

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dunia perbankan pada saat ini mengambil peranan yang cukup besar dalam meningkatkan usaha pada sektor ekonomi. Selain itu perbankan juga berperan dalam meningkatkan pemerataan pembangunan. Hasilnya, pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional ke arah peningkatan taraf hidup rakyat. Sektor perbankan masih tetap menjadi tulang punggung keuangan Indonesia, hal ini karena dari sekian banyak proses perekonomian yang menyangkut produksi dan distribusi serta aktivitas lainnya senantiasa berhubungan erat dengan perbankan sebagai lembaga keuangan. Tentu saja keterkaitan tersebut pada fungsi bank sebagai sumber-sumber pendanaan atau tempat simpanan untuk kelancaran aktivitas bisnis (Danibrata, 2011:22).

Kebijaksanaan regulasi serta kemajuan teknologi yang terjadi di era sekarang ini berpengaruh signifikan bagi industri perbankan dan jasa keuangan. Seperti halnya deregulasi finansial yang terjadi pada bankan syariah yang juga memicu persaingan antar perbankan. Persaingan itu sendiri terjadi karena dipicu oleh pertumbuhan setiap bank dan dipengaruhi oleh perbankan itu sendiri dalam mengumpulkan dana dari masyarakat. Dana merupakan hal pokok untuk perbankan karena tanpa

adanya dana yang cukup maka perbankan tidak dapat berfungsi sama sekali (Masaki, 2010:43).

Perkembangan industri perbankan saat ini memiliki tantangan yang cukup berat karena kehadiran lembaga lembaga penyimpanan dana. Berdasarkan data yang di himpun oleh kompas.com ekonomi digital Turut dalam arus perkembangan teknologi, layanan financial technology atau yang sering disebut sebagai *financial technology* (fintech) atau teknologi finansial (tekfin), beberapa tahun belakangan ini menjadi salah satu industri yang tumbuh pesat. Melalui karakter yang mobile dan efisien, tekfin diharapkan mampu menjawab tantangan yang tidak dapat dijawab oleh layanan keuangan tradisional sebelumnya. Menurut OJK terdapat 44 perusahaan fintech yang terdaftar diantaranya ada Amarta, Bareksa, Doku, bahkan perusahaan yang sebelumnya bergerak dibidang jasa transportasi yakni Gojek turut ambil bagian dalam meramaikan fintech melalui Go-paynya. [https:// ekonomi.kompas.com/ read/ 2017/ 04/18/210000426/ bisnis.model.baru.bank-fintech.dan.ekonomi.digital](https://ekonomi.kompas.com/read/2017/04/18/210000426/bisnis.model.baru.bank-fintech.dan.ekonomi.digital), diakses tanggal 25 November 2018

Pasar perbankan senantiasa berubah dan dinamis, terlebih dalam dunia digital seperti perkembangan industri fintech seperti saat ini yang mengalami perkembangan yang pesat. Menghadapi kenyataan demikian, bank dituntut untuk dapat mengembangkan kebijakan pemasaran yang

aktif serta senantiasa mengikuti perkembangan teknologi dan ekonomi. Kebijakan pemasaran yang aktif dan lebih berorientasi ke pasar akan membawa bisnis perbankan untuk mendefinisikan kebutuhan dan keinginan nasabah, bukan dari sudut pandang bank (Yonaldi, 2011:77).

Banyaknya bank yang bermunculan pada saat ini seharusnya lebih peka terhadap kebutuhan maupun perilaku nasabah sehingga nasabah tidak akan berpindah ke bank yang lainnya. Pelayanan yang diberikan oleh bank itu sendiri akan membentuk persepsi sehingga akan mempengaruhi perilaku nasabah itu sendiri. Persepsi adalah proses penginterpretasian dari rangsangan yang diterima oleh seseorang individu sehingga menjadi sesuatu hal yang berarti dan menjadi individu yang aktivitasnya *integrated* (Walgito, 2010: 70) . Rangsangan yang akan diterima dan mendapat respon dari individu tergantung pada perhatian masing-masing individu. Dengan demikian pola pikir, pengalaman setiap individu tidaklah sama maka rangsangan yang menimbulkan persepsi akan berbeda setiap individunya. Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap persepsi pelanggan adalah harga, citra, tahap pelayanan, dan situasi pelayanan

