

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Beberapa dekade terakhir, perkembangan jasa semakin meningkat dan memiliki peranan besar bagi perekonomian secara makro dan kiat bersaing perusahaan secara mikro. Faktor pemicu perkembangan jasa yaitu meningkatnya kontribusi jasa terhadap PDB (Produk Domestik Bruto), penyerapan tenaga kerja, tingkat perempuan yang memasuki angkatan kerja semakin besar, tingkat harapan hidup semakin meningkat, produk-produk yang dibutuhkan dan dihasilkan semakin kompleks, adanya peningkatan kompleksitas kehidupan, meningkatnya perhatian terhadap ekologi dan kelangkaan sumber daya, serta perubahan teknologi yang berlangsung semakin cepat dan dramatis. Di sektor bisnis, jasa mencakup bank, perusahaan penerbangan, hotel, perusahaan asuransi hingga konsultan bisnis, agen property dan perusahaan taksi. Pada dasarnya tujuan dari sebuah bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang puas dan loyal, begitu pula dalam perusahaan perbankan (Tjiptono, 2019).

Pertumbuhan ekonomi suatu negara dapat terlihat dari industri perbankan negara tersebut. Semakin berkembang industri perbankan maka semakin baik pula pertumbuhan ekonomi suatu negara, karena kegiatan perekonomian berhubungan erat dengan perbankan (Trisusanti, 2017). Saat ini tuntutan dan kebutuhan masyarakat terhadap produk jasa perbankan semakin meningkat, seiring dengan

kesadaran masyarakat akan pengetahuan dan kemajuan (Dewi, 2020). Agar dapat bersaing, bertahan hidup dan berkembang, bank dituntut untuk mampu memberikan pelayanan berkualitas yakni dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabahnya selain menawarkan berbagai jenis produk dan layanan jasa. Meningkatkan kualitas pelayanan dan membangun citra perusahaan yang positif diharapkan meningkatkan loyalitas nasabah (Hariadji, 2018). Situasi persaingan antar bank, menyebabkan bank membutuhkan usaha yang ekstra untuk mendapatkan calon nasabah dan mempertahankan nasabah tersebut (Dewi, 2020). Sependapat dengan Lovelock, dkk (2001) yang menyatakan bahwa sektor jasa perbankan bertransformasi akibat adanya perubahan teknologi yang berdampak pada kompetisi di dalam sebuah industri. Tidak hanya teknologi, perusahaan perbankan dan para pemasar berkompetisi dalam strategi pemasaran mereka. Perusahaan perbankan semakin paham bahwa nasabah merupakan jantung bagi sebuah perusahaan yang membuat perusahaan tetap hidup. Membangun komunikasi dua arah penting dilakukan sebuah perusahaan untuk tetap menjalin hubungan baik dengan nasabah.

Menurut Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat. Bank menjadi lembaga perantara bagi masyarakat dan bank juga menjadi lembaga kepercayaan bagi masyarakat, sehingga mampu melakukan penjagaan dan pengelolaan dana nasabah tersebut (Yuvendri dan Susanto, 2019). Perbankan

sebagai institusi lembaga keuangan yang mempunyai peranan besar bagi perekonomian serta mensejahterakan masyarakat (Harahap dan Amanah, 2019).

Bank Pembangunan Daerah (BPD) secara umum adalah bank umum yang kepemilikan sahamnya dimiliki oleh pemerintah Provinsi di berbagai daerah (Wahyuni dan Afriyeni, 2019). Salah satunya yaitu BPD Bali yang kepemilikan sahamnya dimiliki oleh pemerintah Provinsi dan pemerintah Kabupaten/Kota se-Provinsi Bali, disebut sebagai bank pembangunan daerah karena BPD di tunjuk sebagai mitra kerja pemerintah untuk turut mendukung program kerja pemerintah Provinsi yang membutuhkan layanan jasa keuangan dan perbankan. Seperti layaknya bank umum, BPD Bali memiliki berbagai produk dan layanan untuk berbagai segmen masyarakat dan dunia usaha. Produk simpanan BPD Bali terdiri dari Giro, Tabungan dan Deposito serta Layanan jasa seperti *E-Money* BPD Bali, *Mobile Banking* BPD Bali, *Internet Banking*, *Western Union*, *QRIS* BPD Bali dan lain-lain. Sedangkan untuk produk kredit BPD Bali melayani dua jenis produk yang diformulasikan berdasarkan tujuan dari pembiayaan kredit, yakni kredit produktif dan kredit konsumtif (sumber: laporan tahunan BPD Bali).

Pencapaian simpanan dari nasabah BPD Bali pada tahun 2021 mengalami pertumbuhan sebesar 9,50% (dari tahun ke tahun) dari sebelumnya sebesar 21,49 triliun rupiah menjadi 23,53 triliun rupiah, porsi terbesar simpanan bersumber dari peningkatan deposito sebesar 31,48% dari sebelumnya sebesar 8,41 triliun rupiah menjadi 11,06 triliun rupiah. Namun pencapaian giro dan tabungan mengalami penurunan masing-masing yaitu giro sebesar 12,17% dan tabungan sebesar 1,54% dari tahun ke tahun yang disebabkan oleh belum bergairahnya perekonomian

sehingga masyarakat cenderung memilih melakukan penyimpanan dana pada instrumen deposito (www.bpd Bali.com).

