

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia perbankan ini sangatlah pesat. Banyaknya pesaing menyebabkan perusahaan sulit untuk mempertahankan nasabah agar tetap loyal. Banyak pesaing yang memberikan penawaran yang lebih menjanjikan keuntungan kepada nasabah adalah salah satu penyebab. Dalam usaha memenangkan persaingan tersebut, maka pemanfaatan teknologi merupakan hal yang wajib. Peranan teknologi dalam pengembangan dan penyediaan produk baru atau fasilitas pelayanan jasa perbankan sangatlah signifikan. Para pengguna jasa perbankan dimanjakan dengan berbagai fasilitas yang memudahkan mereka untuk melakukan transaksi perbankan, sehingga meningkatkan retensi penggunaan jasa nasabah walaupun akan dikenakan biaya ekstra untuk penggunaan fasilitas tersebut.

Perbankan merupakan salah satu industri yang bergerak dalam jasa keuangan yang saat ini mengalami persaingan cukup ketat. Masing-masing bank berlomba untuk menciptakan serta memperkenalkan produk dan jasanya kepada nasabah. Hal ini menimbulkan beberapa alternatif bagi nasabah untuk menentukan pilihan bank mana yang menurut penilaian mereka dapat memberikan kenyamanan dan kepuasan bagi dirinya. Fenomena ini menyadarkan akan perlunya peningkatan orientasi pelayanan kepada nasabah sebagai upaya peningkatan keunggulan kompetitif bisnisnya. Selain itu, perbankan juga dituntut untuk melakukan studi yang mendalam terhadap kualitas jasa keuangannya dengan tujuan agar *customer need* (kebutuhan nasabah) akan produk dan jasa bank dapat dipenuhi secara optimal. Dengan kata lain, apa yang diharapkan dan dipersepsikan oleh nasabah berada pada kisaran optimal. Semakin optimal derajat *service quality*, maka perbankan semakin dapat meningkatkan *positioningnya* dalam pasar persaingan.

Kualitas pelayanan adalah segala sesuatu yang memiliki nilai dipasar sasaran (*target market*) dimana kemampuannya memberikan manfaat dan kepuasan, termasuk hal ini adalah benda, jasa, organisasi, tempat, orang dan ide. Dalam hal ini perusahaan memusatkan perhatian mereka pada usaha untuk menghasilkan pelayanan yang unggul dan terus menyempurnakan. Pelayanan yang berkualitas tinggi merupakan salah satu kunci sukses perusahaan. Memperbaiki kualitas pelayanan ataupun jasa merupakan tantangan penting bagi perusahaan bersaing di pasar global. Perbaikan kualitas pelayanan akan mengurangi biaya dan meningkatkan keunggulan bersaing, bahkan lebih jauh lagi, kualitas pelayanan yang tinggi menciptakan keunggulan bersaing yang tahan lama.

Dunia perbankan sekarang ini sangat bertumpu kepada kualitas teknologi informasi yang digunakan oleh setiap bank yang mempunyai kemampuan teknologi hampir setara. Persamaan produk, fitur, atau kemudahan pelayanan menjadikan perbankan menjadi industri yang homogen. Untuk memenangkan persaingan dalam industri yang homogen, salah satu cara adalah menyediakan jenis dan kualitas pelayanan yang bisa membedakan suatu bank dengan bank yang lain. Bisnis perbankan merupakan bisnis jasa yang berdasar pada azas kepercayaan sehingga masalah kualitas layanan menjadi faktor yang sangat menentukan keberhasilan bisnis ini. Kepercayaan (*trust*) adalah faktor yang mungkin paling banyak mendapat perhatian dalam literatur tentang hubungan antar pribadi dan hubungan pelanggan. Menurut Madjid, et al. (2013), bank harus fokus pada bagaimana memberikan kepuasan pada pelanggan sehingga menyebabkan kepercayaan pelanggan pada bank, dan menciptakan loyalitas pelanggan. Menurut Ibrahim (2008:22), “Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan dimana penilaian kualitas ditentukan pada saat terjadinya pemberian pelayanan publik tersebut”.

Kepuasan nasabah menjadi sangat penting bagi suatu perusahaan, yang dalam penelitian ini adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan, di mana pelayanan yang baik memegang peran utama dalam memberikan

kepuasan kepada para nasabahnya. Dengan pelayanan ini maka akan memunculkan suatu tingkat kepuasan pada nasabah baik itu kepuasan positif maupun kepuasan negatif. Bagi perusahaan perbankan suatu kepuasan nasabah sangat diperlukan khususnya dalam rangka eksistensi perusahaan tersebut, sehingga nasabah tersebut akan tetap menggunakan jasa perusahaan tersebut.

