

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Selama beberapa tahun terakhir, sektor perbankan telah meningkat pesat terutama dalam perluasan cabang dan dasar yang membantu dalam melakukan kegiatan jual beli (Manohar, 2019). Untuk memperkuat pernyataan tersebut Chauhan (2019) mengatakan bahwa sektor perbankan telah mencapai pertumbuhan dan peningkatan karena layanan terbaik yang diberikan dan keterlibatan pelanggan secara nyata yang terlihat. Dengan peningkatan dan pertumbuhan sektor perbankan yang tinggi membuat daya saing yang tinggi pula, sehingga kepuasan nasabah tentunya menjadi hal penting yang harus diperhatikan (Bhatt, 2020). Persaingan yang ketat ini membuat para sektor perbankan berlomba-lomba dalam membuat produk dan jasa yang diinginkan nasabah, sehingga menjadikan nasabah memiliki banyak pilihan serta alternatif dalam memilih produk atau jasa yang sesuai keinginan dan tentu saja ini sulit bagi sektor perbankan dalam mempertahankan pelanggan karena persaingan yang semakin ketat (Kaura, 2015).

Sektor jasa pada perekonomian suatu negara sangat berpengaruh besar pada pertumbuhan serta perkembangan dari setiap negara. Sektor jasa juga dianggap penting karena dapat menciptakan dan memperbesar kekayaan negara serta bangsa (Yalley & Agyapong, 2017). Sektor jasa pada penelitian kali ini yaitu bank yang dapat berperan aktif dalam membantu suatu negara dalam mengembangkan perekonomian suatu bangsa. Dengan perkembangan industri yang semakin pesat serta banyaknya pesaing membuat praktisi industri harus memahami tantangan yang ada serta memenuhi keinginan konsumen yang berbeda-beda (Ayadi, 2015).

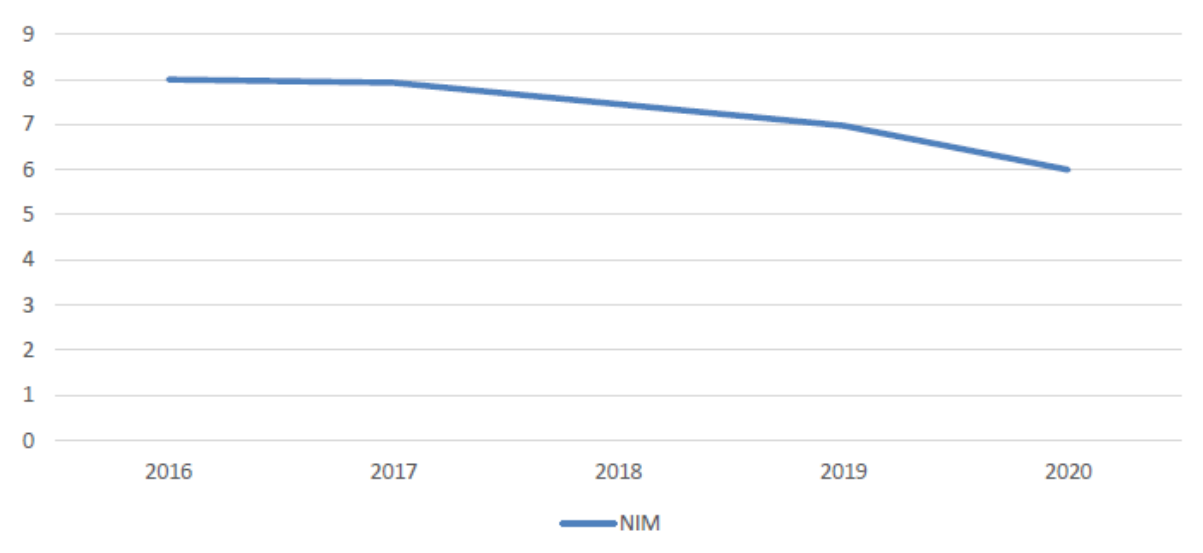
Hal penting dalam industri jasa yaitu kualitas layanan yang akan mempengaruhi citra perusahaan atau penyedia jasa (Hammoud, 2018). Kualitas layanan dalam hal ini merupakan pemberian layanan yang diberikan perusahaan pada pelanggan dan menjadi dasar penilaian pada sebuah perusahaan (Afthanorhan, 2019). Industri jasa harus membuat inovasi layanan karena keinginan pelanggan yang terus berubah memaksa sebuah perusahaan untuk berkembang dan terus berinovasi agar menjadi perusahaan yang tidak ketinggalan zaman atau *up-to-date* (Nur Asnawi, 2021). Fungsi dari inovasi layanan ini membantu dalam pembuatan konsep baru dan strategi layanan yang akan melancarkan proses perubahan perusahaan (Manohar, 2019). Citra perusahaan merupakan hal yang penting karena keunggulan bersaing yang akan berdampak dalam jangka waktu panjang dan tidak dapat sama antar perusahaan, sehingga citra

perusahaan merupakan aset tidak berwujud tetapi memiliki dampak besar bagi organisasi (Yeuksel, 2018).

