BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam dunia modern peranan perbankan dalam memajukan perekonomian suatu negara sangatlah besar. Lembaga perbankan merupakan inti dari sistem keuangan suatu negara (Hermansyah, 2009:7). Hampir semua sektor yang berhubungan dengan kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa bank (Kasmir, 2002:2). Kualitas pelayanan sangat penting dalam bisnis perbankan. Selain menawarkan berbagai macam produk, perbaikan di sisi teknologi informasi, pelayanan fisik, dan pelayanan non fisik dimaksudkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan (Ariyani, 2008).

Penilaian masyarakat terhadap bank dipengaruhi oleh bagaimana masyarakat tersebut memaknai produk bank atau pelayanan yang diterima. Menurut Bedi (2010) memberikan layanan yang berkualitas tinggi adalah suatu keharusan untuk mencapai kepuasan pelanggan. Bagi pelanggan, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berasal dari layanan yang terorganisir. Secara sederhana kinerja keuangan sesungguhnya bersumber pada kesetiaan pelanggan. Pelanggan yang setia dapat menghemat biaya hingga empat sampai lima kali dibandingkan biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan pelangan baru. Kenyataan ini menjadi tantangan tersendiri bagi dunia perbankan, yaitu bagaimana menciptakan keinginan pelanggan untuk menggunakan produk dan jasa perusahaan serta menjalin hubungan yang dekat dengan nasabahnya (Suhardi, 2006).

Masyarakat kini semakin selektif dalam memilih jasa perbankan untuk menempatkan dana yang dimiliki guna menghindari risiko kehilangan akibat buruknya kinerja suatu perbankan. Dalam hal ini, unsur kepercayaan menjadi faktor kunci bagi perusahaan untuk memenangkan persaingan. Kepercayaan juga sangat

diperlukan untuk membangun dan mempertahankan hubungan jangka panjang (Akbar dan Parves, 2009). Komitmen nasabah yang tinggi terhadap perusahaan akan menjamin kelangsungan bisnis jangka panjang.

Bisnis perbankan merupakan bisnis kepercayaan, oleh karena itu sistem pengelolaan wajib didasarkan pada prinsip kehati-hatian, agar kesehatan perusahaan tetap terjaga demi kepentingan masyarakat pada umumnya dan nasabah penyimpan dana pada khususnya. Keberadaan bank sangat penting untuk menopang dan membantu meningkatkan perekonomian masyarakat. Pertumbuhan ekonomi yang terus berkembang menuntut eksistensi dari bank untuk melayani masyarakat. Kini banyak bermunculan bank-bank baru yang menjamur di Indonesia khususnya Bank Perkreditan Rakyat.

Bank Perkreditan Rakyat (BPR) merupakan lembaga perbankan yang dikenal di Indonesia yang diatur dalam ketentuan Pasal 5 ayat (1) Undang-Undang No.7 tahun 1992 tentang Perbankan, sebagaimana yang telah diubah dalam UU No.10 tahun 1998 yang mengklasifikasikan bank dalam dua jenis yaitu Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat. Bank Perkreditan Rakyat adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran, sedangkan yang dimaksud dengan Bank Umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit, dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Bank sebagai badan usaha tetap berorientasi untuk meningkatkan laba melalui kegiatan operasional, termasuk fungsinya sebagai financial intermediary, yaitu menghimpun dana dari pihak ketiga (DPK) dan menyalurkannya kembali dalam

bentuk kredit. Persaingan yang semakin ketat dan terbatasnya sumber daya manusia yang professional menjadi hambatan bagi bank untuk menyalurkan dana pada masyarakat. Di negara-negara seperti Indonesia, peranan bank cenderung lebih penting dalam pembangunan karena bukan hanya sebagai sumber pembiayaan untuk kredit investasi kecil, menengah, dan besar tetapi juga mampu mempengaruhi siklus usaha dalam perekonomian secara keseluruhan (Setyari, 2007).

Saat ini masyarakat memiliki pengetahuan yang semakin baik mengenai pelayanan dan kepuasan sehingga apabila masyarakat merasakan ketidakpuasan terhadap pelayanan yang diterima maka pelanggan tidak segan untuk mengadukan kekecewaannya pada perusahaan yang bersangkutan. Pelanggan yang puas akan memberitahu tiga sampai lima orang mengenai produk atau layanan yang mereka terima tetapi di sisi lain pelanggan yang tidak puas akan mengatakan ke 10 hingga 12 orang (Janet, 2009). Maka dari itu sangat penting untuk memelihara kualitas pelayanan guna menciptakan kepuasan bagi nasabah. Dengan terciptanya kepuasan yang sesuai dengan keinginan pelanggan, hal tersebut secara langsung maupun tidak langsung dapat membentuk nasabah yang memiliki tingkat loyalitas yang tinggi. Memiliki nasabah yang loyal adalah harapan dari setiap bank karena akan membawa banyak keuntungan bagi perusahaan. Hubungan yang selaras antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas dapat membantu membidik target pasar dengan keterbatasan sumber daya pemasaran yang dimiliki (Kheng et al., 2010). Beberapa tahun terakhir ini, BPR banyak muncul bak jamur di musim penghujan.

