

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Loyalitas nasabah adalah puncak pencapaian pelaku bisnis perbankan. Nasabah yang puas dan setia tidak akan ragu untuk menjadi penyebar kabar baik yang selalu menyebarkan kebaikan mengenai produk perbankan yang di konsumsinya. Mereka memiliki kredibilitas yang tinggi, karena tidak di bayar oleh pihak manapun untuk merekomendasikan produk atau merek perbankan tersebut. Mempertahankan nasabah yang loyal memang harus mendapatkan prioritas yang utama dari pada mendapatkan nasabah baru, karena untuk merekrut atau mendapatkan nasabah baru, karena untuk merekrut atau mendapatkan nasabah baru bukanlah hal yang mudah karena untuk merekrut atau mendapatkan nasabah baru bukanlah hal yang mudah karena akan memerlukan biaya yang banyak, maka sangatlah rugi bila perusahaan melepas nasabah yang telah loyal secara begitu saja.

Perkembangan dunia perbankan dewasa ini sangatlah pesat. Banyaknya pesaing menyebabkan perusahaan sulit untuk mempertahankan nasabah agar tetap loyal. Banyak pesaing yang memberikan penawaran yang lebih menjanjikan keuntungan kepada nasabah adalah salah satu penyebab. Dalam usaha memenangkan persaingan tersebut, maka pemanfaatan teknologi merupakan hal yang wajib. Peranan teknologi dalam pengembangan dan penyediaan produk baru atau fasilitas pelayanan jasa

perbankan sangatlah signifikan. Para pengguna jasa perbankan dimanjakan dengan berbagai fasilitas yang memudahkan mereka untuk melakukan transaksi perbankan, sehingga meningkatkan retensi pengguna jasa nasabah walaupun akan dikenakan biaya ekstra untuk penggunaan fasilitas tersebut.

Skimming adalah tindakan pencurian informasi kartu kredit atau debit dengan cara menyalin informasi yang terdapat pada strip magnetik kartu secara ilegal. Saat ini PT Bank Permata telah melakukan edukasi kepada nasabah untuk menghindari *fraud skimming* serta mengganti kartu nasabah dari *magnetic stripe* menjadi *chip*.

Kepuasan nasabah merupakan respon nasabah terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan nasabah adalah persepsi nasabah mengenai kualitas jasa berfokus pada lima dimensi yaitu *tangible* (bukti langsung), *reability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), *emphaty* (empati) dan *access*. Kepuasan nasabah, selain di pengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, juga ditentukan oleh kualitas produk, harga, dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat (Hartono, 2009).

Kepuasan nasabah menjadi sangat penting bagi suatu perusahaan, yang dalam penelitian ini adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan, di mana pelayanan yang baik memegang peran utama dalam memberikan kepuasan kepada para nasabahnya. Dengan pelayanan ini maka akan memunculkan suatu tingkat kepuasan pada nasabah baik itu kepuasan

positif maupun kepuasan negatif. Bagi perusahaan perbankan suatu kepuasan nasabah sangat diperlukan khususnya dalam rangka eksistensi perusahaan tersebut, sehingga nasabah tersebut akan tetap menggunakan jasa perusahaan tersebut.

Kepercayaan merupakan faktor penting, karena tanpa kepercayaan maka masyarakat tidak akan menyimpan dananya di bank. Untuk itu bank harus mampu menjaga kepercayaan dari masyarakat bahwa dana yang disimpan aman. Menurut Ganesan dan Shankar dalam Farida Jasfar (2009) menjelaskan bahwa kepercayaan merupakan refleksi dari dua komponen, yaitu *Credibility* dan *Benevolence*. *Credibility* didasarkan pada besarnya kepercayaan kemitraan dengan organisasi lain dan membutuhkan keahlian untuk menghasilkan efektifitas dan kehandalan pekerjaan. Sedangkan *Benevolence*, didasarkan pada besarnya kepercayaan kemitraan yang memiliki tujuan dan motivasi yang menjadi kelebihan untuk organisasi lain pada saat kondisi yang baru muncul, yaitu kondisi dimana komitmen tidak terbentuk.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang menentukan keunggulan bank dalam menghadapi persaingan antar perbankan yang ada. Bank sebagai perusahaan jasa dalam bidang keuangan ataupun lainnya yang berkaitan dengan transaksi keuangan, yang perlu mengutamakan kualitas pelayanan. Apabila bank tidak mampu melayani nasabah dengan baik maka kemungkinan yang akan timbul adalah nasabah akan memutuskan hubungan bisnis dengan bank. Untuk itu kualitas pelayanan memegang peranan penting

dalam mempengaruhi nasabah untuk melakukan transaksi.

