

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Bank merupakan lembaga kepercayaan dengan tugas pokok menjadi perantara antara pihak yang mengalami *surplus of funds* untuk diproduktifkan pada sektor-sektor yang mengalami *lack of funds*. Sifat dasar sebagai lembaga kepercayaan itulah yang menyebabkan berbagai aturan dan ketentuan yang mengatur semua kegiatan operasional bank diberlakukan lebih ketat jika dibandingkan bisnis lain. Semuanya ini memiliki tujuan untuk membangun dan menjaga kepercayaan publik.

Bank sebagai lembaga keuangan merupakan bisnis yang mengalami berbagai banyak masalah dan bahkan tidak akan habis dikaji dalam berbagai kesempatan. Maju-mundur dan pasang-surut bisnis perbankan di Indonesia berpengaruh secara langsung pada semua sektor usaha karena hampir semua kegiatan bisnis memiliki keterikatan dan melibatkan perbankan terutama bagi Negara yang menganut sistem perekonomian terbuka.

Perkembangan bisnis perbankan di Indonesia belakangan ini mengalami pasang-surut dan cenderung mengalami penurunan, terutama setelah dilanda krisis moneter sejak pertengahan tahun 1998 yang hingga saat ini masih bisa dirasakan dampaknya. Rivai dan Veithzal (2006:11), menyatakan hampir semua bank menderita kesulitan dan mengalami masalah akibat krisis moneter ini. Banyak bank yang terpaksa dilikuidasi atau

mengikuti program penyelamatan melalui rekapitalisasi sehingga untuk sementara waktu keberadaan bank tersebut dapat diselamatkan. Pelayanan yang dinilai kurang memuaskan juga turut andil menjadi salah satu faktor pemicu ketidakpercayaan nasabah terhadap perbankan. Oliver dan McMillan 1992 (Kelley dan Turley, 2001:162), menyatakan kepuasan pelanggan adalah membangun suatu yang tersembunyi dengan berbagai indikator di tingkat atribut.

Usaha yang bergerak di bidang jasa pelayanan kepada konsumen memegang peranan yang penting. Kualitas pelayanan harus selalu dijaga dan ditingkatkan untuk dapat selalu meningkatkan kepuasan konsumen. Perbankan yang bergerak di bidang jasa harus bisa memberikan pelayanan yang memuaskan kepada nasabahnya, sehingga nasabah dengan sendirinya akan meningkatkan loyalitasnya pada perbankan. Peranan manajemen perbankan juga dituntut untuk bisa meningkatkan kualitas pelayanan bagi nasabah. Kualitas pelayanan dapat diwujudkan apabila manajemen perbankan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan.

Kepuasan merupakan hal yang penting bagi tujuan pemasaran yang memusatkan kepada konsumen (choi et. Al, 2005: 141). Menurut Rangkuti (2006: 30) kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian. Lebih lanjut Rangkuti (2006: 30) menyatakan salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan yaitu persepsi pelanggan mengenai suatu kualitas jasa yang berfokus terhadap lima

dimensi jasa. Lima dimensi kualitas jasa menurut Rangkuti (2006: 30) yaitu *responsiveness* (ketanggapan), *reliability* (keandalan), *emphaty* (empati), *assurance* (jaminan), dan *tangibles* (bukti fisik).

Ketanggapan merupakan respon atau kesiagapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap yang meliputi kesigapan karyawan dalam mengatasi pelanggan, kecepatan dalam menangani transaksi dan penanganan nasabah. Adapun bentuk kepedulian tersebut dapat dilakukan melalui pencapaian informasi atau penjelasan ataupun tindakan yang dapat langsung dirasakan manfaatnya oleh pelanggan (Tjiptono, 2005 : 273)

Keandalan merupakan kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan. Pemenuhan janji dalam pelayanan akan terkait dan mencerminkan kredibilitas suatu perusahaan dalam pelayanan. Tingkat kompetensi perusahaan juga dapat dilihat dari, sejauh mana tingkat kemampuan suatu perusahaan dapat ditunjukkan. Keandalan berkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu produk melaksanakan fungsinya secara berhasil dalam periode waktu tertentu dengan demikian keandalan merupakan karakteristik yang merefleksikan kemungkinan atau probabilitas suatu tingkat keberhasilan (Tjiptono, 2005: 273)

Perhatian merupakan rasa simpati yang secara individu diberikan perusahaan kepada pelanggan. Tingkat kepedulian dan perhatian perusahaan kepada pelanggan secara individual akan sangat didampakan oleh pelanggan. Persoalan dan masalah dapat muncul dan sejauh mana tingkat kepedulian

untuk menyelesaikan masalah, mengerti kemauan dan kebutuhan pelanggan dapat diaktualisasikan. Kepedulian terhadap masalah yang dihadapi pelanggan, mendengarkan serta berkomunikasi secara individual, kesemuanya itu akan menunjukkan sejauh mana tingkat pelayanan yang diberikan (Tjiptono, 2005: 273)

Jaminan merupakan kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramahan, perhatian dan kesopanan dalam memberikan keamanan didalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan. Tingkat pengetahuan mereka akan menunjukkan tingkat kepercayaan bagi pelanggan, sikap ramah, sopan bersahabat adalah menunjukkan adanya perhatian pada pelanggan (Tjiptono, 2005: 273)

Bukti fisik merupakan seberapa baik penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik. Penampilan fisik pelayanan, karyawan, dan komunikasi akan memberikan warna dalam pelayanan pelanggan. Tingkat kelengkapan peralatan atau teknologi yang digunakan akan berpengaruh pada pelayanan pelanggan. Karyawan merupakan sosok yang dapat memberikan perhatian terkait dengan sikap, penampilan dan bagaimana mereka menyampaikan kesan pelayanan. Dalam hal ini sejauh mana perusahaan memfasilitasi sarana komunikasi sebagai upaya untuk memberikan kemudahan dalam pelayanan adalah hal yang tidak terpisahkan (Tjiptono, 2005: 273)

Ada 6 alasan mengapa suatu institusi perlu mendapatkan loyalitas pelanggannya (Kotler, 2004)

1. Pelanggan yang ada lebih prospektif artinya pelanggan loyal akan memberi keuntungan besar kepada institusi
2. Biaya mendapatkan pelanggan baru jauh lebih besar dibandingkan menjaga dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada
3. Pelanggan yang sudah percaya kepada institusi dalam suatu urusan akan percaya juga dengan urusan lainnya
4. Biaya operasi institusi akan menjadi lebih efisien jika memiliki banyak pelanggan yang loyal
5. Institusi dapat mengurangi biaya psikologis dan social dikarenakan pelanggan lama telah mempunyai banyak pengalaman positif dengan institusi
6. Pelanggan loyal akan selalu membela institusi bahkan berusaha pula untuk menarik dan member saran kepada orang lain untuk menjadi pelanggan

Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah didirikan pertama kali di kota Semarang berdasarkan Surat Persetujuan Menteri Pemerintah Umum & Otonomi Daerah No DU 57/1/35 tanggal 13 Maret 1963 dan ijin usaha dari Menteri Urusan Bank Sentral No 4/Kep//MUBS/63 tanggal 14 Maret 1963 sebagai landasan operasional Jawa Tengah. Operasional pertama BPD Jateng dimulai tanggal 6 April 1963 dengan menempati Gedung Bapindo Jl Pahlawan No 3 Semarang sebagai Kantor Pusat.

Tujuan pendirian dari Bank adalah untuk mengelola keuangan daerah yaitu sebagai pemegang Kas Daerah dan digunakan untuk membantu meningkatkan ekonomi daerah dengan cara memberikan kredit kepada unit usaha kecil. BPD Jawa Tengah merupakan Bank milik Pemerintah Provinsi Jawa Tengah bersama dengan Pemerintah Kabupaten / Kota se Jawa Tengah. BPD Jawa Tengah sempat mengalami beberapa kali perubahan badan usaha. Pada tahun 1969 melalui Peraturan Daerah (Perda) Provinsi Jawa Tengah No 3 Tahun 1969 menetapkan BPD Jawa Tengah sebagai Badan Usaha Milik Daerah (BUMD). Kemudian melalui Peraturan Daerah (Perda) Provinsi Jawa Tengah No 1 Tahun 1993 status badan usaha Bank berubah menjadi Perusahaan Daerah (Perusda). Sampai akhirnya pada tahun 1999 berdasarkan Peraturan Daerah (Perda) Provinsi Jawa Tengah No 6 Tahun 1998 dan akta pendirian No 1 tanggal 1 Mei 1999 dan disahkan dengan Keputusan Menteri Kehakiman Republik Indonesia No C2.8223.HT.01.01 tahun 1999 tanggal 15 Mei 1999, BPD Jawa Tengah kemudian berubah menjadi Perseroan Terbatas (PT). Pada tanggal 7 Mei 1999 PT BPD Jawa Tengah mengikuti program Rekapitalisasi Perbankan. Pada tanggal 7 Mei 2005 PT BPD Jawa Tengah menyelesaikan program rekapitalisasi, disertai dengan pembelian kembali kepemilikan saham yang dimiliki Pemerintah Pusat oleh Pemerintah Provinsi Jawa Tengah dan Kabupaten /Kota se Jawa Tengah.