Tantangan yang dihadapi oleh PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Pembantu Amlapura yaitu loyalitas nasabah simpanan. Berdasarkan data yang diperoleh, jumlah nasabah simpanan pada PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Pembantu Amlapura mengalami fluktuasi. Berikut adalah data jumlah nasabah simpanan pada PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Pembantu Amlapura periode 2019-2021, seperti terlihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1. 1
Data Jumlah Nasabah Simpanan PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Pembantu Amlapura Periode 2019-2021

Tahun	Jumlah Nasabah Tabungan (Orang)	Jumlah Nasabah Deposito (Orang)
2019	1.705	161
2020	691	165
2021	880	142

(Sumber: BPD Bali Cabang Pembantu Amlapura)

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa terjadi penurunan jumlah nasabah tabungan pada tahun 2020 sejumlah 691 nasabah dari tahun 2019 sejumlah 1.705 nasabah. Kemudian pada tahun 2021 kembali mengalami peningkatan sejumlah 880 nasabah. Selain nasabah tabungan, terjadi peningkatan jumlah nasabah deposito pada tahun 2019 sampai dengan tahun 2020. Peningkatan terjadi pada tahun 2020 sejumlah 165 nasabah. Tetapi pada tahun 2021 mengalami penurunan jumlah nasabah deposito sejumlah 142 nasabah. Pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa loyalitas nasabah simpanan pada PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Pembantu Amlapura mengalami fluktuasi. Maka perlu untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah simpanan pada PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Pembantu Amlapura.

Pencapaian yang diperoleh PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Pembantu Amlapura tidak lepas dari kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah dan citra perusahaan yang dibangun, sehingga berdampak pada loyalitas nasabah. Loyalitas nasabah merupakan reaksi yang disebabkan oleh tercapainya kepuasan nasabah, sebagai hasil dari keberhasilan karyawan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada nasabah dan kemampuan memenuhi ekspektasi nasabah. Nasabah yang loyal akan menunjukkan sikap dan perilaku positif, seperti pembelian ulang produk atau jasa dan rekomendasi positif yang dapat menarik nasabah potensial untuk menjadi nasabah dari bank tersebut. Berdasarkan pendapat Tjiptono dan Chandra (2012) indikator yang digunakan untuk mengukur loyalitas nasabah yaitu melakukan pembelian secara teratur, membeli antar lini produk dan jasa, mereferensikan kepada orang lain dan menunjukkan kekebalan terhadap tarikan pesaing. Namun nasabah simpanan pada PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Pembantu Amlapura tidak membeli antar lini dari produk PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Pembantu Amlapura. Perusahaan harus memperhatikan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas seperti citra perusahaan dan kualitas pelayanan untuk mempertahankan loyalitas nasabah.

Selain citra perusahaan, loyalitas nasabah dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan nasabah (Kurniawan, 2018). Nasution dan Frimayasa (2022) menyatakan loyalitas nasabah dipengaruhi oleh kualitas produk, promosi dan kualitas pelayanan. Jeany (2020) menyatakan loyalitas nasabah dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Royani (2020) menyatakan loyalitas nasabah dipengaruhi oleh kualitas pelayanan,

kualitas produk dan reputasi perusahaan. Kristania, dkk (2022) menyatakan loyalitas nasabah dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, kepuasan nasabah dan citra perusahaan. Mada, dkk (2022) menyatakan loyalitas nasabah dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan kepercayaan. Juniansyah dan Permana (2019) menyatakan loyalitas nasabah dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, citra perusahaan dan kualitas produk. Syofian (2020) menyatakan loyalitas nasabah dipengaruhi oleh citra perusahaan, ekspektasi dan kualitas pelayanan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel yang mempengaruhi loyalitas nasabah adalah kualitas produk, kualitas pelayanan, kepercayaan, kepuasan nasabah, promosi, ekspektasi dan reputasi perusahaan. Pada penelitian ini fokus menggunakan citra perusahaan dan kualitas pelayanan yang mempengaruhi loyalitas nasabah. Karena variabel citra perusahaan berpengaruh dominan pada penelitian Syofian (2020) dan variabel kualitas pelayanan berpengaruh dominan pada penelitian Juniansyah dan Permana (2019).

Citra perusahaan adalah kesan yang dirasakan oleh seseorang tentang suatu organisasi secara keseluruhan, kemudian akan tersimpan dalam ingatan seseorang (Kotler dan Keller, 2009). Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan karyawan PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Pembantu Amlapura yaitu Bapak Andi Wijaya, beliau mengatakan nasabah pada PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Pembantu Amlapura dominan bekerja sebagai PNS dan karyawan honorer. PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Pembantu Amlapura mampu bersaing dan bertahan hidup dari menghimpun dana dan menyalurkan dana kepada nasabah PNS dalam bentuk kredit. Berdasarkan pendapat Griffin (2005) bahwa indikator yang digunakan untuk menguji citra

perusahaan yaitu kepribadian, reputasi, nilai dan identitas perusahaan. Namun nilai perusahaan tidak memudahkan publik mengenali perusahaan, melainkan identitas perusahaan yang memudahkan publik mengenali perusahaan yaitu logo dan slogan PT. Bank Pembangunan Daerah Bali.

