

BAB I

PENDAHULUAN

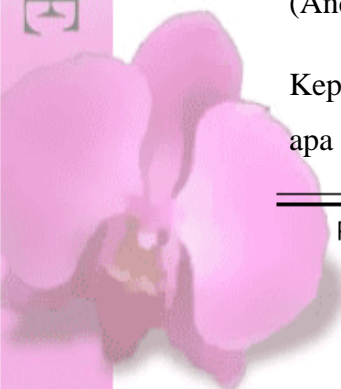
1.1. Latar Belakang

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.

Memasuki era perdagangan bebas, kini telah terjadi pergeseran strategi pemasaran yang berorientasi pada pelanggan. Sebagaimana pendapat Kotler dan Armstrong (2001), pemasaran seharusnya dimengerti bukan seperti pengertian lama menciptakan penjualan memberitahukan dan menjual (*telling and selling*) tetapi dalam arti baru yaitu memuaskan kebutuhan konsumen. Dengan demikian strategi pemasaran yang berorientasi pada pelanggan, membuat perusahaan harus memahami dan memenuhi baik perilaku maupun kebutuhan pelanggan untuk mencapai kepuasan pelanggan.

Kepuasan konsumen dan kepercayaan sangat diperhatikan oleh perusahaan karena akan berdampak pada loyalitas nasabah. Kotler dan Armstrong (2001) menyatakan bahwa, pelanggan yang merasa puas akan membeli ulang, dan mereka akan memberi tahu orang lain mengenai pengalaman baik tentang produk itu. Kepuasan pelanggan berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan, dan meningkatnya efisiensi dan produktivitas karyawan (Anderson, et al., 1994; Edvardson, et al., 2000; Tjiptono, 2004)

Kepuasan dan kepercayaan pelanggan merupakan sebuah perbandingan dari apa yang diharapkan pelanggan dengan apa yang telah diterima pelanggan.

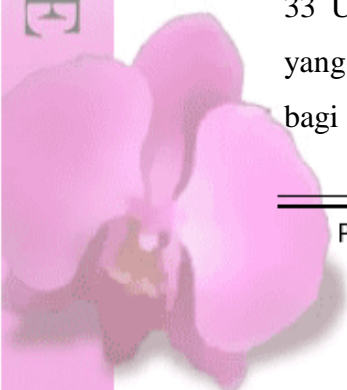


Apabila yang didapatkan oleh pelanggan melebihi harapannya maka pelanggan tersebut dapat meraih kepuasan dan akan memunculkan sikap kepercayaan sehingga dapat menimbulkan sebuah loyalitas nasabah, dan sebaliknya apabila harapan pelanggan lebih tinggi dari yang didapatkan maka pelanggan tersebut belum terpuaskan bahkan sikap tidak percaya yang akan didapatkan. Dalam hal ini industri harus mampu meningkatkan kepuasan tersebut sehingga pelanggan tidak beralih pada industry lain untuk memenuhi kebutuhannya.

Kualitas pelayanan dalam suatu perusahaan jasa meliputi lima dimensi dimana kelima dimensi tersebut menurut Parasuraman yang dikutip oleh Simamora (2001:186) meliputi keandalan (*reliability*), berwujud (*tangibles*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*).

Menurut Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No. 63/KEP/M.PAN/7/2003, pelayanan publik adalah segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai upaya pemenuhan kebutuhan penerima pelayanan maupun pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan. Lebih jauh dikatakan bahwa penyelenggara pelayanan publik adalah instansi pemerintah yang mewakili satuan kerja atau organisasi kementerian, departemen, lembaga pemerintah non departemen, kesekretariatan lembaga tertinggi dan tinggi negara, dan instansi pemerintah lainnya, baik pusat maupun daerah. termasuk di dalamnya adalah BUMN.

Menurut Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang BUMN adalah bentuk usaha negara yang seluruh atau sebagian modalnya dimiliki oleh Negara atau pemerintah dan dipisahkan dari kekayaan negara. Pendirian BUMN merupakan perwujudan pelaksanaan konstitusi negara yaitu Pasal 33 UUD 1945, yang mengamatkan bahwa bumi, air dan kekayaan alam yang terkandung didalamnya serta cabang-cabang produksi yang penting bagi negara dan yang menguasai hajat hidup orang banyak harus dikuasai



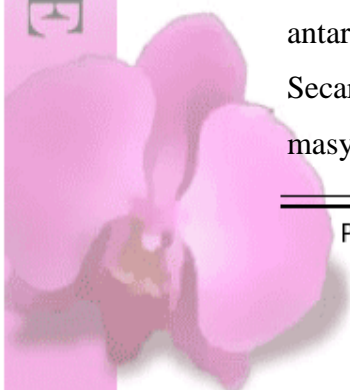
oleh negara dan dipergunakan untuk sebesar-besarnya bagi kemakmuran rakyat. Berdasarkan Undang-undang Nomor 19 Tahun 2003 Pasal 2 mengenai pendirian BUMN yang dimaksudkan untuk :