Perusahaan yang dapat memberikan peningkatan penjualan, keuntungan dan pengelolaan biaya yang baik merupakan perusahaan yang memberikan layanan yang berkualitas (Kassim & Abdullah, 2010). Menurut Farrel (2001), pelanggan akan lebih melihat dan menilai kualitas layanan dari segi perilaku karyawan selama proses pelayanan daripada sikap karyawan. Penilaian kualitas layanan dalam lintas budaya juga berbeda-beda antar kelompok budaya (Reynolds, 2001).

Kepuasan konsumen merupakan hal utama yang perlu diperhatikan serta diwujudkan oleh praktisi industri. Dalam mewujudkan kepuasan konsumen tentunya berkaitan dengan kualitas layanan (Silvestri, 2017). Kualitas layanan yang baik akan membuat konsumen puas dan kepuasan tersebut menciptakan konsumen yang setia, hubungan baik dalam jangka panjang antara konsumen dan penyedia jasa, memperbanyak pelanggan dari hasil kepuasan pelayanan sebelumnya melalui kata-kata positif serta merekomendasi kepada kerabat dan teman (Oh & Kim, 2017). Kualitas layanan pada penelitian kali ini dibagi menjadi lima bagian yaitu *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *visibility* (visibilitas), *employee commitment* (komitmen karyawan) dan *access to service* (akses ke layanan) untuk menilai pengaruh pada kepuasan pelanggan (Teeroovengadum, 2020). Dengan peningkatan kepuasan konsumen akan membentuk loyalitas konsumen (Kaur dan Soch, 2018).

Bank Rakyat Indonesia (BRI) merupakan objek pada penelitian kali ini yang menarik untuk kita bahas dan meneliti apakah kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan serta loyalitas konsumen. Bank Rakyat Indonesia (BRI) merupakan salah satu bank milik pemerintah yang terbesar di Indonesia. Bank ini didirikan di Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja pada 16 Desember 1895. Dengan dampak Covid-19 yang terjadi membuat PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) terus melakukan upaya dalam mempertahankan kualitas aset dari perusahaan agar tidak terjadi risiko serta penurunan aset perusahaan.



Gambar 1. 1 Perkembangan Rasio NIM PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Periode 2016 – 2020

Sumber: Wiarta, 2021

Kinerja rasio *Net Interest Margin* (NIM) pada bank BRI dapat dilihat pada gambar diatas, pada gambar diatas kinerja rasio dari tahun 2016 sampai dengan 2020 cenderung mengalami penurunan setiap tahunnya, tetapi masih memiliki nilai diatas 2% yang berarti bahwa kinerja rasio dinyatakan sangat sehat sebelum dan setelah terjadinya dampak Covid-19.

Bank yang bergerak dalam industri jasa penting dalam memberikan pelayanan yang baik kepada para pelanggan agar mendorong masyarakat untuk menjadi nasabah dari bank tersebut (Ashiva, 2015). Menurut Undang-undang No 10 Tahun 1998 bank merupakan badan usaha yang digunakan untuk mengumpulkan dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan memberikan kepada masyarakat dalam bentuk kredit sebagai peningkatan taraf hidup masyarakat banyak.



Gambar 1. 2 Cabang Pengambilan Anjungan Tunai

Sumber: www.grand-duta.com.

Pada awal tahun 2020 dunia dikejutkan dengan terjadinya pandemi Covid-19 yang tentunya berdampak pada sektor perbankan di Indonesia. Dengan terjadinya dampak pandemi Covid-19 yang baru terjadi di Indonesia membuat sektor keuangan harus melakukan restrukturasi kredit/dunia usaha (Aji & Husin, 2020). Akibat dampak Covid-19 daya beli mengalami penurunan dan membuat kerugian bagi perusahaan (Naryono, 2020). Dengan meneliti kualitas layanan yang diberikan oleh Bank Rakyat Indonesia (BRI) kepada para nasabah akan menarik mengingat keadaan Indonesia yang beberapa tahun yang lalu mengalami dampak pandemi *Coronavirus Disease 2019 (Covid-19)*, tentunya akan membuat keadaan menjadi berbeda dari yang sebelumnya dan industri jasa harus membuat inovasi baru dengan keadaan baru.

