

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Setiap perusahaan pasti menghadapi persaingan yang ketat dalam era perdagangan yang bebas saat ini. Bisnis perbankan merupakan salah satu bisnis jasa yang berdasarkan pada azas kepercayaan sehingga masalah kualitas pelayanan dan citra merek perusahaan menjadi faktor yang sangat menentukan dalam keberhasilan bank itu sendiri. Perusahaan yang bergerak dilembaga perbankan termasuk diantaranya Bank Perkreditan Rakyat Dinar Pusaka, berupaya untuk mencapai laba yang maksimal dan meningkat dengan cara selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan oleh pesaing. Dengan demikian, hanya perusahaan yang berkualitas yang dapat bersaing dan menguasai pasar (Atmawati dan Wahyuddin, 2007).

Dengan adanya krisis moneter yang melanda Indonesia tahun 1997, masyarakat lebih berhati – hati dalam menyimpan uangnya dibank karena ada banyak bank yang terkena likuidasi yang sampai sekarang belum 100 % pulih. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari kesan kinerja dan harapan. Jika kinerja di bawah harapan, nasabah tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, nasabah merasa puas. Jika kinerja melebihi harapan, nasabah sangat puas dan senang. Banyak perusahaan berfokus pada kepuasan tinggi, karena para nasabah yang merasa puas sangatlah mudah untuk berubah pikiran bila mendapat tawaran yang lebih baik dan jika mereka merasa sangat puas maka lebih sulit untuk mengubah pilihannya.

Perusahaan pada umumnya mempunyai tujuan utama, yaitu untuk mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin. Dalam persaingan yang semakin ketat, perubahan kondisi ekonomi seperti perubahan pendapatan, daya beli, selera, kebutuhan dan keinginan masyarakat dapat mempengaruhi perilaku seseorang sebagai konsumen barang dan jasa, baik lingkungan internal maupun eksternal, sehingga perusahaan dapat tetap bertahan dan mampu bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis. Setiap perusahaan perlu memberikan perhatian yang lebih pada kualitas layanan dan citra merek, karena hal ini merupakan faktor yang sangat penting dalam hubungannya dengan kepuasan nasabah. Dengan kualitas yang baik, maka diharapkan nasabah akan tetap dan tidak akan pindah ke perusahaan lainnya. Maka dari itu diperlukan peningkatan kualitas layanan terhadap citra merek untuk mendapatkan kepuasan nasabah.

Industri jasa keuangan terutama perbankan mempunyai prospek yang cukup bagus, karena pelayanan jasa keuangan tidak terpaku hanya pada penghimpunan dan penyaluran dana, tetapi juga memberikan pelayanan untuk pembiayaan usaha. Hal ini bisa dimanfaatkan oleh pemberi jasa pelayanan jasa keuangan seperti bank untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan masyarakat sebagai pemakai jasa keuangan. Saat ini semakin banyak lembaga keuangan perbankan yang menawarkan pelayanan jasa keuangan dan promotif (peningkatan) seperti penyaluran kredit. Dengan demikian, filosofi lembaga keuangan perbankan adalah suatu lembaga yang bergerak dalam bidang penghimpunan dana dari masyarakat yang kelebihan dana untuk disalurkan kepada masyarakat yang kekurangan dana, apalagi terkait dengan hal yang telah disampaikan di atas bahwa dasar utama kegiatan perbankan adalah kepercayaan.

Perkembangan sektor industri termasuk di dalamnya jasa keuangan tidak terlepas dari tuntutan untuk tetap memperhatikan kualitas pelayanannya. Berbagai upaya telah dilakukan dalam upaya meningkatkan pembiayaan yang lebih berdaya guna, efisien sehingga dapat menjangkau semua lapisan masyarakat, meningkatkan kualitas sumber daya, membenahi peralatan dan sarana prasarana serta memperbaiki penampilan perbankan, seperti bank perkreditan rakyat. Adanya pelaksanaan pembiayaan yang berkesinambungan dan merata serta ditunjang dengan sistem informasi keuangan yang semakin mantap diharapkan derajat kesejahteraan masyarakat yang telah dicapai dapat semakin meningkat dan menjangkau seluruh rakyat Indonesia. Bank perkreditan rakyat yang selanjutnya disebut dengan BPR sebagai salah satu fasilitas pelayanan jasa keuangan memegang peranan yang cukup penting dalam pembangunan kesejahteraan masyarakat.