Citra perusahaan dijadikan sebagai salah satu strategi keberhasilan sebuah perusahaan, karena apabila citra yang dibangun perusahaan adalah citra positif maka akan menguntungkan perusahaan. Begitu pula sebaliknya, jika citra yang dibangun adalah citra negatif maka akan merugikan perusahaan. Aydin (2005) menyatakan bahwa citra perusahaan bermula dari suatu pengalaman menggunakan dan dari kualitas pelayanan yang secara langsung mempengaruhi persepsi terhadap perusahaan. Sehingga diharapkan perusahaan menciptakan citra perusahaan yang positif, dan diharapkan loyalitas nasabah juga akan meningkat. Penelitian yang dilakukan oleh Damayanti (2018) pada BCA KCU Veteran Surabaya menyatakan citra perusahaan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh Mada, dkk (2022) pada BRI Cabang Gianyar menyatakan citra perusahaan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Namun penelitian oleh Manullang, dkk (2021) pada LPD Desa Adat Kesiman menyatakan citra perusahaan berpengaruh negatif terhadap loyalitas nasabah. Serta penelitian oleh Familudin (2021) pada Bank Syariah Indonesia menyatakan citra perusahaan berpengaruh negatif terhadap loyalitas nasabah.

Kualitas pelayanan adalah penilaian yang diberikan oleh nasabah terkait tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Kualitas pelayanan menjadi kunci keberhasilan sebuah bank, karena bank merupakan perusahaan yang menyediakan layanan jasa keuangan. Pertiwi (2021)

menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki fungsi yaitu memberi rasa nyaman dan puas kepada nasabah. Dengan demikian, nasabah akan merasa senang saat berkunjung ke bank tersebut. Meskipun tidak semua nasabah bersikap baik, sebagai perusahaan yang berhubungan langsung dengan nasabah, maka karyawan bank wajib memberikan pelayanan yang berkualitas kepada nasabah. Kotler (2002) menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang baik dapat mendorong terjadinya kunjungan pelanggan pada kesempatan berikutnya. Sehingga diharapkan kualitas pelayanan meningkat, dan juga diharapkan loyalitas nasabah meningkat. Berdasarkan pendapat Tjiptono dan Chandra (2012) indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan yaitu reliabilitas, responsivitas, jaminan, empati dan bukti fisik. Tetapi berdasarkan pendapat nasabah simpanan pada PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Pembantu Amlapura bahwa responsivitas karyawan kurang tanggap dalam membantu nasabah dan melayani nasabah. Penelitian oleh Juniansyah dan Permana (2019) pada Bank Danamon Cabang Kota Sukabumi menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Penelitian lain oleh Damayanti (2018) pada BCA KCU Veteran Surabaya menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Namun penelitian oleh Kristania, dkk (2022) pada BTN KC Manado menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Serta penelitian oleh Royani (2020) pada Bank Muamalat Purwokerto menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Berdasarkan uraian latar belakang sebelumnya, penting dilakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan terhadap**

Loyalitas Nasabah Simpanan pada PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Pembantu Amlapura”.

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang terjadi pada PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Pembantu Amlapura adalah sebagai berikut.

- (1) Terjadi fluktuasi loyalitas nasabah simpanan pada PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Pembantu Amlapura
- (2) Terdapat banyak variabel yang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada perusahaan perbankan
- (3) Adanya ketidakkonsistenan hasil penelitian berkaitan dengan citra perusahaan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah sebelumnya, maka penelitian ini difokuskan pada Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah Simpanan pada PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Pembantu Amlapura.

1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

- (1) Bagaimana pengaruh citra perusahaan secara parsial terhadap loyalitas nasabah simpanan pada PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Pembantu Amlapura?
- (2) Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap loyalitas nasabah simpanan pada PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Pembantu Amlapura?
- (3) Bagaimana pengaruh citra perusahaan dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap loyalitas nasabah simpanan pada PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Pembantu Amlapura?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian dan rumusan masalah yang ada, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menguji tentang hal-hal sebagai berikut.

- (1) Pengaruh citra perusahaan secara parsial terhadap loyalitas nasabah simpanan pada PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Pembantu Amlapura.
- (2) Pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap loyalitas nasabah simpanan pada PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Pembantu Amlapura.
- (3) Pengaruh citra perusahaan dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap loyalitas nasabah simpanan pada PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Pembantu Amlapura.

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat secara teoritis dan praktis sebagai berikut.

(1) Manfaat Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperdalam ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen khususnya manajemen pemasaran tentang pengaruh citra perusahaan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah.

(2) Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran serta informasi kepada PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Pembantu Amlapura terkait citra perusahaan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah simpanan.