Dengan masa pandemi yang terjadi di Indonesia membuat keadaan perekonomian turun dengan pesat dan banyak larangan yang diterapkan di Indonesia untuk menghindari penyebaran agar tidak terjadi peningkatan (Hadiwardoyo, 2020). Banyak perusahaan perusahaan yang mengalami dampaknya seperti perusahaan yang bergerak pada sektor properti, keuangan, transportasi, jasa kinerja dari perusahaan yang mengalami penurunan (Devi, 2020). Salah satu sektor yang mengalami dampak terbesar dapat dilihat dari penurunan indeks harga saham yang mengalami penurunan tajam yaitu sektor keuangan. Dengan keadaan pandemi covid 19 tidak hanya berdampak pada bursa saham global tetapi juga di Indonesia (Fahrika & Roy, 2020).

Namun sektor ekonomi tentunya harus terus berputar dan melakukan strategi baru dan inovasi dengan keadaan yang baru.

Tentunya dengan peningkatan kasus virus ini protokol kesehatan harus semakin diperketat guna melindungi dari masalah covid-19. Peraturan-peraturan juga menjadi semakin banyak seperti membatasi masyarakat untuk keluar rumah kalau tidak terlalu mendesak, menutup jalan agar tidak adanya kerumunan, selalu menggunakan masker, dan sering mencuci tangan. Selain dari itu banyak sekolah, tempat-tempat umum ditutup seperti mall serta tempat hiburan, tempat wisata sempat tutup sementara, tetapi fasilitas umum seperti kesehatan, apotek atau tempat obat-obat, supermarket dan minimarket buka dengan syarat tetap mematuhi protokol kesehatan, menggunakan masker dan membatasi pengunjung setiap harinya agar tidak berkerumunan (Syafriada, 2020).

Menurut Tismayuni (2020), pemanfaatan teknologi informasi perlu ditingkatkan dengan optimal mengingat keadaan yang sedang memburuk. Hal ini perlu dilakukan untuk meningkatkan teknologi informasi dengan menyampaikan informasi melalui sesuatu yang bersifat online agar dapat dijangkau dengan mudah oleh masyarakat, seperti via website dan media sosial pelayanan sehingga menghindari kontak langsung antara penyedia jasa dengan orang yang ingin menggunakan jasa tersebut. Terdapat empat hal yang dapat diperhatikan dan diterapkan oleh penyedia jasa (Tismayuni, 2020).

1. Peningkatan dalam menyediakan informasi secara jelas dengan memberikan syarat-syarat pelayanan, standar pelayanan, tarif pelayanan, proses pelayanan dan sebagainya.
2. Peningkatan sistem pelayanan secara online ini perlu dilakukan, terutama untuk layanan pajak kendaraan, maupun pelayanan umum lainnya.
3. Peningkatan fasilitas bagi masyarakat yang datang langsung dengan memberikan tanda jaga jarak ketika antri, tersedia tempat mencuci tangan, terdapat hand sanitizer dan alat yang digunakan untuk mengukur suhu badan sebelum proses pelayanan dilakukan.
4. Peningkatan kualitas pelayanan juga perlu dilakukan seperti pelayanan yang cepat dan sigap agar mengurangi kapasitas ketika melakukan proses pelayanan.

1.2 Perumusan Masalah

Sektor jasa merupakan hal penting dalam perkembangan ekonomi di seluruh dunia, terutama sektor jasa berupa bank memainkan peran penting dalam menciptakan dan memperbesar kekayaan dari suatu bangsa (Ayadi, 2015). Peneliti juga mengamati sektor bank

yang menjadi salah satu dampak Covid-19. Salah satu industri perbankan yang berdampak yaitu Bank Rakyat Indonesia (BRI) akan menjadi hal menarik sebagai objek penelitian kali ini. Banyaknya cabang layanan bank akan memudahkan nasabah dalam menggunakan layanan tersebut, cabang layanan BRI juga telah menjangkau ke pelosok desa dan layanan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) untuk penarikan tunai juga telah tersebar di berbagai wilayah. Hal ini tentunya merupakan salah satu keunggulan dari BRI untuk menarik nasabah dalam menggunakan layanan mereka. Selain dari kelebihan tersebut peneliti tertarik untuk mengamati kualitas layanan yang diberikan oleh nasabah serta melihat kepuasan dan loyalitas nasabah BRI.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka rumusan masalah yang akan dibahas pada penelitian kali ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kehandalan berpengaruh pada kepuasan konsumen Bank Rakyat Indonesia (BRI)?
2. Apakah daya tanggap berpengaruh pada kepuasan konsumen Bank Rakyat Indonesia (BRI)?
3. Apakah visibilitas berpengaruh pada kepuasan konsumen Bank Rakyat Indonesia (BRI)?
4. Apakah komitmen karyawan berpengaruh pada kepuasan konsumen Bank Rakyat Indonesia (BRI)?
5. Apakah akses ke layanan berpengaruh pada kepuasan konsumen Bank Rakyat Indonesia (BRI)?
6. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh pada loyalitas konsumen Bank Rakyat Indonesia (BRI)?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, maka tujuan penelitian ini ditunjukkan untuk menguji:

