

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan jasa keuangan maka akan berkembang pula pertumbuhan dunia perbankan yang cukup signifikan. Industri jasa keuangan khususnya bank memiliki pasar yang semakin berkembang sejalan dengan pembangunan ekonomi suatu negara. Peranan penting yang dimainkannya adalah memobilisasi dana dari masyarakat sehingga meningkatkan tabungan nasional yang selanjutnya disalurkan kepada dunia usaha. Dana yang dititipkan masyarakat tidaklah dicounter atau dijamin dengan jaminan fisik, melainkan bersifat kepercayaan dan rahasia, sehingga dengan demikian kepercayaan masyarakat sangat mempengaruhi berjalannya industri perbankan.

Hingga dewasa ini perkembangan dunia perbankan dirasakan semakin pesat yaitu dengan adanya bank-bank yang baru dan modern yaitu adanya fasilitas-fasilitas bank semakin canggih seperti ATM, *m-banking* dan *i-banking* yang menimbulkan banyaknya perusahaan perusahaan sejenis yang lahir dan bersaing baik dari segi teknologi, kualitas pelayanan, dan fasilitas yang disediakan oleh suatu perusahaan perbankan tersebut yang tidak lain untuk mendapatkan minat hati masyarakat untuk menjadi nasabahnya yang dapat mendatangkan suatu profit. Maka dengan begitu setiap perusahaan perbankan akan melakukan berbagai rencana strategi dan promosi dalam pemasarannya untuk menarik minat masyarakat atau nasabahnya, sehingga akan terciptanya

persaingan yang ketat dan sehat, dengan cara memenuhi segala kebutuhan masyarakat.

Masyarakat akan menilai, melihat dari perusahaan mana sebuah produk atau jasa tersebut ditawarkan, yang bisa diberikan masyarakat tidaklah terbatas pada fungsi utama yang bisa diberikan oleh perusahaan tetapi berkembang menjadi satu keinginan sekunder, dimana masyarakat melihat dari perusahaan mana produk atau jasa tersebut ditawarkan, sehingga suatu perusahaan apalagi perbankan dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah perlu melakukan kegiatan pelayanan yang baik karena nasabah sekarang ini mendambakan bank yang benar-benar dapat berperan sebagai partner dan penasehat yang dapat melayani mereka secara tepat dan baik. Ketepatan dan kecepatan pelayanan dengan biaya yang relatif murah adalah harapan dari para nasabah. Karena itu bank harus tanggap dan berupaya menciptakan suasana fanatisme nasabah atau mengakui adanya satu bank yang dipercaya dan tidak berpaling pada bank lain melalui pelayanan prima atau pelayanan yang terbaik kepada nasabah agar mampu bersaing dengan baik.

Bank adalah lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk pemberian kredit atau pinjaman. Hubungan antara pihak bank dengan nasabah menyangkut kebutuhan para nasabah terhadap jasa-jasa bank dan kesanggupan serta ketersediaan bank untuk dapat memenuhi kebutuhan nasabah. Tujuan utama bank adalah guna menciptakan dan mempertahankan nasabahnya. Dengan semakin meningkatnya persaingan dalam bisnis perbankan menuntut setiap bank untuk selalu berusaha

memperhatikan kebutuhan dan keinginan nasabah. Di samping itu, bank juga berusaha memenuhi apa yang mereka harapkan dengan cara-cara yang lebih memuaskan dari yang dilakukan perusahaan pesaing.

Dasar utama kegiatan bank adalah kepercayaan (*trust*), baik dalam hal penghimpunan dana maupun penyaluran dana. Dalam persaingan antar bank dalam menghimpun dana masyarakat, banyak upaya yang ditempuh bank, antara lain diversifikasi jenis-jenis tabungan yang dilengkapi dengan sejumlah atribut yang dapat merangsang minat masyarakat untuk menabung. Mencermati banyaknya jumlah bank yang menawarkan jenis-jenis tabungan baru dengan serangkaian atribut yang melekat itu menyebabkan persaingan antar bank untuk menarik nasabah semakin meningkat. Banyak faktor yang menentukan keputusan seseorang dalam memilih bank sebagai tempat menabung, seperti kualitas pelayanan, lokasi, suku bunga, iklan yang menarik, hadiah yang diberikan, frekuensi penyaringan hadiah, dan bonafiditas bank. Namun yang paling mendasar adalah kepercayaan masyarakat pada bank tersebut.