Kenyataan yang terjadi saat ini tentu membuat perbankan menciptakan strategi sebagai upaya untuk dapat menarik nasabah dan tetap memilih bank tersebut. Setiap perbankan berusaha memberikan

pelayanan dengan baik. Masyarakat pada umumnya menganggap bank sebuah tempat yang hanya untuk menyimpan uang dan meminjam uang namun pada era sekarang ini tentunya tidaklah demikian (Nazrian dan Hidayat, 2012:15). Undang-undang RI nomor 10 tahun 1998 mengenai perbankan adalah badan usaha yang kegiatannya mengumpulkan atau menghimpun dana dalam bentuk simpanan yang kemudian menyalurkannya dalam bentuk lain dengan tujuan meningkatkan taraf hidup masyarakat.

Kualitas pelayanan dan kepuasan berhubungan erat antara keduanya. Pelayanan nasabah yang baik dan dapat dipercaya oleh nasabah akan mampu meminimalkan nasabah untuk pindah ke bank lain. Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para nasabah atas pelayanan yang nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu bank. Bank menganggap nasabah sebagai raja yang harus dilayani dengan baik, mengingat dari nasabah tersebut akan memberikan keuntungan kepada bank agar dapat terus hidup.

Usaha yang berbasis pada pelayanan jasa terutama perbankan mengandalkan azas kepercayaan. Hal ini menjadi faktor penting dalam keberhasilan usaha itu sendiri karena kualitas layanan menjadi sebuah

bentuk penilaian pelayanan apakah sesuai dengan harapan. Kondisi ini dikarenakan meningkatnya tuntutan pelanggan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan dipasar, yang menyebabkan terjadinya pergeseran paradigma dimana bank yang sebelumnya menganut konsep menghasilkan produk atau jasa lebih ditentukan oleh persepsi bank tetapi sekarang fokus pada nasabah, artinya produk yang dihasilkan harus sesuai dengan keinginan nasabah ditambah *value added service*.

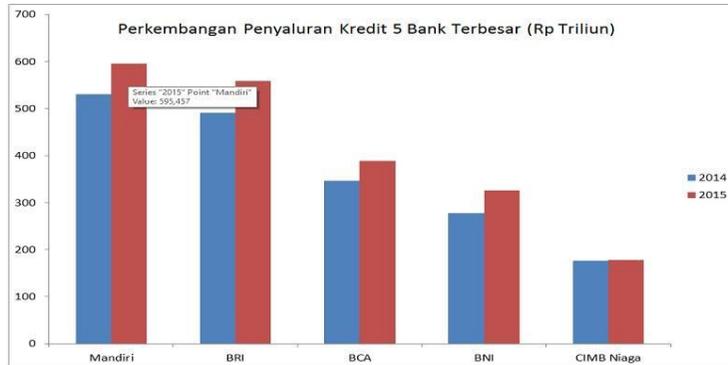
Persaingan yang ketat antar bank dengan mengedepankan kualitas pelayanan bertujuan untuk merebut pangsa pasar. Masing-masing bank berkompetisi dengan menawarkan berbagai pelayanan terbaik untuk nasabah. Penyediaan pelayanan yang terbaik diduga menjadi salah satu alasan nasabah setia pada suatu bank tertentu. Kesetiaan atau loyalitas tersebut tentunya dapat memberikan hal positif pada segi manajemen bank, nasabah yang loyal akan menjadi aset penting bagi bank untuk melakukan berbagai perkembangan baik dari segi pelayanan atau produk yang secara terus-menerus diluncurkan sebagai salah satu strategi pemasaran. Mengingat bahwa pemilihan kriteria bank oleh nasabah menjadi suatu hal yang penting tentunya bank akan terus berupaya menciptakan kualitas layanan sesuai dengan harapan nasabah. mengingat pentingnya loyalitas nasabah tentunya bank memiliki berbagai strategi dalam menjaganya salah satunya melalui peningkatan kepuasan nasabah.

