

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Era globalisasi sekarang ini yang merupakan era persaingan bebas yang mana industri perbankan dan perusahaan jasa diuntut untuk meningkatkan keunggulan perusahaan dan memahami kebutuhan dan keinginan nasabah. Karena Bank yang mampu menciptakan *value* (nilai) lebih dari pada pesaing maka nasabah cenderung menggunakan kembali jasa perbankan tersebut (Suryani, 2017).

Bank berperan sebagai sektor ekonomi masyarakat. Tujuan umum dari bank itu sendiri adalah mengambil dana dari nasabah atau masyarakat yang kemudian disalurkan lagi kepada nasabah dalam bentuk pinjaman. Keuntungan yang diperoleh dari Bank adalah melalui kredit yang diberikan terhadap nasabah, kemudian bunga sebagai bentuk balas jasa dari Bank yang akan diberikan kepada setiap nasabah, Salah satu Bank daerah di Sumatera Barat yaitu Bank Nagari (BPD) Suryani (2017).

Strategi yang digunakan oleh Bank Nagari adalah melakukan pemasaran untuk menarik nasabah atau masyarakat yang ingin menabung dengan tabungan yang di keluarkan oleh Bank Nagari itu sendiri adalah tabungan Sikonci dan Simpeda, dengan melakukan pemasaran melalui penyebaran brosur atau menampilkan iklan yang bisa dibaca dan dilihat oleh seluruh nasabah atau masyarakat.

Memuaskan kebutuhan nasabah merupakan keinginan dari setiap perusahaan jasa pada bidangnya masing-masing. Selain manfaat bagi perusahaan juga bermanfaat sekali bagi kepuasan nasabah, nasabah yang puas terhadap pelayanan jasa yang diberikan oleh pihak Bank cenderung menggunakan kembali jasa Bank tersebut. Hal ini merupakan bukti nyata bahwa kepuasan nasabah diiringi dengan kualitas layanan jasa dan *servicescape* yang memuaskan. Kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa yang di rasakan oleh setiap nasabah terhadap kualitas pelayanan jasa dan *servicescape* yang dirasakan oleh nasabah (Kotler, 2005).

Kualitas pelayanan merupakan seberapa jauh perbedaan kenyataan dan harapan yang di terima oleh nasabah dengan kualitas pelayanan yang di berikan oleh pihak Bank terhadap masing-masing nasabah. Kualitas pelayanan yang maksimal adalah hal pokok yang di harapkan oleh nasabah dan terciptanya tujuan dari Bank tersebut (Sumarwan, 2011).

Menurut (Tjiptono, 2014) kualitas pelayanan terdapat dalam lima dimensi antara lain :

1. *Reliability* (keandalan)

Kemampuan karyawan untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada masing-masing konsumen dan kemampuan untuk memberikan rasa kepercayaan yang tinggi terhadap masing-masing konsumen dengan waktu yang telah ditetapkan dan janjikan oleh pihak perusahaan.

## 2. *Responsiveness* (daya tanggap)

Kemampuan karyawan untuk menanggapi semua keluhan konsumen dengan cepat dan tepat tanpa mengulur-ulurkan waktu ataupun membiarkan konsumen menunggu lama yang akan menimbulkan kesan negatif tentang penilaian kualitas pelayanan yang di berikan oleh karyawan terhadap masing-masing konsumen.

## 3. *Assurance* (jaminan)

Kemampuan karyawan berpengetahuan tinggi dan sopan santun yang baik pada saat memberikan pelayanan jasa terhadap konsumen merupakan suatu hal yang harus di lakukan oleh setiap karyawan agar konsumen tidak merasakan keraguan terhadap layanan yang di berikan.

## 4. *Empathy* (empati)

Melakukan kontak mata antara karyawan dan konsumen dalam hal membantu kesulitan yang di rasakan oleh konsumen dengan melakukan komunikasi yang baik.

## 5. *Tangibles* (bukti fisik)

Kemampuan pihak perusahaan jasa menyediakan fasilitas dan sarana komunikasi yang mampu memperlancarkan proses pelayanan jasa yang baik, sehingga penilaian konsumen terhadap layanan perusahaan sangat memuaskan.

