan nilai kepada nasabah untuk mencapai kepuasan nasabah.

Pelaksanaan kegiatan operasional untuk mencapai tujuan perusahaan dan memenuhi kebutuhan sehingga tercapainya kepuasan nasabahnya, PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk. Unit Kota I Pangkalpinang di *support* oleh 16 sumber daya manusia yang diantaranya:



**Tabel I.2. Data Karyawan PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk. Unit Kota I Pangkalpinang**

No	Bidang Pekerjaan	Jumlah karyawan
1	KA (Kepala Unit)	1
2	Teller	2
3	CS ( <i>Customer Service</i> )	3
4	PJ. Supervisor Unit	1
5	Mantri Kur	1
6	Mantri Kupedes	4
7	Mantri Bri Guna	1
8	Pramubakti	1
9	Satpam	1
10	Penjaga Malam	1
<b>Total</b>		<b>16 Karyawan</b>

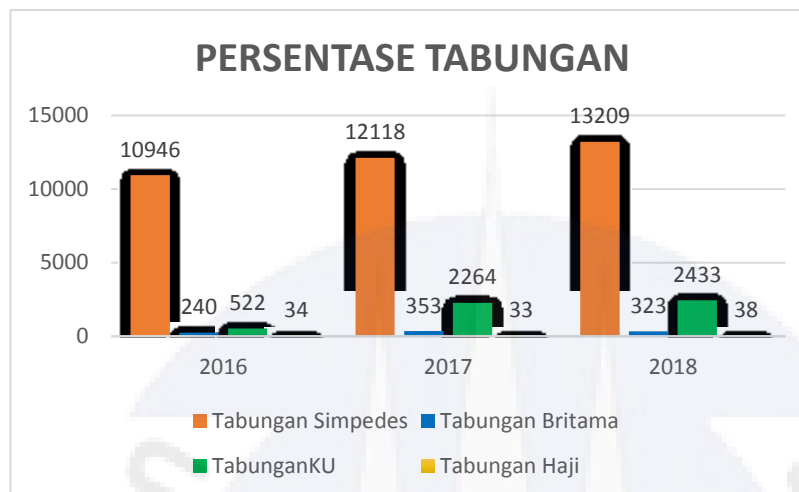
Sumber: Diolah penulis, PT Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 1 Pangkalpinang 2019

Berdasarkan tabel I.2. diatas dapat dilihat bahwa PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk. Unit Kota I Pangkalpinang terdiri atas 16 karyawan yaitu 1 Kepala Unit, 2 *Teller*, 3 *Customer Service*, 1 PJ. *Supervisor* Unit, 6 Mantri, 1 Pramubakti, 1 Satpam dan 1 Penjaga malam. Sumber daya manusia ini lah yang nantinya akan melayani para nasabah yang datang dengan berbagai keperluan serta keluhan.

Pada saat menjalankan bisnisnya untuk mencapai profit perusahaan, PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk. Unit Kota I Pangkalpinang memiliki dua jenis kegiatan utama, yaitu penghimpunan dana (*funding*) maupun penyaluran dana. Untuk meningkatkan dana pihak ketiga (DPK), pihak PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk. Unit Kota I Pangkalpinang menyediakan beberapa fasilitas tabungan diantaranya tabungan Simpedes, Britama, Tabunganku dan Tabungan haji. Tetapi dari semua produk jasa yang ditawarkan ini ada yang paling menjadi andalan dari pihak manajemen, yaitu simpanan simpedes. Tabungan jenis simpedes adalah salah satu produk yang ditawarkan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk berupa tabungan atau simpanan yang bisa di akses masyarakat dengan mudah. Berikut ini

data perkembangan peminat tabungan simpedes bank BRI unit 1 Kota Pangkalpinang:

**Gambar I.1. Data Perkembangan Peminat Tabungan Simpedes Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 1 Pangkalpinang Tahun 2016-2018 Per 31 Desember 2018**



Sumber: Diolah penulis, PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 1 Pangkalpinang

Gambar I.1 di atas merupakan diagram perkembangan jumlah nasabah terkait dengan penggunaan produk tabungan Simpedes, tabungan Britama, TabunganKu, dan Tabungan Haji periode tahun 2016-2018. Dari paparan data yang tersedia di atas, maka dapat disimpulkan bahwa adanya kenaikan jumlah pengguna dari semua jenis produk tabungan yang ada PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk. Unit Kota I Pangkalpinang. Kemudian tampak pada diagram di atas memperlihatkan bahwa produk tabungan Simpedes merupakan produk tabungan yang paling unggul dan diminati oleh masyarakat luas terbukti dari unggulnya jumlah nasabah yang menggunakannya. Pada tahun 2016 tabungan Simpedes berjumlah sebanyak 10.946 pengguna. Kemudian pada tahun 2017 meningkat menjadi sebanyak 12.118 pengguna. Selanjutnya, pada tahun 2018 terjadi peningkatan kembali sehingga total jumlah pengguna menjadi 13.209 pengguna.