Selain kepercayaan, komitmen bank kepada nasabah menjadi faktor penting, karena tanpa faktor tersebut masyarakat tidak akan menyimpan dananya di bank. Untuk itu bank harus mampu menjaga kredibilitas dari masyarakat, Kepuasan terbentuk dari pengalaman masa lalu dan interaksi sebelumnya. Kepuasan terjadi ketika suatu kelompok percaya bahwa tindakan kelompok lain akan memberikan hasil yang positif baginya. Dengan demikian kepuasan nasabah akan memberikan hasil yang positif dan menguntungkan bagi Bank.

Kepuasan dan loyalitas nasabah terhadap suatu produk dilandasi oleh faktor-faktor tertentu. Maka dalam penelitian ini, faktor-faktor tersebut akan menjadi variabel penelitian. Terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas nasabah, diantaranya adalah kepercayaan dan komitmen. Dengan kepercayaan penuh nasabah, komitmen yang erat tentunya akan disukai nasabah. Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk mengangkat penelitian yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan Nasabah Dan Komitmen Antara Nasabah Dan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BPR Jatim, Bank UMKM Jatim Cabang Blitar)”

B. Permasalahan

Mengingat kebutuhan nasabah yang sangat tinggi dan semakin tinggi pula persaingan tingkat perekonomian pada era sekarang. Kepercayaan penting bagi sebuah perusahaan, khususnya perusahaan jasa, karena perusahaan tidak dapat membangun hubungan yang sebenarnya tanpa ada kepercayaan. Komitmen sebagai keinginan abadi untuk menjaga hubungan yang dihargai. Ini menunjukkan tingkat yang lebih tinggi dari kewajiban untuk membuat suatu hubungan berhasil dan untuk membuatnya saling memuaskan dan menguntungkan.

Seperti halnya nasabah yang kurang percaya pada pihak Bank BPR Jatim, Bank UMKM Jatim Cabang Blitar. Ditunjukkan oleh berkurangnya jumlah nasabah baru pada bulan Agustus 2014 nasabah baru berjumlah 46, September 40. Oktober 37, November 35, dan Desember 31. Selain itu ada

juga nasabah yang menutup rekening secara langsung maupun tidak langsung, pada bulan Agustus 2014 nasabah yang menutup rekeningnya berjumlah 11, September 15, Oktober 17, November 20, dan bulan Desember 25. Ini menunjukkan kurangnya komitmen dan loyalitas nasabah pada Bank BPR Jatim, Bank Jatim UMKM Cabang Blitar.

Oleh sebab itu dengan adanya kepercayaan nasabah akan dapat mempengaruhi dalam memilih bank sebagai tempat menabung yang memadai untuk membuat nasabah merasa nyaman, serta adanya komitmen nasabah dengan bank juga mempengaruhi nasabah untuk menabung di bank tersebut. Sebab itulah kepercayaan nasabah dan komitmen pada Bank BPR Jatim, Bank UMKM Jatim harus di tingkatkan agar tercapai kepuasan dan loyalitas yang diinginkan oleh nasabah.

C. Rumusan Masalah

1. Mengapa nasabah baru semakin lama semakin menurun pada Bank BPR Jatim, Bank UMKM Jatim Cabang Blitar?
2. Mengapa nasabah menutup rekening pada Bank BPR Jatim, Bank UMKM Jatim Cabang Blitar?
3. Bagaimana cara meningkatkan jumlah nasabah baru dan mengurangi nasabah yang menutup rekening pada Bank BPR Jatim, Bank UMKM Jatim Cabang Blitar?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui nasabah baru semakin lama semakin menurun pada Bank BPR Jatim, Bank UMKM Jatim Cabang Blitar.
2. Untuk mengetahui nasabah menutup rekening pada Bank BPR Jatim, Bank UMKM Jatim Cabang Blitar.
3. Untuk mengetahui cara meningkatkan jumlah nasabah baru dan mengurangi nasabah menutup rekening pada Bank BPR Jatim, Bank UMKM Jatim Cabang Blitar.

E. Kegunaan penelitian

1. Bagi Penulis

Untuk menerapkan teori-teori dan pengetahuan yang didapat di bangku kuliah ke dalam masalah yang sebenarnya terjadi pada suatu perusahaan khususnya mengenai bauran pemasaran yang dilaksanakan pada suatu perusahaan.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan masukan bagi perusahaan terutama sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan yang terkait dengan tujuan jangka pendek ataupun jangka panjang perusahaan khususnya dalam hal pemasaran.

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan juga dapat dijadikan bahan acuan bagi pihak-pihak yang ingin melakukan penelitian mengenai bidang atau permasalahan yang serupa.