“(1) memberikan sumbangan bagi perkembangan perekonomian nasional pada umumnya dan penerimaan negara pada khususnya; (2) mengejar keuntungan; (3) menyelenggarakan kemanfaatan umum berupa penyedia barang atau jasa yang bermutu tinggi dan memadai bagi pemenuhan hajat hidup orang banyak; (4) menjadi perintis kegiatan-kegiatan usaha yang belum dapat dilaksanakan oleh sektor swasta dan koperasi; (5) turut aktif memberikan bimbingan dan bantuan kepada pengusaha golongan ekonomi lemah, koperasi dan masyarakat.”

Di Indonesia sendiri ada dua jenis BUMN, salah satunya adalah BUMN yang berbentuk Perseroan Terbatas (PT) di mana modal atau sahamnya paling sedikit 51% dimiliki oleh pemerintah yang tujuannya mengejar keuntungan. Maksud dan tujuan mendirikan persero ialah untuk menyediakan barang atau jasa yang bermutu tinggi dan berdaya saing kuat dan mengejar keuntungan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Salah satu perusahaan persero BUMN yang berada di sektor perbankan adalah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) yang di kenal dengan nama bank BRI.

Menurut Arbi (2003:7)”Bank adalah suatu badan usaha yang kegiatannya menghimpun dana dari masyarakat kemudian menyalurkan dana yang dihimpunnya itu kepada masyarakat. Dana yang dihimpun dari masyarakat berbentuk simpanan, sedangkan penyaluran dana kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya yang bertujuan dari penyaluran itu untuk meningkatkan taraf hidup rakyat”.

Bank didalam kegiatan usahanya berperan sebagai lembaga *intermediasi* antara pihak yang memiliki dana dan pihak yang membutuhkan dana. Secara umum, bank memegang fungsi sebagai perantara keuangan dalam masyarakat. Dalam usahanya menghimpun dana dari masyarakat bank-bank



melakukan berbagai strategi untuk menarik calon nasabah agar menempatkan dananya pada bank tersebut, salah satu strategi yang dilakukan adalah meningkatkan pelayanan dan memberi pelayanan yang berkualitas untuk para nasabah. Pelayanan sangat penting bagi suatu perusahaan untuk mencapai suatu tujuan.

Bank BRI adalah salah satu bank terkemuka di Indonesia yang telah tersebar luas di seluruh wilayah Indonesia dan memiliki unit kerja yang sangat luas. Bank Rakyat Indonesia ini memiliki visi dan misi sebagai berikut:

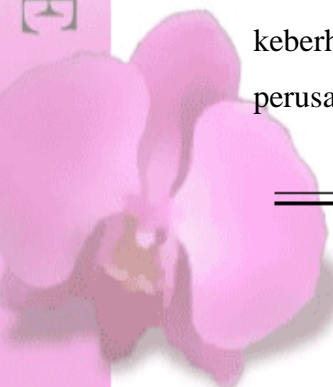
VISI

- Menjadi bank komersial terkemuka yang selalu mengutamakan kepuasan nasabah.

MISI

- Melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada usaha mikro, kecil dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat.
- Memberikan pelayanan prima kepada nasabah melalui jaringan kerja yang tersebar luas dan didukung oleh sumber daya manusia yang profesional dengan melaksanakan praktek *good corporate governance*.
- Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan.

Dengan visi yang selalu mengutamakan kepuasan nasabah dan misi di atas maka bank BRI di tuntut agar lebih mengutamakan pelayanan demi kepuasan kepada nasabah untuk mencapai suatu tujuan. Pelayanan yang baik akan memberikan kesan positif bagi nasabah, pelayanan merupakan sebuah kata kunci yang senantiasa diupayakan oleh suatu perusahaan dalam rangka untuk mencari dan mempertahankan pelanggan yang ada dalam menunjang keberhasilan pencapaian tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Bagi perusahaan perbankan kehilangan nasabah adalah sesuatu yang menakutkan



lebih tepatnya lagi, kehilangan nasabah merupakan bencana besar, tanpa nasabah apa artinya sebuah bank.

