

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring makin ketatnya persaingan perbankan sehingga makin sulit juga pihak Bank guna memelihara loyalitas nasabah supayatak berpindah ke Bank lain. Untuk meningkatkan dan mempertahankan nasabah maka Bank harus menjaga citra yang baik di depan nasabah. Hal tersebut mendorong Bank untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan menawarkan produk dan jasa untuk menarik minat dan mempertahankan nasabah.

Sabir (2014) menyatakan bahwa persaingan bank yang kompetitif bisa meningkatkan keuntungan melalui penyediaan layanan yang superior kepada nasabah mereka. Elemen kunci dari kepuasan pelanggan adalah sifat hubungan antara pelanggan, penyedia produk dan layanan. Dengan demikian, baik produk dan kualitas layanan biasanya merupakan prasyarat penting untuk memuaskan pelanggan dan loyalitas pelanggan bank.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang selama ini mempengaruhi kepuasan konsumen secara umum, dan menjadi faktor utama dalam kepuasan konsumen sebuah perusahaan jasa. Peningkatan kualitas pelayanan sebagai salah satu motivator pengikat loyalitas konsumen adalah inti dari usaha di bidang jasa salah satunya adalah perbankan (Supranto, 2006:237).

Kualitas pelayanan juga merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceivedservice*) dengan tingkat

layanan yang diharapkan (*expected service*). Dengan meningkatkan mutu pelayanan oleh suatu perusahaan perbankan merupakan suatu cara yang nyata dalam memenangkan persaingan dan mempertahankan nasabah. Sehingga kepuasan pelanggan dalam bidang jasa merupakan elemen penting dan menentukan dalam menumbuh kembangkan perusahaan agar tetap eksis dalam menghadapi persaingan.

Menurut Akbar dan Parvez (2009) perusahaan saat ini harus menyadari perlunya belajar dan pemahaman berbagai kualitas pelayanan dari loyalitas pelanggan yang mungkin membantu perusahaan untuk mengembangkan basis pelanggan setia. Sebagaimana dinyatakan oleh Siddiqi (2011) dan Sabir (2014), pelayanan berkualitas tinggi membantu untuk menghasilkan kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, dan pertumbuhan pangsa pasar dengan meminta pelanggan baru, dan meningkatkan produktivitas dan kinerja keuangan.

Mosahab dkk (2010) menemukan adanya hubungan positif antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan secara langsung. Jika proses kualitas pelayanan itu terjadi berulang-ulang, berkelanjutan dan dipupuk secara terus menerus maka akan memberikan kepuasan pada pelanggan sesuai harapan.

Kepuasan pelanggan juga merupakan faktor kunci yang menentukan loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah salah satu jenis respon (kognitif atau emosional). Untuk itu diperlukan upaya yang lebih dimana perusahaan melihat lebih jauh ke depan, tidak hanya sekedar memberikan kepuasan kepada pelanggan tetapi juga menciptakan pelanggan menjadi loyal kepada perusahaan (Siddiqi, 2011; Osman dan Sentosa, 2013).

Sabir et al. (2014) menemukan bahwa terdapat hubungan positif antara kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Salah satu alasan pelanggan berpindah brand adalah ketidakpuasan. Mereka merasakan alternatif hanya membuat lebih buruk tidak seperti brand yang mereka gunakan. Hal ini didukung oleh penelitian Siddiqi (2011) dan Osman dan Sentosa (2013) yang menemukan bahwa terdapat korelasi positif antara kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan sehingga manajer harus memberikan perhatian lebih untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Sejumlah penelitian pada sektor pelayanan secara empiris juga telah menghubungkan antara kepuasan dan perilaku-perilaku seperti tetap menggunakan penyedia layanan yang sama dan bersedia melakukan rekomendasi *word of mouth* karena kepuasan pelanggan membawa pelanggan menjadi loyal.

Karena kualitas pelayanan mempunyai peranan penting untuk menentukan puas dan tidaknya seorang atau kelompok konsumen, dan dari waktu ke waktu kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan jasa harus semakin baik demi menjaga loyalitas nasabah. Hal tersebut akan menunjukkan tingkat kesadaran masyarakat untuk menggunakan jasa lembaga keuangan syariah (terutama di bank Bank Riau Kepri Capem Perawang dalam transaksi keuangannya semakin meningkat seiring dengan usaha dari pihak manajemen sendiri yang kian dapat menanamkan kepercayaan kepada masyarakat.

