

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan jasa pelayanan lembaga keuangan bank dan non bank pada umumnya dari tahun ke tahun semakin menjadi perhatian masyarakat luas. Hal itu dapat dilihat dari ketatnya persaingan pelayanan, produk dan promosi yang ditawarkan berbagai lembaga keuangan. Daya tarik (*attractiveness*) bisnis jasa keuangan cukup besar dan menjanjikan. Hal ini dapat dilihat banyaknya lembaga-lembaga keuangan baik bank maupun non bank yang menggeluti bisnis tersebut.

Selain itu juga kondisi sosial ekonomi masyarakat suatu negara yang semakin tumbuh seiring dengan keberhasilan pembangunan menyebabkan tingkat kesejahteraan meningkat sehingga menyebabkan adanya pergeseran akan kebutuhan yang harus dipenuhi. Macam kebutuhan yang semula hanya merupakan kebutuhan-kebutuhan primer (kebutuhan pokok) akhirnya meningkat ke kebutuhan sekunder bahkan kebutuhan tertier atau kebutuhan produk jasa.

Dengan demikian industri jasa seperti jasa pendidikan, rumah, sakit, asuransi, perhotelan, perbankan dan sektor industri jasa lainnya mempunyai peluang bisnis yang semakin luas dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Masyarakat yang semakin disibukan dengan berbagai kegiatan sehingga dalam mendapatkannya produk maupun pelayanan dalam memenuhi kebutuhannya cenderung praktis dan juga tidak mau terlalu banyak menyita waktu didalam melakukan transaksinya.

Dalam dunia *modern* peranan perbankan dalam memajukan perekonomian suatu negara sangatlah besar. Hampir semua sektor yang berhubungan dengan kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa bank. Kualitas pelayanan sangat penting dalam bisnis perbankan, selain menawarkan berbagai macam produk, perbaikan di sisi teknologi informasi, pelayanan fisik, dan pelayanan non fisik dimaksudkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan.

Penilaian masyarakat terhadap bank dipengaruhi oleh bagaimana masyarakat tersebut memaknai produk bank atau pelayanan yang diterima. Menurut Bedi (2010) memberikan layanan yang berkualitas tinggi adalah suatu keharusan untuk mencapai kepuasan pelanggan. Bagi pelanggan, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berasal dari layanan yang terorganisir. Secara sederhana kinerja keuangan sesungguhnya bersumber pada kesetiaan pelanggan. Pelanggan yang setia dapat menghemat biaya hingga empat sampai lima kali dibandingkan biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan pelanggan baru. Kenyataan ini menjadi tantangan tersendiri bagi dunia perbankan, yaitu bagaimana menciptakan keinginan pelanggan untuk menggunakan produk dan jasa perusahaan serta menjalin hubungan yang dekat dengan nasabahnya (Suhardi, 2006).

Masyarakat kini semakin selektif dalam memilih jasa perbankan untuk menempatkan dana yang dimiliki guna menghindari risiko kehilangan akibat buruknya kinerja suatu perbankan. Dalam hal ini, unsur kepercayaan menjadi faktor kunci bagi perusahaan untuk memenangkan persaingan. Kepercayaan juga sangat diperlukan untuk membangun dan mempertahankan hubungan jangka

panjang (Akbar dan Parves, 2009). Komitmen nasabah yang tinggi terhadap perusahaan akan menjamin kelangsungan bisnis jangka panjang.

Bisnis perbankan merupakan bisnis kepercayaan, oleh karena itu sistem pengelolaan wajib didasarkan pada prinsip kehati-hatian, agar kesehatan perusahaan tetap terjaga demi kepentingan masyarakat pada umumnya dan nasabah penyimpan dana pada khususnya. Keberadaan bank sangat penting untuk menopang dan membantu meningkatkan perekonomian masyarakat. Pertumbuhan ekonomi yang terus berkembang menuntut eksistensi dari bank untuk melayani masyarakat. Kini banyak bermunculan bank-bank baru yang menjamur di Indonesia khususnya Yogyakarta yaitu Bank Perkreditan Rakyat.

Bank Perkreditan Rakyat (BPR) merupakan lembaga perbankan yang dikenal di Indonesia yang diatur dalam ketentuan Pasal 5 ayat (1) UU No.10 tahun 1998 yang mengklasifikasikan bank dalam dua jenis yaitu Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat. Bank Perkreditan Rakyat adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran, sedangkan yang dimaksud dengan Bank Umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit, dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Bank sebagai badan usaha tetap berorientasi untuk meningkatkan laba

melalui kegiatan operasional, termasuk fungsinya sebagai *financial intermediary*, yaitu menghimpun dana dari pihak ketiga (DPK) dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit. Persaingan yang semakin ketat dan terbatasnya sumber daya manusia yang profesional menjadi hambatan bagi bank untuk menyalurkan dana pada masyarakat.

Saat ini masyarakat memiliki pengetahuan yang semakin baik mengenai pelayanan dan kepuasan sehingga apabila masyarakat merasakan ketidakpuasan terhadap pelayanan yang diterima maka pelanggan tidak segan untuk mengadukan kekecewaannya pada perusahaan yang bersangkutan. Maka dari itu sangat penting untuk memelihara kualitas pelayanan guna menciptakan kepuasan bagi nasabah. Dengan terciptanya kepuasan yang sesuai dengan keinginan pelanggan, hal tersebut secara langsung maupun tidak langsung dapat membentuk nasabah yang memiliki tingkat loyalitas yang tinggi. Memiliki nasabah yang loyal adalah harapan dari setiap bank karena akan membawa banyak keuntungan bagi perusahaan. Hubungan yang selaras antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas dapat membantu membidik target pasar dengan keterbatasan sumber daya pemasaran yang dimiliki (Kheng *et al.*, 2010).

