

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bank sebagai lembaga keuangan berfungsi sebagai perantara bagi pihak yang kelebihan dana dan pihak yang kekurangan dana. Kegiatan ekonomi berupa transaksi keuangan dapat dilakukan dengan kegiatan usaha perbankan. Bank dapat menggerakkan aktivitas perekonomian dengan penciptaan pendanaan dan disalurkan ke pada kegiatan-kegiatan produktif yang langsung berhubungan dengan kegiatan pelaku-pelaku usaha. (Kevin Pratama, 2018)

Usaha perbankan dikategorikan kedalam tiga jenis, yaitu menghimpun dana masyarakat, menyalurkan pinjaman ke masyarakat dan pelayanan jasa perbankan. Ketiga kegiatan perbankan tersebut selalu berhubungan dengan masyarakat. Masyarakat sebagai pelanggan perbankan, baik menjadi sumber penghimpunan dana maupun sebagai peminjam (pengguna dana) menjadi faktor penentu dalam keberhasilan suatu bank. Untuk itu, perbankan harus dapat menciptakan strategi yang dinamis tentang kualitas pelayanan dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan.

Pada era globalisasi saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat, persaingan ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggannya melalui kualitas pelayanan pelanggan. Kualitas pelayanan pelanggan (*customer service*) yang baik dan sesuai akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan atas pelayanan yang berkualitas akan memungkinkan menciptakan kesetiaan pelanggan terhadap perusahaan. (Asmia Siregar, 2017)

Disisi lain, perusahaan juga harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan, dan keinginan pelanggan, perusahaan dapat merancang strategi pemasaran yang tepat khususnya dalam menciptakan kepuasan pelanggan. (Asmia Siregar, 2017)

Perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang unggul dibanding pesaingnya sehingga dapat memenangkan persaingan yang sangat ketat. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas barang atau jasa yang dikehendaki pelanggan, jaminan kualitas menjadi prioritas utama

bagi setiap perusahaan. Kualitas pelayanan dalam perusahaan merupakan hal yang sangat penting dari sudut pandang konsumen.

Bank sebagai lembaga jasa keuangan berfungsi menghimpun dana dari masyarakat kemudian menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat. Aktivitas penghimpunan dan penyaluran dana akan selalu berinteraksi dengan masyarakat sebagai konsumen perbankan. Disisi lain, persaingan pada industri jasa perbankan semakin meningkat. Untuk memenangkan persaingan yang sangat ketat, pimpinan perusahaan dituntut secara kreatif dan inovatif menciptakan keunggulan dengan berbagai strategi.

Kualitas pelayanan adalah suatu kegiatan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan prinsip lebih mudah, lebih baik, cepat, tepat, akurat, ramah, sesuai dengan harapan pelanggan. Kualitas pelayanan juga dapat diartikan sebagai kegiatan pelayanan yang diberikan kepada seseorang atau orang lain, organisasi pemerintah maupun swasta sesuai dengan peraturan perundang undangan yang berlaku. Yulian Ambarwati, (2014).

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono,2001). Sehingga defenisi kualitas layanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen thiptono, (2007).

Lebih lanjut, Laksana, (2008) menjelaskan bahwa kualitas dapat juga didefinisikan sebagai tingkat mutu yang diharapkan dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (Kotler,2002). Dalam shandy putro, dkk (2014). Lewis & Booms Tjiptono dan Chandra, (2005) menyatakan bahwa kualitas layanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan sesuai dengan ekspetasi pelanggan dalam maulana (2016).

Standar kualitas pelayanan menurut Lupiyoadi (2004) dalam Yulian (2014) adalah tingkat keaktifan bank atau karyawan dalam melayani calon pelanggan, tingkat keramahan bank atau karyawan dalam menghadapi calon pelangan, tingkat kejelasan produk yang ditawarkan oleh bank kepada calon pelanggan, dan tingkat demonstrasi yang diajukan oleh bank terhadap calon nasabah.