Diketahui dari diagram batang di atas, bahwa tabungan Simpedes merupakan produk tabungan yang paling unggul dibandingkan dengan produk tabungan lainnya. Terkait atas unggulnya produk tabungan Simpedes, dikarenakan memiliki banyak kelebihan yang dijadikan daya saing antar produk tabungan lain, salah satunya pengadaan undian yang dilaksanakan setahun dua kali. Undian Simpedes ini merupakan bentuk apresiasi dan ucapan terima kasih BRI kepada pengguna tabungan Simpedes serta menjadi salah satu media promosi guna menarik minat masyarakat luas.

Produk tabungan Simpedes merupakan suatu produk simpanan yang diutamakan pada kantor unit dari PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk. Maka, hal tersebut jadi salah satu faktor utama dalam peningkatan kualitas kerja agar tercapai target yang diinginkan perbankan sesuai dengan RAK (rencana anggaran kerja) sebagai bentuk penilaian atas kinerja dari unit tersebut, misalnya apabila unit kerja yang berkaitan tidak dapat mencapai target rencana anggaran kerja (RAK) seperti tidak tercapainya target dana tabungan yang sudah ditentukan perusahaan, maka akan berdampak pada prestasi unit kerja tersebut.

Tabungan Simpedes memiliki benefit yang beragam, diantaranya adalah akses jaringan *online*, seperti sistem yang dapat digunakan untuk bertransaksi di PT. Bank Rakyat Indonesia yang ada di seluruh Indonesia dengan dilengkapi ATM (kartu Anjungan Tunai Mandiri) yang dapat digunakan di seluruh ATM PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk. serta bank lainnya. Pihak PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk. terus menerus mengembangkan produk tabungan Simpedes dengan berbagai tambahan dibidang teknologi, baik dari sisi desain produk, fitur, serta kualitas.

Tidak cukup itu saja, dengan peranan *handphone* (HP), nasabah akan bisa menikmati layanan perbankan selama 24 secara *non stop* berupa layanan *internet banking* yang dapat digunakan untuk aksesibilitas berbagai macam transaksi perbankan agar lebih efektif dan efisien. Selain itu, fitur serta aplikasi yang selalu di *up-grade* guna menunjang kualitas produk disertai desain program promosi seperti Pesta Rakyat Simpedes, Panen Bulanan Simpedes, Undian Simpedes, dan *Direct Gift*. Hal ini diberikan oleh pihak PT. Bank Rakyat Indonesia, mengingat atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah dalam rangka mewujudkan kepuasan nasabah, khususnya nasabah tabungan Simpedes yang ada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 1 Pangkalpinang.

Guna mendapatkan informasi terkait dengan bagaimana gambaran kepuasan nasabah menyangkut pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah tabungan Simpedes dari kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh pihak PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 1 Pangkalpinang, penulis melakukan wawancara terhadap penyedia pelayanan pelanggan (*customer service*) yang berjumlah 3 orang. Berikut pertanyaan-pertanyaan yang diberikan kepada penyedia pelayanan pelanggan (*customer service*):

**Tabel I.3. Daftar pertanyaan yang diajukan kepada penyedia layanan (*Customer Service*)**

No.	Pertanyaan
1	Bagaimana tanggapan anda terkait dengan pelayanan yang telah anda berikan dalam pemenuhan dan kebutuhan nasabah
2	Apakah setiap harinya (operasional) ada nasabah yang datang dengan sengaja untuk menyampaikan keluhan terkait dengan produk yang digunakannya
3	Dalam satu hari, berapa banyak jumlah nasabah yang datang untuk menyampaikan keluhan
4	Apa saja hal-hal yang dikeluhkan nasabah pada saat menyampaikan keluhan kepada <i>customer service</i>
5	Apakah ada nasabah yang ketikan mengalami permasalahan terkait dengan produk jasa yang digunakannya dan kemudian disampaikan kepada <i>customer service</i> sehingga dengan hasil akhir nasabah tersebut memutuskan untuk tidak menggunakan jasa perbankan ini