Tabel 1.1

Perkembangan BPR di Indonesia Tahun 2010-2014

Keterangan	2010	2011	2012	2013	2014
Jumlah BPR	1.817	1.772	1.733	1.706	1.682
Jumlah Kantor	3.250	3.367	3.644	3.910	4.043

Sumber : Data Bank Indonesia

Perkembangan terakhir yang menarik, berdasarkan data statistik Bank Indonesia tersebut di atas, BPR semakin menggencarkan penambahan jumlah kantor kas dan cabang untuk memperluas jaringan distribusinya. Pada tahun 2010 jumlah kantor sebanyak 3.250, tetapi pada tahun 2014 mengalami kenaikan sekitar 24%, jumlahnya menjadi 4.043 kantor. Kondisi ini menggambarkan bahwa BPR berupaya untuk lebih mendekatkan dirinya kepada masyarakat, dan menjadi salah satu cara untuk menghadapi pesaing yang semakin ketat. Semakin bertambahnya jumlah BPR dari tahun ke tahun yang beroperasi menunjukkan bahwa BPR berperan aktif dalam menggairahkan perekonomian nasional. Terlebih dengan adanya bukti bahwa ditengah terpaan krisis ekonomi global, justru unit-unit ekonomi mikro yang bisa bertahan, menjadi bukti bahwa sektor mikro adalah sektor yang tidak boleh diabaikan oleh pemerintah dan bahkan bisa menjadi pondasi perekonomian yang kuat di tengah krisis global. Disisi lain, adanya pendatang BPR akan menambah persaingan menjadi semakin ketat.

Semakin memanasnya tingkat persaingan BPR dengan lembaga keuangan lainnya menuntut BPR untuk segera berbenah diri. BPR yang tidak mampu untuk menjalankan fungsinya dengan baik dapat menyebabkan kesehatan BPR tersebut terganggu dan berujung pada proses likuidasi. Salah satu faktor penyebab BPR memiliki kondisi kurang sehat yakni persaingan antar lembaga keuangan mikro dan Bank Umum sebagai faktor eksternal dan faktor internalnya dapat disebabkan oleh tata kelola BPR yang kurang baik serta kurang kompetennya BPR dalam mengelola sumber daya manusia.

Salah satu BPR yang ada di kota Bandung adalah PT. Bank Perkreditan Rakyat Daya Lumbung Asia yang berdiri sejak tahun 1994, adalah sebuah bank yang telah berusia lebih dari 20 tahun dan terus berkembang dalam memberikan pelayanan jasa-jasa keuangan yang kompetitif kepada masyarakat.

PT. BPR Daya Lumbung Asia mampu menunjukkan eksistensinya, yaitu dimana PT. BPR Daya Lumbung Asia mendapat berbagai penghargaan tingkat nasional. Salah satunya dari Infobank dimana PT. BPR Daya Lumbung Asia meraih penghargaan Infobank BPR Awards tahun 2009, 2011 dan 2013 dengan predikat sangat bagus. Kinerja dan penghargaan PT. BPR Daya Lumbung Asia merupakan hasil dari usaha meningkatkan kualitas human capital melalui pendidikan rutin dengan lembaga ternama lokal maupun nasional. PT. BPR Daya Lumbung Asia kerap melakukan kegiatan CSR (Corporate Social Responbility) dengan cara membagikan sembako kepada warga sekitar, kegiatan ini diperuntukan sebagai ungkapan rasa kepedulian sosial BPR Daya Lumbung Asia kepada masyarakat yang telah ikut serta mendukung PT. BPR Daya Lumbung Asia. Selain itu PT. BPR Daya Lumbung Asia kerap juga mengadakan kegiatan sosial seperti donor darah (PT. BPR Daya Lumbung Asia, 2014).

Meskipun telah memiliki berbagai prestasi dan penghargaan, saat ini PT. BPR Daya Lumbung Asia terus memperkokoh tradisi tata kelola perusahaan yang baik, kepatuhan penuh pada regulasi, pengelolaan risiko secara baik dan komitmen pada nasabahnya baik sebagai bank transaksional maupun sebagai lembaga intermediasi finansial. Hal ini disadari oleh manajemen bahwa belum seluruhnya produk dan jasa kredit PT. BPR Daya Lumbung Asia dapat diterima baik oleh nasabah, terutama pada produk fasilitas kredit modal kerja dimana masih ditemukan berbagai keluhan debitur berkaitan dengan kualitas pelayanan yang diterima dari PT. BPR Daya Lumbung Asia yang dapat mempengaruhi kepuasannya.