Kepuasan dan kepercayaan pelanggan merupakan sebuah perbandingan dari apa yang diharapkan pelanggan dengan apa yang telah diterima pelanggan. Apabila yang didapatkan oleh pelanggan melebihi harapannya maka pelanggan tersebut dapat meraih kepuasan dan akan memunculkan sikap kepercayaan, dan apabila harapan pelanggan lebih tinggi dari yang didapatkan maka pelanggan tersebut belum terpuaskan bahkan sikap tidak percaya yang akan didapatkan.

Dalam hal ini industri harus mampu meningkatkan kepuasan tersebut sehingga pelanggan tidak beralih pada industri lain untuk memenuhi kebutuhannya.

Bank harus melakukan upaya pemasaran melalui penciptaan produk yang lebih inovatif dan terintegrasi sehingga nasabah akan terlayani setiap transaksi yang diperlukan dengan harga yang kompetitif, bentuk promosi yang tidak menjebak, dan tempat yang strategis dan yang terjangkau serta kualitas pelayanan yang baik. Pelayanan yang berkualitas ukurannya ada lima dimensi yaitu dimensi bukti fisik (wujud/ *tangibles*), dimensi keadilan (*reliabilitas*), dimensi ketanggapan (*responsif*), dimensi Keterjaminan (Kepastian) dan dimensi Empati (*Empathy*) (Lupiyoadi, 2006).

Industri BPR menempati peran yang cukup penting dalam perekonomian Yogyakarta terutama dalam mendorong perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Pesatnya perkembangan BPR tidak terlepas dari kunci sukses dalam memberikan pelayanan kepada usaha mikro dan kecil seperti, lokasi yang dekat dengan masyarakat, prosedur pelayanan kepada nasabah yang lebih sederhana, serta lebih mengutamakan fleksibilitas (Setyari, 2007). Kondisi ekonomi Yogyakarta yang begitu prospektif sangat mendukung untuk tumbuh dan berkembangnya BPR. Kegiatan BPR pada dasarnya sama dengan kegiatan bank umum, hanya yang menjadi perbedaan adalah jumlah jasa bank yang dilakukan oleh BPR lebih sempit (Kasmir, 2007).

Semakin memanasnya tingkat persaingan BPR dengan lembaga keuangan lainnya menuntut BPR untuk segera berbenah diri. BPR yang tidak mampu untuk menjalankan fungsinya dengan baik dapat menyebabkan kesehatan BPR tersebut

terganggu dan berujung pada proses likuidasi. Salah satu faktor penyebab BPR memiliki kondisi kurang sehat yakni persaingan antar lembaga keuangan mikro dan Bank Umum sebagai faktor eksternal dan faktor internalnya dapat disebabkan oleh tata kelola BPR yang kurang baik serta kurang kompetennya BPR dalam mengelola sumber daya manusia.

Suatu tantangan besar bagi pengelola perbankan untuk memberikan dan mempertahankan kepuasan nasabah. Cronin (2000) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Maka dari itu, untuk dapat memberikan kepuasan kepada nasabah, PD Bank Jogja harus melakukan peningkatan kualitas pelayanan. Memiliki pelanggan yang puas tidaklah cukup, pelanggan haruslah sangat puas karena kepuasan pelanggan mengarah pada loyalitas (Bowen dan Chen, 2001). Untuk bertahan hidup di industri perbankan yang kompetitif, bank harus mengembangkan strategi baru untuk memuaskan pelanggan mereka. Membangun loyalitas pelanggan bukan merupakan pilihan dalam bisnis, ini satu-satunya cara membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan yang mempengaruhi daya saing organisasi. Sebuah bank dapat membedakan dirinya dari pesaing dengan menyediakan layanan berkualitas tinggi. Pfeifer (2005) menyatakan bahwa biaya melayani pelanggan yang setia adalah lima atau enam kali lebih kecil dibandingkan pelanggan baru. Ini menunjukkan betapa pentingnya loyalitas pelanggan bagi perusahaan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PD Bank Jogja Yogyakarta?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah pada PD Bank Jogja Yogyakarta?
3. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PD Bank Jogja Yogyakarta?
4. Apakah kepercayaan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PD Bank Jogja Yogyakarta?
5. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PD Bank Jogja Yogyakarta?
6. Apakah kepuasan nasabah berperan sebagai variabel *intervening* antara kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah pada PD Bank Jogja Yogyakarta ?
7. Apakah kepercayaan nasabah berperan sebagai variabel *intervening* antara kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah pada PD Bank Jogja Yogyakarta ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PD Bank Jogja Yogyakarta.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan nasabah pada PD Bank Jogja Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PD Bank Jogja Yogyakarta.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PD Bank Jogja Yogyakarta.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada PD Bank Jogja Yogyakarta.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis kepuasan nasabah berperan sebagai variabel *intervening* antara kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah pada PD Bank Jogja Yogyakarta?
7. Untuk mengetahui dan menganalisis kepercayaan nasabah berperan sebagai variabel *intervening* antara kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah pada PD Bank Jogja Yogyakarta?

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi PD Bank Jogja Yogyakarta dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan yang mengacu pada kepercayaan, loyalitas dan kepuasan nasabahnya.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan penelitian lebih lanjut untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang pengaruh kualitas

pelayanan terhadap loyalitas nasabah dengan kepercayaan nasabah dan kepuasan nasabah sebagai variabel *intervening* khususnya pada PD Bank Jogja Yogyakarta.

3. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan pengalaman berharga untuk mengembangkan ilmu pengetahuan tentang manajemen Pemasaran khususnya yang berhubungan dengan Kualitas Pelayanan, Loyalitas, Kepercayaan dan Kepuasan Nasabah.