Tugas pokok BPR adalah melaksanakan upaya penyaluran kredit secara berdaya guna dan berhasil guna dengan mengutamakan upaya penghimpunan dan penyaluran dana yang dilakukan secara serasi dan terpadu dengan upaya peningkatan produktivitas kerja. Dalam rangka menyusun tatanan pelayanan BPR, peningkatan serta pengembangan pelayanan jasa keuangan dan fungsi BPR, Bank Indonesia menentukan Standar Pelayanan perbankan yang berisi kriteria-kriteria penting mengenai jenis disiplin pelayanan yang berkaitan terutama dengan struktur dan proses pelayanan. Selain itu, peningkatan pelayanan jasa keuangan bukanlah semata-mata ditentukan oleh tersedianya fasilitas fisik yang baik saja. Namun yang lebih penting adalah sikap mental dan kualitas profesionalisme para personil yang melayaninya.

Masih banyak BPR yang belum *consumer oriented*, belum memberikan kemudahan akses pelayanan bagi nasabah. Selain itu, Sulastomo (2000:145) menyatakan ruang tunggu dan kebersihan serta ketertiban masih berkesan “berjubel” dan “semrawut”, serta masih ditemukan sulitnya tempat parkir. Kenyataan ini membuat citra BPR di Indonesia tertinggal dibandingkan dengan bank umum. Masalah ini tidak saja dihadapi oleh manajemen BPR namun juga menjadi hal yang sering muncul di perbankan. Mengapa terjadi masalah? Karena adanya GAP / perbedaan antara harapan dan kenyataan.

BPR (Bank Perkreditan Rakyat) sebagai salah satu lembaga perbankan yang dikenal untuk melayani golongan pengusaha mikro, kecil dan menengah, harus benar-benar memperhatikan potensi-potensi yang ada agar tidak kehilangan pangsa pasarnya yang mulai dirambah oleh Bank Umum atau Lembaga Keuangan lainnya. BPR bukan hanya menghimpun dana atau tabungan dari masyarakat dan pihak ketiga tetapi, juga harus mampu menyalurkan dana tersebut dalam bentuk pemberian kredit kepada masyarakat sekitar yang membutuhkan. Oleh karenanya, BPR harus bisa menempatkan posisinya ditengah – tengah masyarakat terutama lini akar bawah masyarakat usaha kecil agar tetap bisa bersaing dari lembaga keuangan lainnya. Harus dipahami bahwa masyarakat usaha kecil inilah yang merupakan pangsa pasar utama bagi BPR. Nasabah dengan harapan memperoleh pelayanan jasa keuangan, sementara manajemen BPR umumnya berupaya untuk kesinambungan usaha nasabah.

Dalam pembiayaan keuangan, seorang direksi akan tergantung dari kapabilitas nasabah, dari jenis usaha, kemampuan, ataupun ada tidaknya agunan yang dimiliki. Dalam upaya penyaluran kredit, diperlukan informasi dari nasabah dan manajemen yang lebih banyak meluangkan waktu untuk satu orang nasabah dalam hal *informed concern* (penjelasan tentang ihwal usaha dan penanganannya serta kemampuan bayar) (Mahadewa, 2004). Kepuasan nasabah

harus diusahakan semaksimal, dipelihara, dan selalu ditingkatkan sejalan dengan perubahan tuntutan pelanggan. Pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan nasabah terlampaui. Nasabah yang puas adalah nasabah yang akan berbagi kepuasan dengan produsen atau penyedia jasa. Maka, jelaslah bahwa kepuasan nasabah harus menjadi salah satu tujuan dari setiap perusahaan.

Bank perlu menciptakan produk inovatif yang menarik minat calon nasabah untuk menjadi nasabahnya. Produk inovatif ini juga perlu memperhatikan kualitas yang baik yang dapat dirasakan oleh nasabah, karena kualitas ini dapat memberikan kepuasan yang optimal pada nasabah dan dapat menumbuhkan rasa loyalitas dari nasabah kepada bank tersebut. Nasabah mempunyai banyak pilihan untuk jasa layanan yang diinginkan guna memenuhi kebutuhannya, juga mudah untuk mendapatkan informasi yang rinci, baik dari layanan maupun citra merek yang dimiliki oleh perusahaan tersebut.

Semua informasi yang didapat akan mempengaruhi keputusannya dalam memilih jasa layanan yang cocok untuk memenuhi harapannya. Bank Perkreditan Rakyat Dinar Pusaka atau yang lebih dikenal dengan sebutan BPR Dinar Pusaka adalah salah satu dari sekian banyak BPR yang berada di Jawa Timur yang memiliki pangsa pasar yang luas. Buktinya BPR Dinar Pusaka bisa memiliki 3 kantor cabang dan 1 kantor pusat di Jawa Timur. Pasar yang relatif kecil membuat pebisnis semakin agresif merambah pasar menengah. Dari sisi geografis, dapat dilihat posisi letak PT. BPR Dinar Pusaka memang yang paling potensial untuk menggali potensi pasar. 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