Fungsi tambahan dalam lembaga keuangan ini yaitu memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Bidang jasa perbankan meliputi berbagai kegiatan dalam penyelenggaraan transaksi-transaksi yang berkaitan dengan kepentingan masyarakat dan dunia usaha. Selain kegiatan operasional tentunya bank harus dapat memberikan pelayanan yang terbaik agar dapat memiliki kualitas pelayanan yang baik dimata nasabah. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Parasuraman dalam Hutasoit (2011:66) mendefinisikan teori kualitas pelayanan: “Kualitas pelayanan adalah perbedaan antara pelayanan yang diharapkan dengan pelayanan yang di terima. Apabila harapan lebih besar jika dibandingkan dengan kinerja, maka kualitas yang dirasakan lebih kecil jika dibandingkan dengan kepuasannya, karenanya ketidakpuasan konsumen terjadi.” Terciptanya kualitas pelayanan tentunya menciptakan kepuasan terhadap pengguna layanan yang pada akhirnya dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya terjadinya hubungan harmonis antara penyedia barang dan jasa dengan nasabah. Peningkatan kualitas pelayanan perlu dilakukan secara terus menerus dalam rangka menjaga kepuasan nasabah. Inovasi-inovasi pelayanan perlu dilakukan sesuai dengan masukan-masukan dari nasabah dan dengan kemampuan unit pelayanan dalam memenuhi keinginan nasabah tersebut. Oleh karena itu, upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan tidak lepas dari upaya untuk mengukur kepuasan pelanggan, yang hasilnya merupakan bahan masukan bagi upaya perbaikan Kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan terhadap nasabah. Suatu pelayanan akan memiliki kualitas yang baik apabila pelayanan tersebut mampu memenuhi harapan pelanggan. Informasi inilah yang nantinya akan dijadikan sebuah langkah untuk memperbaiki kinerja organisasi perbankan khususnya untuk memperbaiki kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah. Pada umumnya, BUMN selalu dihadapkan dengan masalah dalam

memberikan pelayanan kepada setiap konsumennya. Salah satu perusahaan yang sangat erat kaitannya dengan pelayanan adalah dunia perbankan.

Dengan kemajuan teknologi, penambahan penduduk, serta peningkatan kebutuhan masyarakat kota Malang membuat Bank di Malang dituntut untuk dapat lebih tanggap kepada Kualitas Pelayanan yang diberikan kepada nasabah. Berdasarkan pengamatan pra penelitian dengan cara observasi peneliti menemukan adanya fenomena antara lain :

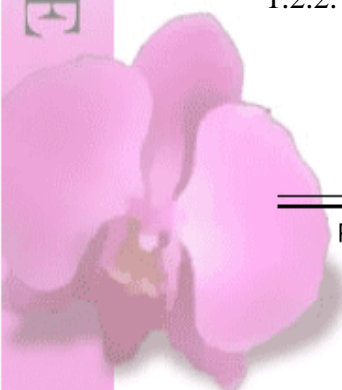
1. Antrian yang memakan waktu lama saat menunggu untuk bertemu *customer service dan teller*, sehingga dapat membuang waktu para nasabah.
2. Mesin ATM di Malang yang sering mengalami gangguan dan dapat menghambat keperluan nasabah.
3. Kurang ramah dalam melayani nasabah, sehingga nasabah merasa tidak nyaman dalam proses pelayanan.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis mengambil judul **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel *Intervening* (studi kasus pada Bank Rakyat Indonesia Kcp. Blimbing).**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, sebagai rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1.2.1. Bagaimanakah pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah?
- 1.2.2. Bagaimanakah pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah?



1.2.3. Bagaimanakah pengaruh signifikan kepercayaan nasabah terhadap kepuasan nasabah ?

1.2.4. Bagaimanakah pengaruh signifikan kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah?

1.2.5 Bagaimanakah penaruh signifikan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan yang ingin diperoleh pada penelitian ini, yaitu:

1.3.1. Untuk menganalisis pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

1.3.2. Untuk menganalisis pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah.

1.3.3. Untuk menganalisis pengaruh signifikan kepercayaan nasabah terhadap kepuasan nasabah.

1.3.4. Untuk menganalisis pengaruh signifikan kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah.

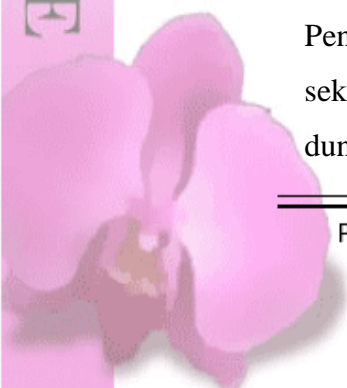
1.3.5 Untuk menganalisis pengaruh signifikan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ingin diperoleh pada penelitian ini, yaitu:

1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis, sekurang-kurangnya dapat berguna sebagai sumbangan pemikiran bagi dunia perbankan.



1.4.2. Manfaat Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang membangun guna meningkatkan kualitas pelayanan di Bank Rakyat Indonesia Kcp Blimbing Malang.

