

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Salah satu strategi yang menunjang bisnis perbankan adalah berusaha menawarkan jasa dengan kualitas yang tinggi. bisnis bank selalu dalam lingkungan industri yang kompetitif, hanya perbankan yang efisien dan dikelola dengan baik yang akan berhasil merebut pasar. Era globalisasi mendorong bank-bank selalu mengoptimalkan *economic of scala* menciptakan sinergi dalam penciptaan pendapatan dan berusaha mendapat nasabah sebanyak mungkin serta berlomba-lomba memberikan *premium service* untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Hal tersebut selalu mendorong bank untuk selalu memiliki keunggulan bersaing (*competitive advantage*) dalam penyediaan jasa perbankan dengan kualitas yang lebih baik dari pesaingnya secara konsisten dan menyeluruh.

Persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh terhadap kualitas suatu jasa, karenanya kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor kunci keberhasilan bank sebagai perusahaan jasa. Persepsi pelanggan merupakan pendapat, pandangan, komentar dari nasabah terhadap barang dan jasa yang telah dilihat atau dinikmati pelayanannya. Nasabah suatu Bank sebagai pelanggan tentunya akan memberikan pendapat, pandangan dan komentar yang berbeda-beda terhadap suatu pelayanan perbankan akhirnya nasabah dapat merasakan kepuasan terhadap pelayanan tersebut.

Kepuasan atau ketidak kepuasan nasabah (*customer satisfaction / dissatisfaction*) merupakan penilaian mengenai apakah pelayanan memenuhi harapan. Kepuasan nasabah dinyatakan sebagai respon nasabah terhadap evaluasi ketidak pastian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja actual produk yang dirasakan nasabah setelah pemakaian.

Kualitas jasa harus dimulai dari kebutuhan nasabah dan berakhir pada perspsi nasabah sebagai pihak yang membeli dan mengkonsumsi jasa sebuah perusahaan perbankan. Perusahaan perbankan dapat meningkatkan kepuasan nasabah dengan cara memaksimalkan pengalaman nasabah yang menyenangkan dan meminimalkan pengalaman yang kurang memuaskan.

Hasil penelitian dari Swam dan Bowers (1982) mengemukakan bahwa kepuasan total lebih banyak ditentukan oleh pengalaman keseluruhan dalam mengkonsumsi jasa. Hal ini berkaitan dengan tujuan peningkatan kualitas pelayanan yaitu menciptakan nasabah dan mempertahankan nasabah yang telah ada. Perusahaan melalui peningkatan kualitas berupaya memenuhi kepuasan nasabah yang akhirnya dapat terciptanya nasabah yang loyal kepada perusahaan.

Berkaitan dengan loyalitas nasabah, menjaga loyalitas nasabah dalam alam persaingan perbankan yang semakin ketat dan modern, merupakan suatu hal yang sangat sulit (Supriyanto, Info Bank November 2009). Menurut banyak survey, Bank menganggap kualitas pelayanan suatu hal yang penting karena dapat mendatangkan keuntungan. Kualitas pelayanan yang baik akan menghasilkan keuntungan jika diantara kualitas pelayanan dan keuntungan

tersebut dapat memberikan komitmen untuk tetap bertahan loyal pada pelayanan perusahaan tertentu.

Selain itu usur yang menarik simpati dimasyarakat adalah dengan tempat atau akses lokasi perbankan yang meberikan pelayanan optimal secara langsung kepada masyarakat untuk bertransaksi dan memudahkan setiap nasabah baik debitur maupun kreditur untuk mengakses perbankan secara langsung di tempat kantor terdekat di wilayah nasabah yang tersebar di setiap kecamatan di wilayah Kabupaten Ponorogo dan kantor cabang di luar wilayah seperti Trenggalek magetan sebagai wujud pemasaran dan apresiasi PT .Bank Perkreditan Rakyat Raga Surya Nuansa sebagai salah satu BPR yang ada di Kabupaten Ponorogo, merupakan salah satu Badan Usaha/Amal Usaha dibawah pengelolaan Organisasi Sosial Kemasyarakatan Muhammadiyah. BPR yang didirikan dan beroperasi pada tanggal 04 Januari 1992 samapai saat ini memiliki sebanyak 14 jaringan kantor, baik yang merupakan kantor pusat, kantor cabang maupun kantor pelayanan kas. Dalam operasionalnya PT.BPR Raga Surya Nuansa Ponorogo, menerapkan system seperti pada Bank konvensional, yakni nasabah yang datang ke kantor BPR untuk melakukan transaksi baik sebagai nasabah tabungan/deposito maupun nasabah kredit.