Loyalitas nasabah adalah puncak pencapaian pelaku bisnis perbankan. Nasabah yang puas dan setia tidak akan ragu untuk menjadi penyebar kabar baik yang selalu menyebarkan kebaikan mengenai produk perbankan yang di konsumsinya. Mereka memiliki kredibilitas yang tinggi, karena tidak di bayar oleh pihak manapun untuk merekomendasikan produk atau merek perbankan tersebut. Mempertahankan nasabah yang loyal memang harus mendapatkan prioritas yang utama dari pada mendapatkan nasabah baru, karena untuk merekrut atau mendapatkan nasabah baru bukanlah hal yang mudah karena akan memerlukan biaya yang banyak, maka sangatlah rugi bila perusahaan melepas nasabah yang telah loyal secara begitu saja.

Kunci keberhasilan perusahaan tidak hanya terletak pada produk yang ditawarkan tetapi juga terletak pada pelayanan yang diberikan dan dapat memuaskan para nasabah sehingga akan terbentuk loyalitas yang tinggi dibenak konsumen. Bank harus mampu memberikan kepuasan kepada nasabahnya untuk dapat memberikan nilai terbaik di benak nasabah. Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki, sementara pelayanan prima merupakan terjemahan dari istilah *excellent service* yang secara harfiah berarti pelayanan yang sangat baik dan atau pelayanan yang terbaik. Pelayanan disebut sangat baik atau terbaik atau akan menjadi prima, manakala dapat atau mampu memuaskan pihak yang dilayani (pelanggan), jadi pelayanan prima dalam hal ini sesuai dengan harapan pelanggan.

Keberhasilan bank dalam memberikan pelayanan prima kepada nasabah ditentukan oleh perilaku dan karakter petugas bank. Persaingan yang semakin ketat dan era globalisasi dewasa lain, peranan petugas bank memegang peranan penting. Pelayanan dapat juga diartikan setiap tindakan membantu,

Bank BTN merupakan Bank yang termasuk perusahaan BUMN memberikan produk terbaik kepada masyarakat untuk bisa menabung, menyimpan uang dengan aman. Disamping itu juga rekening BTN dapat digunakan untuk mendukung kebutuhan bisnis atau usaha yang sedang anda jalankan. Tak hanya itu Bank BTN juga memiliki program pinjaman yang dapat diajukan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang sedang membutuhkan dana pinjaman untuk membeli rumah baru, membeli kendaraan, sebagai modal usaha atau yang lainnya, anda bisa mengajukan pembiayaan kredit pinjaman di BTN (www.infoperbankan.com). Saat ini pasti banyak sekali orang yang menyetor sebagian penghasilannya untuk ditabung, khususnya bagi individu atau orang yang berpenghasilan tinggi tentunya akan menyetor uangnya untuk tabungan, karena tidak mungkin semua pendapatannya dibelanjakan sekaligus. Rekening Tabungan adalah sebuah simpanan yang ditawarkan oleh bank, nasabah dapat menyimpan dan menarik uang kapan pun. Pada umumnya, rekening Tabungan memberikan bunga yang lebih rendah dari pada rekening deposito berjangka. Tabungan adalah salah satu produk yang di keluarkan oleh bank dan yang paling banyak di minati oleh kebanyakan nasabah, dengan adanya tabungan ini nasabah dapat mengakses uang simpanan melalui beberapa cara yakni seperti pengambilan yang melalui bank sendiri atau melalui *Automated Teller Machine* (ATM) melalui kartu debit.

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat antara nasabah. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian,

perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di mana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Berdasarkan latar belakang di atas maka penelitian ini mengambil judul: **“Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank BTN Malang”**.

1.2 Rumusan Masalah

- 1) Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank BTN Malang?
- 2) Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank BTN Malang?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan nasabah secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank BTN Malang.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan nasabah secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank BTN Malang.

b. Manfaat Penelitian

- 1) Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi bagi Bank BTN Malang, untuk digunakan sebagai informasi dalam memahami perilaku pelanggannya dan dapat digunakan untuk meningkatkan kepercayaan kepada pelanggannya.

2) Manfaat teoritis

Menambah wawasan dan referensi kepustakaan mengenai ilmu pengetahuan di dibidang pemasaran yaitu tentang pengembangan manajemen pemasaran, terutama yang mengkaji tentang kepercayaan pelanggan, kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen.