

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan dan peningkatan jasa pelayanan pada perusahaan dari tahun ke tahun semakin menjadi perhatian masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari adanya persaingan yang ketat dalam hal kualitas pelayanan dan promosi. Dalam kondisi persaingan yang ketat tersebut, hal utama yang diprioritaskan oleh perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan adalah kepuasan pelanggan agar dapat bertahan yang mengakibatkan peningkatan loyalitas untuk menguasai pasar.

Bank adalah lembaga keuangan yang berfungsi sebagai tempat menghimpun dan menyalurkan dana, baik dari perorangan maupun kelompok. Bank dikenal sebagai tempat menyalurkan dana kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk bentuk lainnya dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat banyak (Darmawan & Marlius, 2022)

Bank Perkreditan Rakyat (BPR) didefinisikan sebagai bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan/atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. BPR menerima simpanan hanya dalam bentuk deposito berjangka, tabungan, dan/atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu. Kegiatan usaha BPR terutama ditujukan untuk melayani usaha-usaha kecil dan masyarakat di daerah pedesaan. (Indria Widyastuti, 2019)

Perusahaan dituntut berusaha membuat pelanggan merasa puas dengan memberikan penawaran dan pelayanan yang lebih baik, mengingat perusahaan harus mampu untuk dapat mempertahankan posisi pasarnya ditengah persaingan yang semakin ketat. Salah satunya dengan mengembangkan strategi untuk mempertahankan konsumen melalui kualitas jasa. Strategi yang ditempatkan untuk dapat mempertahankan loyalitas pelanggan adalah dengan menyediakan jasa layanan yang berkualitas, sehingga disini pihak manajemen perusahaan harus memperhatikan kualitas yang sesuai dengan syarat-syarat yang dituntut pelanggan. yang sebenarnya diinginkan nasabah dari sebuah bank, ukurannya, popularitasnya, atau kemampuan dalam memberi kredit atau promosi hadiah yang akan diberikannya, ternyata kualitas layanan masih menjadi titik sentral bagi sebuah bank

Keberhasilan pemasaran tersebut hanya bisa dicapai melalui penerapan strategi pemasaran yang melibatkan perusahaan dan nasabah. Kunci keberhasilan manajemen perbankan adalah bagaimana bank tersebut merebut hati masyarakat sehingga perannya sebagai *financial intermediary* berjalan dengan baik. Bank adalah perantara keinginan masyarakat, yaitu perantara dari mereka yang kelebihan uang dan menyimpan uangnya dalam bentuk giro, deposito, dan tabungan. Serta melayani kebutuhan uang dan melayani kebutuhan masyarakat melalui pemberian kredit

Tidak hanya Bank pemerintah Bank swasta juga saat ini bukan satu-satunya pilihan masyarakat sebagai tempat untuk menyimpan uang maupun pelayanan jasa perbankan lainnya karena masyarakat sudah semakin selektif dan kritis terhadap tuntutan pelayanan, disamping itu saat ini sudah ada jaminan dari Bank Indonesia (BI).

Perbedaan BPR dengan Bank Umum adalah kegiatannya lebih terbatas dan tidak boleh menerima simpanan dalam bentuk giro, ikut kliring dan melaksanakan transaksi valuta asing, serta tidak menyediakan jasa dalam lalu lintas pembayaran. (Widayati & Efriani, 2019)

BPR sudah berpengalaman di bidang perbankan jadi dituntut untuk menjadi bank yang sehat tumbuh dan menguntungkan. Sesuai dengan rencana bisnis (*business plan*) dalam rangka rekapitalisasi telah ditetapkan adanya reorientasi bisnis dimana sektor ritel dan mikro banking dijadikan *core business* di masa depan sementara itu untuk sektor corporate diutamakan pada sektor industri. Kegiatan bisnis ritel utamanya adalah jumlah nasabah. Prinsip ritel di bank dalam sektor pendanaan sangat penting bila dikaitkan dengan struktur dana yang dimilikinya, oleh sebab itu agar reorientasi bisnis tersebut mendapat keuntungan yang optimal, maka BPR sangat tergantung pada struktur dana dan tingkat suku bunga dari dana yang berhasil dikumpulkan dari masyarakat atau pihak ketiga lainnya.

