

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dewasa ini, perekonomian suatu Negara memiliki peran penting yang telah mendominasi yaitu industri jasa. Dapat terlihat dengan banyak berdirinya industri pada sektor jasa, seperti jasa perhotelan, jasa pariwisata, jasa rumah makan, jasa perbankan, dan juga sektor jasa lainnya. Di Indonesia sektor tersebut telah berkembang sangat pesat (Iqbal, 2013:145). Menurut (Endarwita, 2013:168) telah terjadi persaingan yang semakin ketat pada sektor perbankan. Kini fokus dari bisnis perbankan bergeser pada layanan perorangan (*customer banking*) yang awalnya yakni melayani perusahaan (*corporate banking*) di Indonesia telah berubah. Kian banyaknya masyarakat yang memilih bank menjadi sebuah pertandanya akan pergeseran layanan perbankan tersebut (Wicaksono dkk., 2015:1).

Perbankan merupakan sebuah bisnis yang berdasarkan dengan asas kepercayaan, sehingga tentu masyarakat akan memilih dengan selektif dan tepat tempat berinvestasi untuk uang yang mereka miliki (Pramana dan Rastini, 2016:707). Kesetiaan nasabah menjadi salah satu bukti bahwa bank telah mampu untuk bersaing dalam memberikan pelayanan prima kepada nasabahnya. Ketertarikan nasabah merupakan sebuah tolak ukur suatu bank dikatakan berhasil (Pinontoan, 2013:193).

Harapan nasabah terhadap suatu kualitas layanan (*expected quality*) dan persepsi nasabah terhadap kualitas layanan (*perceived quality*) merupakan dua hal yang tentunya saling memiliki keterkaitan. Mereka akan memberikan penilaian dari

membandingkan atas layanan yang telah diterima dengan layanan yang mereka harapkan (Parasuraman *et al.*, 1993) dalam (Hidayat, 2009:59).

Di tanah air, telah banyak muncul perusahaan-perusahaan di bidang keuangan yang memiliki berbagai macam keunikan layanan dan produk. Hal tersebut akan berdampak pada masyarakat. Dengan berbagai keunikan dan tawaran yang menarik maka tak jarang mereka bingung untuk menentukan pilihannya. Nasabah akan dihadapkan dengan beragam pilihan perusahaan di sektor keuangan, yang nantinya akan dijadikannya sebagai tujuan/tempat untuk mengisnvestasikan dananya (Murti dan Santika, 2016:736).

Setiap nasabah pasti memiliki kriteria yang berbeda dalam memilih lembaga keuangan, antara satu dengan yang lain. Ada nasabah yang sangat ingin dengan bank yang dapat memberikan suku bunga tabungan tinggi, untuk kredit suku bunga yang ditawarkan suku bunga yang rendah, juga ada yang akan memastikan segala keamanan dalam melakukan transaksi, serta nasabah yang ingin mendapatkan pelayanan cepat dan efisien dengan kemudahan pengaksesan yang dapat dilakukan oleh nasabah dimanapun dan kapanpun dibutuhkan oleh nasabah (Pramana dan Jatra, 2017:6819).

Parasuraman *et al.*, (1985) dalam (Hidayat, 2009:59) menjelaskan bahwa para pengguna jasa perbankan akan memberikan penilaian yang berbeda terhadap kualitas suatu layanan. Dikarenakan layanan perbankan memiliki karakteristik *variability*, sehingga hasil atas kinerja yang dihasilkannya sering kali tidak konsisten. Maka dari itu, para nasabah menggunakan isyarat intrinsik (*output* dari penyampaian jasa) dan isyarat ekstrinsik (unsur pelengkap jasa) yang digunakan sebagai tolak ukur untuk menilai suatu kualitas layanan. Agar dapat bertahan pada persaingan yang kian

ketat, maka usaha perbankan harus mampu untuk memberikan pelayanan terbaiknya yang dapat dijadikan sebuah keunggulan dan pembeda antar usaha perbankan yang lainnya. Dapat dilihat dari banyaknya jumlah nasabah yang memiliki loyalitas tinggi, bank yang dapat bersaing dengan keunggulan yang dimilikinya (Yakin, 2013:6)

Morgan dan Hunt (1994) dalam (Darwin dan Kunto, 2014:1) berpendapat bahwa ketika terdapat kepercayaan dari konsumen terhadap suatu perusahaan dan juga konsumen puas dengan kualitas layanan yang diberikan maka akan terbangun sebuah loyalitas konsumen. Sebagai harapan positif yang meyakinkan seseorang dalam mengambil sesuatu yang berisiko, kepercayaan sebagai keyakinan yang dimiliki oleh seorang konsumen terhadap perusahaan bahwasanya perusahaan tersebut akan bersikap baik kepadanya. Untuk mencapai sebuah tujuan dengan menciptakan dan mempertahankan pelanggan, merupakan salah satu syarat sukses dalam sebuah persaingan. Ketika perusahaan mendapatkan kepercayaan dan dapat memberikan pelayanan yang terbaik, sehingga dapat memuaskan konsumennya maka para pelanggan tentunya akan terus bertahan dengan produk suatu perusahaan (Darwin dan Kunto, 2014:1).