Menurut (Williams dan Sawyer, 2003) dalam (Andi, 2013) teknologi informasi adalah kemampuan teknologi yang mampu membantu manusia dalam hal membuat, mengubah dan menyimpan hal penting dengan cara

menggabungkan komputer dengan jalur komunikasi yang melibatkan data, suara dan video.

Menurut (Andi, 2013) bahwasanya teknologi informasi melibatkan dunia perbankan, dengan hadirnya sistem online yang melibatkan komputer dan teknologi komunikasi mampu meringankan beban nasabah saat mengambil uang dari kantor cabang Bank yang sama dengan lokasi yang berbeda. Pada perkembangan selanjutnya teknologi informasi perbankan juga melengkapi alat yang lebih memudahkan nasabah mengambil dan menyetor tunai uangnya melalui ATM (Anjungan Tunai Mandiri atau *Automatic Teller Machine*) dengan waktu 24 jam tanpa harus tergantung jam kerja Bank.

Menurut (Bitner, 1992) *servicescape* atau lingkungan fisik adalah “*The way the physical setting is created in organic nations has barely been tapped as a tangible organizational resource*”. Artinya pengaturan lingkungan fisik diciptakan supaya mendukung layanan yang diberikan oleh suatu organisasi.

Menurut (Mudie dan Pirrie, 2006) dalam (Bitner, 1992) bahwasanya *servicescape* memiliki dimensi kunci yang terdiri atas kondisi lingkungan (*ambient conditions*), ruang dan fungsi (*space and functionality*), dan penggunaan tanda-tanda, simbol dan artefak (*the use of signs, symbols and artefaks*). Kondisi lingkungan dapat mempengaruhi perasaan konsumen dan memiliki peran yang signifikan dalam menciptakan perilaku konsumen yang sesuai dengan harapan produsen. Kondisi lingkungan terdiri dari pencahayaan (*lighting*), music (*music*), warna (*colour*), suhu udara (*temperature*), dan wewangian aroma (*scent*). Ruang dan fungsi meliputi pemasangan mebel dan peralatan ke dalam ruangan.

Membangun jalur sirkulasi untuk aktivitas yang tepat, penyusunan rencana pekerjaan yang terintegrasi, mebel, peralatan dan perabot yang harus dimiliki dan disediakan. Jalur sirkulasi ini sangat penting tidak hanya untuk lalu lintas dalam pekerjaan dan arah bagi pengguna, tetapi juga memungkinkan ruang yang cukup bagi benda-benda, peralatan dan perabot agar dapat digunakan secara efisien dan aman. Penggunaan tanda-tanda, simbol, dan artefak (*the use of signs, symbols, and artefaks*) oleh penyedia layanan untuk memberitahu pelanggan di dalam melalui proses pemberian layanan. Tanda, simbol dan artefak member sinyal kepada pelanggan tentang bagaimana perilaku yang biasa berlaku dan arah ke mana pelanggan harus pergi. Pelanggan baru atau musiman mungkin akan bingung jika tidak ada simbol-simbol tersebut.

Menurut (Ariani, 2009) *servicescape* dalam perusahaan jasa (Bank) sangat dibutuhkan dalam hal tata letak fasilitas, karena pelayanan yang baik dapat membuat nasabah menabung merasa lebih yakin dan percaya terhadap kualitas pelayanan yang ia rasakan. Misalnya pihak Bank menyediakan lemari khusus untuk menyimpan dokumen perusahaan, pemadam kebakaran yang siap siaga, tersedianya cctv, untuk meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap jasa Bank tersebut.

Dalam memasarkan suatu produk atau jasa sangat diperlukan strategi pemasaran untuk menegaskan kunci atau tujuan dilakukannya proses organisasional yang diterapkan oleh Bank, dengan lebih efektifnya lakukan survei penelitian terhadap nasabah menabung dan bandingkan dengan kualitas pelayanan jasa, teknologi informasi dan *servicescape* yang di berikan oleh bank pesaing guna

menciptakan kepuasan nasabah menabung di Bank Nagari. Tabungan merupakan sumber dana bagi setiap Bank, maka harus dilihat perkembangan dan strategi pemasaran yang sehat. Hal ini sangat penting dilakukan agar nasabah yang menabung merasa loyal. Suatu produk yang hebat harus di iringi dengan pemasaran yang gencar karena banyaknya Bank pesaing berlomba untuk mendapatkan nasabah dengan melakukan berbagai cara (Suryani, 2017).