Adanya kualitas pelayanan yang baik akan berdampak penting pada terjadinya kepuasan nasabah yang dapat mengakibatkan nasabah puas dan percaya akan kualitas layanan yang telah diberikan oleh perbankan dalam melaksanakan kegiatan transaksi keuangan. Kepuasan nasabah ini sangat berperan penting dalam dunia perbankan, dimana kepuasan para nasabah merupakan tujuan yang ingin dicapai oleh setiap bank yang telah melakukan pelayanan terhadap nasabahnya yang akan melakukan transaksi keuangan baik itu dengan cara datang ke bank ataupun dengan media lain untuk melakukan transaksi.

PT Bank Permata merupakan salah satu bank swasta nasional di Indonesia yang didirikan sejak tahun 1954. Tahun 2004 *standard chartered* bank dan PT Astra Internasional Tbk mengambil alih PT Bank Permata dan memulai transformasi besar-besaran di dalam organisasi. PT Bank Permata memiliki visi menjadi pelopor dalam memberikan solusi finansial yang inovatif.

Market Research adalah fungsi yang menghubungkan konsumen, nasabah, dan publik dengan pemasar melalui informasi yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mendefinisikan peluang dan masalah pemasaran, menghasilkan, menghaluskan, dan mengevaluasi upaya pemasaran, memantau kinerja pemasaran, dan memperbaiki pengertian pemasaran sebagai suatu proses.

Tabel 1.1 10 Bank Terbaik dalam Pelayanan Prima Tahun 2017

Nama Bank	Peringkat
Bank Mandiri	1
Bank Permata	2
Bank Danamon	3
Bank BNI	4
Bank Bukopin	5
Bank BCA	6
Bank Common Wealth	7
Bank BTN	8
Bank BRI	9
Bank Maybank	10

Sumber : www.finansial.bisnis.com

Berdasarkan tabel diatas maka dapat dilihat bahwa PT Bank Permata berada pada peringkat ke – 2 menurut *Marketing Research Indonesia* (MRI) berdasarkan kantor cabang, ATM, *Phone Banking*, *SMS Banking*, *mobile banking*, *internet banking*, satpam, toilet, peralatan *banking hall*, *customer service*, *teller*, kenyamanan ruangan, dan ATM centre.

Dalam memberikan kualitas pelayanan yang prima, manajemen PT Bank Permata menerapkan kebijakan kepada pekerja khususnya pada jajaran *Frontliner* agar senantiasa memberikan pelayanan yang terbaik melalui penawaran produk sesuai kebutuhan nasabah, berempati kepada nasabah pada saat memberikan pelayanan, senantiasa menyambut nasabah dengan *Greeting3S Senyum Sapa dan Salam*, dan tidak lupa selalu menyebutkan nama nasabah pada saat mengakhiri pelayanan. Sehingga kualitas pelayanan yang diberikan oleh pekerja dapat memuaskan nasabah secara keseluruhan.

Frontliner merupakan suatu bagian dari unit organisasi yang berada di *front office* yang berfungsi sebagai sumber informasi dan perantara bagi bank

dan nasabah yang ingin mendapatkan jasa-jasa pelayanan maupun produk produk bank. Sesuai dengan fungsinya, *Frontliner* diharapkan dapat melakukan “*One Stop Service*”, artinya nasabah cukup menghubungi bagian *Frontliner* saja dalam berhubungan dengan Bank. Selanjutnya *Customer Service* akan menjelaskan ataupun mengerjakan kebutuhan nasabah tersebut dengan menghubungi bagian yang terkait. Hal ini akan meningkatkan kepuasan nasabah karena merasa akan kepentingannya dilaksanakan dengan rasa penuh tanggung jawab dan tidak perlu berhubungan dengan banyak orang untuk memenuhi kebutuhannya. Dalam kedudukannya sebagai *centre and contact point* antara bank dengan nasabah, *Customer Service* haruslah mengetahui secara umum dan luas bentuk-bentuk pelayanan jasa dan produk bank dengan baik. Kesempatan berhubungan dengan nasabah yang cukup besar dapat dipergunakan secara efektif .

Dalam bagian ini PT Bank Permata sebagai salah satu lembaga keuangan yang tugasnya memberikan jasa kepada masyarakat maka disisi itu dituntut peran serta seseorang *Frontliner* dalam rangka peningkatan mutu pelayanan.