1. Pengaruh antara kehandalan pada kepuasan konsumen Bank Rakyat Indonesia (BRI)
2. Pengaruh antara daya tanggap pada kepuasan konsumen Bank Rakyat Indonesia (BRI)
3. Pengaruh antara visibilitas pada kepuasan konsumen Bank Rakyat Indonesia (BRI)
4. Pengaruh komitmen karyawan pada kepuasan konsumen Bank Rakyat Indonesia (BRI)

5. Pengaruh antara akses ke layanan pada kepuasan konsumen Bank Rakyat Indonesia (BRI)
6. Pengaruh antara kepuasan konsumen pada loyalitas konsumen Bank Rakyat Indonesia (BRI)

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat pada penelitian kali ini:

1. Manfaat praktisi

a. Bagi perusahaan dan usaha bisnis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan dan usaha bisnis untuk menambah wawasan dan pengetahuan mereka mengenai pentingnya kualitas layanan pada kepuasan dan loyalitas konsumen. Manfaat lain yang didapatkan oleh perusahaan yaitu penerapan secara nyata yang dilakukan ketika melakukan pelayanan kepada konsumen. Pentingnya pelayanan yang ramah, baik, serta menyampaikan informasi secara benar merupakan hal utama yang perlu diterapkan. Dengan pelayanan yang berkualitas akan membentuk citra perusahaan yang positif dimata masyarakat. Maka dari itu, pelanggan akan merasa puas dan menggunakan layanan dari penyedia jasa secara berulang dan merekomendasikan kepada kerabat dan temannya. Dari rekomendasi pelanggan yang pernah menggunakan jasa organisasi ini tentunya akan menambah calon nasabah untuk tertarik dan penasaran mengenai layanan tersebut. Manfaat lain yang dirasakan perusahaan yaitu berkembangnya inovasi pelayanan yang secara tidak langsung dituntut untuk terus berinovasi dan berkembang.

b. Bagi masyarakat

Bagi masyarakat penelitian ini diharapkan dapat mengetahui pentingnya pengaruh kepuasan pelanggan dengan keinginan konsumen. Selain itu manfaat bagi masyarakat yaitu dengan pemahaman serta penerapan dari industri jasa yang memberikan pelayanan baik dan dilakukan secara konsisten akan membuat masyarakat atau nasabah merasa senang karena pelayanan tersebut sesuai harapan. Jika semua industri jasa melakukan pelayanan dengan baik dan sesuai dengan harapan pelanggan tentunya tidak akan membuat rasa kecewa ketika menggunakan jasa dari perusahaan tertentu.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mendalam tentang pengaruh kualitas layanan pada kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen. Penelitian ini juga menambah wawasan untuk mempelajari hal-hal yang perlu diperhatikan oleh penyedia jasa dalam proses pemberian jasa, strategi yang digunakan untuk mempertahankan pelanggan, strategi untuk menarik calon pelanggan, dan mempertahankan strategi dengan kualitas layanan yang baik secara konsisten. Dari sisi konsumen, manfaat bagi peneliti yaitu dapat memahami dengan jelas keinginan konsumen dan memberikan pelayanan yang berkualitas tinggi agar terciptanya kepuasan konsumen. Dengan kepuasan yang telah dirasakan konsumen maka konsumen akan merekomendasikan pelayanan ini kepada orang lain.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian kali ini diharapkan dapat menambah sumber ilmu maupun acuan pengetahuan mengenai pengaruh kualitas layanan dengan kepuasan dan loyalitas konsumen. Keinginan konsumen yang berubah-ubah menuntut perusahaan untuk terus berinovasi. Hal ini mengingat persaingan industri yang semakin ketat, maka pelaku usaha harus selalu berkembang baik dalam segi produk dan layanan yang ditawarkan kepada masyarakat.