Sumber: Diolah penulis, 2019

Berdasarkan survei dan wawancara yang dilakukan oleh penulis, diperoleh hasil dan kemudian penulis menyimpulkan bahwa masih adanya nasabah yang berdatangan untuk mengajukan keluhan terkait atas produk tabungan Simpedes terutama pada pelayanan non tunai seperti transaksi gagal dan bermasalah namun terdapat pada rekening, sistem jaringan ATM yang bermasalah (*offline*), hingga kartu ATM tertelan.

Kemudian selain melakukan wawancara terhadap penyedia pelayanan pelanggan (*customer service*), penulis juga melakukan survei terhadap nasabah yang berkunjung dan memperoleh hasil bahwa adanya keluhan dari sesama nasabah mengenai masalah dalam proses pelayanan yang diberikan. Hal itu khususnya terjadi pada awal serta akhir bulan terkait dengan proses antrian lama dan panjang sehingga penumpukan nasabah dikarenakan permasalahan pada sistem jaringan. Keadaan seperti ini akan berdampak nantinya di masa yang akan datang pada tingkat kepuasan yang dirasakan nasabah tabungan Simpedes.

Prasurvei juga dilakukan oleh penulis guna menggali informasi lebih dalam. Sebanyak 65 orang nasabah menjadi reponden dengan tujuan untuk mendapatkan

informasi terkait dengan kondisi kepuasan nasabah atas pelayanan yang diberikan. Mekanisme prasurvey yang penulis maksud adalah penulis membuat pertanyaan yang akan diisi oleh nasabah untuk mengali informasi yang nantinya menghasilkan respon atau jawaban yang bersifat kuantitatif.

**Tabel I. 4. Hasil survey awal terhadap 65 orang nasabah tabungan simpedes di PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 1 Pangkalpinang**

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	RR	S	SS
1.	Saya merasa bahwa karyawan mampu memberikan penanganan atau solusi atas penggunaan produk perbankan tersebut sesuai dengan kebutuhan yang anda inginkan	0	0	35 (54%)	5 (8%)	25 (38%)
2.	Saya merasa merasa bahwa karyawan cepat dan tanggap dalam memberikan pelayanan atas transaksi dan penyelesaian terhadap permasalahan yang sedang anda hadapi	3 (5%)	0	28 (43%)	11 (17%)	23 (35%)
3.	Saya merasa bahwa karyawan telah memberian kenyamanan atas pelayanan yang diberikan sehingga terciptanya kepercayaan dalam bertransaksi	0	0	17 (26%)	8 (12%)	40 (62%)
4.	Saya merasa bahwa karyawan memahami keadaan anda sehingga terciptanya layanan sesuai dengan yang anda inginkan dan butuhkan	7 (11%)	4 (6%)	28 (43%)	10 (15%)	16 (25%)

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	RR	S	SS
5.	Saya merasa nyaman dengan keadaan lingkungan layanan dan fasilitas penunjang lainnya	10 (15%)	17 (26%)	20 (31%)	10 (15%)	8 (12%)
6.	Saya merasa bahwa tabungan simpedes dapat memberikan manfaat yang lebih dan bukan hanya sekedar produk simpanan semata	0	0	29 (45%)	20 (31%)	16 (25%)
7.	Saya merasa semua pelayanan karyawan dan manfaat yang anda dapatkan atas penggunaan produk tabungan simpedes mampu menciptakan kepuasan pada diri anda	0	0	40 (61%)	11 (17%)	14 (22%)

Sumber: Diolah penulis, 2019

Berdasarkan hasil prasurvey yang dilakukan penulis terhadap responden sebanyak 65 orang nasabah pada tabel diatas, maka penulis menarik kesimpulan bahwa masih rendahnya tingkat kepuasan nasabah disebabkan belum adanya persentasi yang mencapai angkat 50% keatas untuk nasabah yang menjawab setuju maupun sangat setuju atas pertanyaan yang disediakan. Rata-rata nasabah menjawab pada pilihan netral atau ragu-ragu.