(Indiani dkk., 2016:86) menjelaskan bahwa nasabah yang loyal kepada sebuah bank pada umumnya akan memakai lebih dari satu produk dan juga layanan dari suatu bank, serta memilih untuk melakukan berbagai transaksi untuk menunjang keperluan perbankan, dan tidak akan segan untuk memberikan rekomendasi kepada kerabat dan koleganya. Butz dan Goodstein (1996) dalam (Hidayat, 2009:59) berpendapat, hubungan emosional atau dapat disebut dengan loyalitas nasabah terhadap suatu bank akan tercipta apabila layanan dapat memberi nilai tambah pada nasabah maka nasabah tentu akan puas dengan produk yang ditawarkan.

Dilansir dari (Hadi, 2020), terdapat pembobolan uang nasabah sebesar 2,7 miliar yang diduga dilakukan oleh oknum bank di Pamekasan. Cara yang dilakukan yaitu dengan mengambil uang nasabah mulai tahun 2018 hingga 2019 dilakukan secara bertahap dan digunakan untuk keperluan pribadi. Dari berita yang ada tentunya nasabah yang mulanya percaya terhadap Bank Jatim akan memikirkan ulang untuk menyimpan dananya. Kejadian tersebut akan memberikan efek pada kepercayaan nasabah terhadap bank. Jika dilihat pada Laporan Keuangan PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur mulai pada tahun 2016 hingga 2019 terjadi peningkatan pada total simpanan dari nasabah.

Tabel 1.1

Data Persentase Angka Pertumbuhan Simpanan Dari Nasabah

Tahun	Total Simpanan Dari Nasabah	Persentase Angka Pertumbuhan
2016	32.798.657	-
2017	39.845.108	21,48%
2018	50.915.931	27,78%
2019	60.545.872	18,91%

(Sumber: Laporan Keuangan Bank Jatim)

Dari data diatas, dapat diketahui angka pertumbuhan persentase meningkat setiap tahun namun tidak stabil (peningkatan berfluktuasi). Di tahun 2017 ke tahun 2018 terjadi peningkatan sekitar 6,3% sedangkan pada tahun 2018 ke tahun 2019 terjadi penurunan sekitar 8,87%. Hal ini dapat mengindikasikan bahwa dengan terjadinya pembobolan yang ada di Pamekasan berpengaruh terhadap simpanan dari nasabah pada PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur. Selain dari fenomena yang disebutkan, masih banyak faktor lain yang dapat berpengaruh terhadap loyalitas

nasabah. (Novia J, 2016) melakukan penelitian hasil yang didapat yakni variabel kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas belanja di Vittoriashop, hal tersebut didukung oleh teori yang dikemukakan oleh (Lupiyoadi R, 2006:176) bahwa dengan konsistensi kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan akan menciptakan keuntungan jangka panjang yakni loyalitas pelanggan.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh (Maharani dan Zaini, 2016) bahwa variabel kepercayaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Distro Redzone T-shirt Maker. Kepercayaan antara pelanggan dengan penyedia jasa yang tinggi dapat mempengaruhi kemungkinan pelanggan akan berpindah kepada penyedia jasa lainnya (Suparmi dan Handhoko, 2018). Melihat fenomena ini maka penulis berkeinginan untuk melakukan penelitian mengenai “Analisis Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas yang telah diuraikan, maka rumusan masalah yang dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur?
2. Apakah kepercayaan memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur.

2. Menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini yaitu untuk menyampaikan informasi dan memberikan gambaran mengenai kualitas layanan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur.

1.4.2. Manfaat Praktis

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat:

1. Bagi Peneliti

Diharapkan untuk menambah wawasan, dan dapat memberikan pengetahuan mengenai kualitas layanan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur.

2. Bagi Pembaca

Diharapkan dapat memberi gambaran kepada pembaca dan dapat dijadikan sebagai bahan referensi pada penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan kualitas layanan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah.

3. Bagi PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan guna meningkatkan kualitas layanan yang dimiliki. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan perbaikan dan pengembangan layanan untuk nasabah.

1.5. Kontribusi Riset

Berdasarkan manfaat dari penelitian ini, maka kontribusi penelitian ini adalah adanya hubungan kualitas layanan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur. Sehingga dapat digunakan sebagai acuan yang diambil dalam mempertahankan dan memperbaiki kualitas layanan serta kepercayaan nasabah guna meningkatkan loyalitas nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur.