

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Jasa bank berpengaruh penting dalam pembangunan perekonomian, karena merupakan sebuah strategi untuk memikat lebih banyak lagi nasabah yang baru, mempertahankan nasabah yang sudah ada, serta menghindari perpindahannya nasabah yang ada. Dengan menciptakan keunggulan khusus yang dapat menumbuhkan rasa kepuasan pada nasabah, maka bank yang baik harus mampu menampilkan jasa yang memiliki kualitas pelayanan yang dapat membentuk citra perusahaan yang positif. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi hal tersebut yaitu dengan memberikan kualitas pelayanan. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang diterima akan semakin tinggi tingkat kepuasannya, serta akan membuat nasabah semakin percaya kepada bank tersebut. Kualitas pelayanan yang baik dalam suatu perusahaan perbankan sudah menjadi hal wajib yang harus dimiliki oleh suatu bank.

Bank Syariah Indonesia Cabang Buleleng hadir sebagai bank yang mempunyai tujuan untuk dapat berkembang dan bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya. Hal ini mendorong bank Syariah Indonesia Cabang Buleleng untuk terus menerus meningkatkan jasa perusahaannya. Dengan cara memberikan kualitas pelayanan yang dapat membentuk citra yang baik dimata masyarakat dan menumbuhkan rasa kepuasan pada nasabah, hal tersebut merupakan tujuan bagi setiap perusahaan.

Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Buleleng masih ada hal hal yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Berdasarkan hasil observasi, peneliti menemukan beberapa permasalahan pada bank yakni jumlah *Teller* hanya ada satu dan *Customer Service* hanya satu, sehingga pada saat nasabah ramai melakukan transaksi di *Teller* itu membuat nasabah menunggu lama karena kurangnya sumber daya manusia pada bank. Bagian *Costmer Service* kurang mampu menjelaskan produk mikro yang ada di BSI sehingga kurang meyakinkan kepada nasabah, hal tersebut yang membuat ketidakpuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan. Sebaiknya bagian *Costumer Service* perlu memperluas wawasan di bidang perbankan mengenai jenis jenis produk mikro agar dapat membantu nasabah dan dapat memberikan informasi yang jelas bagi nasabah. Bagian *Customer Service* kurang cepat dan ramah dalam memberikan layanan sehingga nasabah kurang puas dengan pelayanan yang diberikan.

BSI Cabang Buleleng selalu berusaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabahnya supaya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan sehingga nasabah tetap loyal kepada bank, namun ada beberapa keluhan yang dialami oleh nasabah pada tahun 2022-2024 seperti dibawah ini:

Tabel 1. 1
Keluhan Nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Buleleng

No.	Jenis Keluhan	Tahun		
		2022	2023	2024
1	Pelayanan <i>Costumer Service</i> kurang cepat dan kurang ramah	10	8	11
2	Kekurangan jumlah pegawai <i>Teller</i>	6	7	5
3	Kelemahan sistem dalam pengimigrasian aplikasi dari BSI Mobile Banking ke Byond by BSI	-	-	30
Total		16	15	46

Sumber : BSI Cabang Buleleng

Berdasarkan data dari Tabel 1.1, dapat dilihat bahwa adanya ketidakpuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan BSI Cabang Buleleng sehingga hal tersebut mempengaruhi kepuasan dan juga citra yang dimiliki oleh Bank Syariah Indonesia Cabang Buleleng. Perbankan syariah yang bergerak di bidang jasa dan pelayanan dituntut untuk melakukan peningkatan dan perbaikan dalam memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah. Perbankan syariah harus memberikan pelayanan yang *personalized* dan *profesional* sehingga kepuasan nasabah dapat terbangun, hal ini diperlukan agar dapat bersaing dengan perbankan konvensional (Atmaja, dkk 2018).

Kepuasan nasabah diartikan sebagai respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja yang telah dilaksanakan oleh sebuah pihak perusahaan maka ujung-ujungnya akan berakhir sampai pada rating yang akan diberikan oleh pelanggan atau nasabah mengenai rasa kepuasan mereka atas yang telah dirasakan. Kepuasan nasabah sangat penting untuk dilakukan agar perasaan yang diharapkan sesuai dengan nasabah sehingga nasabah memiliki gambaran mengenai perasaannya setelah mendapatkan suatu pelayanan tertentu. Harapan dengan perasaan positif yakni harapan yang menunjukkan bahwa lain waktu para pelanggan atau nasabah akan memiliki perasaan yang melekat pada suatu produk tertentu dan berharap pelanggan datang kembali, sedangkan harapan negatif adalah harapan yang memiliki gambaran bahwa pelanggan atau nasabah tidak akan datang dan melakukan transaksi kembali (Danish, 2018). Tingkat kepuasan dari para pelanggan juga menjadi gambaran sebagai pengingat bagi pihak bank dengan tujuan agar dapat terus meningkatkan kualitas pelayanan mereka guna memberikan kepuasan bagi para nasabah. Menurut

