

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dan peningkatan jasa pelayanan pada perusahaan dari tahun ketahun semakin menjadi pusat perhatian masyarakat, sehingga perusahaan dihadapkan pada persaingan yang semakin ketat. Terdapat berbagai tantangan dan peluang yang bisa diperoleh oleh setiap perusahaan, sehingga perusahaan dituntut untuk dapat bekerja keras secara strategis dengan memanfaatkan peluang dan sumber daya yang ada.

Dalam bisnis perbankan untuk dapat memenangkan persaingan perusahaan bukan hanya dituntut untuk memberikan kualitas pelayanan yang prima saja, tetapi perusahaan dituntut untuk mencari cara bagaimana bank yang bersangkutan dapat memperoleh kepercayaan dari masyarakat. Kepercayaan merupakan pondasi dari sebuah bisnis, karena suatu transaksi bisnis antara dua pihak atau lebih akan terjadi apabila masing-masing pihak saling mempercayai.

Dengan kondisi tersebut, kini telah terjadi pergeseran strategi pemasaran yang berorientasi pada pelanggan. Dengan demikian strategi pemasaran yang berorientasi pada pelanggan ini membuat perusahaan tersebut harus memahami dengan baik perilaku maupun kebutuhan pelanggan untuk dapat mencapai kepuasan pelanggan. Dari sekian banyaknya perusahaan lembaga keuangan yang ada, salah satu yang memiliki pengaruh besar dalam perekonomian Indonesia saat ini adalah Bank.

Bank merupakan suatu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat baik dalam bentuk kredit maupun bentuk yang lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat (Kasmir, 2016:3). Masyarakat sangat membutuhkan kehadiran bank sebagai sarana penyimpanan maupun sarana dalam membantu usaha.

Tujuan utama usaha yang dilakukan perusahaan dalam bidang perbankan adalah untuk dapat menunjang kepuasan dari para nasabah atas pelayanan jasa yang telah diberikan. Kepuasan merupakan sebuah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk dan jasa yang diperoleh terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan (Kotler, 2014:150). Kepuasan nasabah sangat penting dalam membentuk citra perusahaan. Pembentukan sikap yang baik diperlukan agar para nasabah memiliki kepuasan kepada perusahaan agar terus dapat dipertahankan, karena persaingan didunia perbankan sangat ketat sehingga diperlukannya pendekatan dari berbagai segi untuk dapat menarik minat para nasabah. Apabila kepuasan nasabah tidak dapat dijaga dengan baik maka nantinya bank tersebut akan dapat kalah bersaing dengan bank yang lainnya dan akhirnya nasabah pada bank tersebut bisa berpindah kepada bank lainnya.

Salah satu cara untuk menciptakan kepuasan nasabah yaitu dengan melalui peningkatan kualitas pelayanan, karena pelanggan merupakan fokus utama ketika kita mengungkap tentang kepuasan dan kualitas nasabah. Persoalan kualitas sudah menjadi harga yang harus dibayar oleh perusahaan agar tetap

dapat bertahan dalam bisnisnya. Kualitas pelayanan mengidentifikasi upaya dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas layanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas layanan yang telah mereka terima dari perusahaan.

Kualitas pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh perusahaan perbankan kepada para konsumen (Kotler, 2009:69). Seperti yang kita ketahui bahwa masalah adalah ketidaksesuaian suatu keadaan dengan apa yang diinginkan. Begitu juga dalam dunia perbankan, perkembangan teknologi yang semakin maju membuat membuat keunggulan suatu produk sulit untuk dipertahankan, karena pada dasarnya produk lebih mudah untuk ditiru. Oleh karena itu, pelayanan yang baik dan kualitas yang sesuai dengan yang diinginkan dan diharapkan nasabah harus berjalan sesuai dengan target yang diharapkan para nasabahnya.

Persaingan usaha dalam bidang perbankan terutama di negara-negara yang sedang berkembang sangat cepat. Kualitas pelayanan harus diberikan kepada konsumen dengan kualitas yang baik. Kualitas pelayanan terhadap nasabah tersebut dapat berupa kecepatan dan ketepatan waktu dalam melayani nasabah, tanggap terhadap setiap keluhan pelanggan, serta memberikan pilihan atau keputusan yang tepat. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan sangat penting bagi suatu perusahaan karena mampu meningkatkan jumlah nasabahnya.

