

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Perbankan merupakan salah satu lembaga keuangan yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk tabungan, deposito maupun giro. Kemudian disalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk pemberian kredit kepada pihak yang membutuhkan dana. Lembaga perbankan yang dikenal di Indonesia yang diatur dalam ketentuan Pasal 5 ayat (1) Undang-Undang No.7 tahun 1992 sebagaimana yang telah diubah dalam UU No.10 tahun 1998 mengklasifikasikan bank dalam dua jenis yaitu Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat. Menurut Undang - Undang No.10 tahun 1998, Bank umum adalah bank yang melakukan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Tugas bank umum secara umum terdapat 2 kegiatan yaitu menghimpun dana dari masyarakat atau disebut juga dengan *fundings* dan menyalurkan dana atau disebut sebagai *lending*.

Bank Pengkreditan Rakyat adalah lembaga keuangan bank yang hanya menerima simpanan dalam bentuk deposito berjangka, tabungan atau dalam bentuk lainnya seperti penyaluran kredit yang hanya sekedar terbatas dengan transaksi yang sederhana. Tujuan utama Bank Pengkreditan Rakyat yaitu memberikan pelayanan kepada usaha mikro, sedang dan menengah serta kepada masyarakat – masyarakat sekitar. Bank Pengkreditan Rakyat berperan dalam pemberian kredit kepada para pengusaha sedang dan menengah sehingga terbantu

terciptanya lebih banyak lapangan kerja, pemerataan pendapatan dan kesempatan untuk berusaha di Indonesia.

Di samping melakukan kegiatan penghimpunan dana dan penyaluran dana, bank juga memberikan penawaran jasa perbankan yang lain kepada masyarakat. Jasa ditawarkan oleh bank ini erat kaitannya dengan kegiatan perekonomian secara luas. Jasa yang ditawarkan antara lain seperti jasa pengiriman uang, penitipan barang berharga, pemberian jaminan bank, dan penyelesaian tagihan. Dalam dunia bidang perbankan di haruskan untuk memiliki sikap dan etika yang baik dan pelayanan yang berkualitas dalam melayani setiap nasabah untuk mendapat loyal dari setiap nasabah. Menurut (Muslimah, 2006) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan (*service performance*) merupakan atribut penting dalam industri jasa, seperti perbankan, di samping masalah keamanan dan kepastian . Pelayanan yang berkualitas tentu saja tidak sebatas senyum ramah dari petugas *teller* atau *customer service* saja tetapi lebih dari itu.

Setiap perusahaan tentunya ingin mencapai suatu keberhasilan. Untuk mencapai hal tersebut, perusahaan memerlukan strategi untuk menghadapi persaingan yang saat ini semakin lama semakin ketat. Terdapat berbagai tantangan dalam mencapai keberhasilan perusahaan. Untuk mengantisipasinya, perusahaan dituntut untuk dapat bekerja dengan baik dengan menggunakan berbagai macam sumber daya yang dimiliki agar dapat diterima di pasar. Salah satu hal yang perlu diperhatikan perusahaan dalam mencapai keberhasilan adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan atau memenuhi kebutuhan

pelanggan, baik yang nampak secara jelas maupun yang tersembunyi. Bagi perusahaan yang bergerak di sektor jasa, pemberian pelayanan yang berkualitas pada pelanggan merupakan hal mutlak yang harus dilakukan apabila perusahaan ingin mencapai keberhasilan.

Kualitas pelayanan dibedakan dalam 2 jenis yaitu kualitas pelayanan yang baik dan kualitas pelayanan yang buruk. Kualitas pelayanan bukan merupakan suatu yang permanen melainkan merupakan sesuatu yang fleksibel yang dapat dirubah. Perubahan ini tentunya perubahan yang semakin membaik dalam peningkatan kualitas pelayanan. Dalam usaha peningkatan kualitas pelayanan dapat kita lakukan dengan survei atau observasi kepada nasabah. Dengan mendapatkan *feedback* ataupun masukan dari para nasabah, kita dapat mengetahui apa saja yang diinginkan nasabah kepada kita dan apa kekurangan yang perlu kita perbaiki sehingga dapat membantu meningkat kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

Kepuasan nasabah itu penting dalam setiap perusahaan di bidang jasa maupun di bidang dagang dan lainnya. Tidak berbeda jauh dengan industri perbankan yang termasuk ke dalam bidang jasa juga. Demikian juga dengan Bank yang berusaha untuk mencari cara bagaimana untuk meningkatkan kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan dari Bank tersebut agar nasabahnya loyal pada Bank itu. Dengan menggunakan kualitas layanan sebagai strategi yang tepat untuk menciptakan kepuasan nasabah dan dapat mempertahankan loyalitas nasabah.