Terkait dengan uraian di atas, maka berikut ini adalah tabel perkembangan jumlah nasabah tabungan Simpedes PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 1 Pangkalpinang Bangka Belitung pada lima tahun terakhir.

**Tabel I.5. Perkembangan Jumlah Nasabah Tabungan Simpedes Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 1 Pangkalpinang Tahun 2016-2018 Per 31 Desember 2019)**

No.	Tahun	Jumlah Nasabah	Persentase Perkembangan Jumlah Nasabah
1.	2016	10.946	10,29%
2.	2017	12.118	10,70%
3.	2018	13.209	9,00%

Sumber: Diolah penulis, PT Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 1 Pangkalpinang 2019

Data di atas memperlihatkan perkembangan jumlah nasabah tabungan Simpedes PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 1 Pangkalpinang, dalam kurun waktu tahun 2016-2018. Dengan paparan data yang tersedia di atas, maka dapat disimpulkan bahwa, nasabah tabungan Simpedes yang ada pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 1 Pangkalpinang secara kuantitas terus menerus mengalami peningkatan. Hal ini tentu saja merupakan prestasi yang membanggakan dan patut untuk dipertahankan. Akan tetapi peningkatan yang telah terjadi dalam kurun waktu 3 (tiga) tahun ke belakang, sewaktu-waktu bisa saja mengalami penurunan. Hal tersebut dapat saja terjadi apabila adanya penurunan kualitas pelayanan yang berdampak pada kepuasan nasabah.

Pada tabel dapat dilihat bahwa terjadi peningkatan jumlah nasabah tabungan Simpedes PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 1 Pangkalpinang secara terus menerus. Pada tahun 2016 jumlah nasabah tabungan Simpedes menjadi sebanyak 10.946 nasabah dengan jumlah peningkatan persentase 10,29%. Selanjutnya, untuk tahun 2017 jumlah nasabah tabungan Simpedes meningkat kembali menjadi sebanyak 12.118 nasabah dengan jumlah peningkatan persentase 10,70%, dan untuk selanjutnya, tahun 2018 jumlah nasabah tabungan Simpedes meningkat kembali menjadi sebanyak 13,209 nasabah dengan jumlah peningkatan persentase 9% (per Desember 2018).

Diketahui dari tabel di atas secara kuantitas, nasabah tabungan Simpedes memang mengalami pertumbuhan peningkatan, namun dari sisi nilai persentase atas pertumbuhan yang terjadi, selanjutnya mengalami penurunan jumlah pertumbuhan peningkatan pada tahun 2016 hingga 2018. Hal ini terlihat pada



tabel, yaitu atas nilai persentase sebesar 10,29% pada tahun 2016 hingga 9% pada tahun 2018. Data tersebut memperlihatkan perlemahan pertumbuhan dari tahun 2016 hingga tahun 2018.

Mengingat hal di atas peningkatan maupun penurunan yang terjadi terhadap pertumbuhan nasabah tabungan Simpedes, itu semua ditentukan oleh pihak PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 1 Pangkalpinang, terkait bagaimana dan seperti apa dalam proses menjalankan serta penerapan strategi pemasaran atas kualitas pelayanan dan nilai pelanggan yang diberikan kepada nasabah. Pihak oleh PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 1 Pangkalpinang yang harus selalu melakukan *refreshment* serta evaluasi bagaimana cara mempertahankan dan mendapatkan calon nasabah melalui peningkatan kepuasan nasabah atas nilai yang diberikan. Namun, ada aspek lain yang menjadi faktor penyebab serta mempengaruhi jumlah peningkatan maupun penurunan jumlah nasabah tabungan Simpedes oleh PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 1 Pangkalpinang, yaitu kembali lagi pada keadaan kondisi pasar serta perekonomian Bangka Belitung, khususnya di kota Pangkalpinang.

Dari sistem kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 1 Pangkalpinang apakah kepuasan nasabah tabungan Simpedes sudah terpenuhi sepenuhnya, sehingga tumbuhnya loyalitas terhadap PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 1 Pangkalpinang yang nantinya akan berimbas pada nasabah untuk menggunakan serta mememanfaatkannya jasa kembali dan merekomendasi kepada masyarakat lain.

