

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sektor perbankan memegang peranan penting dalam usaha pengembangan di sektor ekonomi, dan juga berperan dalam meningkatkan pemerataan pembangunan dan hasil – hasilnya . serta pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional ke arah peningkatan taraf hidup rakyat. Sebagai lembaga intermediasi, pihak perbankan membutuhkan kepercayaan dari masyarakat terutama nasabahnya sehingga kelangsungan sektor perbankan sebagai urat nadi perekonomian dapat terus berjalan. Untuk memperoleh kepercayaan dari masyarakat, maka sektor perbankan harus dikelola secara professional mulai dari segi pelayanannya, strategi pemasaran yang baik, segi keuangan yang harus dikelola dengan prinsip kehati – hatian, serta perbankan juga harus inovatif dalam menciptakan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Tumbuh dan berkembangnya bisnis perbankan tidak hanya ditandai dengan banyaknya kantor cabang yang dibuka, akan tetapi dapat dilihat dari munculnya produk – produk baru dengan segala macam atribut yang dimiliki oleh setiap bank seperti memberikan bunga yang tinggi, jaminan kredit. berbagai hadiah, fasilitas online, phone banking, Anjungan Tunai Mandiri (ATM), serta fasilitas lainnya.

Perkembangan persaingan antar bank telah mendorong bank – bank untuk meningkatkan investasi dalam teknologi perbankan. Hal ini dimaksudkan untuk

meningkatkan kualitas pelayanan dan menerapkan strategi yang tepat untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya.

Salah satu faktor yang mempengaruhi nasabah untuk memilih bank tertentu selain produk – produk yang dimunculkan oleh bank juga dipengaruhi oleh pelayanan. Faktor kualitas pelayanan merupakan kunci agar suatu bank dapat memenangkan persaingan dalam industri perbankan. Menurut Kotler (2006:147), terdapat empat variabel yang dirancang untuk mengukur kualitas pelayanan yang didasarkan pada perbedaan antara nilai harapan dengan nilai kinerja yang dirasakan oleh pelanggan/nasabah yaitu : *Jaminan*, *Kehandalan*, *Daya tanggap*, dan *Bukti langsung*. *Jaminan* adalah konsumen/pelanggan terhadap perusahaan kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas, keramah-tamahan, perkataan atau kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan. *Keandalan* adalah suatu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya. *Daya tanggap* adalah suatu respon/kesigapan karyawan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. *Bukti langsung* adalah suatu bentuk penampilan fisik, peralatan personal, media komunikasi dan hal – hal yang lainnya yang bersifat fisik. Keempat dimensi kualitas pelayanan yang bagus dan berkualitas lebih tinggi dari pesaing dapat memberikan kepuasan nasabah sehingga akan mempengaruhi pangsa pasar yang sudah diperoleh untuk dapat dipertahankan atau diperluas.