

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era globalisasi ini terdapat berbagai macam bank konvensional yang menjadi pilihan masyarakat untuk menggunakan jasanya. Di Indonesia terdapat dua jenis bank, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Berbagai persaingan begitu terlihat di antara bank demi menarik nasabah untuk menggunakan jasa bank tersebut. Bank dikatakan memiliki kualitas baik jika berbagai aspek pelayanan yang diberikan kepada nasabah juga baik. Kualitas dan pelayanan merupakan faktor yang dapat digunakan untuk memenangkan persaingan antar bank konvensional karena dengan memberikan kualitas dan pelayanan yang baik, nasabah akan selalu mengunjungi serta menggunakan jasa dan produk perusahaan. Citra perusahaan tentunya juga sangat penting untuk dijaga dan dikembangkan. Terdapat beberapa hal yang dapat dilakukan perusahaan seperti mendirikan *customer service*.

Menurut Moenir (2008) *customer service* adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang yang berlandaskan faktor materialnya melalui sistem, prosedur, dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai hak-haknya. Para bankir pun semakin yakin bahwa kunci sukses untuk memenangkan persaingan terletak pada kemampuannya memberikan total customer value yang dapat memuaskan nasabah melalui pelayanan yang diberikan pihak bank. Dalam memberikan pelayanan, bank tentu mewajibkan seluruh karyawan dan personal yang ada di dalamnya untuk memberikan pelayanan yang terbaik khususnya pelayanan *customer service* di karenakan *customer service* adalah seorang yang bekerja dan memiliki tanggung jawab yang lebih banyak menerima keluhan-keluhan dari nasabah. Selain itu, *customer service* lebih banyak berinteraksi terhadap para nasabah terutama mengenai produk perbankan. Dengan demikian, *customer service* harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik, agar nasabah merasa puas atas pelayanan yang diberikan.

Kualitas pelayanan informasi yang baik akan berdampak pada kepuasan nasabah setelah menerima pelayanan tersebut. Kepuasan nasabah merupakan refleksi penilaian nasabah terhadap jasa yang mereka rasakan pada waktu tertentu atau bisa dikatakan sebagai pengalaman sejati atau keseluruhan kesan nasabah atas pengalamannya menggunakan jasa perbankan.

Kepuasan nasabah merupakan refleksi penilaian nasabah terhadap jasa yang mereka rasakan pada waktu tertentu atau bisa dikatakan sebagai pengalaman sejati atau keseluruhan kesan nasabah atas pengalamannya menggunakan jasa perbankan. Menurut Giese & Cote (2000) ada tiga komponen utama untuk mengukur kepuasan nasabah yaitu: (1) kepuasan nasabah merupakan respons

(emosional atau kognitif); (2) respons tersebut menyangkut fokus tertentu (ekspektasi, produk, pengalaman konsumsi, dan seterusnya); dan (3) respons terjadi pada waktu tertentu (setelah konsumsi, setelah pemilihan produk/jasa, berdasarkan pengalaman akumulatif, dan lain-lain).

Bank Central Asia (BCA) merupakan adalah bank swasta terbesar di Indonesia. Bank ini didirikan pada 10 Agustus 1955 dengan nama *Bank Central Asia NV* dan pernah menjadi bagian penting dari Salim Group. Sekarang bank ini dimiliki oleh salah satu grup perusahaan rokok terbesar di dunia, Djarum. Berdasarkan website www.bca.co.id menyebutkan bahwa per desember 2018 terdapat 19 juta rekening nasabah bca tercatat, hal ini yang membuat bank BCA sebagai salah satu bank ternama dengan jumlah nasabah terbanyak di Indonesia. Selain itu, BCA juga mendapatkan beberapa penghargaan yaitu *Excellent Service Experience Award (ESEAward) 2017* didasarkan pada hasil riset Mystery Shopping yang dilakukan dari bulan Oktober – Desember 2016. ESEAward merupakan simbolisasi kualitas pengalaman positif yang diterima pelanggan saat menikmati pelayanan perusahaan. Dalam memperoleh penghargaan ini, BCA dinilai dari berbagai aspek, mulai dari kinerja pelayanan di kantor cabang sampai kepada penilaian dari konsumennya sendiri, mengenai pengalaman konsumen yang terdiri dari *customer sense experience*, *customer mood experience*, sampai *problem solution experience*.

Bank BCA memiliki layanan baru yaitu Halo BCA dan Halo BCA Chat yang dibuat untuk memudahkan nasabah lebih efisien untuk memenuhi kebutuhan informasinya. Hal ini yang membuat kurangnya fungsional pelayanan informasi yang diberikan *customer service* Bank BCA membuat nasabah lebih memilih layanan tersebut dibanding datang dan menerima pelayanan informasi cabang bank tersebut.

Hal yang terjadi pada pelayanan *Customer Service* Bank BCA Cabang Taman Ratu Jakarta Barat ialah tidak transparan dalam memberikan informasi mengenai promo yang dimiliki dan mengenai masalah yang terjadi pada nasabah. Sehingga nasabah memilih layanan Halo BCA dan Halo BCA Chat untuk memenuhi informasinya.

Berdasarkan uraian di atas yang menjadi alasan peneliti tertarik untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan informasi *customer service* Bank BCA Cabang Taman Ratu Jakarta Barat terhadap kepuasan nasabah.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih nasabah yang mengunjungi *customer service* karena relevan dengan objek penelitian. Adapun peneliti memilih PT. Bank Centra Asia karena merupakan salah satu bank ternama dengan jumlah nasabah terbanyak yang tercatat di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai permasalahan pada kualitas pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah. Dari hasil pengamatan peneliti, maka dirumuskan masalah penelitian yaitu “*Sejauh mana Pengaruh Kualitas Pelayanan Informasi Customer service Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Central Asia Tbk Cabang Taman Ratu Jakarta Barat?*”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam melakukan penelitian dilakukan oleh peneliti bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengukur kualitas pelayanan informasi *customer service* pada PT. Bank Central Asia Tbk. Cabang Taman Ratu Jakarta Barat.
2. Untuk mengukur kepuasan nasabah pada PT. Bank Central Asia Tbk. Cabang Taman Ratu Jakarta Barat.
3. Untuk mengukur pengaruh kualitas pelayanan informasi *customer service* terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Central Asia Tbk. Cabang Taman Ratu Jakarta Barat.

1.4 Manfaat Penelitian

Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat dalam dua aspek, yaitu manfaat teoretis dan manfaat praktis.

1.4.1 Manfaat Teoretis

Adapun manfaat penelitian ini secara teoritis ialah agar dapat menambahkan pengetahuan mengenai kualitas pelayanan informasi yang dilakukan *customer service* yang mampu mempengaruhi kepuasan nasabah. Selain itu dapat menjadi tinjauan bagi penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini menjadi bahan masukan bagi PT. Bank Central Asia Tbk. Cabang Taman Ratu Jakarta Barat dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan terhadap nasabah dan memberikan rasa puas kepada nasabah.