

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dunia bisnis saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, baik bisnis yang bergerak di bidang manufaktur maupun jasa. Perkembangan perekonomian secara menyeluruh yang diiringi dengan perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan menciptakan sebuah persaingan yang semakin ketat dan tajam, baik di pasar domestik maupun di pasar internasional. Oleh karena itu dalam persaingan yang demikian, perusahaan dituntut untuk dapat memuaskan pelanggannya dengan menciptakan produk-produk berkualitas sesuai dengan keinginan konsumen.

Sektor jasa dewasa ini telah mengalami peningkatan yang dramatis, dinamika yang terjadi pada sektor ini terlihat dari perkembangan berbagai industri jasa seperti perbankan, asuransi, penerbangan, telekomunikasi, pariwisata dan perusahaan-perusahaan jasa profesional seperti kantor akuntan, konsultan, dan pengacara. Seiring dengan meningkatnya kesejahteraan masyarakat, maka konsumsi akan barang-barang pokok selain makanan, pakaian, dan perumahan, juga semakin meningkat. Begitu juga dengan kebutuhan pokok jasa yang timbul dari kebutuhan masyarakat untuk meningkatkan kenyamanan dan kepuasan.

Dunia perbankan sangat penting bagi perekonomian Indonesia, sehingga ada anggapan bahwa bank merupakan nyawa untuk menggerakkan

roda perekonomian suatu negara (Kasmir,2004:8), tetapi "roda" perbankan tidak dapat berjalan dengan baik apabila tidak didukung dengan adanya nasabah. Namun perekonomian Indonesia, sejak tahun 1997/1998 dilanda krisis. Sejak krisis ekonomi ini, pemerintah melikuidasi 16 bank pada tanggal 1 November 1997, sebagian nasabah mengalami kesulitan mengambil uang tabungan di bank-bank tersebut. Semenjak itu kepercayaan masyarakat terhadap perbankan nasional menurun drastis. Kejadian ini mengakibatkan perubahan perilaku nasabah, seperti memindah rekening ke bank lain, khususnya pada bank pemerintah. Alasannya, bank pemerintah dianggap dapat memberikan jaminan keamanan yang lebih baik.

Dunia perbankan saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat, sehingga keadaan ini menimbulkan bisnis perbankan yang kompetitif dan ketat. Kenyataan seperti ini tidak dapat dipungkiri lagi sehingga setiap bank dituntut untuk menggunakan berbagai cara dalam menarik minat masyarakat. Bank sebagai lembaga keuangan yang usaha utamanya memberikan jasa penyimpanan dan menyalurkannya kembali dalam berbagai alternatif pinjaman kepada masyarakat juga perlu memfokuskan pada tingkat pelayanan untuk memuaskan pelanggannya.

Pelayanan bagi dunia perbankan adalah kunci yang membedakan suatu bank dengan pesaingnya, sehingga memegang peranan penting dalam pencapaian tujuan perusahaan. Industri jasa perbankan ini sangat terkait erat dengan kepercayaan, *service* (layanan), dan hubungan yang dekat berpadu

interaksi terbaik kepada nasabah. Suatu paradigma yang selama ini menganggap *service* merupakan tanggung jawab penuh dari karyawan yang berada di *front liners* (garda depan) sudah seharusnya diubah. *Front liners* juga hanya bisa bekerja dengan performa terbaik dengan dukungan *back office* secara penuh dan total. Pelayanan yang baik harus mampu memudahkan nasabah melewati keruwetan yang berbelit dan lama.

Salah satu syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Pelanggan merupakan suatu faktor terpenting bagi perkembangan suatu perusahaan karena tanpa pelanggan suatu perusahaan tidak akan dapat menjalankan kegiatan usahanya. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk dapat memberikan sesuatu yang berharga dan dapat memberikan kesan yang baik kepada pelanggan. Salah satu faktor yang berharga dan dapat memberikan kesan yang mendalam bagi pelanggan adalah memberikan kepuasan melalui kualitas pelayanan.