Adanya perbedaan kriteria pemilihan bank oleh nasabah maka bank dituntut untuk selalu berusaha meningkatkan layanan dan melakukan inovasi secara terus menerus. Bank perlu melakukan riset kepada nasabah dengan mengevaluasi kualitas layanan untuk menghindari agar tidak terjadi perbedaan persepsi tentang apa yang diberikan bank dengan apa yang dibutuhkan nasabah. Pihak manajemen perlu mengidentifikasi apa yang dibutuhkan nasabah secara tepat maka bank yang menggunakan konsep berwawasan nasabah yang berarti bank memusatkan perhatiannya terhadap kebutuhan dan keinginan nasabah, sehingga tercipta loyalitas nasabah melalui kepuasan dalam kegiatan menabung atau menggunakan produk bank lainnya.

Kualitas layanan dipersepsikan suatu bentuk sikap, evaluasi menyeluruh dalam jangka panjang, sedangkan kepuasan itu sendiri menunjukkan ukuran transaksi tertentu. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan berlangsung dalam jangka pendek sehingga apabila tingkat kualitas pelayanan yang dipersepsikan baik, maka kepuasan nasabah akan meningkat. Berdasarkan hal tersebut menunjukkan adanya hubungan erat antara keduanya baik kualitas layanan dan kepuasan. Kualitas layanan yang baik akan menimbulkan dorongan bagi nasabah untuk menjalin hubungan yang erat dengan bank sehingga pihak bank dapat memahami harapan serta kebutuhan, yang pada akhirnya kepuasan nasabah akan menciptakan kesetiaan (*loyalty*) pada bank tersebut.

Jumlah bank pesaing yang semakin banyak menuntut P.T. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk harus memiliki kinerja yang baik serta mampu bersaing, mengingat pada masa mendatang persaingan antar bank akan semakin kompleks dengan tingkat perubahan masyarakat yang semakin cepat. Bank yang akan tampil menjadi pemenang tentunya adalah bank yang benar-benar memahami kebutuhan, tuntutan dan keinginan pasar atau nasabah dan mampu memenuhi hal tersebut dengan cara yang lebih efektif dan efisien dibanding pesaingnya.

Berdasarkan data tahun 2015 pertumbuhan kredit bank-bank besar relatif menggembirakan. Dilihat dari penyaluran kredit tahun 2015, empat bank yakni Mandiri, BRI, BCA, dan BNI mencatat pertumbuhan yang cukup baik yakni tumbuh sebesar 10 persen. Pertumbuhan kredit tertinggi di catat oleh Bank BNI yakni sebesar 17,46 persen. Bank Mandiri merupakan yang terbesar dengan kredit mencapai Rp 595,46 triliun, namun dilihat dari segi nominal kredit. Sedangkan BRI menempati posisi ke dua dengan kredit sebesar Rp 558,44 triliun. Dari data tersebut maka dapat diartikan bahwa pangsa pasar kredit bank-bank papan atas cenderung meningkat terhadap industri perbankan.



Gambar 1. 1 Grafik Perkembangan Penyaluran Kredit 5 Bank Terbesar (Rp Tiliun)

Sumber: <https://ekonomi.kompas.com/read/2016/03/08/182924426/P> /P
 ersaingan. 5.Bank.Terb Besar.Kinerja.Kredit.Siapa.yang.Lebih.Baik. diakses
 tanggal 27 november 2018

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam Statistik Perbankan Indonesia (SPI) perolehan laba bersih setelah pajak mencapai RP 86,58 triliun naik 25,76 % dibanding tahun 2016. Data tersebut menunjukkan ada 5 bank peraih laba terbanyak yakni BRI menempati posisi pertama dengan keuntungan mencapai Rp 28,46 triliun atau naik 10,52%. Posisi kedua ditempati oleh BCA dengan laba Rp 20,01 Triliun atau naik 53,1%. Sementara untuk posisi ke tiga di pegang oleh Bank BNI yang meraup keuntungan sebesar 13,04 triliun atau naik 21,08%.