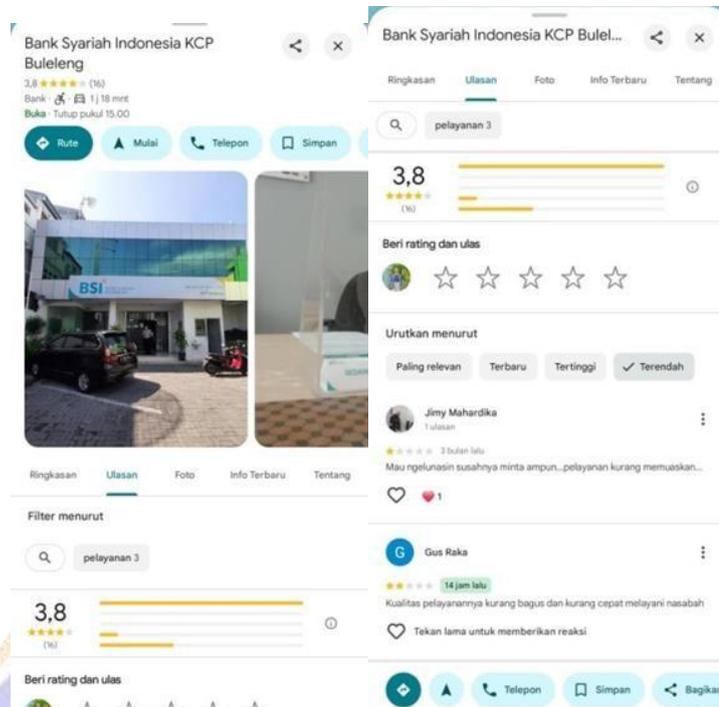
Parasuraman (2013) memaparkan bahwa suatu kualitas dalam layanan sering dijadikan sebagai suatu perbandingan diantara pelayanan yang memang telah diharapkan sejak awal dan pelayanan yang diterima secara kasat mata oleh para nasabah berusaha secara maksimal agar nantinya juga dapat mendapatkan kepuasan nasabah yang sangat maksimal juga yakni dengan menyediakan sebuah pelayanan yang diyakini sangat berkualitas. Dan semakin seiringnya zaman maka persaingan yang terjadipun juga semakin ketat dan banyak tuntutan dari lembaga penyedia jasa agar dapat selalu memberikan pelayanan yang sangat baik kepada semua pelanggan sehingga pelanggan dapat merasa betah dengan kita karena sudah sepantasnya sebagai suatu pelanggan, mereka akan selalu mencari suatu produk barang beserta jasa dari berbagai perusahaan dengan tujuan untuk mencari pelayanan yang terbaik untuk dirinya (Assauri, 2013).

Kualitas dari sebuah pelayanan itu merupakan suatu komponen dalam perusahaan yang sangat penting dalam mengubah persepsi milik konsumen, dan juga sangat penting bagi kepuasan semua pelanggan setia. Jadi semakin baik kualitas jasa dari perusahaan maka kedepannya akan semakin bagus pula nama perusahaan tersebut dimata konsumen, dan jadi banyak konsumen lainnya yang ingin menggunakan jasa kita. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik untuk mengukur suatu kepuasan, terdapat pula variabel lain yang mempengaruhi kepuasan dari nasabah yaitu berupa citra perusahaan. Citra perusahaan adalah kesan umum yang dimiliki oleh pelanggan, pemangku kepentingan, dan masyarakat umum mengenai suatu perusahaan atau merek. Citra ini dipengaruhi oleh kualitas produk dan layanan, perilaku perusahaan, dan komunikasi perusahaan. Citra perusahaan melibatkan persepsi tentang kualitas, kecerahan,

keunggulan, dan citra lainnya yang dikaitkan dengan perusahaan atau merek tersebut. *ean-Noël Kapferer* (2012) Citra perusahaan adalah kesan yang dimiliki oleh pelanggan dan masyarakat umum tentang suatu perusahaan atau merek. Citra ini mencerminkan identitas, nilai-nilai, dan kepribadian perusahaan atau merek, serta dapat mempengaruhi persepsi pelanggan dan keputusan pembelian. *Meilani,dkk* (2019) membuktikan dalam penelitiannya bahwa citra perusahaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan atau nasabah. Citra perusahaan adalah sebuah proses (*MacInnis dan Price dalam Aydin dan Ozer, 2005*). Berawal dari ide, perasaan dan pengalaman mengkonsumsi perusahaan yang didapat dari ingatan dan diubah kedalam citra mental (batin) (*Yullie dan Catchpole dalam Aydin dan Ozer, 2005*). Untuk menciptakan suatu image perusahaan yang positif atau yang baik dapat dilakukan dengan membantu pelanggan melihat keistimewaan produk melalui cara yang terbaik, melakukan apa saja yang mungkin untuk menampilkan image positif dari perusahaan serta layanan dan mengembangkan hubungan yang mampu membuat pelanggan merasa diistimewakan dan dihargai secara pribadi.

