

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bank merupakan mata rantai antara penabung dan pemakai uang. Dengan demikian bank merupakan suatu perusahaan yang pekerjaannya mengelola kebutuhan-kebutuhan kredit sebab dari seluruh uang yang disimpan atau di tabungkan pada bank, oleh bank itu dipinjamkan lagi kepada mereka atau pengusaha yang memerlukan kredit. Bank hidup dari selisih bunga yang dipungut dari para peminjam ke bank tersebut dengan bunga yang diberikan kepada para penyimpan/penabung. Dunia perbankan Indonesia saat ini diwarnai dengan persaingan yang semakin ketat. Hal ini di karenakan semakin majunya lembaga-lembaga perbankan dan lembaga perkreditan yang berusaha menarik perhatian nasabah. Dengan semakin banyak lembaga perbankan dan lembaga perkreditan, sudah barang tentu masyarakat mempunyai berbagai alternatif dalam menggunakan jasa perbankan. Dalam upaya menciptakan kepuasan nasabah, pihak bank seharusnya melakukan evaluasi terhadap tingkat pelayanan yang diberikan kepada nasabah sehingga menghasilkan kepuasan nasabah terhadap bank yang dinaunginya.

Pada dasarnya nasabah mengharapkan segala apa yang diinginkan terhadap pemberi layanan, maka dari itu bagi perusahaan maupun badan usaha hendaknya memiliki kualitas pelayanan yang berbeda sehingga membedakan usahanya dengan usaha orang lain. Kualitas pelayanan sangat penting, tidak hanya sekedar pelayanan saja, tapi harus ada karakteristik yang membedakan

Menurut Farid (2017) , pada perbankan kepuasan dan ketidakpuasan nasabah adalah hasil penilaian nasabah terhadap apa yang diharapkannya dengan membeli dan menggunakan suatu produk jasa bank. Harapan itu lantas dibandingkan dengan persepsinya terhadap kualitas yang diterimanya dengan menggunakan produk jasa itu. Jika harapannya lebih tinggi dari pada kualitas produk jasa, nasabah akan merasa tidak puas. Sebaliknya, jika harapannya sama dengan atau lebih rendah dari pada kualitas produk jasa, maka nasabah akan merasa puas.

Menurut Sugiarthi et al., (2014), kepuasan pelanggan/nasabah pada bidang jasa adalah reaksi emosional jangka pendek pelanggan terhadap kinerja jasa tertentu, tingkat kepuasan pelanggan dapat terjadi setelah mengalami apakah jasa yang mereka harapkan terpenuhi atau terlampaui. Apabila pelanggan yang merasa kecewa, kurang puas setelah menerima pelayanan, maka akan menimbulkan masalah bagi penyedia jasa, apabila pelanggan merasa gembira dan senang setelah menerima pelayanan yang diberikan , maka akan menimbulkan kepuasan kepada pelanggan.

Suku bunga dapat diartikan sebagai balas jasa yang diberikan oleh koperasi yang berdasarkan prinsip konvensional kepada nasabah. Bunga bagi koperasi dapat diartikan sebagai harga yang harus dibayar kepada nasabah (yang memiliki simpanan) dengan harga yang harus dibayar oleh nasabah kepada koperasi (nasabah yang memperoleh pinjaman), serta harga yang dibebankan kepada biaya-biaya jasa yang lainnya. Menurut Kasmir (2012 : 37-40), faktor-faktor utama yang mempengaruhi besar kecilnya penetapan suku bunga secara garis besar yaitu : kebutuhan dana, persaingan, kebijaksanaan pemerintah, target laba yang diinginkan, jangka waktu, kualitas dan nilai jaminan, reputasi perusahaan, produk yang kompetitif, hubungan yang baik, dan jaminan pihak ketiga. Pada PT. BPR Nur Semesta Indah Cabang Semboro untuk suku bunga yang rendah dan suku bunga yang relatif dapat bersaing dengan perusahaan sejenis yang mudah dijangkau oleh nasabah, tetapi dengan banyaknya persaingan disekitar PT. BPR Nur Semesta Indah Cabang Semboro membuat penurunan jumlah nasabah disetiap tahunnya berdasarkan data yang diberikan oleh PT. BPR Nur Semesta Indah Cabang Semboro.

Menurut Atmaja (2018), kualitas layanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu

sendiri. Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sudah terjadinya transaksi. Pada umumnya layanan yang berkualitas tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering. Dari definisi-definisi tentang kualitas pelayanan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktifitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Layanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah-tamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen. Pada PT. BPR Nur Semesta Indah Cabang Semboro ini untuk pelayanannya kepada nasabah tergolong masih kurang ramah, terkadang nasabah tidak dilayani dengan ramah, ketanggapan dari karyawan untuk melayani nasabah masih kurang cepat dan tanggap.