Di dalam setiap dunia perbankan sekarang dituntut untuk bekerja keras dalam memberikan pelayanan kepada nasabah yang semakin baik. Salah satu cara adalah pemberian jasa layanan yang baik serta nyaman dan kemandirian dalam melakukan transaksi perbankan kepada nasabah. Makanya saat ini semua industri perbankan bersaing dengan ketat dalam memberikan layanan terbaiknya kepada nasabah. Pelayanan yang diberikan mendapat penilaian yang memuaskan jika pelayanan yang diberikan memenuhi kebutuhan dan harapan dari nasabah. Apabila nasabah puas dengan pelayanan yang diberikan maka boleh dikatakan tingkat loyalitas tersebut tinggi.

Loyalitas nasabah dapat mempengaruhi rasa percaya diri nasabah dalam mengambil keputusan dalam memilih bank dan menentukan produk bank yang sesuai dengan harapan nasabah. Loyalitas nasabah dapat menunjukkan seberapa besar dukungan seorang nasabah terhadap produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Pada sisi yang lain, loyalitas nasabah dapat membuktikan tingkat kepercayaan nasabah terhadap produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan perbankan.

Kualitas pelayanan nasabah dapat dilakukan dengan memberikan berbagai jasa pelayanan yang untuk mempermudah para nasabah untuk bertransaksi. Seperti penyediaan beberapa rekening kerjasama antarbank untuk mempermudah nasabah bertransaksi dalam pembayaran angsuran kredit mereka. Dengan adanya kerjasama antarbank, maka nasabah akan lebih mudah dalam melakukan transaksi mereka lewat via transfer ke antarbank yang saling bekerja sama. Sehingga dapat

meringankan nasabah dalam keberatan yang harus menyetorkan angsuran kredit mereka langsung kepada pihak bank yang bersangkutan.

Dengan adanya kerjasama antarbank ini, dapat membuat nasabah merasakan adanya kepuasan dalam penyediaan layanan via transfer ke bank yang bekerjasama. Juga terdapat pelayanan pengantaran advis maupun kue ulangtahun kepada deposan yang berulangtahun. Dengan kualitas pelayanan yang meringan nasabah dan juga kejutan buat nasabah yang berulangtahun, maka kepuasan nasabah juga akan meningkat. Karena puas dengan pelayanan kita maka nasabah akan menjadi loyal dan selalu merekomendasikan kepada calon nasabah lain. Dengan demikian, maka akan meningkatnya tingkat loyalitas nasabah dan juga dapat meningkatkan tingkat profitibilitasnya.

Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah termasuk salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah terhadap suatu bank. Nasabah yang loyal akan selalu mempromosikan jasa dan merekomendasikan kepada orang lain. Oleh karena itu, nasabah yang loyal merupakan sumber informasi bagi calon nasabah yang lain. Berdasarkan keadaan tersebut maka perusahaan diharapkan akan selalu mengadakan evaluasi terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah yang diberikan selama ini. Sehingga dapat dijadikan bahan evaluasi dalam pencapaian tujuan perusahaan secara maksimal dan dalam usaha menciptakan loyalitas nasabah.

Dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah, dapat dilakukan dengan cara menarik minat masyarakat menggunakan jasa perbankan

yang umumnya dengan membuat lebih banyak program yang ditujukan kepada nasabah untuk dapat lebih berinteraksi dengan nasabah, kegiatan temu nasabah untuk kemudahan berlangsungnya melakukan transaksi ataupun dengan cara melakukan program special yang dapat menarik nasabah untuk membeli produk kita. Selain bertujuan untuk menarik minat calon pembeli dan mempertahankan nasabah yang ada dan juga dapat mempromosikan produk bank. Akan tetapi masih ada ketidakpuasan nasabah terhadap kinerja pelayanan bank, krisis kepercayaan para nasabah terhadap produk jasa perbankan dan juga tuntutan masyarakat mengenai kebutuhan akan jasa dan pelayanan yang berkualitas. Hal tersebut dapat mengakibatkan nasabah tidak lagi memiliki kepercayaan dan keyakinan terhadap bank tersebut sehingga nasabah berpindah ke bank lain.

Seperti pada PT BPR Artha Prima Perkasa, masih terdapat kekurangan dalam segi kualitas pelayanan mereka. Dari bagian operasional, petugas *teller*-nya yang kurang menghargai nasabahnya. Ketika ada nasabah yang datang mereka melakukan kesibukan sendiri hingga nasabah berdiri dihadapannya. Juga pelayanan mereka yang lambat respon terhadap nasabah dan kurang ramah terhadap nasabah. Pada petugas *customer servise* juga sikap pelayanannya kurang meresponin nasabah dan masih kurang dalam penjelasan produk perbankan kepada nasabah. Di *back-office*, bagian *marketing* juga terdapat kekurangan. Kurangnya inisiatif sendiri dalam melayani nasabah yang datang ke bank. Dan juga kekurangan interaksi dan komunikasi antara nasabah dan marketing.

