

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sektor jasa akhir-akhir ini memiliki kecenderungan kesempatan berkembang yang meningkat karena jasa dalam suatu perekonomian secara mutlak diperlukan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Karena itu jasa yang bisa dinikmati masyarakat semakin meningkat jumlah dan jenisnya. Adanya kemajuan perekonomian global dewasa ini mendorong pertumbuhan sektor jasa. Banyak peluang bisnis yang muncul dari sektor ini, demikian pula halnya kesempatan kerja semakin luas. Di Indonesia perkembangan sektor jasa juga berlangsung pesat. Hal ini ditunjukkan dengan meningkatnya persentase sektor jasa dalam Produk Domestik Bruto pada Triwulan III tahun 2013 tumbuh 7%, lebih tinggi dari triwulan I dan II tahun 2013 yang tumbuh berturut-turut 6,% dan 6,4%. Kenyataan ini mendorong adanya peningkatan minat dan perhatian, baik dari kalangan akademisi maupun praktisi untuk menelaah dan mengkaji berbagai permasalahan dalam sektor jasa. Salah satu bisnis jasa yang perkembangannya cukup pesat adalah jasa personal/sosial, yaitu diantaranya jasa perbankan. (Badan Pusat Statistik, 2015)

Dunia perbankan di Indonesia dewasa ini mengalami persaingan antar bank yang sangat tajam yang ditandai dengan munculnya bank-bank baru sehingga persaingan tersebut akan bertambah ketat. Keadaan ini menyebabkan pihak perbankan dituntut untuk segera melakukan langkah-langkah penyesuaian kebijakan dan strategi dengan upaya terobosan dan antisipasi untuk menguasai perubahan selanjutnya. Persaingan dalam dunia perbankan bukan hanya berasal dari pesaing dalam negeri tetapi juga pesaing dari luar negeri sehingga jajaran perbankan kita perlu lebih tangkas dan tanggap dalam



menghadapinya. Ditambah dengan krisis ekonomi yang berkepanjangan di Indonesia yang telah melumpuhkan sebagian besar dunia usaha. Dan salah satu sektor yang menerima dampak berat menghadapi kondisi saat ini adalah sektor perbankan, banyak bank bank di Indonesia khususnya bank-bank swasta terkena likuidasi.

Keberadaan bank dalam perekonomian modern sudah menjadi kebutuhan yang sulit dihindari, karena bank sudah menyentuh kebutuhan setiap orang dan seluruh lapisan masyarakat. Masyarakat yang membutuhkan dana akan lebih mudah datang ke bank daripada mencari orang yang dapat dan mau meminjamkan dana kepada yang memerlukan. Dengan menyimpan dana masyarakat dan menyalurkan kembali dalam bentuk kredit, bank telah menjembatani pihak-pihak yang kelebihan dan membutuhkan dana. Sebagai lembaga kepercayaan, bank tidak hanya dibutuhkan atau bermanfaat bagi individu dan masyarakat secara keseluruhan tetapi juga sangat berperan dalam pertumbuhan dan perkembangan ekonomi suatu Negara. Sementara itu, bank juga sangat membantu dalam memperlancar kegiatan transaksi, produksi, serta konsumsi melalui fungsi bank sebagai lembaga yang melaksanakan lalu lintas pembayaran.

Faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah antara lain adanya kepercayaan nasabah. Perusahaan perbankan sebaiknya mampu menyakinkan nasabahnya bahwa banknya dapat mengelola dana nasabah dengan aman atau dengan kata lain bank tersebut dapat dipercaya dalam mengelola dana nasabah. Kepercayaan nasabah sempat diuji dengan maraknya berbagai kasus yang terjadi dewasa ini di perusahaan perbankan, antara lain adanya pembobolan dana nasabah. Kejadian tersebut wajar jika nasabah merasa khawatir menyimpan dananya dalam jumlah banyak di suatu bank.

Dasar utama kegiatan perbankan adalah trust atau kepercayaan, baik dalam hal penghimpunan dana maupun penyaluran dana. Bagi dunia perbankan yang mengelola bisnis kepercayaan, di mana hidupnya sangat tergantung dari pelayanan yang diberikan kepada masyarakat. Artinya jika masyarakat sudah tidak percaya lagi kepada bank, maka dampaknya riwayat bank tersebut akan berakhir. Dengan dilandasi unsur kepercayaan, masyarakat akan terus meningkatkan saldo tabungan. Memperoleh, memelihara dan meningkatkan kepercayaan pelanggan atau nasabah merupakan salah satu kegiatan pemasaran. Agar lebih meningkatkan kepercayaan nasabah, BRI lebih menekankan pada segi pengamanan.

