

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi ini, kualitas dipandang sebagai salah satu alat untuk mencapai keunggulan kompetitif, karena kualitas merupakan salah satu faktor utama yang menentukan pemilihan produk dan jasa bagi konsumen. Kepuasan konsumen akan tercapai apabila kualitas produk dan jasa yang diberikan sesuai dengan kebutuhannya.

Bisnis perbankan merupakan bisnis jasa berdasarkan pada azas kepercayaan sehingga masalah kualitas layanan menjadi faktor yang sangat menentukan dalam keberhasilan usaha, kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang di terima (Perceived Service) dengan tingkat layanan yang di harapkan (Expected Service). (Kotler 1997 : 20).

Dewasa ini terjadi perubahan pandangan mengenai kualitas, suatu produk yang berkualitas tidak hanya merupakan produk dengan performance yang baik tetapi juga harus memenuhi kriteria kepuasan konsumen, ini merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan terutama dalam persaingan bisnis yang begitu ketat bahkan Myron Tribus (1991:1) mengatakan bahwa “ The problem is not to increase quality; increasing quality is the answer to the problem ,” sehingga dalam persaingan global dunia bisnis mencakup kemampuan suatu perusahaan untuk.

1. Mengerti apa yang diinginkan konsumen dan berusaha untuk memenuhinya pada tingkat biaya yang paling rendah.

2. Menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan konsumen dengan kualitas yang tinggi dan realibilitas yang konsisten.
3. Senantiasa mengikuti perkembangan teknologi, politik, dan sosial yang terjadi di lingkungan perusahaan.
4. Dapat memprediksikan apa yang diinginkan konsumen bahkan sampai dekade sepuluh tahun yang akan datang

Kualitas jasa yang baik merupakan hal yang sangat penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan, namun untuk memahami bagaimana mengevaluasi kualitas yang diterima oleh konsumen tidaklah mudah. Kualitas jasa lebih sukar untuk dievaluasi dibandingkan dengan kualitas barang, kualitas jasa tidak diciptakan melalui proses produksi dalam pabrik untuk kemudian diserahkan kepada konsumen sebagai kualitas barang. Sebagian besar kualitas jasa diberikan selama penyerahan jasa terjadi dalam proses interaksi diantara konsumen dan terdapat kontak personil dengan penyelenggara jasa tersebut.

Hampir semua bank baik swasta maupun nasional berlomba untuk mendapatkan posisi sebagai lembaga keuangan yang terpercaya, telah menawarkan berbagai produk dan melayani semua segmen pasar. Tujuan utamanya adalah agar bank tersebut menjadi bank yang kokoh dan terkemuka di Indonesia serta mendapatkan posisi sebagai lembaga keuangan yang terpercaya.

Beberapa bank nasional maupun swasta yang gencar di dalam melakukan promosi produk jasa mereka adalah Bank BCA, Mandiri, BNI46, BRI, Bukopin dan lain-lain, Namun sering sekali di jumpai produk jasa yang pihak bank tawarkan

tidak sesuai dengan pengharapan yang di harapkan konsumen sehingga menimbulkan rasa kecewa di mata para nasabah masing-masing bank tersebut

Untuk menciptakan good performance, bank tidak dapat menghindari fungsinya dari pelayanan nasabah. Pelayanan yang diberikan kepada nasabahnya akan mencerminkan baik tidaknya bank tersebut.

Banyak riset yang menunjukkan bahwa persentase jumlah nasabah yang memutuskan untuk tetap memakai jasa bank tertentu karena pelayanan yang mereka terima dirasakan ada kepuasan atau baik. Dengan kata lain, salah satu faktor yang mendongkrak pangsa pasar per bankan adalah peningkatan kualitas pelayanan.

Kualitas dari suatu pelayanan memang merupakan kewajiban bagi perbankan untuk itu Pelayanan merupakan kunci sukses dari sebuah transaksi yang terdapat di dalam perbankan, Oleh karena itu pelayanan harus menjadi faktor perhatian manajemen perbankan dalam menjalankan suatu usaha.

Beberapa survey menunjukkan pada rentang waktu 2008-2009 pelayanan bank swasta lebih dominan ketimbang bank nasional hal ini dapat di lihat dari peringkat yang di keluarkan oleh ISMS dan MRI dimana bank swasta lebih banyak di percaya oleh konsumen dalam hal kualitas pelayanannya dari pada bank nasional berikut data-data bank yang memiliki kualitas pelayanan peringkat 1 sampai 10 antara lain



Table 1.1

Daftar Peringkat Bank dalam Kualitas pelayanan nasabah

Nama Bank	2007	2008	2009	Nama Bank	2010	2011
HSBC	1	6	9	Mandiri	1	1
City Bank	2	5	6	BII	2	2
Bank Danamon	3	1	2	OCBC NISP	3	3
Bank Niaga	4	3	4	Bank Permata	4	4
BRI	5	-	-	BNI	5	5
Bank Permata	6	2	5	CIMB Niaga	6	6
BII	7	-	-	BRI	7	7
BNI	8	-	-	BCA	8	8
BCA	10	9	1	Bank Danamon	9	9
Bank Mandiri	10	10	3	Bank Bukopin	10	10

Sumber : Info Bank (April,2009)

Namun pada tahun 2011 Berdasarkan survei BSEM 2011, tidak ada satu pun bank asing yang masuk dalam jajaran 10 bank umum terbaik dalam pelayanan prima hal ini dapat di lihat dari table 1.1 di atas. Citibank yang tahun lalu masih berada di urutan kesepuluh, tahun ini terpendal. Secara berurutan, 10 bank yang masuk dalam The Best Bank Service Excellence adalah Bank Mandiri, Bank Internasional Indonesia, OCBC NISP, Bank Permata, BNI, CIMB Niaga, BRI, BCA, Bank Danamon, dan Bank Bukopin.

Agar dapat bersaing, bertahan hidup dan berkembang perusahaan di tuntut untuk mampu memberikan pelayanan berkualitas yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, dimana produk dan jasa yang tidak memenuhi kualitas yang di inginkan pelanggan dengan sangat mudah di tinggalkan oleh para nasabahnya maupun pelanggannya dan pada akhirnya beralih ke perusahaan atau bank lain, untuk mengantisipasi hal tersebut tentunya pihak perusahaan maupun bank akan

mengutamakan perluasan produk dan pelayanan yang berorientasi pada pelayanan yang mengutamakan kepuasan nasabah.

Masyarakat sebagai konsumen atau pasar yang dituju oleh industri perbankan memiliki berbagai pertimbangan dalam memilih usaha jasa perbankan yang akan digunakannya, hal tersebut dapat dilihat dari faktor tingkat bunga yang ditawarkan oleh perbankan kepada masyarakat, tingkat kenyamanan yang dirasakan oleh masyarakat dalam hal penyimpanan uang pada bank tersebut, juga mengenai kemudahan dalam memperoleh pinjaman. serta beberapa faktor lainnya yang menyangkut dimensi pelayanan lainnya seperti (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy*)

Faktor-faktor tersebut yang menjadi dasar pertimbangan masyarakat untuk memilih jasa perbankan, baik secara langsung maupun tidak langsung dapat membentuk loyalitas pada diri masyarakat akan bank yang dijadikan sebagai pilihan yang dipercayainya.

Keberadaan jasa perbankan dalam masyarakat memang lebih menguntungkan terutama pada sektor perekonomian, di mana para pelaku ekonomi lebih leluasa dalam menjalankan proses kegiatan ekonominya untuk menunjang kelangsungan hidup. Usaha jasa perbankan dalam masyarakat yang mengedepankan pelayanan yang baik demi memperoleh kepercayaan dari masyarakat sebagai nasabahnya akan menghadapi berbagai macam keadaan atau pandangan yang timbul dari masyarakat sebagai ungkapan kepuasan atau ketidakpuasannya akan pelayanan yang diterimanya dari pihak bank yang dipercayainya.

Dalam hal ini, dituntut perlunya manajemen pemasaran memainkan peranannya sebagai alat perusahaan dalam menjaring pelanggan tersebut. Sebuah bank harus mampu mengantisipasi persaingan yang ketat dari para pesaingnya (perusahaan sejenis). Dengan demikian, bank harus menciptakan daya tarik untuk menarik minat konsumen yaitu dengan melakukan strategi pemasaran jasa perbankan yang efektif yakni dengan strategi produk yang beragam (diversifikasi produk), harga yang kompetitif, lokasi yang strategis, promosi yang menarik, sumberdaya manusia yang terlatih dan terampil, proses yang cepat dan praktis serta layanan pelanggan yang memuaskan

Untuk itu Di kabupaten kota Humbang Hasudutan dan sekitarnya telah berdiri beberapa bank yang menawarkan jasa perbankan, baik bank yang dimiliki oleh pihak pemerintah maupun pihak swasta. Di antaranya Bank Rakyat Indonesia (BRI), Bank Negara Indonesia (BNI), Bank Mandiri serta Bank Sumatra Utara (Bank Sumut) dan lain sebagainya. Kehadiran bank-bank tersebut, secara ekonomi memberikan keuntungan kepada masyarakat umum khususnya para pelaku ekonomi.