Berdasarkan uraian di atas, dari latar belakang yang dikemukakan, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih mendalam sehingga diperoleh pemahaman terkait dengan sistem kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan nasabah yang dituangkan dalam skripsi dengan judul **“Analisis Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Simpedes (Studi Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 1 Pangkalpinang)”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah yang akan dikemukakan adalah:

1. Bagaimana gambaran mengenai kualitas pelayanan, nilai pelanggan dan kepuasan nasabah tabungan Simpedes pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 1 Pangkalpinang ?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah tabungan Simpedes pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 1 Pangkalpinang ?
3. Apakah nilai pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah tabungan Simpedes pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 1 Pangkalpinang ?
4. Apakah kualitas pelayanan, dan nilai pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah tabungan Simpedes pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 1 Pangkalpinang ?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Terkait dengan permasalahan yang ada, maka penelitian ini mempunyai tujuan yang diharapkan. Berdasarkan masalah-masalah yang tercantum dalam identifikasi rumusan masalah maka, tujuan yang diharapkan adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis gambaran kualitas pelayanan (X1) dan nilai pelanggan (X2) serta kepuasan nasabah (Y) tabungan Simpedes pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 1 Pangkalpinang.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan Nasabah (Y) tabungan Simpedes pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 1 Pangkalpinang
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh nilai pelanggan (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y) tabungan Simpedes pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 1 Pangkalpinang
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan (X1) serta nilai pelanggan (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y) tabungan Simpedes pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 1 Pangkalpinang.

### 1.4 Batasan Masalah

Untuk mengantisipasi serta menghsindari kemungkinan terjadinya penyimpangan terkait dengan penafsiran judul penelitian, pembatasan masalah sangat penulis ditekankan sekali. Dalam penelitian yang akan lakukan ini, penulis hanya membatasi pada analisis kualitas pelayanan dan nilai pelanggan serta

kepuasan nasabah tabungan Simpedes pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 1 Pangkalpinang.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

#### **1. Secara Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu dibidang manajemen pemasaran dan penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi acuan bagi peneliti lain yang berminat meneliti permasalahan yang terkait dengan penelitian ini

#### **2. Manfaat Praktis**

Diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, antara lain :

##### **a. Bagi peneliti**

Untuk menambah wawasan pengetahuan dan lebih memahami kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan nasabah

##### **b. Bagi instansi**

Sebagai bahan evaluasi atau informasi tambahan bagi instansi dan pihak-pihak yang berkepentingan dalam instansi serta dapat menjadi bahan pertimbangan untuk menetapkan standar kualitas pelayanan, dan nilai pelanggan terhadap kepuasan nasabah.

##### **c. Bagi pengembangan ilmu pengetahuan**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah referensi untuk penulis selanjutnya.

### 3. Manfaat Kebijakan

Penelitian ini diharapkan memberikan masukan bagi PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 1 Pangkalpinang sebagai nahan pertimbangan untuk menetapkan kebijakan yang berhubungan dengan masalah kualitas pelayan, nilai pelanggan terhadap kepuasan nasabah pada masa yang akan datang.

#### 1.6 Sistematika Penulisan

Pada penulisan skripsi ini terdapat 5 bab yang terdiri dari beberapa sub bab yang dapat diuraikan kembali. Sistematika penulisan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

BAB I ini merupakan bab pendahuluan yang berisi latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

BAB II ini merupakan bab yang akan memuat tentang kerangka teori, yaitu berkaitan dengan teori tentang manajemen pemasaran, bank, pemasaran, kualitas pelayanan (reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik), nilai pelanggan (nilai fungsional, nilai sosial dan nilai

emosional), kepuasan nasabah, dan teori-teori yang mendukung lainnya, seperti penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, serta hipotesis penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

BAB III ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, tempat dan waktu, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, skala pengukuran variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel dan teknik analisis data.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab IV merupakan bab yang paling krusial. Bab yang menguraikan hasil penelitian dan pembahasan, yaitu gambaran umum mengenai objek penelitian dan karakteristik responden. selain itu dalam bab ini juga terdiri dari pengujian uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas, uji autokorelasi, uji regresi linear berganda, pembuktian hipotesis yang meliputi uji parsial (uji t) dan uji simultan (uji f), pembahasan, dan jawaban atas pertanyaan dalam perumusan masalah.

## **BAB V      PENUTUP**

Merupakan bab akhir sebagai penutup yang memuat kesimpulan dan saran dari hasil penelitian ini dan akan diakhiri dengan lampiran-lampiran yang terkait dengan hasil penelitian.