Menurut Kasmir, (2014) dalam Yunni dkk, (2018) *customer service* adalah setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditujukan untuk memberikan pelayanan yang diberikan seseorang sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan. Salah satu bagian yang bertugas melayani para pelanggan ialah *customer service* yang berfungsi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Persaingan perbankan pada saat ini sangat ketat dan menuntut setiap bank tetap mempertahankan dan mendapatkan pelanggan baru. Faktor pelayanan merupakan hal yang penting dan tidak dapat dihindari oleh bank, karena bisnis perbankan tergolong dalam bisnis jasa (*service*). Sesungguhnya bank-bank yang selalu memberikan layanan lebih baik yang akan menjadi pilihan pelanggan dalam bertransaksi. (Falla Ilhami Saputra, 2013)

Adapun fungsi *customer service* menurut Kasmir, (2014) dalam Yunni (2018) adalah sebagai resepsionis *customer service* yang berfungsi sebagai penerima tamu yang datang ke Bank, sebagai deskman *customer service* berfungsi sebagai orang yang melayani berbagai macam aplikasi, sebagai salesman *customer service* berfungsi sebagai orang yang membina hubungan baik dengan seluruh pelanggan, sebagai komunikator *customer service* berfungsi sebagai orang yang menghubungi pelanggan dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungannya antara bank dengan pelanggan. *Customer service* memegang peranan sangat penting disamping memberikan pelayanan juga sebagai pembina hubungan dengan masyarakat atau *public relation*. (Yunni Rusmawati, dkk. 2018)

Customer service sebagai ujung tombak perusahaan dalam melayani pelanggan atau pelanggan dan menjual produk dan jasa yang ditawarkan, merupakan divisi terdepan dalam memberikan *service* kepada pelanggan. *customer service* harus dapat memelihara komunikasi yang cepat dan baik biasanya *customer service* menepati suatu ruangan yang strategis sehingga memudahkan pelanggan untuk mencari atau mendapatkan informasi. (Puji Haryanti, Rahmy Utari. 2013).

Terkait dengan pentingnya pelayanan terhadap konsumen sebagai pelanggan perusahaan, maka Bank Sumut sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dalam jasa keuangan dituntut untuk kreatif dan inovatif menciptakan kepuasan pelanggan melalui pelayanan pelanggan yang baik. Dengan strategi pelayanan konsumen yang unggul, Bank Sumut dapat bersaing dalam industri jasa keuangan.

Bank Sumut beroperasi di Sumatera Utara dengan beberapa cabang pembantu, salah satunya adalah Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu (KCP) Marendal. Pelanggan yang bertansaksi dan menabung di Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu (KCP) berfluktuasi setiap tahunnya seperti ditunjukkan pada tabel, dapat dilihat pada Tabel 1.1

Tabel 1.1
Pelanggan Tahun 2018-2020

Tahun	Jumlah (Pelanggan)
2016	9,924
2017	9,870
2018	11,548
2019	10,905
2020	11,601

Sumber: Bank Sumut KCP Marendal, 2020

Pada Tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa jumlah pelanggan yang menabung dan bertransaksi di Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu (KCP) Marendal pada tahun 2016 sebanyak 9,924 pelanggan. Tahun 2017 pelanggan yang menabung dan bertransaksi naik menjadi 9,870 pelanggan. Dan pada tahun 2018 meningkat menjadi 11,548 pelanggan atau naik sebesar 14,5%. Pada tahun 2018 sampai 2020 terjadinya Fluktuasi, di tahun 2019 jumlah pelanggan mengalami penurunan sebesar 10,905 dan pada tahun 2020 mengalami kenaikan sebesar 11,601. maka jumlah pelanggan Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Marendal menunjukkan bahwa fungsi pelayanan konsumen perlu mendapat perhatian dalam rangka menarik minat dan kesetiaan pelanggan.

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, peneliti ingin melakukan penelitian tentang kualitas pelayanan dengan judul: Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Customer Service*) Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Marendal.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut: Apakah kualitas pelayanan (*customer service*) berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Marendal.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (*customer service*) terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Marendal.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Bagi Objek Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumber informasi bagi pimpinan PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Marendal dalam merancang strategi pelayanan konsumen untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

b. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan penulis khususnya bidang pelayanan konsumen

c. Bagi Penelitian Sejenis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi atau bahan pustaka dalam penelitian berikutnya yang sesuai dengan topik penelitian