Dengan semakin banyaknya Bank-Bank lama yang telah berdiri seperti Bank BRI, Bank BCA, Bank BNI, dan Bank-Bank lainnya yang menghasilkan produk bank yang sama, maka pihak Bank Nagari akan merasa kesulitan dalam hal memasarkan produknya, karena Bank pesaing telah terlebih dulu memasarkan produknya dibandingkan Bank Nagari itu sendiri. Dengan demikian maka nasabah atau masyarakat yang menabung lebih mengenal produk ataupun jasa yang dihasilkan oleh Bank pesaing.

Cara meningkatkan kepuasan nasabah menabung di Bank Nagari unit Pasaman Timur dengan memahami dan memperlakukan nasabah dengan tepat karena karyawan memiliki kontak dengan nasabah adalah sumber kunci keberhasilan perusahaan jasa. Pada saat terjadi interaksi antara karyawan dengan nasabah, maka kinerja perusahaan pada saat itu sepenuhnya ditentukan oleh kinerja karyawan tersebut. Maka dari itu pihak Bank harus gencar dalam melakukan promosi supaya terjaga perkembangan suatu produk, karena banyak hal yang dilakukan oleh pihak Bank pesaing dalam menawarkan produk guna merebut nasabahnya (Kotler & Keller, 2016).

Dapat kita lihat sebelumnya Universitas Bung Hatta selama ini bekerja sama dengan Bank Nagari, lain halnya dengan sekarang pihak kampus memutuskan kerja sama dengan Bank Nagari dan lebih memilih kerja sama dengan Bank BNI. Karena yang kita ketahui bahwa Bank Nasional Indonesia (BNI) merupakan bank BUMN yang terbesar di Indonesia setelah bank rakyat Indonesia (BRI) dan Bank Mandiri, hal ini terbukti dengan banyaknya nasabah yang bergabung dengan Bank BNI untuk menabung. Bank BNI juga salah satu dari Bank yang menawarkan berbagai pelayanan jasa menarik dan inovatif dengan tujuan membantu perekonomian nasabah dalam masalah keuangan. Bank BNI berupaya meningkatkan pelayanan jasa yang lebih baik di bandingkan Bank Nagari. Misalnya saja dengan tersedianya ATM transfer, mobile banking, kantor cabang di seluruh Indonesia yang tidak akan nasabah temukan di bank nagari.

Pelayanan yang berkualitas dapat dilihat dari bagaimana pegawai Bank memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginan dari setiap nasabah. Sangat penting sekali bagi pihak manajemen untuk mengevaluasi kembali apa yang menyebabkan beberapa masyarakat merasa kurang puas terhadap kinerja dari pegawai Bank itu sendiri atau pelayanan yang diberikan terhadap nasabahnya.

Kepuasan dari nasabah secara umum dapat dilihat dari jumlah nasabah yang menabung pada Bank Nagari Unit Pasaman Timur, data dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut ini :

**Tabel 1.1.**  
**Data Nasabah Menabung pada Bank Nagari Unit Pasaman Timur**  
**Tahun 2013-2018**

Tahun	Jumlah Nasabah Menabung (Orang)	Pertumbuhan (%)
2013	22.210	-
2014	12.740	-42,63
2015	11.032	-13,41
2016	11.618	5,31
2017	10.022	-13,73
2018	11.550	15,24

