

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perekonomian global telah mencapai tahap pendewasaan yang ditandai dengan semakin ketatnya persaingan di pasar internasional. Berbagai macam komoditi sudah tersedia dan dapat kita temui tanpa membutuhkan usaha yang terlalu besar. Di sisi lain, semakin ketatnya persaingan di pasar internasional, menyebabkan para pelaku bisnis dituntut untuk selalu melakukan inovasi-inovasi terhadap usaha bisnisnya.

Namun, perkembangan pasar internasional tidak melulu tentang hal-hal positif, ada juga hal negatif yang menyertainya. Sebut saja pola perilaku masyarakat yang cenderung konsumtif, eksploitasi sumber daya alam dan sumber daya manusia yang berlebihan, persaingan kurang sehat yang dapat menyebabkan perpecahan, industri kecil yang tidak dapat bersaing harus gulung tikar, masyarakat menjadi tidak memiliki tabungan untuk investasi, dan dampak-dampak lainnya (Dwi, 2012)

Pertumbuhan ekonomi memang sedang terjadi secara menyeluruh, tak terkecuali di Indonesia. Menurut data Badan Pusat Statistik yang dirilis pada tanggal 6 Februari 2019, Perekonomian Indonesia tahun 2018 mengalami pertumbuhan sebesar 5,17% (Badan Pusat Statistik, 2019). Hal ini

menandakan bahwa memang perekonomian Indonesia ikut berkembang seiring perkembangan perekonomian global.

Pertumbuhan ekonomi global memang menciptakan persaingan yang semakin ketat, termasuk ke industri perbankan. Persaingan global di bidang perbankan dialami oleh bank negeri maupun swasta sehingga perbankan di Indonesia dihadapkan dengan ketidakpastian pada pasar keuangan dunia di tahun ini. Industri perbankan memiliki peranan yang sangat penting di masyarakat Indonesia, berhubungan dengan menghimpun dan menyalurkan dana untuk pembangunan ekonomi di Indonesia.

Kondisi perbankan di Indonesia diharapkan memiliki kualitas pelayanan yang baik. Sehingga perbankan dapat menarik nasabah untuk loyal pada perusahaan tersebut. Loyalitas adalah keadaan dimana suatu nasabah untuk tetap berada pada satu perusahaan dan tidak terpengaruh untuk berpindah ke perusahaan lain, serta merekomendasikannya kepada orang lain. Hanya saja adanya faktor-faktor eksternal dapat memengaruhi suatu nasabah untuk loyal terhadap satu perusahaan perbankan.

Salah satu contoh kasus dalam hal loyalitas nasabah, yaitu seperti yang diberitakan oleh Tirto.id bahwa sejumlah nasabah berbondong-bondong mendatangi kantor BRI di Kecamatan Ngadiluwih, Kabupaten Kediri dikarenakan saldo di rekeningnya hilang secara tiba-tiba. Kejadian tersebut membuat para nasabah meragukan kredibilitas bank yang berakibat pada turunnya loyalitas mereka (Tirto.id, 2018).



Gambar I. 1 – Persentase Loyalitas

Khusus untuk Bank BNI Kantor Cabang Pembantu Universitas Negeri Jakarta, berdasarkan hasil survei awal yang telah peneliti lakukan berupa *online form* di *google form* yang dijaring dan didapatkan hasil bahwa dalam hal loyalitas, 92,5% dari responden menjawab bahwa mereka sudah bertransaksi minimal lima kali dalam setahun di Bank BNI KCP UNJ.

Secara umum, banyak faktor yang memengaruhi loyalitas nasabah, salah satu faktornya adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.

Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang mereka peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan, dalam hal ini bank. Jika jasa yang diterima (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Menurut berita yang dikutip oleh Detik.com dijelaskan bahwa sejumlah nasabah mengeluh dengan layanan transfer Bank Negara Indonesia (BNI). Keluhan yang diunggah ke sosial media instagram berisi beragam masalah dari mulai gagal transfer hingga gagal tarik tunai di anjungan tunai mandiri (ATM) (Detik, 2018).



Gambar I. 2 – Persentase Kualitas Pelayanan

Untuk Bank BNI KCP UNJ, dari hasil survei awal yang peneliti lakukan, didapatkan 60,8% dari responden merasa tidak senang dengan kualitas pelayanan yang selama ini diberikan oleh Bank Negara Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Universitas Negeri Jakarta. Alasan yang mereka kemukakan adalah penjaga keamanan bank yang kurang komunikatif, *customer service* yang tidak ramah, *teller* yang lamban, hingga keterbatasan ketersediaan akses teller. Untuk poin terakhir, Bank BNI KCP UNJ hanya membuka akses 2 *teller*, padahal di sana total terdapat 4 *teller*. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Haryeni (2017: 7) menyebutkan bahwa kualitas pelayanan yang baik akan memengaruhi tingkat loyalitas nasabah. Sebaliknya, nasabah mungkin saja menjadi tidak loyal apabila mereka tidak mendapatkan kualitas pelayanan yang baik. Oleh karena itu sudah sepantasnya pihak bank terus memberikan pelayanan prima kepada nasabah.

B. Perumusan Masalah

Mengingat begitu kompleksnya permasalahan loyalitas pelanggan yang telah diuraikan di dalam latar belakang masalah di atas, maka masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan oleh peneliti, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data empiris dan fakta-fakta yang tepat (sahih, benar, dan *valid*), serta dapat dipercaya dan diandalkan (*reliable*) tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah Bank BNI KCP UNJ pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna bagi:

1. Peneliti

Sebagai bahan pembelajaran di masa yang akan datang, yaitu penelitian ini akan menambah wawasan, serta pengetahuan peneliti mengenai pengaruh kualitas pelayanan loyalitas nasabah.

2. Universitas Negeri Jakarta

Sebagai bahan bacaan ilmiah mahasiswa di masa yang akan datang, serta dapat menambah koleksi jurnal ilmiah di perpustakaan. Selain itu, hasil penelitian ini nantinya mungkin dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti lainnya mengenai pengaruh kualitas terhadap loyalitas nasabah.

3. Bank Negara Indonesia KCP UNJ

Sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih baik. Selain itu, dengan membaca hasil penelitian ini perusahaan akan mengetahui faktor-faktor yang dapat mendorong loyalitas.

4. Pembaca

Sebagai sumber untuk menambah wawasan tentang pentingnya kualitas pelayanan dalam upaya meningkatkan loyalitas nasabah.