Kualitas pelayanan yang baik akan menentukan sikap konsumen dalam menilai, memutuskan sekaligus memberikan kesan terhadap pelayanan yang diberikan, karena sering kali konsumen yang merasa puas akan cenderung lebih loyal terhadap perusahaan itu. Terlepas dari kesesuaian dimensi pelayanan dengan kondisi spesifik, yang jelas adalah bahwa pemenuhan dimensi kualitas pelayanan merupakan suatu keharusan apabila manajemen perusahaan ingin meningkatkan loyalitas nasabahnya. Sejalan dengan persaingan yang semakin tajam dan permintaan pasar meningkat, banyak berbagai jenis

produk dan jasa yang ditawarkan oleh perbankan kepada nasabah. Perbankan harus bisa menerapkan dan menetapkan kebijakan dan strategi yang tepat untuk konsumen maupun pesaing dalam mempertahankan keberlangsungan hidup usahanya.

#### **1.1.1 Kelebihan dari BPR Delta**

1. Kekuatan yang dimiliki oleh BPR dalam Strategi Produk, yaitu: Produknya mudah di proses mudah diterima oleh pihak BPR walaupun calon nasabah seorang karyawan pabrik, pengusaha dan pelaku bisnis.
2. Proses survey calon nasabah tidak terlalu rumit dan ribet.
3. Dari segi bunga Deposito dan kredit memang BPR Delta lebih unggul dari pada bunga deposito dan tabungan dari Bank umum lainnya.

#### **1.1.2 Kekurangan dari BPR Delta**

1. Kelemahan yang dimiliki oleh BPR ini sendiri adalah jika ada persyaratan yang kurang lengkap salah satu dari sekian persyaratan maka proses dari BPR relative kurang cepat atau lama dikarenakan kurangnya persyaratan yang diberikan.
2. Kelemahan BPR Delta dari Bank umum adalah dari segi biaya potongan admin, asuransi, notaris, dll.

### **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah terdapat pengaruh tingkat kepuasan terhadap wujud fisik (tangibles), kehandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), kepedulian (empaty) terhadap kepuasan pelayanan kredit di PT. BPR Delta Lamongan cabang Gresik.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Pada penelitian ini penulis hanya memfokuskan penelitian kepada pengaruh kualitas kepuasan nasabah bank BPR, tujuan dan penilaian Nasabah PT BPR Delta Lamongan Cabang Gresik.

1. Menguji dan menganalisis wujud fisik (tangibles), kehandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), kepedulian (empaty) terhadap kepuasan pelayanan kredit di PT. BPR Delta Lamongan cabang Gresik.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Setiap penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya maupun yang terkait secara langsung didalamnya. Adapun kegunaan penelitian ini adalah agar dapat memberikan bahan informasi serta evaluasi pengembangan bisnis perbankan yang berhubungan dengan pelayanan dan kepuasan pelanggan, serta dapat lebih memahami pentingnya layanan dalam membentuk kepuasan nasabah dalam kerja praktek di dunia perbankan. Penelitian ini juga berguna bagi para perusahaan-perusahaan lain sebagai masukan dalam mengembangkan kepuasan pelanggannya, juga sebagai bahan masukan atau tambahan pengetahuan bagi rekan-rekan mahasiswa serta masyarakat umum mengenai kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Operasional

Penelitian ini diharapkan bisa sebagai bahan masukan bagi PT. BPR Delta Lamongan Cabang Gresik dalam menganalisa tingkat kepuasan nasabah, khususnya mengenai factor-faktor yang menjadi pertimbangan dalam hal mutu pelayanan kredit.

2. Manfaat Akademik

Sebagai media menambah pengetahuan dan wawasan peneliti, khususnya dalam bidang kepuasan mutu pelayanan. Sebagai bahan acuan untuk peneliti selanjutnya terutama yang berminat untuk meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas mutu pelayanan kredit.