Tabel 1.2 Perkembangan Jumlah Nasabah Bank Permata Syariah cab.Kelapa Gading Periode 2013-2017

Tahun	Jumlah Nasabah (Orang)	Perkembangan Jumlah Nasabah (%)
2013	14,334	5,7
2014	15,159	6,2
2015	16,106	1,6
2016	16,371	7
2017	17,619	-

Sumber: PT Bank Permata Syariah cab. Kelapa Gading

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa jumlah nasabah PT Bank Permata Syariah selama 5 tahun terakhir yaitu 2013 sampai dengan tahun 2017 mengalami peningkatan dimana pada tahun 2013 jumlah nasabah sebanyak 14,334 orang dengan presentase 5,7%, tahun 2014 sebanyak 15,159 orang dengan presentase 6,2%, tahun 2015 sebanyak 16,106 dengan presentase 1,6% sebanyak 16,371 dengan presentase 7%, dan untuk tahun 2017 jumlah nasabah meningkat sebanyak 17,619.

Saat ini juga banyak bank-bank syariah yang bermunculan di kota jakarta ini, banyaknya persaingan bisnis dibidang perbankan membuat pemilik harus berupaya meningkatkan kualitas pelayanan, kepercayaan, kepuasan serta loyalitas nasabah dari PT Bank Permata syariah agar tidak kalah bersaing dari kompetitor-kompetitor yang sejenis. Cara agar PT Bank Permata syariah ini dapat bertahan ditengah persaingan salah satunya adalah meningkatkan kualitas pelayanan di PT Bank Permata syariah jadi bank ini tidak hanya menerima transaksi-transaksi dari nasabah tetapi juga para karyawan yang berkerja di PT Bank Permata syariah ini juga dapat menerima keluhan dari para nasabah juga selalu memberikan hadiah khusus untuk para nasabah dan memperbaiki mutu pelayanan.

Dengan semakin ketatnya persaingan bisnis jasa perbankan, maka penulis merasa tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Permata Syariah KCPS Graha Bulevar Kelapa Gading sebagai objek penelitian.

Tabel 1.3 Hasil Prasurvey Kualitas Pelayanan

No.	Kriteria Pengukuran	Persentase Setuju	Persentase Tidak Setuju
1.	Petugas <i>frontliner</i> kurang cepat dapat melayani	40% 8 Responden	60% 12 Responden
2.	Petugas <i>frontliner</i> bekerja secara profesional	80% 15 Responden	20% 5 Responden

Sumber : Data diolah 2018

Dapat dilihat dan diketahui bahwa responden PT Bank Permata Syariah yang berada di wilayah Kelapa Gading menjadi responden prasurvey yaitu sebanyak 20 responden. Dimana sebanyak 8 orang (40%) responden menyatakan setuju dan 12 orang (60%) menyatakan tidak setuju dengan petugas *frontliner* yang kurang cepat dalam melayani. Di dalam Kualitas Pelayanan juga terdapat 15 orang (80%) responden menyatakan setuju dan 5 orang (20%) responden menyatakan tidak setuju dengan Petugas *frontliner* bekerja secara profesional.

Tabel 1.4 Hasil Prasurvey Kepercayaan

No.	Kriteria Pengukuran	Persentase Setuju	Persentase Tidak Setuju
1.	PT Bank Permata tidak memberikan kemudahan dalam pengajuan pinjaman	40% 8 Responden	60% 12 Responden
2.	PT Bank Permata menanggapi keluhan yang ada pada nasabah dengan baik	80% 16 Responden	20% 4 Responden

Sumber : Data diolah 2018

Dapat dilihat dan diketahui bahwa responden PT Bank Permata Syariah yang berada di wilayah Kelapa Gading menjadi responden prasurvey yaitu sebanyak 20 responden. Dimana sebanyak 8 orang (40%) responden menyatakan setuju dan 12 orang (60%) responden menyatakan tidak setuju PT Bank Permata memberikan kemudahan untuk pengajuan pinjaman. Di

dalam Kepercayaan juga terdapat 16 orang (80%) responden menyatakan setuju dan 4 orang (20%) menyatakan tidak setuju PT Bank Permata menanggapi keluhan yang ada pada nasabah dengan baik.

Tabel 1.5 Hasil Prasurvey Kepuasan

No.	Kriteria Pengukuran	Persentase Setuju	Persentase Tidak Setuju
1.	Frontliner tidak menjelaskan produk dengan detail	80% 16 Responden	20% 4 Responden
2.	Biaya admin yang mahal	40% 8 Responden	60% 12 Responden

Sumber : Data diolah 2018

Dapat dilihat dan diketahui bahwa responden PT Bank Permata Syariah yang berada di wilayah Kelapa Gading menjadi responden prasurvey yaitu sebanyak 20 responden. Dimana 16 orang (80%) menyatakan setuju dan 4 orang (20%) menyatakan tidak setuju dengan Frontliner tidak menjelaskan produk dengan detail. Di dalam Kepuasan juga terdapat 8 orang (40%) responden menyatakan setuju dan 12 orang (60%) responden menyatakan tidak setuju dengan Biaya admin yang mahal.