Adanya berbagai prosedur dan persyaratan sangat ketat diterapkan oleh manajemen PT. BPR Daya Lumbung Asia menyebabkan debitur merasakan ketidakpuasannya, tetapi manajemen PT. BPR Daya Lumbung Asia menerapkan sistem ini dengan mengacu pada peraturan Bank Indonesia. Untuk menjaga kualitas pelayanan yang harmonis diantara debitur dan PT. BPR Daya Lumbung maka yang

dibutuhkan adalah debitur yang kooperatif yaitu memberikan informasi yang diminta secara memuaskan.

Dalam 5 (lima) tahun terakhir, terjadi kenaikan tingkat suku bunga kredit setiap tahunnya, namun jumlah dana yang disalurkan terus meningkat. Hal tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.2 sebagai berikut:

Tabel 1.2
Jumlah Dana yang Disalurkan & Tingkat Bunga Kredit PT. BPR Daya Lumbung Asia
Periode Tahun 2011 s/d 2014

Keterangan	Jumlah Dana Yang Disalurkan (Rp)	Tingakat Bunga Kredit
2011	46.494.206.649,-	13,2% – 22,8%
2012	47.987.977.513,-	14,4% – 23,9%
2013	66.203.770.162,-	14,4% - 25%
2014	122.629.262.727,-	14,4% - 30%

Tabel di atas menunjukan jumlah dana yang disalurkan sebanding dengan peningkatan bunga kredit. Sementara, menurut Kashmir (2004) "*semakin tinggi bank mengenakan suku bunga kredit kepada masyarakat maka akan semakin rendah minat masyarakat untuk meminjam kredit, dan sebaliknya jika bank mampu memberikan suku bunga pinjaman yang rendah maka minat masyarakat akan pinjaman meningkat karena mereka dihadapkan pada sejumlah pembayaran kredit dan penambahan bunga*". Hukum permintaan menyatakan apabila harga suatu barang naik maka jumlah barang yang diminta akan turun, sebaliknya jika harga suatu barang turun maka jumlah barang yang dimintaakan bertambah, ceteris paribus.

Hal tersebut menarik minat penulis untuk mengetahui lebih dalam mengenai fenomena tersebut yang berkenaan dengan kualitas pelayanan kredit di PT. BPR Daya Lumbung Asia.

Suatu tantangan besar bagi pengelola perbankan untuk memberikan dan mempertahan kepuasan nasabah. Cronin (2000) dan Zafar et al. (2012) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Maka dari itu, untuk dapat memberikan kepuasan kepada nasabah, PT. BPR Daya Lumbung Asia harus melakukan peningkatan kualitas pelayanan. Hal tersebut juga didukung oleh Al-Rousan et al. (2010) yang menyatakan bahwa perusahaan jasa harus berupaya untuk mempertahankan kualitas pelayanan yang unggul melebihi pesaing mereka untuk memperoleh dan mempertahan kepuasan pelanggan.

Memiliki pelanggan yang puas tidaklah cukup, pelanggan haruslah sangat puas karena kepuasan pelanggan mengarah pada loyalitas (Bowen dan Chen, 2001). Untuk bertahan hidup di industri perbankan yang kompetitif, bank harus mengembangkan strategi baru untuk memuaskan pelanggan mereka. Membangun loyalitas pelanggan bukan merupakan pilihan dalam bisnis, ini satu-satunya cara membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Keterkaitan antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan dapat memberikan ide-ide kreatif untuk meningkatkan pelayanan dalam rangka mendapatkan keuntungan kompetitif di sektor ritel perbankan (Siddiqi, 2011).

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan yang mempengaruhi daya saing organisasi. Sebuah bank dapat membedakan dirinya dari pesaing dengan menyediakan layanan berkualitas tinggi. Kumar et al. (2010) menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga didukung oleh Naeem dan Saif (2009) dan Sanka (2012).

Salah satu faktor penting untuk memperoleh kepuasan pelanggan adalah melalui hubungan yang baik antara karyawan dan nasabah (Levesque dan McDougall dalam Siddiqi, 2011). Karyawan yang dengan segera bisa menyelesaikan masalah dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Melalui kepuasan, perusahaan berusaha membentuk loyalitas. Pfeifer (2005) menyatakan bahwa biaya melayani pelanggan

yang setia adalah lima atau enam kali lebih kecil dibandingkan pelanggan baru. Ini menunjukkan betapa pentingnya loyalitas pelanggan bagi perusahaan. Lebih baik menjaga pelanggan yang sudah ada, sebelum memperoleh pelanggan baru (Walsh et al. 2005).