Kinerja BRI khususnya BRI kanca wonosari memiliki prestasi yang mengembirakan khususnya pada tahun 2018 yang selalu menempati peringkat atas. Hal ini dapat dilihat dari data salah satu kinerja yakni item pemasukan DH yang dapat dilihat pada gambar dibawah. Kinerja yang positif dan baik selama 2018 tidak lepas dari pelayanan yang baik.

Jumlah nasabah yang ada pada Bank khususnya Bank BRI kanca wonosari terus meningkat hal ini dikarenakan kualitas pelayanan yang diberikan Bank BRI dalam memuaskan nasabah sehingga mempengaruhi nasabah dalam memutuskan untuk menggunakan Bank BRI. Hal ini dapat dilihat dari pelayanan yang diberikan oleh Bank BRI wonosari kepada nasabah seperti: 1) memperbanyak unit-unit pelayanan yang tersebar di pelosok daerah di seluruh Indonesia dan jaringan yang terhubung secara On Line, 2) seluruh nasabah berpeluang besar untuk dapat memenangkan hadiah Milyaran Rupiah dengan mempunyai peluang yang sama 3) BRI Dilengkapi dengan berbagai fasilitas BRI Card (Kartu BRI) yang dapat difungsikani sebagai Kartu ATM dengan bermacam-macam transaksi yang lengkap, 4) Cara pembukaan Rekening Tabungan BRI seperti simpedes, britama, giro, dan junio yang mudah dan sederhana, di BRI seluruh indonesia dan 5) Jumlah dan frekuensi dalam transaksi penyetoran dan transaksi pengambilan tidak dibatasi, selama transaksi tersebut memenuhi ketentuan yang berlaku di BRI.

Pelayanan yang diterima nasabah dapat dijadikan standar dalam menilai kinerja suatu bank yang berarti bahwa kepuasan nasabah adalah hal yang paling utama. Dalam menghadapi persaingan Bank BRI harus mengetahui kebutuhan masyarakat dalam menentukan pelayanan jasa perbankan dengan melakukan tindakan dengan meningkatkan mutu

pelayanan kepada nasabah sehingga tercipta kepuasan antara keduanya. Melakukan perbaikan kualitas jasa yang mengutamakan kepuasan para nasabah dan selalu melakukan total *Quality Service* kepada para nasabah. Bank BRI berusaha memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan nasabah dan fasilitas yang baik untuk mempertahankan nasabah yang sudah ada serta untuk mendapatkan calon nasabah sehingga keputusan nasabah Memilih BRI. Terdapat permasalahan yang terjadi pada Bank BRI Wonosari diantaranya ialah 1) Masih banyaknya para nasabah yang mengantri berjam-jam dalam melakukan pelayanan, 2) pegawai yang kurang memberikan informasi kepada pelanggan tentang produk yang dikeluarkan oleh Bank BRI, dan 3) Kurang cekatannya para pegawai dalam melayani para pelanggan.

Hasil obeservasi yang dilakukan, peneliti menemukan berbagai alasan dan faktor yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih BRI Wonosari. Adanya Data dan survey yang menunjukkan BRI menempati urutan terbawah dalam pelayanan. Khusus nya di BRI wonosari yang memiliki 21 unit kerja tidak lepas dari problem masalah pelayanan. Pelayanan yang dijadikan suatu modal utama nasabah dalam melakukan pembelian tentu memiliki peran penting tersendiri. Pelayanan yang diberikan dalam ruang lingkup bank selama ini dianggap memiliki waktu yang rentan lama. Pelayanan yang menjadi ukuran pertama

nasabah dalam melakukan transaksi tentu akan menimbulkan persepsi yang dijadikan sebagai bentuk penilaian baik secara subjektif maupun secara objektif. Fasilitas berupa ruang tunggu tidak memberikan ruang yang memadai, hal tersebut terlihat dengan adanya sedikit tempat duduk sedangkan nasabah yang melakukan transaksi melebihi kapasitas. Keramah tamahan yang ditujukan pada bagian pelayanan seperti *Customer Service*, *Teller*, dan Satpam belum mencapai kepuasan untuk nasabah yang melakukan transaksi.