Berdasarkan fenomena yang disajikan di atas, maka judul penelitian ini adalah **“Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Nasabah pada PT Bank Permata Syariah KCPS Graha Bulevar Kelapa Gading”**.

1.2 Identifikasi dan Pembatasan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan di atas mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah dan berdasarkan hasil pengamatan, maka dapat diidentifikasi masalah-masalah yang terjadi di PT Bank Permata KCPS Graha Bulevar, meliputi:

1. Kurangnya sosialisasi kepada nasabah, sehingga nasabah yang meminta pelayanan merasakan prosedur/tatacara pelayanan yang rumit.
2. Terjadinya peristiwa *skimming* yang mengakibatkan nasabah menjadi kurang percaya terhadap bank.
3. Kurangnya perhatian pegawai terhadap nasabah yang menjadikan nasabah tidak loyal kepada bank.

1.2.2 Pembatasan Masalah

Penelitian ini dilakukan di PT Bank Permata Syariah Graha Bulevar Kelapa Gading Jakarta Utara. Penelitian ini dibatasi hanya pada nasabah yang berkunjung dan merasakan pelayanan di PT Bank Permata Syariah Graha Bulevar Kelapa Gading Jakarta Utara. Sedangkan yang menjadi fokus penelitian ini adalah Kualitas Layanan (sebagai variabel X_1), Kepercayaan (sebagai variabel X_2) terhadap Loyalitas (sebagai variabel Y) melalui Kepuasan (sebagai variabel Z). Sehingga hanya dibatasi pada 4 variabel saja.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dan identifikasi masalah yang dikemukakan di atas, maka rumusan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan nasabah di PT Bank Permata Syariah KCPS Graha Bulevar, Jakarta Utara?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh langsung terhadap kepuasan nasabah di PT Bank Permata Syariah KCPS Graha Bulevar, Jakarta Utara?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap loyalitas nasabah di PT Bank Permata Syariah KCPS Graha Bulevar, Jakarta Utara?
4. Apakah kepercayaan berpengaruh langsung terhadap loyalitas nasabah di PT Bank Permata Syariah KCPS Graha Bulevar, Jakarta Utara?
5. Apakah kepuasan berpengaruh langsung terhadap loyalitas nasabah di PT Bank Permata Syariah KCPS Graha Bulevar, Jakarta Utara?
6. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas melalui kepuasan nasabah PT Bank Permata Syariah KCPS Graha Bulevar, Jakarta Utara?
7. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap Loyalitas melalui kepuasan nasabah PT Bank Permata Syariah KCPS Graha Bulevar, Jakarta Utara?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di PT Bank Permata Syariah KCPS Graha Bulevar, Jakarta Utara.

2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah di PT Bank Permata Syariah KCPS Graha Bulevar, Jakarta Utara.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah di PT Bank Permata Syariah KCPS Graha Bulevar, Jakarta Utara.
4. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah di PT Bank Permata Syariah KCPS Graha Bulevar, Jakarta Utara.
5. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah di PT Bank Permata Syariah KCPS Graha Bulevar, Jakarta Utara.
6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap Loyalitas melalui kepuasan nasabah PT Bank Permata Syariah KCPS Graha Bulevar, Jakarta Utara.
7. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap Loyalitas melalui kepuasan nasabah PT Bank Permata Syariah KCPS Graha Bulevar, Jakarta Utara.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Menambah pengetahuan dan wawasan penulis tentang dunia kerja dalam bidang perbankan serta melatih keterampilan teknis penulis dalam menganalisa suatu masalah.

2. Bagi Perusahaan

- 1) Membantu perusahaan dalam mengetahui hal-hal yang menjadi pengaruh terhadap pelayanan kepada para nasabah.

2) Memotivasi perusahaan untuk mempertahankan bahkan meningkatkan kualitas dan pelayanan.

3. Bagi Akademis

Sebagai bahan bacaan untuk menambah pengetahuan, sebagai referensi dan sebagai bahan pertimbangan bagi rekan-rekan mahasiswa apabila terdapat pelajaran yang berkaitan dengan kualitas pelayan, kepercayaan, kepuasan dan loyalitas.