Berdasarkan kualitas pelayanan yang ada di industri perbankan, maka setiap nasabah dalam memilih bank memiliki kriteria sendiri-sendiri. Ada nasabah yang menginginkan suatu bank yang bisa memberi bunga yang tinggi, keamanan (artinya saya harus yakin bahwa uang saya aman di bank tersebut), sedangkan bagi nasabah yang sering berpergian terutama ke luar negeri menginginkan layanan yang lebih cepat, efisien, nyaman, dan kemudahan dalam pengaksesan pada suatu waktu dan tempat tertentu diseluruh dunia. Disamping itu ada beberapa alasan lain dari para nasabah

dalam memilih bank, yaitu: bank terkenal, bunga tinggi, produk bervariasi, teknologi canggih, layanan memuaskan, ada hadiah, keamanan terjamin, bergengsi, dan perhatian karyawan bank secara individu kepada nasabah.

Dewasa ini, para nasabah juga cenderung memperhatikan kualitas pelayanan dalam memilih suatu bank. Itulah sebabnya tidak mengherankan lagi jika pada kenyataannya persaingan perbankan tidak lagi ditentukan oleh harga jual produk yang ditawarkan kepada pelanggan, tetapi lebih kepada kualitas pelayanan. Penilaian atau pengukuran pada kualitas pelayanan ini dapat dilakukan dengan menggunakan dimensi kualitas pelayanan yang terdiri atas *Tangibles* (Bukti Fisik), *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Jaminan* (Assurance), dan *Empathy* (Empati) (Parasuraman dalam Lupiyoadi, 2001). Sebenarnya nasabah dalam menilai kualitas pelayanan cenderung memperhatikan beberapa faktor yang berhubungan dengan pelayanan dari jasa yang mereka terima, sehingga mereka dapat menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan khususnya terhadap nasabah di Bank kantor kas UMY sudah memuaskan atau belum. Hal inilah yang menjadi alasan penulis untuk melakukan penelitian pada Bank kantor kas UMY dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Membentuk Loyalitas Nasabah Pada Bank Kantor Kas UMY di Yogyakarta.**

B. Batasan Masalah Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk meneliti kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dalam membentuk loyalitas nasabah. Penelitian ini dilakukan terhadap nasabah yang pernah melakukan transaksi di seluruh bank kantor kas UMY yang ada di UMY khusus dalam transaksi pelayanan SPP.

C. Rumusan Masalah Penelitian

Dari uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas pelayanan Bank Kantor Kas UMY Yogyakarta terhadap kepuasan nasabah mahasiswa UMY?
2. Bagaimana kualitas pelayanan Bank Kantor Kas UMY Yogyakarta terhadap loyalitas nasabah mahasiswa UMY?
3. Bagaimana kepuasan nasabah Bank Kantor Kas UMY Yogyakarta terhadap loyalitas nasabah mahasiswa UMY?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang dirumuskan maka tujuan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Menguji kualitas pelayanan Bank Kantor Kas UMY Yogyakarta terhadap kepuasan nasabah mahasiswa UMY.

2. Menguji kualitas pelayanan Bank Kantor Kas UMY Yogyakarta terhadap loyalitas nasabah mahasiswa UMY.
3. Menguji kepuasan nasabah Bank Kantor Kas UMY Yogyakarta terhadap loyalitas nasabah mahasiswa UMY.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan sejauh mana pengaruh tingkat pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan pada Bank Kantor Kas UMY Yogyakarta.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang pentingnya kualitas layanan mempengaruhi loyalitas baik secara langsung maupun tidak langsung melalui kepuasan pelanggan. Selain itu penelitian ini dapat memberikan gambaran bagaimana sebaiknya perusahaan atau pihak pemasar mengelola serta menilai kebijakan apa saja yang harus diharapkan konsumen dan pelayanan apa yang telah dilaksanakan.