

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Lembaga perbankan memegang peranan krusial sebagai pilar stabilitas ekonomi melalui fungsinya sebagai perantara keuangan. Menurut Pikahulan (2020), entitas ini beroperasi dengan menghimpun modal dari publik dalam wujud simpanan, yang selanjutnya dialokasikan kembali melalui skema kredit maupun instrumen lainnya demi memacu pertumbuhan ekonomi dan taraf hidup masyarakat. Lebih dari sekadar penyalur dana, bank berperan aktif dalam memfasilitasi efisiensi transaksi melalui penyediaan layanan jasa keuangan yang komprehensif mulai dari mekanisme pembayaran, transfer, hingga pengelolaan giro. Dalam kapasitasnya sebagai lembaga intermediasi, bank tidak hanya menjembatani kesenjangan antara pemilik modal dan pihak yang membutuhkan pembiayaan, tetapi juga menjadi instrumen vital dalam menjaga ritme likuiditas di dalam sistem keuangan nasional.

Operasional perbankan di Indonesia berpijak pada landasan regulasi yang rigid, di mana pengawasannya dilakukan secara kolaboratif oleh Bank Indonesia selaku bank sentral dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Zaini (2015) menegaskan bahwa selain mengejar profitabilitas bisnis, institusi perbankan memikul mandat untuk menerapkan prinsip kehati-hatian serta menjaga tingkat kesehatan bank demi menjaga kestabilan sistem keuangan secara makro. Dalam struktur ini, terdapat pembagian peran yang spesifik: Bank Indonesia memegang kendali atas kebijakan makroprudensial, sementara

aspek pengawasan mikroprudensial menjadi domain OJK.

Seiring dinamika zaman, Mubarak (2025) menyoroti terjadinya pergeseran paradigma perbankan akibat gelombang transformasi digital. Definisi bank kini meluas, tidak lagi terbatas pada kantor fisik, melainkan mencakup ekosistem digitalisasi layanan melalui inovasi *electronic banking*, *mobile banking*, hingga sinergi strategis dengan sektor *fintech*. Kehadiran perbankan syariah juga memberikan dimensi baru dalam industri ini dengan memperkenalkan sistem bagi hasil yang sesuai dengan koridor hukum Islam sebagai alternatif sistem bunga konvensional. Secara komprehensif, perbankan di Indonesia dapat dipahami sebagai entitas keuangan legal yang mengemban tugas ganda: sebagai penghimpun dan penyalur modal masyarakat yang produktif, sekaligus sebagai katalisator inovasi digital yang patuh pada regulasi guna menyokong resiliensi ekonomi nasional.

Esensi dari keberhasilan institusi perbankan tidak hanya terletak pada kepatuhan regulasi, tetapi juga pada kemampuan organisasi dalam mengidentifikasi dinamika kebutuhan konsumen. Noermijatii (2022) menekankan bahwa penguasaan mendalam atas preferensi dan ekspektasi nasabah merupakan aset strategis bagi perusahaan. Dengan pemahaman tersebut, bank dapat merancang strategi pemasaran yang lebih presisi dan efektif dalam menstimulasi terciptanya kepuasan pelanggan.

Sejalan dengan hal tersebut, Tumbuan (2014) menegaskan bahwa dalam industri yang berbasis pada kepercayaan dan jasa, kepuasan nasabah adalah parameter fundamental keberhasilan. Di tengah iklim kompetisi yang semakin kompetitif, menempatkan kepuasan nasabah sebagai prioritas operasional tertinggi bukan lagi

pilihan, melainkan keharusan. Kepuasan ini merupakan manifestasi dari interaksi langsung nasabah terhadap standar pelayanan, citra institusi, serta efektivitas program pemasaran yang dijalankan oleh bank.

Dalam upaya mengoptimalkan layanan tersebut, penggunaan instrumen pemasaran yang terintegrasi menjadi sangat vital. Konsep Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) 7P diaplikasikan untuk menyelaraskan operasional bank dengan target pasar melalui tujuh pilar utama:

1. Produk (*Product*): Ragam layanan keuangan yang ditawarkan.
2. Harga (*Price*): Penentuan suku bunga dan biaya administrasi.
3. Tempat (*Place*): Aksesibilitas jaringan kantor maupun kanal digital.
4. Promosi (*Promotion*): Strategi komunikasi dan edukasi produk.
5. Orang (*People*): Kompetensi dan keramahan sumber daya manusia.
6. Proses (*Process*): Efisiensi dan kecepatan alur layanan.
7. Bukti Fisik (*Physical Evidence*): Fasilitas kantor dan antarmuka aplikasi perbankan.

Adaptasi elemen-elemen ini sangat krusial dalam sektor perbankan mengingat karakteristik jasa yang bersifat abstrak (*intangible*) dan tidak dapat dipisahkan antara produksi dan konsumsinya, sehingga memerlukan pendekatan yang berbeda dibandingkan industri barang manufaktur.