Sofiyanto (2016), lokasi merupakan saluran distribusi yaitu jalur yang dipakai untuk perpindahan produk dari produsen ke konsumen. Menurut Lupiyoadi (2013), lokasi juga dikatakan sebagai keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan di mana operasi dan stafnya akan ditempatkan. Lokasi yang baik menjamin tersedianya akses cepat, dapat menarik sejumlah besar konsumen dan cukup kuat untuk mengubah pola berbelanja dan pembelian konsumen. Lokasi adalah tempat kedudukan bank yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan menabung karena ada unsur kedekatan dan mudah dijangkau transportasi (Fajriyah, 2013). Untuk lokasi PT. BPR Nur Semesta Indah Cabang Semboro lokasinya sudah strategis berada dikawasan yang sangat ramai dan mudah dijangkau oleh nasabah dengan kendaraan pribadi maupun umum, tetapi untuk tempat parkir nasabah kurang luas sehingga jika sedang ramai nasabah masih kebingungan mencari tempat parkir untuk kendaraannya.

PT. BPR Nur Semesta Indah Cabang Semboro merupakan salah satu instansi pelayanan jasa dalam dunia perbankan yang merupakan lembaga keuangan bank yang menerima simpanan hanya dalam bentuk deposito berjangka, tabungan dan bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu serta menyalurkan dana sebagai usaha PT. BPR Nur Semesta Indah Cabang Semboro berkedudukan di kecamatan Semboro tepatnya di Jl. Raya Semboro, Sidomekar, Semboro Kabupaten Jember akan memberikan pelayanan yang prima kepada nasabah.

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah PT. BPR Nur Semesta Indah Cabang Semboro
Tahun 2017-2021

Tahun	Jumlah Nasabah
2017	4.137
2018	3.887
2019	3.115
2020	2.978
2021	2.348

Sumber : PT. BPR Nur Semesta Indah Cabang Semboro (2020)

Dari tabel 1.1 dapat diketahui bahwa jumlah nasabah PT. BPR Nur Semesta Indah Cabang Semboro menunjukkan adanya penurunan jumlah nasabah dari tahun ke tahun. Sehingga penulis tertarik untuk mengetahui penyebab dari menurunnya jumlah nasabah pada PT. BPR Nur Semesta Indah Cabang Semboro.

1.2 Rumusan Masalah

Kepuasan pelanggan/nasabah pada bidang jasa adalah reaksi emosional jangka pendek pelanggan terhadap kinerja jasa tertentu, tingkat kepuasan pelanggan dapat terjadi setelah mengalami apakah jasa yang mereka harapkan terpenuhi atau terlampaui. Apabila pelanggan yang merasa kecewa, kurang puas setelah menerima pelayanan, maka akan menimbulkan masalah bagi penyedia jasa, apabila pelanggan merasa gembira dan senang setelah menerima pelayanan yang diberikan, maka akan

menimbulkan kepuasan kepada pelanggan. Berdasarkan uraian latar belakang pada yang telah dikemukakan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah pelayanan yang kurang ramah dan kurang cepat dalam melayani transaksi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPR Nur Semesta Indah Cabang Semboro?
2. Apakah tingkat suku bunga yang agak tinggi dibanding Bank BUMN berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Nur Semesta Indah Cabang Semboro?
3. Apakah lokasi perusahaan yang masuk ke desa jauh dari pusat kota berpengaruh terhadap kepuasan PT. BPR Nur Semesta Indah Cabang Semboro?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas maka terdapat beberapa hal yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh dari pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPR Nur Semesta Indah Cabang Semboro.
2. Untuk mengetahui pengaruh dari tingkat suku bunga terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPR Nur Semesta Indah Cabang Semboro.
3. Untuk mengetahui pengaruh dari lokasi perusahaan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPR Nur Semesta Indah Cabang Semboro.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, antara lain adalah sebagai berikut :

1. Bagi Mahasiswa
 - a. Sebagai syarat dalam memperoleh gelar S-1 pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember
 - b. Meningkatkan kemampuan dalam berfikir dan menambah wawasan terkait tentang penerapan teori yang sebelumnya diperoleh dari mata kuliah.
 - c. Melatih penulis untuk berpikir secara kritis, sistematis, dan analistik dalam menghadapi permasalahan yang terjadi.
2. Bagi Pihak Lain
Menambah bahan untuk kepustakaan dan menambah informasi pembaca dan peneliti selanjutnya, sehingga diharapkan dapat dikembangkan oleh peneliti selanjutnya.
3. Bagi Perusahaan
 - a. Memberikan informasi dan pengetahuan tentang hubungan antara pelayanan, tingkat suku bunga, dan lokasi perusahaan dengan kepuasan nasabah.
 - b. Diharapkan dapat membantu pihak Bank dalam melakukan pengembangan dan perbaikan dari segi kinerja pelayanan, demi menjaga kepuasan nasabah.