

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebagai lembaga intermediasi, pihak perbankan membutuhkan kepercayaan dari masyarakat terutama nasabahnya sehingga kelangsungan sektor perbankan sebagai urat nadi perekonomian dapat terus berjalan.

Untuk memperoleh kepercayaan dari masyarakat, maka sektor perbankan harus dikelola secara profesional mulai dari segi pelayanannya, strategi pemasaran yang baik, segi keuangan yang harus dikelola dengan prinsip kehati-hatian, serta perbankan juga harus inovatif dalam menciptakan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Munculnya bank-bank baru di tengah masyarakat pada saat ini mengharuskan setiap bank untuk memberikan pelayanan yang melebihi harapan para nasabah, baik dari segi produk maupun jasa. Tanpa adanya produk dan jasa serta pelayanan yang sesuai dengan harapan nasabah, bank tersebut dapat ditinggalkan oleh nasabahnya dan pada akhirnya dapat menurunkan performa bank tersebut.

Kebutuhan terhadap pelayanan tidak dapat diraba, tetapi dapat dirasakan oleh para nasabah. Seorang nasabah dapat dengan segera menyatakan puas atau tidak puas terhadap pelayanan suatu bank karena mereka yang secara langsung menggunakan jasa dan produk yang ditawarkan oleh suatu bank.

Pelayanan terhadap nasabah telah memasuki fase paling penting pada industri perbankan. Persaingan perbankan yang begitu ketat membuat bank harus menempuh berbagai cara agar tidak kehilangan nasabah. Setiap bank memiliki produk dan jasa yang ditawarkan kian mirip, sehingga yang membedakan adalah pelayanan yang diterima.

Kotler (1997:40) menyatakan :

“Pelayanan atau service adalah kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan semua pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan suatu produksinya dan tidak dapat dikaitkan dengan produksi fisik”.

Menyelenggarakan suatu pelayanan yang dapat memberikan kepuasan optimal bagi nasabah menjadi tantangan bagi industri perbankan. Tuntutan pelayanan yang diinginkan adalah bagaimana bank bisa memberikan kepuasan nasabahnya.

Menurut Oliver dikutip dari J. Supranto (1997:223) menyatakan :

“Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan nasabah merupakan fungsi dari perbedaan kinerja yang dirasakan dengan harapan”.

Dasar dari kepuasan nasabah adalah lima dimensi kualitas pelayanan. Menurut Parasuraman, *et. al.* dalam Tjiptono (2005:70) lima dimensi kualitas pelayanan terdiri dari :

1. *Reliability*

Kemampuan untuk memberikan pelayanan yang tepat dan dapat diandalkan serta dapat dipercaya.

2. *Assurance*

Kemampuan bank atau karyawan dalam melayani sehingga menimbulkan kepercayaan terhadap bank.

3. *Responsiveness*

Kemampuan atau kesediaan bank untuk membantu nasabah bila nasabah mengalami masalah dan tidak mengantri terlalu lama.

4. *Emphaty*

Kemampuan bank untuk merasakan apa yang dirasakan nasabah dan memberi perhatian kepada nasabah.

5. *Tangibles*

Kemampuan bank untuk menyediakan fasilitas fisik.

Oleh karena itu, penting sekali bagi bank untuk mengukur kinerja pelayanan serta mengetahui faktor-faktor penting yang membentuk kinerja pelayanan sehingga bank dapat memberikan tingkat pelayanan kepada para pelanggan secara efektif dan efisien dengan memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada nasabah yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi yang ada pada bank tersebut.

PT Bank Lampung Capem Kartini yang terletak di Jalan RA. Kartini Blok E - F No. 99 Tanjung Karang Bandar Lampung merupakan salah satu bank yang menerapkan pelayanan prima. Hal ini sesuai dengan *statement* PT Bank Lampung “Bersama meraih sukses” yang mencerminkan bahwa dari awal proses dan akhir PT Bank Lampung selalu memelihara nasabahnya agar nasabah tidak berpindah ke bank lain. Hal ini dapat diidentifikasi dari jumlah nasabah yang ada di bank, yaitu pada tabel berikut:

Tabel 1.1 Sumber Dana Pihak Ketiga pada PT Bank Lampung Periode 2010 – 2012

Tahun	Keterangan					
	Giro	%	Tabungan	%	Deposito	%
2010	129,115,571	-	580,873,291	-	920,279,096	-
2011	261,274,659	102 %	760,033,652	31 %	577,927,610	-37,20%
2012	326,505,843	25 %	675,474,551	-11 %	695,996,698	14,20%
Rata-rata persentase		63,5%		10%		-11,5%

Sumber: Laporan Keuangan, 2014

1.2 Masalah dan Perumusan Masalah

Jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK) berfluktuasi dengan rata-rata peningkatan sebesar 63,5%, 10% dan -11,5%. Masalah turun atau berfluktuasinya jumlah DPK di duga karena belum optimalnya pemberian pelayanan nasabah yang dapat membuat ketidakpuasan nasabah. Ketidakpuasan nasabah dapat terjadi jika keinginan nasabah belum terpenuhi, kemudian nasabah akan mencari bank yang dapat memberikan pelayanan yang lebih baik dari bank yang sebelumnya. Oleh karena itu pihak bank perlu meningkatkan pelayanan bagi para nasabahnya.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut : ” Apakah customer service pada Bank Lampung Capem Kartini memberikan kepuasan pelayanan kepada nasabah “.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan *customer service* pada Bank Lampung Cabang Pembantu Kartini
2. Untuk mengetahui aspek-aspek apa saja yang digunakan pada pelayanan *customer service*

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis

Diharapkan penulisan ini dapat menambah pengetahuan peneliti sekaligus sebagai suatu penerapan teori-teori manajemen yang telah dipelajari selama ini dalam aktivitas perusahaan.

2. Bagi perusahaan

Diharapkan hasil penelitian ini menjadi salah satu bahan pertimbangan dalam hal pengambil keputusan.

3. Peneliti lain

Penelitian ini diharapkan menjadi salah satu referensi bagi peneliti lain dalam penelitiannya yang terkait dengan penelitian ini.