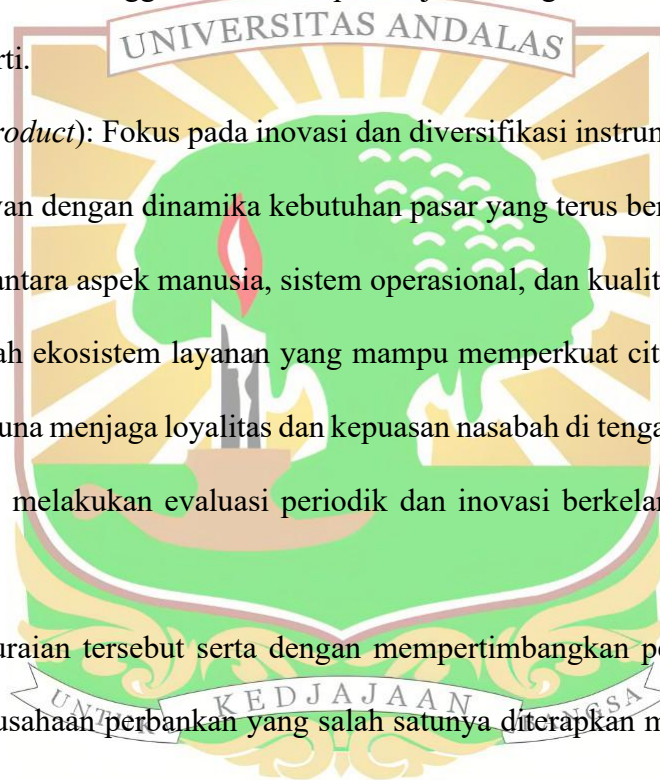
Dalam diskursus mengenai peningkatan mutu pelayanan di sektor finansial, Dewi (2023) mengemukakan bahwa kerangka kerja 3P (*People, Process, dan Product*) tetap menjadi pilar fundamental bagi bank. Sinergi antara ketiga elemen ini sangat

menentukan bagaimana nasabah mempersepsikan kualitas sebuah bank:

- Sumber Daya Manusia (*People*): Merupakan garda terdepan yang dituntut untuk memberikan layanan yang tidak hanya ramah, tetapi juga mampu memberikan solusi nyata atas kebutuhan nasabah.
- Proses (*Process*): Menekankan pada penyederhanaan birokrasi dan kemudahan akses layanan sehingga transaksi dapat berjalan dengan efisien tanpa hambatan yang berarti.
- Produk (*Product*): Fokus pada inovasi dan diversifikasi instrumen keuangan agar tetap relevan dengan dinamika kebutuhan pasar yang terus berkembang.

Keterpaduan antara aspek manusia, sistem operasional, dan kualitas produk tersebut membentuk sebuah ekosistem layanan yang mampu memperkuat citra positif institusi. Oleh karena itu, guna menjaga loyalitas dan kepuasan nasabah di tengah persaingan yang ketat, bank wajib melakukan evaluasi periodik dan inovasi berkelanjutan pada setiap dimensi 3P ini.

Berdasarkan uraian tersebut serta dengan mempertimbangkan pentingnya kualitas layanan pada perusahaan perbankan yang salah satunya diterapkan melalui pendekatan persepsi nasabah, maka penulis tertarik untuk menyusun Tugas Akhir dengan judul **“Analisis Kualitas Layanan Perbankan Berdasarkan Pendekatan Persepsi Menggunakan Indikator 3P (*People, Proses, dan Product*) dari Nasabah Bank Nagari Cabang Bukittinggi.”**



1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “*Bagaimanakah kualitas layanan Bank Nagari Cabang Bukittinggi ditinjau dari pendekatan 3P (People, Proses, dan Product)?*”

1.3 Tujuan Penulisan

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kualitas layanan Bank Nagari Cabang Bukittinggi berdasarkan pendekatan 3P (People, Process, dan Product).

1.4 Manfaat Penulisan

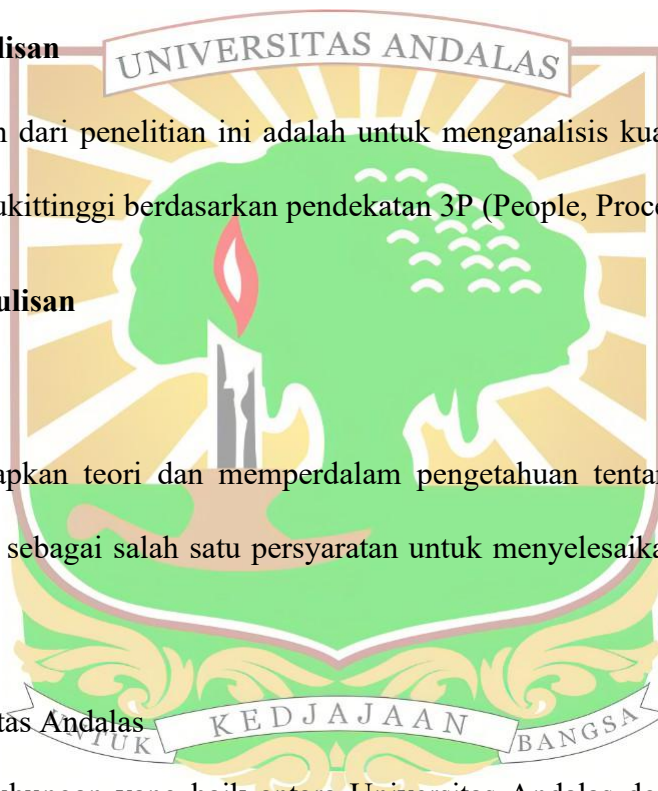
1. Bagi Penulis

Untuk menerapkan teori dan memperdalam pengetahuan tentang analisis laporan keuangan dan sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan jenjang Diploma III