Selain kualitas pelayanan faktor lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah salah satunya adalah reputasi. Kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah akan membawa dampak terhadap reputasi perusahaan itu

sendiri. Reputasi perusahaan merupakan cara pandang atau persepsi konsumen terhadap suatu perusahaan, baik yang berada didalam ataupun diluar perusahaan (Rofifah, 2015:27). Perusahaan yang memiliki pengaruh positif pada penilaian pasar akan membuat pihak luar seperti investor lebih percaya untuk menanamkan sejumlah modal atau dananya (investasi) kedalam perusahaan perbankan tersebut. Sisi positif dari kondisi tersebut adalah apa yang akan dibangun perusahaan untuk mendapatkan kepercayaan dari investor juga diharapkan dapat memperoleh kepercayaan pula dari konsumen, karena reputasi perusahaan ini merupakan sebuah keterkaitan perusahaan dengan sejarah atau riwayat perusahaan atas dasar aktivitas usaha dengan pihak lain.

Seperti halnya Bank Kaltimara yang merupakan sebuah bank daerah yang terletak di Kalimantan Timur dan Utara merupakan sebuah perbankan yang selalu berusaha meningkatkan kualitas pelayanan kepada para nasabahnya agar merasa puas dengan pelayanan yang telah diberikan. Pada tahun 2019 perusahaan Bank Kaltimara terus berusaha memperluas jaringan kantor dan peningkatan pelayanan berbasis online didaerah pelosok Provinsi Kaltara, hal ini dilakukan agar dapat mempermudah dan dapat memberikan kenyamanan pelayanan terhadap para nasabah, sehingga reputasi dari Bank Kaltimara pun selalu tetap terjaga dimata masyarakat.

Penelitian ini dilakukan karena pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Bagus Tri Leksono (2009) dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Kartu BPD Card Cabang Utama Semarang”, hasil dari penelitian yang telah dilakukan

menunjukkan bahwa variabel kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah.

Kemudian penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Rofifah Mau'idzah Hasanah (2015), dengan judul penelitian “Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Internet Banking”, hasil dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel reputasi perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah.

Berdasarkan latar belakang dan dari beberapa penelitian yang telah diuraikan di atas, penulis tertarik untuk menggabungkan ketiga variabel yaitu variabel kualitas pelayanan, reputasi dan kepuasan nasabah untuk dapat dilakukan sebuah penelitian, apakah reputasi perusahaan dan kualitas pelayanan merupakan sebuah faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah untuk dapat tertarik dalam melakukan kegiatan ekonominya di Bank Kaltimara, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Reputasi Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Kaltimara Samarinda”**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat ditentukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Kaltimara Samarinda?
2. Apakah reputasi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Kaltimara Samarinda?

3. Apakah kualitas pelayanan dan reputasi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Kaltimtara Samarinda Secara Simultan?

C. Batasan Masalah

Batasan masalah digunakan untuk menghindari adanya pelebaran pokok masalah agar penelitian yang dilakukan lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian lebih mudah tercapai. Oleh karena itu, beberapa batasan masalah yang terdapat dapat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Lokasi penelitian yang dilakukan bertempat di Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Provinsi Kalimantan Timur.
2. Objek penelitiannya adalah seluruh karyawan Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Provinsi Kalimantan Timur yang telah menjadi nasabah Bank Kaltimtara.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian adalah aspek-aspek yang ingin diperoleh dalam penelitian. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Kaltimtara Samarinda
2. Untuk mengetahui pengaruh reputasi terhadap kepuasan nasabah Bank Kaltimtara Samarinda
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan reputasi terhadap kepuasan nasabah Bank Kaltimtara Samarinda Secara Simultan

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan ini di harapkan dapat berguna sebagai bahan untuk menambah pengetahuan dan dapat dijadikan bahan untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan ini diharapkan dapat berguna bagi pihak-pihak yang terkait, yaitu:

a. Bagi Penulis

Manfaat yang diharapkan bagi penulis dalam penelitian ini adalah dapat menambah wawasan dan pengetahuan yang lebih mendalam mengenai pengaruh antara variabel kualitas pelayanan dan reputasi bank terhadap kepuasan nasabah.

b. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan agar dapat lebih mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan reputasi bank terhadap kepuasan nasabah, sehingga perusahaan dapat terus meningkatkan kinerjanya dan dapat bertahan di persaingan perbankan.

c. Bagi masyarakat

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan menambah pengetahuan masyarakat serta dapat menjadi refrensi untuk penelitian selanjutnya.