

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pelayanan yang diberikan oleh seluruh karyawan dan pimpinan adalah untuk meningkatkan jumlah pelanggan atau nasabahnya, baik secara kuantitas maupun kualitas. Secara kuantitas artinya jumlah nasabah bertambah cukup signifikan dari waktu ke waktu, sedangkan secara kualitas artinya nasabah yang didapat merupakan pelanggan yang produktif (melakukan transaksi banyak dan terus menerus) yang mampu memberikan laba bagi perusahaan. Artinya pelanggan atau nasabah terus menambah jumlah dan jenis produk yang dibeli atau dikonsumsinya dari waktu ke waktu.

Untuk mencapai tujuan tersebut dapat dilakukan dengan berbagai cara dan salah satunya dengan memberikan kepuasan pelanggan atau nasabah. Kepuasan pelanggan atau nasabah menjadi sangat bernilai bagi perusahaan, sehingga tidak heran selalu ada slogan yang mengatakan bahwa pelanggan adalah raja, yang perlu dilayani dengan sebaik-baiknya. Demikian sebaliknya pula dengan meningkatkan kepuasan pelanggan, jumlah pelanggan akan ikut meningkat pula.

Meningkatkan tingkat persaingan antar bank saat ini membuat bank semakin berlomba-lomba untuk mendapatkan nasabah dengan cara meningkatkan pelayanan dan kinerja secara optimal. Peningkatan pelayanan dan kinerja tersebut tentunya diharapkan dapat meningkatkan kepuasan nasabah serta meningkatkan loyalitas dari nasabah itu sendiri.

Dalam dunia perbankan, sabir mengatakan persaingan bank yang kompetitif bisa meningkatkan keuntungan melalui penyediaan layanan yang superior kepada nasabah mereka. Elemen kunci dari kepuasan sifat hubungan antara pelanggan, penyedia produk dan layanan. Dengan demikian, baik produk dan kualitas layanan biasanya dicatat sebagai prasyarat penting untuk memuaskan pelanggan dan menahan diharga.

Dimensi kualitas pelayanan yang dikembangkan Cronin et al. dibagi menjadi lima dimensi diantaranya *tangibles*, *reability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*. Cronin et al menyebutkan bahwa SERVQUAL dapat membantu layanan dan organisasi pengecer dalam menilai harapan pelanggan dan persepsi kualitas layanan. Ini focus pada bidang inti dimana manajer perlu memperhatikan dan bertindak untuk meningkatkan kualitas pelayanan.

Menurut Moenir dalam Nashar(2020:12) pelayanan proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang yang dilakukan secara langsung. Pelayanan merupakan unsur yang tidak bisa dilepaskan dari suatu produk, baik pelayanan produk sebagai inti (jasa murni) maupun pelayanan sebagai pelengkap.

Seringkali tanpa disadari jumlah pelanggan terus meningkat, baik jumlah maupun kualitas dari waktu ke waktu. Hal ini disebabkan karyawan maupun perusahaan terus berusaha mempertahankan pelayanan terbaiknya dan berusaha untuk memperbaiki setiap kekurangan dan kesalahan. Perbaikan terus dilakukan sesuai dengan berbagai kondisi perkembangan yang terjadi misalnya perkembangan, persaingan, teknologi, lingkungan masyarakat dan perilaku pelanggannya.

Menurut Philip Kotler dalam Nashar(2020:4) kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk/jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan

Loyalitas merupakan besarnya konsumsi dan frekuensi pembelian yang dilakukan oleh seorang konsumen terhadap suatu perusahaan. Mereka berhasil menemukan bahwa kualitas keterhubungan yang terdiri atas kepuasan, kepercayaan, komitmen mempunyai hubungan positif dengan loyalitas.

Loyalitas memberi pengertian yang sama atas loyalitas merek dan loyalitas pelanggan. Loyalitas merek mencerminkan loyalitas pelanggan terhadap merek tertentu. Akan tetapi, apabila pelanggan dipahami secara sama dengan konsumen, loyalitas konsumen lebih luas cakupannya daripada loyalitas merek karena loyalitas konsumen mencakup loyalitas terhadap merek.