Loyalitas konsumen merupakan manifestasi dan kelanjutan dari kepuasan konsumen dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan, serta untuk tetap menjadi konsumen dari perusahaan tersebut. Sebagaimana dikemukakan Widyaratna (2011) bahwa loyalitas adalah bukti konsumen yang selalu menjadi pelanggan, yang memiliki kekuatan dan sikap positif atas perusahaan itu. Kotler, (2007) menyebutkan ada enam alasan mengapa suatu perusahaan perlu mendapatkan loyalitas pelanggannya. Pertama: pelanggan yang sudah ada lebih prospektif, artinya pelanggan setia akan memberi keuntungan besar pada perusahaan. Kedua: biaya mendapatkan pelanggan baru jauh lebih besar dibanding biaya untuk menjaga dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Ketiga: pelanggan yang sudah percaya pada perusahaan dalam suatu urusan cenderung akan percaya juga dalam urusan lainnya. Keempat: biaya operasi perusahaan akan menjadi efisien jika memiliki banyak pelanggan setia. Kelima: perusahaan dapat mengurangi biaya psikologis dan sosial disebabkan pelanggan lama telah mempunyai banyak pengalaman positif dengan perusahaan ataupun produk perusahaan. Keenam: pelanggan setia akan selalu

membela perusahaan bahkan berusaha pula untuk menarik dan memberi saran kepada orang lain untuk menjadi pelanggan.

Berdasarkan survei pendahuluan terhadap 30 nasabah, diperoleh hasil bahwa sebanyak 22 nasabah (73%) memberikan pernyataan bahwa BRI Cabang Malang selama ini belum memberikan standar kepuasan pelayanan yang baik bagi nasabah. Hal ini terlihat dari banyaknya keluhan yang disampaikan oleh nasabah terkait dengan kepuasan layanan yang diberikan BRI pada hari-hari tertentu misalnya hari Jum'at, Senin dan hari menjelang liburan karena hari Sabtu dan Minggu BRI tutup. Meningkatnya jumlah transaksi pada hari-hari tersebut menyebabkan banyak nasabah tidak terlayani sesuai dengan harapannya mengingat terbatasnya jumlah *teller* yang ada. Jumlah nasabah yang melakukan transaksi tertentu tidak sama setiap harinya, kadang-kadang pada hari tertentu jumlah nasabah yang menabung tinggi, misalnya pada awal bulan dan begitu juga sebaliknya. Oleh karena itu, keadaan yang dinamis seperti ini perlu dilakukan simulasi sistem agar probabilitas atau kemungkinan dari sistem pada setiap harinya dapat ditentukan. Hasil penelitian awal yang dilakukan Bank BRI Cabang Pembantu Pakis adalah jumlah teller yang dimiliki sekarang yaitu sebanyak 3 *teller* belum cukup untuk melayani nasabah Bank BRI untuk Cabang Pembantu Pakis dan sekitarnya. Hal ini dikarenakan jumlah nasabah yang datang perhari rata-rata antara 35 sampai dengan 50 nasabah.

Keterbatasan tempat dan waktu layanan serta fasilitas BRI menjadi hambatan tidak terlayannya nasabah dengan baik sehingga nasabah harus antri dan menunggu lama untuk memperoleh pelayanan jasa BRI. Apabila kondisi tersebut dibiarkan berlarut-larut maka akan menyebabkan penilaian masyarakat terhadap citra BRI Cabang Pembantu Pakis Malang menjadi buruk, yang pada akhirnya masyarakat menjadi enggan untuk menggunakan layanan jasa BRI.

Berdasarkan latar belakang permasalahan tentang banyak keluhan konsumen/pelanggan terhadap kepercayaan yang diberikan jasa perbankan, maka perlu diteliti lebih lanjut tentang: “Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas dan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening pada Bank BRI Cabang Pembantu Pakis Malang”

1.2 Rumusan Masalah

- 1) Apakah kepercayaan berpengaruh langsung terhadap kepuasan nasabah pada Bank BRI Cabang Pembantu Pakis Malang?
- 2) Apakah kepercayaan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan pada Bank BRI Cabang Pembantu Pakis Malang?
- 3) Apakah kepuasan nasabah dapat memediasi hubungan antara kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BRI Cabang Pembantu Pakis Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui kepercayaan berpengaruh langsung terhadap kepuasan nasabah pada Bank BRI Cabang Pembantu Pakis Malang.
- 2) Untuk mengetahui kepercayaan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan pada Bank BRI Cabang Pembantu Pakis Malang.
- 3) Untuk mengetahui kepuasan nasabah dapat memediasi hubungan antara kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BRI Cabang Pembantu Pakis Malang

1.4 Manfaat Penelitian

- 1) Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi bagi Bank BRI Cabang Pembantu Pakis 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.