Jika harapan nasabah tercapai maka akan memberikan kepuasan bagi nasabah tersebut. Hal ini perlu mendapat perhatian khusus bagi Bank Riau Kepri Capem Perawang karena menciptakan kepuasan nasabah terhadap suatu bank tidak mudah. Sampai saat ini Bank Riau Kepri Capem Perawang selalu berusaha

meningkatkan kepuasan yang diwujudkan dengan upaya peningkatan non-fisik, yaitu kemampuan layanan para karyawan yang berhubungan langsung dengan nasabah melalui pelatihan dan juga memberikan pelayanan melalui layanan 24 jam dari mobile banking serta internet banking yang menyediakan wadah komunikasi bagi nasabah maupun calon nasabah yang dapat dimanfaatkan setiap waktu untuk melakukan transaksi dan memperoleh informasi mengenai produk yang ditawarkan. Salah satu tujuan akhir dari peningkatan layanan dan kepuasan pelanggan adalah meningkatkan kinerja profitabilitas bank.

Tabel 1.1. menyajikan profitabilitas Bank Riau Kepri Capem Perawang yang diukur melalui ROA yaitu. Tabel ini memperlihatkan bahwa pendapatan Bank Riau Kepri Capem Perawang yang diukur melalui ROA dari tahun 2016-2020 berfluktuasi. Bahkan di tahun 2018-2020 terus mengalami penurunan. Semakin banyaknya bank di Perawang dengan keunggulan produk masing-masing membuat Bank Riau Kepri Capem Perawang harus meningkatkan pelayanan dikarenakan adanya penurunan pendapatan sesuai pada Tabel 1.1. Hal ini diduga bahwa mulai berkurangnya kepuasan nasabah yang diakibatkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Riau Kepri Capem Perawang. Dalam jangka panjang, loyalitas pelanggan menjadi tujuan bagi perencanaan pasar strategik (Kotler dan Keller, 2016:193)

Tabel 1.1
Data Pendapatan (ROA) Bank Riau Kepri Capem Perawang

Tahun	Pendapatan (ROA %)
2016	3.37
2017	1.69
2018	2.74
2019	2.30
2020	1.97

Sumber: Bank Riau Kepri Capem Perawang

Ketidakpuasan nasabah ini akan berpengaruh kepada loyalitas nasabah. Kondisi ini sangat relevan dengan temuan riset terdahulu yang dilakukan oleh Siddqi (2011) dan Sabir (2014) yang menyatakan bahwa kualitas layanan nasabah berdampak kepada kepuasan nasabah, dan kepuasan nasabah akan berpengaruh kepada loyalitas nasabah. Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan peneliti ingin mengobservasi bagaimana kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan pada Bank Riau Kepri Capem Perawang.

Berdasarkan observasi di Bank Riau Kepri Capem Perawang, peneliti menemukan beberapa permasalahan pada Bank yakni bagian *Customer Service Officer* yang kurang menghargai dan ramah kepada nasabah, kurangnya inisiatif bagian *Customer Service Officer* ketika menghaturkan servis ke nasabah, jumlah *Frontliner (Customer Service & Teller)* yang kurang banyak dapat memengaruhi kelambatan dalam melayani nasabah apabila Bank sedang ramai, kurangnya pemahaman produk dan jasa oleh karyawan Bank Riau Kepri Capem Perawang, dan promosi yang disajikan Bank Riau Kepri Capem Perawang tengah kurang memadai.

Berdasarkan pemaparan penulis di atas, maka peneliti mengangkat judul dalam penelitian ini tentang: **“Kualitas Pelayanan Nasabah, Kepuasan Nasabah, dan Loyalitas Nasabah pada Bank Riau Kepri Capem Perawang”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, sebagai rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat kualitas pelayanan nasabah pada Bank Riau Kepri Capem Perawang?
2. Bagaimana tingkat kepuasan nasabah pada Bank Riau Kepri Capem Perawang?
3. Bagaimana tingkat loyalitas nasabah pada Bank Riau Kepri Capem Perawang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin diperoleh pada penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan nasabah pada Bank Riau Kepri Capem Perawang.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah pada Bank Riau Kepri Capem Perawang
3. Untuk mengetahui tingkat loyalitas nasabah pada Bank Riau Kepri Capem Perawang

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Bank Riau Kepri Capem Perawang

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan pertimbangan dalam mengeluarkan kebijakan terutama yang berkaitan dengan strategi peningkatan kepuasan pelanggan (*customersatisfaction*) melalui peningkatan mutu pelayanan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dan bisa dikembangkan menjadi lebih sempurna.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah melihat dan mengetahui pembahasan yang ada pada Tugas Akhir ini secara menyeluruh, maka perlu dikemukakan sistematika yang merupakan kerangka dan pedoman penulisan Tugas Akhir. Adapun sistematika penulisannya adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini adalah bab yang khusus mengemukakan teori-teori yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti seperti kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang Desain Penelitian, Batasan Penelitian, Data dan Metode Pengumpulan Data dan Teknik Analisis Data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan Gambaran Subyek Penelitian, Hasil Penelitian dan Pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini menguraikan hasil penelitian dari permasalahan, sesuai dengan yang diteliti yaitu Simpulan, Saran dan Implikasi Penelitian.