Selain menyalurkan dana PT BPR Raga Surya Nuansa juga menghimpun dana dari masyarakat melalui tabungan dan deposito. Produk Tabungandan Deposito yang ditawarkan bermacam-macam dengan suku bunga yang bersaing. Selama 22 tahun perkembangannya berdasar hasil pemeriksaan Bank Indonesia mendapat penilaian dengan kategori selalu sehat

(penilaian tahun 1992 sampai dengan tahun 2014), dan mulai tahun 2004 sampai sekarang selalu mempunyai prestasi yang cemerlang. Tahun 2004 mendapat predikat terbaik III Tata kelola Bank Perkreditak Rakyat Se wilayah kerja Bank Indonesia Kediri, tahun 2005 meningkat dan menduduki peringkat I BPR berkinerja terbaik I se wilayah kerja Bank Indonesia Kediri, pada tahun 2006 masih dapat mempertahankan posisi seperti tahun 2005, yaitu BPR berkinerja terbaik I se wilayah kerja Bank Indonesia Kediri dan pada tahun 2006 juga mempunyai prestasi luar biasa di tingkat Nasional yaitu menjadi Pemenang I BPR dengan Tata kelola/ berkinerja terbaik se Indonesia versi BANK INDONESIA DAN PERBANAS dengan mendapat Penghargaan Piala CITRA PARAMA APTA yang penyerahannya pada acara konferensi Perbankan se Asia (APCONEX) di Jakarta. Berdasarkan data yang ada pada PT BPR Rasuna Ponorogo menunjukkan bahwa mulai tahun 1992 sampai dengan 31 Desember 2014 jumlah nasabah tabungan 14.763 orang, jumlah nasabah deposito 208 orang, jumlah nasabah kredit 5.670 orang. Sedangkan nasabah yang pernah membuka atau bertransaksi dengan PT BPR Rasuna dan tidak melanjutkan transaksinya atau menutup transaksi jumlahnya sangat sedikit.

Sebagai badan amal usaha Muhammadiyah yang profesional PT.BPR Raga Surya Nuansa, tidak memandang keberhasilan diatas sebagai suatu keberhasilan puncak, melainkan sebagai sebuah tantangan baru yang lebih besar dan berat untuk mempertahankan dan lebih meningkatkan keberhasilan. PT BPR Raga Surya Nuansa Ponorogo terus berjuang untuk meningkatkan

kepuasan pelayanan terbaik atau pelayanan prima, dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat sehingga akan mencapai loyalitas nasabah di PT BPR Raga Surya Nuansa dan saat ini PT BPR Surya Nuansa (BPR RASUNA) akan di konfersi menjadi BPR SYARIAH yang bertujuan untuk memberikan pelayanan sesuai syariat islam dan memberikan kemudahan kepada setiap nasabah untuk bertransaksi dengan sitem syariah baik simpanan pinjaman maupun deposito yang memberikan trobosan BPR syariah yang berkualitas sesuai syariat di kabupaten ponorogo.

Selain itu PT. BPR Raga Surya Nuansa melakukan pemasaran di luar pelayanan yang prima dan memberikan kepuasan kepada setiap nasabah untuk memberikan kemudahan dalam menjangkau akses kepada nasabah sebagai wujud apresiasi perusahaan kepada nasabah untuk menarik minat dan kelayaitasan kepada perusahaan selain itu sebagai wujud pengenalan media berperan sebagai pemberi informasi tentang profil produk Bank RASUNA dengan melakukan promosi baik media cetak maupun media radio dan televisi sebagai wujud pengenalan di masyarakat tentang produk-produk yang di tawarkan baik tabungan deposito maupun tawaran kredit kepada yang membutuhkan permodalan usaha maupun komersial, selain itu PT.BPR RASUNA memberikan penawaran-penawaran yang menarik baik suku bunga tabungan maupun bunga murah kepada setiap nasabah untuk meningkatkan kepuasan kepada nasabah untuk mewujudkan loyalitas terhadap nasabah. Berdasarkan alasan tersebut, perlulah untuk diadakan penelitian berjudul

”PENGARUH LOKASI , PELAYANAN DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PT BPR RAGA SURYA NUANSA PONOROGO”.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, dapat dirumuskan permasalahan berikut ;

1. Apakah lokasi berpengaruh bagi loyalitas nasabah PT.BPR RASUNA ?
2. Apakah lokasi yang potensial dengan pelayanan dan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas Nasabah PT.BPR Raga Surya Nuansa Ponorogo
3. Apakah dengan pelayanan yang baik mampu mempengaruhi nasabah sehingga nasabah menjadi loyal ?
4. Seberapa besar PT. BPR Rasuna memberikan pelayanan dan kepuasan kepada nasabah?