Meningkatnya jumlah nasabah kadangkala tidak diimbangi dengan peningkatan kualitas pelayanan kredit. Dimana dalam prosedur, proses dan pelaksanaan kredit nasabah kadang kala kepuasan nasabah kurang diperhatikan, padahal dimasa yang akan datang akan berdampak kepada loyalitas nasabah untuk bertahan di PT. BPR Daya Lumbung Asia.

Berdasarkan latar belakang sebelumnya, maka perlu dilakukan penelitian mendalam tentang **"Pengaruh Kualitas Pelayanan Kredit Terhadap Kepuasaan Dan Loyalitas Nasabah di PT. BPR Daya Lumbung Asia".**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Bagaimana kualitas pelayanan kredit PT. BPR Daya Lumbung Asia?

2) Bagaimana kepuasan nasabah kredit PT. BPR Daya Lumbung Asia?

3) Bagaimana tingkat loyalitas nasabah kredit PT. BPR Daya Lumbung Asia?

4) Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan kredit terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Daya Lumbung Asia?

5) Bagaimana pengaruh kepuasan nasabah kredit terhadap loyalitas nasabah PT. BPR Daya Lumbung Asia?

6) Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan kredit terhadap loyalitas nasabah PT. BPR Daya Lumbung Asia?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian pokok permasalahan yang telah dipaparkan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Menganalisa kualitas pelayanan kredit PT. BPR Daya Lumbung Asia.

2) Menganalisa kepuasan nasabah kredit PT. BPR Daya Lumbung Asia

3) Menganalisa tingkat loyalitas nasabah kredit PT. BPR Daya Lumbung Asia.

4) Menganalisa pengaruh kualitas pelayanan kredit terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Daya Lumbung Asia.

5) Menganalisa pengaruh kepuasan nasabah kredit terhadap loyalitas nasabah PT BPR Daya Lumbung Asia.

6) Menganalisa kualitas pelayanan kredit terhadap loyalitas nasabah PT BPR Daya Lumbung Asia.

1.4 Kegunaan Penelitian

Industri jasa pada saat ini merupakan sektor ekonomi yang sangat besar dan tumbuh sangat pesat. Pertumbuhan tersebut selain diakibatkan oleh pertumbuhan jenis jasa yang sudah ada sebelumnya, juga disebabkan oleh munculnya jenis jasa baru, sebagai akibat dari tuntutan dan perkembangan teknologi. Dipandang dari konteks globalisasi, pesatnya pertumbuhan bisnis jasa antar negara ditandai dengan meningkatnya intensitas pemasaran lintas negara serta terjadinya aliansi berbagai penyedia jasa di dunia.

PT. BPR DLA pada dasarnya telah menerapkan strategi yang digunakan dalam mendukung kegiatan pemasaran melalui pemasaran jasa. Menurut Wykof dalam Fandy Tjiptono (2009:260) bahwa, ”kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen”.

1.4.1 Kegunaan (praktis) Operasional

Kegunaan praktis operasional dari hasil penelitian ini adalah terdiri dari :

1. Penelitian ini mengungkapkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dan dampaknya terhadap loyalitas pada pelayanan kredit di PT. BPR Daya Lumbung Asia. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi manajemen BPR dalam merumuskan strategi pemasaran yang sesuai, sehinga menghasilkan program kredit perbankan, dan konsep loyalitas nasabah.
2. Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi manajemen PT. BPR Daya Lumbung Asia dalam melakukan pembinaan di PT. BPR Daya Lumbung Asia agar tetap mempertahankan system yang dapat memuaskan nasabah.

1.4.2 Kegunaan Teoritis

Adapun kegunaan keilmuan dari hasil penelitian ini adalah :

1. Hasil penelitian diharapkan akan berguna bagi akademisi dalam mengembangkan teori manajemen pemasaran khususnya kepuasan dan loyalitas pelanggan terutama mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dampaknya terhadap loyalitas nasabah dalam hal kredit pada perbankan yaitu sebelum kredit, saat kredit dan setelah kredit.
2. Mengingat masih banyak aspek pemasaran (selain hasil penelitian) yang belum penulis ungkapkan, maka diharapkan dapat memberikan informasi bagi peneliti berkarya untuk melakukan penelitian selanjutnya.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam mengadakan penelitian ini, penulis mengambil lokasi di PT. BPR Daya Lumbung Asia yang beralamat di Jl. Otto Iskandardinata No. 431 Bandung Jawa Barat, dan waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Mei 2015 sampai dengan selesai.