*Sumber : Bank Nagari Unit Pasaman Timur*

Dari tabel 1.1 dapat dijelaskan bahwa terjadinya penurunan yang sangat signifikan terhadap jumlah nasabah yang menabung di Bank Nagari Unit Pasaman Timur dari tahun 2013 sampai 2015. Pada tahun 2016 mengalami peningkatan dan turun lagi ditahun 2017, kemudian naik kembali di tahun 2018. Berdasarkan data tersebut serta melihat pentingnya kepuasan nasabah Bank Nagari Unit Pasaman Timur dapat menumbuhkan kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan yang dirasakan oleh masing-masing nasabah yang menabung. Hal ini di duga dapat terjadi dikarenakan kurang baiknya kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Nagari Unit Pasaman Timur tersebut. Kualitas pelayanan yang dimaksudkan disini antara lain, karyawan atau teller Bank Nagari Unit Pasaman Timur pada saat melakukan transaksi dengan nasabah dan dia bercerita dengan teller yang disebelahnya, tidak tersedianya pengeras suara pada saat pemanggilan nomor antrian nasabah melainkan suara dari teller Bank Nagari itu sendiri yang digunakan. Kepuasan nasabah merupakan hal pokok atau tujuan perusahaan yang tidak boleh diabaikan oleh seluruh perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan.



Dilakukan survei awal dan dilihat dari masing-masing pendapat nasabah Bank Nagari Unit Pasaman Timur didalam masyarakat sekarang ini sering muncul masalah dalam kualitas pelayanan yang tidak baik,dapat dilihat pada pernyataan tabel 1.2 berikut ini :

**Tabel 1.2**  
**Hasil Survei Awal terhadap Nasabah yang Menabung Di Bank Nagari Unit Pasaman Timur**

No	Pernyataan	Jawaban Responden			
		Setuju		Tidak Setuju	
		Jumlah (Orang)	%	Jumlah (Orang)	%
1.	Teknologi yang ada di dalam ruangan Bank Nagari unit Pasaman Timur sudah sesuai dengan keinginan nasabah.	11	36,7	19	63,3
2.	Kualitas pelayanan yang di berikan oleh pihak Bank Nagari sesuai dengan keinginan nasabah.	12	40	18	60
3.	Karyawan Bank Nagari memberikan pelayanan yang cepat dan tepat dalam menyampaikan informasi yang jelas kepada nasabah	14	46,6	16	53,3
4.	Pengetahuan dan sopan santun karyawan Bank Nagari sudah baik	9	30	21	70
5.	Karyawan Bank Nagari selalu memahami keinginan nasabah	12	40	18	60

*Sumber: Survei Awal 2018.*

Dari tabel 1.2 hasil survei awal yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap 30 orang nasabah menabung di Bank Nagari Unit Pasaman Timur, yang mana 36,7% nasabah menyatakan setuju dan 63,3% nasabah menyatakan tidak setuju dengan pernyataan teknologi yang ada di dalam ruangan Bank Nagari sudah sesuai dengan keinginan nasabah. Kemudian 40% nasabah menyatakan setuju dan 60% menyatakan tidak setuju dengan pernyataan kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh pihak Bank Nagari sesuai dengan keinginan nasabah. Selanjutnya 46,6% nasabah menyatakan setuju dan 53,3% nasabah menyatakan tidak setuju dengan pernyataan karyawan Bank Nagari memberikan pelayanan yang cepat dan

tepat dan menyampaikan informasi yang jelas kepada nasabah, dan berikutnya 30% nasabah menyatakan setuju dan 70% nasabah menyatakan tidak setuju dengan pernyataan pengetahuan dan sopan santun karyawan Bank Nagari sudah baik. Kemudian 40% nasabah menyatakan setuju dan 60% nasabah menyatakan tidak setuju dengan pernyataan karyawan Bank Nagari selalu memahami keinginan nasabah.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh karyawan Bank Nagari Unit Pasaman Timur terhadap nasabah menabung masih sangat rendah, hal ini dibuktikan dari pernyataan nasabah yang mana karyawan Bank Nagari Unit Pasaman Timur belum melakukan tugasnya dengan baik, dan masih banyak keluhan yang datang dari nasabah tentang rendahnya pelayanan yang diberikan. Hal tersebut juga dapat dilihat dari hasil survei awal yang dilakukan terhadap 30 responden, dimana jawaban responden lebih banyak yang menyatakan tidak setuju dari pada setuju terhadap beberapa item pernyataan yang di sebarakan oleh peneliti.

Rendahnya pelayanan yang diberikan karyawan Bank Nagari Unit Pasaman Timur terhadap nasabah membuktikan bahwa kuranya kecepatan karyawan pada saat memberikan pelayanan, rendahnya tingkat kesopanan, keramahan dan ketanggapan pada masing-masing karyawan Bank Nagari Unit Pasaman Timur sehingga mengakibatkan pelayanan yang mereka berikan masih belum efektif.