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani dalam Indrasari(2019: 63) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan, dalam kualitas pelayanan ada beberapa dimensi, yaitu tangible (bukti fisik), reliability (keandalan), responsive (daya tanggap), assurance (jaminan) dan empathy (empati). Fasilitas ATM yang tersebar diseluruh Indonesia, yang memudahkan nasabah dalam mengambil dan menyetor setiap harinya tanpa dibatasi ruang dan waktu.

Peneliti mengambil objek penelitian ini pada PT. Bank Sumut Cabang Kabanjahe merupakan perusahaan milik swasta. Bank Smut adalah sebuah perusahaan swasta yang bergerak dalam bidang penyedia jasa layanan *assurance* yang dilakukan antara nasabah dan karyawan bank sumut dan sudah mempunyai banyak cabang di berbagai daerah yang senantiasa memberikan kualitas pelayanan yang baik dalam meningkatkan kebutuhan masyarakat.

Menurut hasil pengamatan yang telah dilakukan oleh peneliti terdapat permasalahan yang terjadi pada kualitas pelayanan yaitu nasabah merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan karyawan dalam melayani nasabah, sehingga membuat nasabah bosan dalam melakukan transaksi, dan pelayanan karyawan pada nasabah masih kurang baik sehingga membuat nasabah kurang menyukai pelayanan bank sumut.

Permasalahan lainnya adalah Kepuasan Nasabah, kurang puasnya nasabah terhadap ATM Bank sumut, karena masih seringnya terjadi permasalahan ketika melakukan transaksi melalui ATM, bahkan ketika nasabah ingin bertransaksi di ATM uang di mesin ATM kosong sehingga membuat nasabah kesusahan ketika bertransaksi.

Seperti halnya *Automatic teller machine* (ATM) telah menjadi alat pembayaran, kartu ATM mencatat transaksi paling tinggi. Pada saat pertama kali diperkenalkan pada tahun 1987 oleh Bank Niaga, fungsi ATM hanya sebatas penarikan tunai. Tapi kini, fungsi ATM telah mampu menggantikan fungsi uang sebagai alat pembayaran. Melalui ATM nasabah dapat membayar listrik, pajak

bumi dan bangunan, telepon, pulsa handphone, pembelian barang dengan angsuran, dan berbelanja kebutuhan sehari-hari.

Meningkatnya jumlah pengguna ATM disebabkan oleh banyaknya jumlah ATM dan banyaknya perbankan yang bergabung dalam jaringan ATM. Tren teknologi perbankan masih menjadikan ATM sebagai strategi utama dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Hal ini dilakukan tidak saja untuk mendapatkan fee-based income (penerimaan bank yang berasal dari jasa bank), tetapi juga memperluas jaringan. Bergabung bank-bank dalam jaringan ATM dapat menciptakan sistem pembayaran secara nasional karena pada saat ini bank dapat melakukan transaksi antar bank dengan waktu yang tidak terbatas. Manfaat yang diperoleh dengan adanya jaringan tersebut adalah peningkatan *costproductivity*, sehingga *cost transaction* menjadi lebih mudah dan efisien secara nasional. Manfaat lainnya adalah mengurangi lalu lintas kliring di Bank Indonesia.

Tabel 1.1 Komposisi Nasabah Pengguna ATM Tabungan Bank Sumut Kabanjahe

Tahun	Tidak Menggunakan ATM		Menggunakan ATM		Jumlah Nasabah(Orang)
	Jumlah(Orang)	%	Jumlah(Orang)	%	
2019	34.186	88,52	4.434	11,48	38.620
2020	39.073	86,25	6.230	13,75	45.303
2021	43.212	80,4	10.536	19,6	53.748

Sumber: Bank Sumut Berastagi tahun, 2022

Dari Tabel 1.1. terlihat walaupun terjadi peningkatan nasabah yang menggunakan ATM namun jika dibandingkan dengan jumlah nasabah, kontribusi nasabah yang menggunakan ATM masih sedikit. Hingga akhir tahun 2021 jumlah nasabah yang menggunakan ATM baru mencapai 19,60%, hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan kartu ATM oleh nasabah Bank Sumut Cabang Sibolga masih rendah, sehingga tujuan awal pengembangan ATM masih belum tercapai.

