

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Setiap perusahaan akan menghadapi persaingan yang ketat dalam era perdagangan yang bebas pada saat ini. Bisnis perbankan merupakan salah satu bisnis jasa yang berdasarkan pada azas kepercayaan sehingga masalah kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah menjadi salah satu faktor yang menentukan dalam keberhasilan bank tersebut. Perusahaan yang bergerak dilembaga perbankan termasuk diantaranya Bank Perkreditan Rakyat Benta Tesa, berupaya untuk mencapai laba yang maksimal dan meningkatkan dengan cara selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan nasabah serta berusaha memenuhi harapan nasabah dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan dari pada yang dilakukan oleh pesaing dengan demikian, hanya perusahaan yang berkualitas yang dapat bersaing dan menguasai pasar (Alma, 2015).

Dengan adanya krisis moneter yang melanda Indonesia tahun 1997, masyarakat lebih berhati-hati dalam menyimpan uangnya di bank 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. Menurut Tjiptono (2016 : 24) menyatakan kepuasan adalah sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Banyak perusahaan yang 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 pelayanan dan loyalitas nasabah, 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 pelayanan dan loyalitas nasabah untuk mendapatkan kepuasan nasabah. Menurut Gramer dan Brown yang dikutip dalam Ma'aruf (2015 : 27) memberikan definisi mengenai loyalitas, yaitu derajat sejauh mana seorang konsumen menunjukkan perilaku pembelian berulang dari suatu penyedia barang/jasa, memiliki suatu disposisi atau kecenderungan sikap positif terhadap penyedia barang/jasa, dan hanya mempertimbangkan untuk menggunakan penyedia barang/jasa ini pada saat muncul kebutuhan untuk memakai jasa ini.

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.

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 ini 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 kapasitas 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 concem* (penjelasan tentang ihwal usaha dan penanganan serta kemampuan bayar) (Simbolon,2015). Kepuasan nasabah

harus diusahakan maksimal, 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.

BPR 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 kebutuhan, juga mudah untuk mendapatkan informasi yang rinci, baik dari layanan maupun loyalitas nasabah tersebut.

Semua informasi yang didapat akan mempengaruhi keputusannya dalam memilih jasa layanan yang cocok untuk memenuhi harapannya. Bank Perkreditan rakyat Benta Tesa adalah salah satu dari sekian banyak BPR yang berada di Jawa Timur yang memiliki pangsa pasar yang luas. Buktinya BPR Benta Tesa memiliki 6 kantor cabang dan 1 kantor pusat di Jawa Timur. 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 lebih sederhana, serta lebih mengutamakan fleksibilitas (Suraswahyudi dalam Lupiyoadi, 2015). Berikut ini adalah jangkauan PT.BPR Benta Tesa yaitu:

1. Kantor Pusat di Jl. Palem Pondok Candra, Rungkut (Perk. Pondok Candra Blok TC 26-27) Surabaya.

2. Kantor Cabang Sidoarjo di Jl. Jenggolo No.1F Sidoarjo menjangkau pasar diwilayah Sidoarjo.
3. Kantor Cabang Surabaya di Jl. Tunjungan No.41 Surabaya menjangkau pasar diwilayah Surabaya.
4. Kantor Cabang Jombang di Jl. Merdeka No.49 Jombang menjangkau pasar di wilayah Jombang.
5. Kantor Cabang Malang di Jl. Raya Singosari, Malang KM.88 Malang menjangkau di wilayah Malang.
6. Kantor Cabang Kediri di Jl. Mayor Bismo No.51 Kediri menjangkau di wilayah Kediri.
7. Kantor Cabang Gresik di Jl. Veteran 232 A Gresik menjangkau di wilayah Gresik.

BPR Benta Tesa berusaha untuk memelihara para nasabahnya diwilayah jangkauan pasarnya. Jasa keuangan menarik untuk diteliti karena BPR Benta Tesa 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 Benta Tesa yang dapat membuat nasabah merasa terpuaskan pada perusahaan jasa tersebut. Kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah akan berpengaruh pada kepuasan nasabah, kepercayaan dan komitmen. Keputusan nasabah dan keinginan untuk merekomendasikan bank itu sendiri. Selain itu juga peneliti juga mengamati pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dan dampaknya pada kepuasan nasabah PT. BPR Benta Tesa Surabaya.

Atas dasar latar belakang masalah tersebut, maka peneliti mengajukan judul yaitu “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah di PT. BPR Benta Tesa Surabaya”.

1.2 Rumusan Masalah

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

- 1) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT.BPR Benta Tesa Surabaya?
- 2) Apakah kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah PT.BPR Benta Tesa Surabaya?
- 3) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah PT.BPR Benta Tesa Surabaya?
- 4) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah PT. BPR BentaTesa Surabaya ?

1.3 Tujuan Penelitian

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

- 1) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Benta Tesa Surabaya.
- 2) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kepuasan nasabah terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Benta Tesa Surabaya.
- 3) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah PT. BPR Benta Tesa Surabaya.

- 4) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah PT. BPR Benta Tesa Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

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

1. Secara Akademis.

- a) Untuk mahasiswa dan dosen STIE Mahardhika Surabaya

Sebagai tambahan dan masukan wawasan mengenai pengetahuan tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah Bank Perkreditan Rakyat (BPR).

- b) Secara Pengembangan Ilmu Pengetahuan.

Untuk menambah perkembangan ilmu pengetahuan di bidang layanan jasa keuangan yang berkaitan dengan perilaku nasabah khususnya mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah dan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya.

2. Secara Praktis.

- a) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis dan bermanfaat untuk perusahaan perbankan khususnya untuk PT. BPR Benta Tesa Surabaya sehingga dapat merumuskan strategi guna mengembangkan, memperbaiki, dan membenahi kualitas pelayanan.

- b) Hasil penelitian ini diharapkan mampu berkontribusi terhadap BPR lain yang berkaitan dengan pengembangan dalam bidang kualitas pelayanan, loyalitas, dan kepuasan nasabah.