Salah satu upaya yang dilakukan oleh bank BRI Kanca Wonosari dalam meningkatkan mutu pelayanan adalah dengan mempekerjakan para teller-teller profesionalnya serta jumlah teller-teller tersebut juga mampu untuk melayani jumlah nasabah. sering terjadinya penumpukan antrian pada jam-jam kerja juga menjadi pertimbangan yang harus diperhatikan oleh bank. Seorang teller dituntut untuk cepat, teliti, dan juga ramah kepada setiap nasabah maupun calon nasabah agar semakin banyak nasabah yang memilih bank tersebut dapat mendapatkan pelayanan yang optimal. Karena faktor kecepatan dan ketelitian dan ketepatan adalah hal yang sangat diharapkan oleh nasabah.

Faktor lain yang seringkali terjadi perbedaan persepsi dari nasabah dan juga teller mengenai produk karena tidak sesuai harapan dan keinginan nasabah. Kegiatan tersebut bisa dilakukan melalui iklan, baik

media cetak maupun media elektronik, karena promosi yang baik juga bisa menciptakan persepsi yang baik untuk para nasabahnya. Salah satunya adalah Bank BRI yang membuat iklan undian Britama. Hal ini juga diupayakan untuk menarik minat nasabah untuk meningkatkan tabungan mereka. Seperti misi dari bank BRI yaitu memberikan pelayanan prima. Semakin baik pelayanan yang dilakukan juga bisa membuat para nasabah tetap percaya dan setia kepada bank tersebut. Hal ini bisa membuat meningkatnya jumlah nasabah di setiap bulan maupun setiap tahunnya.

Penelitian yang mengangkat topik loyalitas nasabah telah dilakukan dengan menggunakan berbagai metode dan tambahan faktor yang diduga memiliki keterkaitan. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah, kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah dan kepuasan nasabah tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah (Sanistasya, 2015). Pernyataan tersebut sejalan dengan hasil penelitian (Tuti Supriyatmini, 2005) yang memaparkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan memiliki keterkaitan erat dengan loyalitas nasabah, sehingga untuk meningkatkan loyalitas nasabah dibutuhkan peningkatan pelayanan melalui pemberdayaan sumber daya manusia yang berhubungan langsung dengan nasabah. Sedangkan, (Evrita Putri

Azzahroh, 2017) menjelaskan bahwa kepuasan nasabah mampu memediasi secara penuh (*full mediation*) pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI NASABAH BRI PADA KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH BRI KANCA WONOSARI”**. Alasan peneliti memilih judul ini ialah masih terdapat beberapa masalah yang ada di Bank BRI dalam melakukan pelayanan sehingga dapat menimbulkan pengaruh pada persepsi yang berbeda pada para pelanggan Bank BRI sehingga hal ini perlu adanya evaluasi pada Bank BRI dalam meningkatkan pelayanan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan dalam latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah persepsi kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BRI Kanca Wonosari?
2. Apakah persepsi kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BRI Kanca Wonosari?

3. Apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BRI Kanca Wonosari?
4. Apakah kepuasan memediasi pengaruh persepsi kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah BRI Kanca Wonosari?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Menganalisis pengaruh persepsi kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah BRI Kanca Wonosari.
2. Menganalisis pengaruh persepsi kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah BRI Kanca Wonosari.
3. Menganalisis pengaruh antara kepuasan terhadap loyalitas nasabah BRI Kanca Wonosari.
4. Menganalisis pengaruh persepsi kualitas layanan terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai variabel mediating pada nasabah BRI Kanca Wonosari.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi BRI Kanca Wonosari mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas nasabah serta pelayanan yang diberikan

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat memperkaya khasanah ilmu pemasaran terutama mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas nasabah.

3. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini dapat menjadi salah satu sumber referensi bagi penelitian- penelitian dengan tema serupa.