Menyadari akan berbagai hal di atas maka dalam penelitian ini peneliti tertarik untuk memilih Bank Rakyat Indonesia sebagai objek penelitian, dengan maksud untuk mengetahui seperti apa dan bagaimana loyalitas nasabah terhadap pelayanan pihak perbankan dalam hal ini Bank Rakyat Indonesia Unit Dolok Sanggul. Karenanya perlu dilakukan kajian lebih mendalam mengenai kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah pada Bank Rakyat Indonesia Unit Dolok Sanggul melalui penelitian

Untuk itu maka dalam penelitian ini peneliti mengangkat judul ***“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Rakyat Indonesia Unit Dolok Sanggul Cabang Tarutung”***.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka permasalahan pokok dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Pengaruh Tangible terhadap loyalitas nasabah pada Bank BRI unit Dolok Sanggul Cabang Tarutung
2. Bagaimana Pengaruh Reliability terhadap loyalitas nasabah pada Bank BRI unit Dolok Sanggul Cabang Tarutung
3. Bagaimana Pengaruh Responsiveness terhadap loyalitas nasabah pada Bank BRI unit Dolok Sanggul Cabang Tarutung
4. Bagaimana Pengaruh Assurance terhadap loyalitas nasabah pada Bank BRI unit Dolok Sanggul Cabang Tarutung
5. Bagaimana Pengaruh Emphaty terhadap loyalitas nasabah pada Bank BRI unit Dolok Sanggul Cabang Tarutung
6. Bagaimana Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Emphaty berpengaruh Secara Parsial terhadap loyalitas nasabah pada Bank BRI unit Dolok Sanggul Cabang Tarutung

1.3 Pembatasan Masalah

Untuk menghindari kesimpang siuran dalam penelitian ini serta mengingat keterbatasan waktu dan keterbatasan penulisan maka perlu adanya pembatasan masalah dalam penelitian ini. Adapun pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Rakyat Indonesia Unit Dolok Sanggul Cabang tarutung.

1.4 Perumusan Masalah

Perumusan Masalah merupakan hal yang sangat penting dilakukan terlebih dahulu sebelum sampai pada tahap selanjutnya. Adanya suatu permasalahan yang hendak di pecahkan akan mempermudah dan lebih mengarahkan data yang di kumpulkan, sehingga penganalisaannya dapat lebih terarah sesuai dengan sasaran

Berdasarkan pembatasan masalah, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : “ Apakah ada Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas nasabah pada Bank Rakyat Indonesia Unit Dolok Sanggul Cabang Tarutung”.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk Menguji Pengaruh Tangible terhadap loyalitas nasabah pada Bank BRI unit Dolok Sanggul Cabang Tarutung
2. Untuk Menguji Pengaruh Reliability terhadap loyalitas nasabah pada Bank BRI unit Dolok Sanggul Cabang Tarutung

3. Untuk Menguji Pengaruh Responsiveness terhadap loyalitas nasabah pada Bank BRI unit Dolok Sanggul Cabang Tarutung
4. Untuk Menguji Pengaruh Assurance terhadap loyalitas nasabah pada Bank BRI unit Dolok Sanggul Cabang Tarutung
5. Untuk menguji Pengaruh Emphaty terhadap loyalitas nasabah pada Bank BRI unit Dolok Sanggul Cabang Tarutung
6. Untuk Menguji pengaruh dimensi Kualitas Pelayanan (Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Emphaty) Secara Parsial terhadap loyalitas nasabah pada Bank BRI unit Dolok Sanggul Cabang Tarutung

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi peneliti sendiri penelitian ini bermanfaat untuk memperluas wawasan dalam bidang yang di teliti dan memperdalam pengetahuan khususnya dalam hal pelayanan per bankan terhadap Loyalitas Nasabah.
2. Bagi pihak lain, penelitian ini dapat bermanfaat dalam memberikan informasi tambahan untuk penelitian lebih lanjut di bidang yang relavan.
3. Bagi pihak per Bankkan Sebagai sumbangan pemikiran kepada pihak perbankan dalam menentukan kebijakan yang tepat dalam melayani nasabah yang akan menggunakan jasa yang di tawarkan.