(Suraswahyudi dalam Setyari, 2007). Berikut ini adalah Jangkauan pasar PT. BPR Dinar Pusaka yaitu :

1. Kantor Pusat di Jl.Raya Kedungturi 33 (Ruko Kedungturi B-2A) Kec. Taman Kab. Sidoarjo, bisa menjangkau pasar diwilayah Sidoarjo sampai Mojokerto.
2. Kantor cabang Demak di Jl.Demak 172, bisa menjangkau pasar diwilayah Surabaya.
3. Kantor cabang Gresik di Jl.Usman Sadar 83A, bisa menjangkau pasar diwilayah Gresik.
4. Kantor cabang Lamongan di Jl.Sunan Giri Ruko LTC Kav A-16, bisa menjangkau pasar diwilayah Lamongan.

BPR Dinar Pusaka berusaha untuk memelihara para nasabahnya diwilayah jangkauan pasarnya. Jasa keuangan mikro menarik untuk diteliti karena BPR Dinar Pusaka merupakan jasa keuangan mikro dengan tingkat suku bunga relatif murah dan kualitas memuaskan yang ditangani oleh marketing spesialis keuangan mikro yang telah berpengalaman dan mampu mempertahankan kualitas layanan walaupun berjamurnya penyedia jasa keuangan mikro di Indonesia khususnya di Jawa Timur. Kualitas layanan seperti apa yang diberikan oleh penyedia jasa keuangan mikro yaitu BPR Dinar Pusaka yang dapat membuat nasabah merasa terpuaskan pada perusahaan jasa tersebut. Citra akan suatu perusahaan bisa dilihat dari kepuasan, kepercayaan dan komitmen nasabah. Selanjutnya citra perusahaan akan berpengaruh besar terhadap intensi keputusan nasabah dan keinginan untuk merekomendasikan bank itu sendiri. Selain itu juga penelitian ini juga mengamati pengaruh kualitas layanan dan citra merek terhadap kepuasan nasabah BPR Dinar Pusaka di Sidoarjo provinsi Jawa Timur.

Atas dasar latar belakang masalah tersebut, maka peneliti mengajukan judul penelitian yaitu: " Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap kepuasan Nasabah BPR Dinar Pusaka di Sidoarjo."

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah, maka dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah kualitas layanan dan citra merek secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BPR Dinar Pusaka di wilayah Sidoarjo?
2. Apakah kualitas layanan dan citra merek secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BPR Dinar Pusaka di wilayah Sidoarjo?
3. Diantara kualitas layanan dan citra merek, mana yang paling dominan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah BPR Dinar Pusaka di wilayah Sidoarjo?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah ditetapkan, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek secara simultan terhadap Kepuasan Nasabah BPR Dinar Pusaka di wilayah Sidoarjo.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek secara parsial terhadap Kepuasan Nasabah BPR Dinar Pusaka di wilayah Sidoarjo.
3. Untuk menguji dan menganalisis variabel yang berpengaruh secara dominan terhadap Kepuasan Nasabah BPR Dinar Pusaka di wilayah Sidoarjo.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi kepada beberapa pihak antara lain :

1. Manfaat Teoritik

- a. Untuk menambah perkembangan ilmu pengetahuan di bidang layanan jasa keuangan yang berkaitan dengan perilaku nasabah khususnya pengaruh kualitas layanan dan citra merek terhadap kepuasan nasabah.
- b. Dalam bidang perbankan, hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi untuk menambah *keaslian* teori mengenai dimensi kualitas.

2. Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis dan bermanfaat untuk perusahaan perbankan untuk dapat merumuskan strategi mereka guna mengembangkan, memperbaiki, dan membenahi kualitas.
- b. Memberikan masukan bagi jasa keuangan mikro terutama BPR Dinar Pusaka di Sidoarjo untuk dijadikan dan dilakukan berbagai strategi maupun kebijakan terkait dengan kualitas layanan dan citra merek dalam meningkatkan kepuasan nasabah.

3. Manfaat Akademis

- a. Untuk mahasiswa STIE MAHARDHIKA, sebagai tambahan dan masukan wawasan mengenai pengaruh kualitas layanan dan citra merek terhadap kepuasan nasabah Bank Perkreditan Rakyat (BPR).

- b. Untuk dosen sebagai tambahan masukan dalam proses belajar mengajar mengenai kualitas layanan dan citra merek terhadap kepuasan nasabah Bank Perkreditan Rakyat (BPR).
- c. Untuk perpustakaan, sebagai tambahan informasi dan referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai pengaruh kualitas layanan dan citra merek terhadap kepuasan nasabah Bank Perkreditan Rakyat (BPR).