Seiring dengan berkembangannya perusahaan dan untuk lebih menampilkan citra positif perusahaan terutama setelah lepas dari program rekapitalisasi, maka manajemen mengubah logo dan call name perusahaan

yang akan menggambarkan wajah baru dari BPD Jawa Tengah. Berdasarkan Akta Perubahan Anggaran Dasar No 68 tanggal 7 Mei 2005 Notaris Prof Dr Liliana Tedjosaputro dan Surat Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia No C.17331 HT.01.04.TH.2005 tanggal 22 Juni 2005 maka nama sebutan (call name) PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah berubah dari sebelumnya Bank BPD Jateng menjadi Bank Jateng.

Bank Jateng Syariah sendiri merupakan Unit Bisnis yang dibantu oleh Bank Jateng untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan produk dan jasa perbankan yang berazas syariah. Unit Usaha Syariah Bank Jateng resmi dibuka pertama kali pada tanggal 26 April 2008 yang berkantor pusat di Kota Semarang yaitu Gedung Grinatha Lt IV, Jl Pemuda No 142 Semarang. Pada awal operasionalnya, Bank Jateng Syariah membuka Kantor Cabang Syariah di Surakarta dan mulai beroperasi pada tanggal 21 Mei 2008 di Jl Slamet Riyadi No 236 Surakarta, sampai dengan tahun 2013 Bank Jateng Syariah telah memiliki 2 Kantor Cabang Syariah, 4 Kantor Cabang Pembantu Syariah, 2 Payment Point, 2 Kantor Kas Syariah, 111 Layanan Syariah yang tersebar luas di seluruh wilayah Jawa Tengah & 2 ATM Syariah. Selain itu nasabah Bank Jateng Syariah juga dapat melakukan transaksi tarik setor rekening tabungan di seluruh Kantor Cabang, Kantor Cabang Pembantu, maupun Kantor Kas Bank Jateng di seluruh Wilayah Jawa Tengah. Disamping diberikan kemudahan akses layanan seperti yang dijelaskan tadi, beragam produk dan jasa keuangan perbankan dengan berazas syariah juga bisa dinikmati oleh nasabah, baik produk pembiayaan (kredit), pendanaan

maupun jasa lainnya dengan fitur dan layanan yang dapat bersaing dengan Bank lain. Dengan strategi yang telah disiapkan manajemen Bank Jateng Syariah dan keseriusan semua jajaran yang ada untuk mengembangkan Bank Jateng Syariah agar menjadi unit usaha yang produktif dan *profitable* sehingga dapat berjalan beriringan dengan pertumbuhan Bank Jateng yang telah lama menjadi bagian tidak terpisahkan dari perekonomian Jawa Tengah.

Perbankan merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang jasa keuangan yang menghadapi banyak persaingan, baik itu antar perbankan, maupun lembaga keuangan bukan bank. Melihat kenyataan ini Bank Jateng Syariah Cabang Surakarta perlu untuk meningkatkan kualitas pelayanan nasabah. Berdasarkan uraian penjelasan di atas, maka dengan itu penulis akan mengambil judul penelitian tentang “*PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH*”.

## **B. Perumusan Masalah**

Dari uraian latar belakang yang telah dijelaskan di atas dapat disimpulkan bahwa belum diketahui adanya Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Jateng Syariah Cabang Surakarta. Beberapa permasalahan penelitian di rumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Jateng Syariah Cabang Surakarta?
2. Sejauh mana kepuasan nasabah dalam mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Jateng Syariah Cabang Surakarta ?



**C. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui apakah kualitas pelayanan mempunyai pengaruh secara langsung yang signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Jateng Syariah Cabang Surakarta
2. Mengetahui sejauh mana kepuasan nasabah dalam mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Jateng Syariah Cabang Surakarta

**D. Manfaat Penelitian**

1. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan bagi manajemen Bank Jateng Syariah Cabang Surakarta untuk mempertimbangkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah.
2. Bagi penulis sebagai penerapan ilmu yang telah diperoleh dari perkuliahan sehingga menambah wawasan ilmu dan pengetahuan di bidang pemasaran jasa.
3. Bagi lingkungan akademik, hasil penelitian ini dapat dijadikan pijakan untuk melakukan penelitian selanjutnya mengenai kualitas pelayanan pada dunia perbankan.