2. Bagi Universitas Andalas

Terjalannya hubungan yang baik antara Universitas Andalas dengan instansi Bank Nagari Cabang Bukittinggi, sebagai tambahan sumber referensi dalam penulisan Tugas Akhir bagi perpustakaan Universitas Andalas dan mahasiswa lain.

3. Bagi Pembaca



Untuk dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan informasi untuk penilaian dan penulisan selanjutnya terutama dalam menganalisis kualitas layanan perbankan dengan menggunakan pendekatan persepsi nasabah.

4. Bagi perusahaan

Diharapkan Perusahaan bisa menggunakan hasil penelitian ini untuk pertimbangan dan masukan yang nantinya berguna bagi Perusahaan.

1.5 Tempat dan Waktu Magang

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijabarkan, penulis menetapkan Bank Nagari Cabang Bukittinggi sebagai lokasi pelaksanaan kegiatan magang. Kegiatan magang ini berlangsung selama 40 hari kerja, dimulai pada tanggal 13 Januari 2025 hingga 12 Maret 2025.

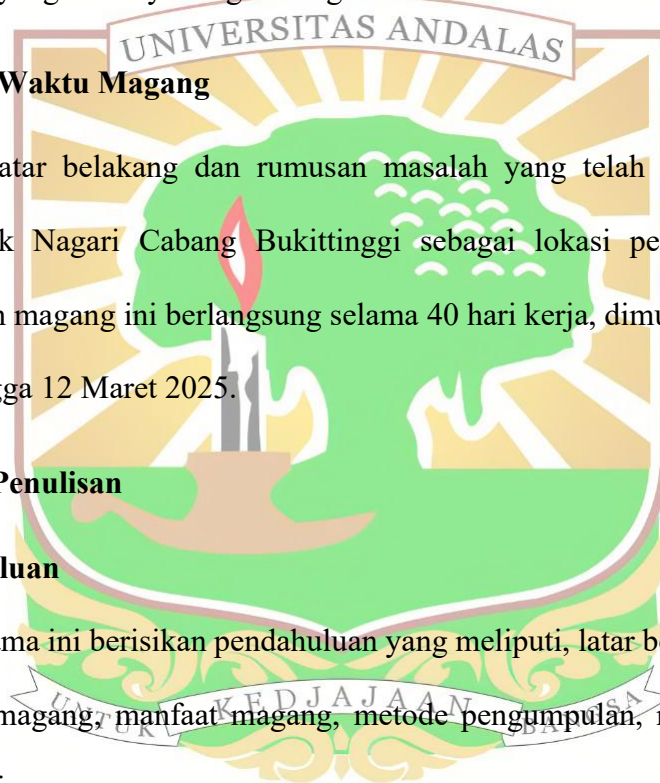
1.6 Sistematika Penulisan

BAB I: Pendahuluan

Pada bab pertama ini berisikan pendahuluan yang meliputi, latar belakang, perumusan masalah, tujuan magang, manfaat magang, metode pengumpulan, ruang lingkup serta sistematika penulisan.

BAB II: Landasan teori

Pada bab ini akan diuraikan teori-teori dasar yang diperoleh dari materi perkuliahan, jurnal, serta buku-buku pedoman lainnya yang relevan analisis kualitas layanan untuk menilai pandangan perbankan dengan pendekatan persepsi nasabah



BAB III: Gambaran Umum Perusahaan

Pada bab ini pembahasan tentang gambaran umum Bank Nagari yang meliputi sejarah singkat perusahaan, penjelasan mengenai logo perusahaan, visi dan misi perusahaan, uraian tugas dan struktur organisasi perusahaan dan aktivitas yang dilakukan oleh Bank Nagari Cabang Bukittinggi.

BAB IV: Pembahasan

Pada bab pembahasan ini membahas tentang “ANALISIS KUALITAS LAYANAN PERBANKAN BERDASARKAN PENDEKATAN PERSEPSI MENGGUNAKAN INDIKATOR 3P (PEOPLE, PROCES DAN PRODUCT) DARI NASABAH BANK NAGARI CABANG BUKITTINGGI”

BAB V: Penutup

Pada bab ini berisi tentang Kesimpulan dari penulisan tugas akhir serta saran untuk Bank Nagari Cabang Bukittinggi sebagai bahan pertimbangan guna untuk perbaikan yang akan dilakukakan di masa yang akan datang.