Karena terdapatnya kekurangan-kekurangan tersebut, menyebabkan adanya ketidakpuasan nasabah. Nasabah menjadi tidak puas karena kelambatan responsif

kepada mereka. Tidak puas karena kurangnya keramahan dalam pelayanan. Oleh karena itu, tingkat loyalitas nasabah pasti kurang karena adanya kekurangan dalam pelayanan yang menyebabkan ketidakpuasan nasabah terhadap kita. Sehingga nasabah kehilangan rasa kepercayaan dan kenyamanan. Dan itu menyebabkan nasabah pindah ke bank lain otomatis tingkat loyalitas juga akan berkurang.

Untuk mencapai tingkat loyalitas nasabah yang maksimal, PT BPR Artha Prima Perkasa masih harus meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah mereka. Dalam peningkatan kualitas pelayanan, PT BPR Artha Prima Perkasa dapat di tingkatkan melalui kualitas pelayanan yang berwujud, kemampuan dan keandalan untuk menyediakan pelayanan yang terpercaya, kesanggupan untuk membantu dan menyediakan pelayanan secara cepat dan tepat serta tanggapan terhadap keinginan konsumen, kemampuan dan keramahan serta sopan santun pegawai dalam menyakinkan kepercayaan konsumen, dan bersikap tegas tetapi penuh perhatian dari pegawai terhadap konsumen.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti mengambil judul **"PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA BPR ARTHA PRIMA PERKASA "**.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, penulis mengidentifikasi masalah - masalah yang ada dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Petugas *teller* yang kurang menghargai dan ketidak-ramahan terhadap nasabah.
2. Kelambatan petugas *teller* dan *customer service* dalam melayani nasabah.
3. Para *marketing* yang kurang inisiatif dalam memberikan pelayanan terhadap nasabah.
4. Kurangnya berinteraksi dan komunikasi dengan para nasabah.
5. Karena persaingan yang ketat membuat adanya kehilangan rasa kepercayaan .
6. Ketidakpuasan nasabah terhadap kelambatan responsif.
7. Ketidakpuasan dalam keramahan pelayanan.
8. Adanya perpindahan nasabah ke bank lain yang tidak loyal terhadap pelayanan PT BPR Artha Prima Perkasa.

## 1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah sangat diperlukan untuk kesempurnaan penelitian yang dilakukan secara objektif. Dan sesuai dengan pokok permasalahan yang ada dalam penelitian terdapat batasan-batasan untuk lebih memfokuskan pada ruang dan waktu penelitian. Maka penulis memberikan batasan mengenai gambaran pengaruh kualitas layanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah yang berada di PT BPR Artha Prima Perkasa yaitu :

1. Penelitian dilakukan di PT BPR Artha Prima Perkasa di Komp. Nagoya Newtown Blok E No. 6-7, Batam.

2. Responden dilihat berdasarkan jumlah nasabah yang aktif dalam bertransaksi lebih dari setahun di PT BPR Artha Prima Perkasa.

#### **1.4 Perumusan Masalah**

Berdasarkan indentifikasi dan pembatasan masalah yang penulis lakukan, maka dapat dibuat perumusan masalah antara lain:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT BPR Artha Prima Perkasa ?
2. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT BPR Artha Prima Perkasa ?
3. Apakah kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah sama-sama berpengaruh signifikan pada PT BPR Artha Prima Perkasa ?

#### **1.5 Tujuan Masalah**

Penelitian ini memiliki tujuan yang dapat dijelaskan berdasarkan rumusan masalah yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada PT BPR Artha Prima Perkasa.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PT BPR Artha Prima Perkasa.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PT BPR Artha Prima Perkasa.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi semua kalangan yang berhubungan dengan objek dalam penelitian ini. Adapun rincian manfaatnya adalah sebagai berikut :

### **1.6.1 Manfaat secara teoritis**

1. Sebagai salah satu bahan referensi serta masukan bagi perusahaan yang ingin meningkatkan loyalitas nasabah dalam sisi kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap perusahaan.
2. Memberikan masukan kepada BPR Artha Prima Perkasa dalam peningkatan loyalitas nasabah.

### **1.6.2 Manfaat secara praktis**

1. Bagi objek penelitian

Dapat memberikan masukan pada perusahaan bidang jasa bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah.

2. Bagi Universitas Putera Batam

Menjadi referensi atau masukan terhadap peningkatan loyalitas nasabah dalam bagian kualitas pelayanan nasabah dan kepuasan nasabah.