Melalui ATM, nasabah diharapkan dapat melakukan transaksi tanpa perlu datang dan mengantri di bank, namun yang terjadi masih banyak nasabah langsung di teller melakukan berbagai transaksi di bank, padahal transaksi tersebut dapat dilakukan melalui ATM, seperti penarikan uang dibawah Rp 5.000.000,-, melakukan transfer antar sesama rekening di Bank Sumut ataupun ke bank lain bahkan hanya untuk mengetahui saldo. Hal ini tentunya tidak sesuai dengan harapan bank yang telah memberikan fasilitas kartu ATM kepada nasabah sebagai bukti pelayanan yang handal.

Diwaktu kerja yang sibuk, untuk melakukan transaksi perbankan, terutama pengambilan uang secara tunai, pasti akan terjadi antrian. Hal ini menjadikan permasalahan bagi nasabah yang menggunakan jasa perbankan, apalagi di zaman modern ini dimana kemajuan teknologi dibidang elektronika telah banyak memberi manfaat baik bagi masyarakat pada umumnya maupun kalangan perbankan pada khususnya. Layanan jasa perbankan yang cepat dan praktis sangat dibutuhkan sehingga pelayanan dengan sistem tradisional yang memerlukan antrian panjang sudah tidak sesuai.

Kepuasan nasabah ditentukan oleh kualitas produk dan layanan yang dikehendaki nasabah, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi bank. Untuk kepuasan nasabah terhadap layanan ada dua hal pokok yang saling berkaitan yaitu harapan nasabah terhadap kualitas layanan (*expected quality*) dan persepsi nasabah terhadap kualitas layanan (*perceived quality*). Nasabah selalu menilai layanan yang diterima dibandingkan dengan apa yang diharapkan atau diinginkan.

Atas dasar latar belakang tersebut, maka dalam penelitian ini dapat ditarik judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan ATM (*Automatic Teller Machine*) dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Sumut Cabang Kabanjahe”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas penulis mengidentifikasi atau menguraikan apa apa yang menjadi identifikasi masalah penelitian tentang **“Pengaruh Kualitas Pelayanan ATM (*Automatic Teller Machine*) Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Sumut Cabang Kabanjahe”**.

1. Kualitas pelayanan terjadi permasalahan yaitu nasabah merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan karyawan dalam melayani nasabah, sehingga membuat nasabah bosan dalam melakukan transaksi, dan pelayanan karyawan pada nasabah masih kurang baik sehingga membuat nasabah kurang menyukai pelayanan bank sumut.
2. kurang puasnya nasabah terhadap ATM Bank sumut, karena masih seringnya terjadi permasalahan ketika melakukan transaksi melalui ATM, bahkan ketika nasabah ingin bertransaksi di ATM uang di mesin ATM kosong sehingga membuat nasabah kesusahan ketika bertransaksi.
3. Pada penggunaan ATM terjadi masih lebih banyak tidak menggunakan ATM karena sulitnya menjangkau mesin ATM, sehingga mengakibatkan ketidak sesuaian dengan diharapkan.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka peneltian dibatasi karena kemampuan dan keterbatasan penulis baik waktu, pikiran, tenaga dan biaya sehingga penulis membatasi pada loyalitas nasabah pada Bank Sumut Kabanjahe?

1.4 Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Sumut Cabang Kabanjahe?
2. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Sumut Cabang Kabanjahe?

3. Apakah kualitas pelayanan dan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas PT. Bank Sumut Cabang kabanjahe?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang hendak dicapai peneliti ini yaitu:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah
2. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah
3. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah kualitas pelayanan dan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

1.6 Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, dalam hal ini:

1. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang manajemen pemasaran berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan dan loyalitas terhadap nasabah.

2. Bagi akademik

Penelitian ini diharapkan menjadi referensi, bacaan mengenai manajemen pemasaran khususnya yang berhubungan dengan pengaruh kualitas pelayanan ATM dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah Bank Sumut Kabanjahe

3. Bagi perusahaan

Diharapkan dari hasil penelitian yang dilakukan ini dapat memberikan bahan referensi bagi perusahaan dalam memperbaiki kelemahan dan perusahaan sehingga tetap mempertahankan loyalitas pelanggan yang akan datang.