Kotler dan Amstrong (2018:43) berpendapat bahwa ulasan, baik itu foto atau video hingga tulisan memiliki peran dalam membentuk pengalaman pelanggan terhadap suatu perusahaan. Review atau ulasan berperan penting dalam membentuk persepsi pelanggan mengenai citra dari suatu perusahaan. Melalui adanya ulasan, pelanggan dapat membagikan pengalaman positif maupun negatif yang mereka rasakan yang kemudian menjadi bahan pertimbangan bagi calon nasabah lain. Hal tersebut juga berlaku bagi Bank Syariah Indonesia Cabang Buleleng, dimana ulasan yang didapatkan menjadi cerminan terhadap kualitas

pelayanan dan citra perusahaan yang tentu akan berpengaruh terhadap kepuasan dari nasabah.



Gambar 1. 1
Ulasan Nasabah pada Bank Syariah Indonesia Cabang Buleleng
Sumber: google.com

Berdasarkan dari ulasan yang ada di *Google Review*, terlihat bahwa *rating* dari ulasan Bank Syariah Indonesia Cabang Buleleng memiliki nilai yang belum maksimal. Dari keseluruhan 10 ulasan BSI Cabang Buleleng mendapatkan 6 ulasan negatif mengenai kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah. Hal tersebut membuat BSI Cabang Buleleng mendapatkan skor penilaian 3,8 dari 5,0. Komentar negatif yang didapatkan tersebut menunjukkan bahwa pelayanan jasa dan citra dari BSI Cabang Buleleng belum mampu memberikan kepuasan kepada nasabah. Ulasan negatif tentunya dapat membawa dampak signifikan terhadap citra perusahaan. Nasabah yang melihat adanya ulasan negatif akan menyebabkan

nasabah dapat berpikir ulang untuk menggunakan jasa pelayanan dari BSI Cabang Buleleng atau bahkan akan beralih ke layanan Bank lainnya.

Berkembangnya teknologi yang sejalan dengan persaingan yang semakin kompetitif tentunya menuntut BSI Kcp Buleleng untuk dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan. Pentingnya pelayanan kepada nasabah tentunya perlu diperhatikan oleh perusahaan agar nasabah dapat merasakan kepuasan dan hal ini juga dapat membangun citra yang baik di mata para nasabah. Seseorang yang merasa terpenuhi dengan suatu pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tentunya akan terdorong untuk tetap menggunakan layanan yang telah ditawarkan. Kotler dan Keller (2016: 157) menerangkan bahwa kualitas layanan yang tinggi akan menghasilkan kepuasan pelanggan yang tinggi, sehingga akan dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan citra yang baik di mata nasabah. Memiliki kualitas pelayanan yang tinggi tentu akan memudahkan perusahaan untuk dapat memenuhi ekspektasi nasabah, menciptakan kepuasan dan memenangkan persaingan.

Penulis juga memutuskan untuk mengambil judul penelitian ini dikarenakan adanya kesenjangan penelitian terdahulu di masing-masing variabel. Hasil dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Masili,dkk (2022) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Caniago,dkk (2022) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Mahira,dkk (2021) dalam penelitiannya juga menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan pelanggan. Namun hasil ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan

oleh Budiarno,dkk (2022) dengan pernyataan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian serupa yang dilakukan oleh Ibrahim dkk (2019) dengan pernyataan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu hasil penelitian yang dilakukan oleh Purnama,dkk (2019) menyatakan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani,dkk (2023) juga menyatakan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Namun hasil penelitian ini bertolak belakang dengan hasil oleh Sholiha,dkk (2019) yang menyatakan bahwa citra perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Buleleng**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan oleh penulis, maka dapat diidentifikasi permasalahannya yaitu sebagai berikut.

1. Adanya penurunan kepuasan nasabah yang dirasakan oleh nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Buleleng
2. Adanya permasalahan terkait kualitas layanan yang diberikan oleh *Teller* dan *Costumer Service* yang kurang cepat dalam melayani nasabah
3. Adanya gap/kesenjangan hasil penelitian yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah.

1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, maka penulis melakukan pembatasan masalah dengan memfokuskan penelitian sebagai berikut.

1. Variabel penelitian hanya terdiri dari tiga variabel yaitu kualitas pelayanan dan citra perusahaan sebagai variabel bebas, dan kepuasan nasabah sebagai variabel terikat.
2. Penelitian ini dilakukan pada Bank Syariah Indonesia Cabang Buleleng dengan subjek penelitian yaitu semua masyarakat yang menjadi nasabah dan menabung di Bank Syariah Indonesia Cabang Buleleng.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian, identifikasi masalah penelitian dan pembatasan masalah, maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Cabang Buleleng?
2. Bagaimana pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Buleleng?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Cabang Buleleng?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Cabang Buleleng.
2. Menguji pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Buleleng.
3. Menguji pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Buleleng.

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan memberikan manfaat serta memperdalam ilmu pengetahuan khususnya pada bidang manajemen pemasaran tentang pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Cabang Buleleng.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh pihak Bank Syariah Indonesia Cabang Buleleng sebagai tambahan informasi dan pertimbangan atau masukan untuk menentukan kebijakan mengenai pentingnya kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Buleleng.