Alasan Peneliti mengambil Bank Nagari Unit Pasaman Timur adalah karena dari hasil pengamatan dan wawancara kepada beberapa nasabah yang

menabung di Bank Nagari Unit Pasaman Timur bahwasanya kualitas pelayanan di Bank tersebut sangat rendah. Dari kualitas pelayanan yang di berikan oleh pihak Bank kepada setiap nasabah dapat mengukur apakah nasabah puas atau tidak terhadap pelayanan yang diberikan. Seringkali ditemukan nasabah yang mengeluh terhadap pemanggilan nomor antrian yang kurang jelas dan membuat setiap nasabah merasa kurang nyaman terhadap hal itu. Oleh karena itu diperlukan perencanaan yang matang dan kualitas pelayanan yang baik supaya terciptanya kepuasan nasabah menabung di bank nagari unit Pasaman Timur.

Menurut (Kotler, 2005) Kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja yang ia rasakan atau alami terhadap harapannya. Mengukur kepuasan nasabah sangat bermanfaat bagi perusahaan dalam rangka mengevaluasi posisi perusahaan saat ini dibanding dengan pesaing dan pengguna akhir, serta menemukan bagian mana yang membutuhkan peningkatan.

Menurut (Tjiptono, 2014) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Bila pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan sebaliknya bila pelayanan yang diterima lebih rendah dari harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Hasil penelitian (Sahanggamu. Dkk, 2014) menemukan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Berbeda halnya dengan hasil penelitian Hidayat & Firdaus (2014) menemukan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Telkom speedy di Palangka Raya.

Menurut Williams dan Sawyer (2003) dalam Andi (2013) teknologi informasi adalah kemampuan teknologi yang mampu membantu manusia dalam hal membuat, mengubah dan menyimpan hal penting dengan cara menggabungkan komputer dengan jalur komunikasi yang melibatkan data, suara dan video. Hasil penelitian Soelistya & Agustina (2017) menemukan teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Menurut (Sahanggamu. Dkk, 2015) *servicescape* atau fasilitas fisik adalah segala sesuatu yang dapat memudahkan dan melancarkan pelaksanaan pelayanan jasa yang di berikan oleh karyawan Bank Nagari. Segala hal yang dapat memudahkan karyawan perusahaan jasa saat memberikan pelayan terhadap nasabah biasanya berupa benda, denah ruangan, kursi, meja, mesin dan peralatan yang disediakan oleh pihak perusahaan untuk mencapai tingkat kepuasan nasabah.

Hasil penelitian (Tumbelaka, 2014) menemukan *servicescape* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan Britama Bank BRI cabang Manado.

Berdasarkan teori dan latar belakang, maka penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul : **Analisis Kualitas Pelayanan, Teknologi Informasi dan *Servicescape* terhadap Kepuasan Nasabah Menabung pada Bank Nagari Unit Pasaman Timur.**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah menabung pada Bank Nagari Unit Pasaman Timur?
2. Bagaimana pengaruh teknologi informasi terhadap kepuasan nasabah menabung pada Bank Nagari Unit Pasaman Timur?
3. Bagaimana pengaruh *servicescape* terhadap kepuasan nasabah menabung pada Bank Nagari Unit Pasaman Timur?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah, maka tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Nagari Unit Pasaman Timur.
2. Untuk menganalisis pengaruh teknologi informasi terhadap kepuasan nasabah Bank Nagari Unit Pasaman Timur.
3. Untuk menganalisis pengaruh *servicescape* terhadap kepuasan nasabah Bank Nagari Unit Pasaman Timur.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Bagi praktisi

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pertimbangan bagi pihak bank dalam memberikan pelayanan jasa agar menghasilkan keunggulan

bersaing yang lebih inovatif guna meningkatkan kepercayaan nasabah untuk melakukan transaksi di Bank Nagari Unit Pasaman Timur.

2. Bagi Akademisi

Sebagai sumbangan konseptual, bahan informasi, dan pengayaan bagi pengembangan kajian ilmu pengetahuan khususnya ilmu manajemen mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah.