

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Guncangan perekonomian yang dihadapi bangsa Indonesia selama pandemi Covid-19 telah menciptakan kondisi ketidakpastian yang signifikan khususnya dalam sektor makro ekonomi. Pandemi mendorong para pelaku usaha kecil untuk menyesuaikan diri dengan perubahan pola konsumsi, kekhawatiran masyarakat untuk beraktivitas di luar rumah, serta rasa waspada dalam menggunakan uang tunai (Telagawathi et al., 2021). Pandemi ini memaksa masyarakat untuk beradaptasi dengan perubahan perilaku dalam memenuhi kebutuhan hidup (Gunawan & Putra, 2024). Salah satu dampak positif dari pandemi adalah meningkatnya kesadaran masyarakat dalam mengelola keuangan dan berinvestasi untuk masa depan.

Pandemi juga memberikan dampak negatif yang besar terutama di sektor perdagangan yakni dengan banyaknya UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang mengalami stagnasi dan kesulitan dalam menjalankan operasional usaha. UMKM merupakan sektor usaha yang luas dan beragam, meliputi berbagai jenis bisnis mulai dari pedagang kaki lima hingga perusahaan berbasis teknologi yang terus berkembang pesat (Ago et al., 2025), serta berperan penting karena berbagai kebutuhan yang berkaitan dengan kehidupan masyarakat banyak dipenuhi melalui aktivitas UMKM, mulai dari kebutuhan konsumsi, pangan, hingga tempat tinggal (Gunawan et al., 2023). Keberadaan UMKM memiliki peran strategis dalam memperluas jangkauan pasar melalui penciptaan dan pengembangan usaha baru guna memperkuat pangsa pasar (Kyal et al., 2022). UMKM juga telah menyediakan berbagai sumber daya kewirausahaan serta membuka peluang kerja

yang luas bagi masyarakat, sektor UMKM sering dianggap sebagai salah satu penggerak utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi (*economic growth*) (Kariyani & Meitriana, 2022). UMKM masih menghadapi sejumlah tantangan baik yang berasal dari faktor internal maupun eksternal yang menghalangi laju pertumbuhan dan pengembangannya (Yolanda, 2024). Hal ini mengakibatkan defisit pendapatan yang berisiko terhadap kelangsungan usaha. Untuk mengurangi dampak tersebut lembaga perkreditan desa (LPD) hadir sebagai solusi untuk membantu masyarakat desa dengan menyediakan pinjaman modal serta memberikan kesempatan untuk memulai usaha dan mendukung pemulihan ekonomi.

Lembaga perkreditan desa (LPD) pertama kali diperkenalkan pada tahun 1984 oleh pemerintah provinsi Bali sebagai bentuk lembaga keuangan mikro yang berfokus pada pemberdayaan ekonomi masyarakat desa. Lembaga Kredit Desa (LPD) merupakan lembaga keuangan khas yang berakar pada sistem tata kelola desa adat dan juga lembaga ini memiliki peran utama dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosial masyarakat desa adat melalui penyediaan layanan keuangan yang bersifat inklusif (Ismayanti et al., 2025). Akan tetapi perkembangan tidak semua memiliki media seperti website untuk menyebarkan informasi yang masing-masing instansi miliki (Dewi et al., 2022). Konsep LPD ini bertujuan untuk memberikan akses keuangan yang mudah dan terjangkau bagi masyarakat desa yang sebelumnya mengalami kesulitan untuk mendapatkan layanan perbankan formal (Mahaputra & Susanti, 2023). Lembaga perkreditan desa didirikan dengan visi sebagai lembaga yang mengelola dana masyarakat secara bersama-sama dengan prinsip musyawarah dan kekeluargaan sehingga

lebih mudah diterima oleh masyarakat Bali yang sangat menjunjung tinggi nilai gotong royong serta kebersamaan. LPD berfokus pada semua sektor seperti, pertanian, pariwisata, perdagangan, dan kerajinan. LPD juga berperan dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pengelolaan keuangan yang baik termasuk memfasilitasi masyarakat untuk menabung dan berinvestasi.

Lembaga perkreditan desa (LPD) adalah salah satu institusi keuangan di pedesaan yang kini tengah mengalami perkembangan di Bali (Raditya & Yasa, 2022). Seiring dengan berkembangnya LPD di seluruh Bali dengan lebih dari 1.000 LPD yang tersebar di berbagai desa adat. Kesuksesan LPD ini tidak terlepas dari dukungan kuat pemerintah dan partisipasi aktif masyarakat adat Bali yang menganggap LPD sebagai salah satu pilar penting dalam mendukung ekonomi desa. Selain itu LPD juga berperan sebagai lembaga keuangan yang tidak hanya memberikan layanan finansial tetapi juga sebagai sarana untuk memperkuat struktur sosial dan budaya masyarakat Bali.

Melihat lembaga perkreditan desa sebagai lembaga keuangan non bank yang berbasis pada prinsip kekeluargaan dan gotong royong juga memiliki tingkat resiko yang tinggi karena statusnya berbasis hukum adat serata pengelolaannya tidak diawasi secara langsung oleh otoritas jasa keuangan (OJK). LPD sebagai lembaga keuangan nonbank memiliki kerentanan terhadap terjadinya kecurangan dalam pengelolaannya. Penerapan sistem tata kelola yang baik menjadi hal yang tidak dapat dipisahkan dari manajemen organisasi yang sehat sama seperti perusahaan pada umumnya. LPD juga membutuhkan sistem tata kelola yang efektif untuk menjaga keberlangsungan dan kredibilitasnya (Fajar, 2022). LPD memiliki peran yang sangat penting dalam menjaga kesejahteraan ekonomi

masyarakat desa adat. LPD memberikan pinjaman dengan bunga yang lebih rendah dibandingkan dengan lembaga keuangan formal serta memiliki prosedur yang lebih sederhana yang memungkinkan masyarakat desa untuk mengakses modal dengan lebih mudah. LPD juga berfungsi sebagai tempat penyimpanan uang yang aman bagi masyarakat desa serta memberikan kesempatan bagi mereka untuk berinvestasi dalam usaha-usaha kecil dan menengah yang dapat meningkatkan perekonomian mereka.

Lembaga perkreditan desa di Bali telah terbukti menjadi salah satu model keuangan mikro yang sukses dalam memberdayakan ekonomi masyarakat desa adat, menjaga kearifan lokal, serta memperkuat solidaritas sosial antar anggota desa. Kehadiran LPD merupakan salah satu bukti keberhasilan dalam memberdayakan masyarakat adat pemberdayaan tersebut berlandaskan pada prinsip bahwa setiap anggota masyarakat memiliki kewajiban untuk turut mendukung berbagai kegiatan adat baik dalam upacara kematian (*ngayah/layusekaran*) piodalan maupun kebutuhan upacara adat lainnya (Ariasih & Suarmanayasa, 2024). Berikut adalah data laporan keuangan LPD Tanjung Benoa yang dapat dilihat pada Tabel 1. 1.

Tabel 1. 1 Data Laporan Keuangan LPD Tanjung Bena

Bulan	Jumlah Nasabah	Kekayaan LPD (Miliar)	Pendapatan (Miliar)	Layanan yang Digunakan	Tingkat Kepuasan Nasabah (%)	Jumlah Pinjaman yang Diberikan (Miliar)
Januari	1.325	917,19 M	6,449 M	Pinjaman, Deposito	69%	6,449 M
Februari	1.302	858,36 M	5,885 M	Pinjaman, Deposito	65%	5,885 M
Maret	1.290	779,61 M	4,978 M	Pinjaman, Deposito	61%	4,978 M
April	1.242	687,98 M	3,993 M	Pinjaman, Deposito	57%	3,993 M

Sumber: Data diolah, 2025

Tabel 1.1 menampilkan data yang disajikan tentang LPD Tanjung Bena Bali dari bulan Januari hingga April 2025 dapat dilakukan analisis untuk melihat tren yang terjadi pada jumlah nasabah, kekayaan LPD, pendapatan, layanan yang digunakan, tingkat kepuasan nasabah, dan jumlah pinjaman yang diberikan. Berdasarkan data di atas penurunan jumlah nasabah terjadi diduga faktor pemicunya adalah kepercayaan nasabah menurun dan kualitas pelayanan dari LPD juga kurang efektif.

Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Tanjung Bena yang merupakan salah satu lembaga keuangan non-bank yang melayani masyarakat di Bali memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian lokal. LPD memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi desa yang terlihat dari besarnya peluang pasar yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Widarsini, 2023). Meningkatnya kepuasan masyarakat akan layanan keuangan

yang cepat dan terpercaya serta kualitas pelayanan, kepercayaan dan loyalitas terhadap lembaga keuangan seperti LPD menjadi semakin penting dalam menentukan tingkat kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah menjadi faktor penting dari suatu lembaga keuangan salah satunya LPD untuk mampu mempertahankan nasabahnya (Dewantat al., 2024).

Peneliti telah melaksanakan wawancara mendalam kepada beberapa masyarakat yang masih menjadi nasabah aktif dan juga nasabah yang sudah berhenti. Dari hasil wawancara dan argumentasi mengapa nasabah masih setia memilih LPD Tanjung Benoa karena sudah memiliki kepercayaan dan mau ikut membantu dalam membangun perekonomian desa adat namun disisi lain terdapat juga nasabah yang sudah berhenti karena berbagai alasan yaitu kualitas layanan dan keamanan akan keuangannya.

Loyalitas nasabah merupakan bagian inti dari moderasi kepuasan nasabah dimana kepuasan menjadi perantara terciptanya loyalitas nasabah (Ashari et al., 2023). Menurut Kotler & Keller (2018) loyalitas nasabah adalah sikap setia yang ditunjukkan oleh nasabah kepada setiap perusahaan meskipun perusahaan sedang mengalami kenaikan atau penurunan. Hal ini menjadi pendukung bahwa setiap nasabah dapat memilih setiap produk namun ketika sudah tercapai loyalitas nasabah akan tetap memilih produk perusahaan ketimbang produk pesaingnya (Tjiptono, 2019). Loyalitas nasabah merupakan keyakinan yang kuat dan mendalam yang menggambarkan hubungan emosional serta keterikatan bisnis nasabah terhadap suatu perusahaan (Hoffman & Bateson, 2011). Loyalitas nasabah di LPD Tanjung Benoa hingga saat ini belum memberikan hasil konsisten kondisi ini terlihat dari jumlah nasabah tendensi berfluktuasi dari data diatas.

*Teori Expectation Confirmation* (ECT) sangat relevan dalam manajemen pemasaran karena berkaitan langsung dengan kepuasan pelanggan. Teori ini melalui pendekatan *service quality* menjelaskan bagaimana harapan dan pengalaman pelanggan secara langsung memengaruhi tingkat kepuasan mereka (Oliver, 1980). Kepuasan pelanggan muncul dari kemampuan perusahaan dalam meningkatkan kepuasan dengan mengurangi keluhan dan mendukung konsumen untuk melakukan pembelian berkelanjutan (Saputra & Sugiati, 2023). Kepuasan serta loyalitas pelanggan dianggap sebagai faktor kunci yang memberikan keunggulan kompetitif bagi semua sektor industri jasa keuangan (Dandis et al., 2021).

Indikator kepuasan nasabah berkaitan dengan sejauh mana kualitas layanan yang diberikan oleh LPD. Menurut Parasuraman et al (1988) ketika layanan yang diberikan melebihi harapan nasabah maka nasabah akan merasa senang dan puas. Kepuasan nasabah terbentuk melalui kualitas layanan yang berfungsi sebagai dasar evaluasi keseluruhan untuk menilai tingkat kepuasan setelah nasabah melakukan transaksi (Putra & Suarmanayasa, 2023). Kepuasan nasabah berperan sebagai faktor mediasi yang signifikan dalam memperkuat pengaruh persepsi konsumen mengenai kualitas layanan terhadap tingkat loyalitas nasabah (Alatyat et al., 2023). Kepuasan pelanggan merupakan selisih antara harapan pelanggan dengan persepsi mereka terhadap produk atau layanan yang benar-benar diterima dari suatu organisasi (Mugova et al., 2025). Karena pelanggan yang merasa puas cenderung menunjukkan loyalitas terhadap perusahaan, termasuk lembaga perbankan, berbagai literatur terbaru menyoroti peran penting kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas

pelanggan (M. A. Hidayat et al., 2024) Kepuasan dan loyalitas nasabah secara umum dipandang sebagai sumber utama keunggulan kompetitif yang penting bagi seluruh sektor industri jasa keuangan (Dandis et al., 2021).

Kualitas pelayanan (*service quality*) merupakan sejauh mana akan layanan yang diberikan suatu perusahaan sehingga tercapainya keinginan nasabah. Kualitas pelayanan merupakan dasar utama dalam menilai tingkat kepuasan nasabah khususnya terkait pemenuhan kebutuhan dan harapan nasabah (Arthasari et al., 2024). Kualitas layanan merupakan faktor kunci yang dapat dimanfaatkan oleh lembaga perbankan untuk bersaing dengan bank lain dan menjadi pilihan utama masyarakat (Winasih & Hakim, 2021). Kualitas layanan menjadi aspek penting yang menentukan daya tarik suatu penyedia jasa bagi pelanggannya serta pemberian layanan dengan standar tinggi berperan penting dalam menciptakan dan mempertahankan hubungan yang baik dengan pelanggan dalam sektor perbankan tradisional (Nigatu et al., 2023).

Kepercayaan nasabah yakni tumbuhnya rasa percaya nasabah terhadap lembaga keuangan bahwa akan bertidak jujur, konsisten serta mampu menjaga kepentingan nasabah. Kepercayaan nasabah berasal dari persepsi atau kesan positif *service quality* yang diberi oleh lembaga keuangan sebagai pemberi layanan (Hidayat et al., 2021). Kepercayaan memiliki peran yang signifikan dalam membentuk loyalitas pelanggan sehingga apabila konsumen menaruh kepercayaan pada suatu merek, maka kepercayaan tersebut akan mendorong terbentuknya sikap positif dan perilaku berupa kecenderungan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan (Amiruddin et al., 2023).

Kajian penelitian sebelumnya sudah dilakukan berkenaan dengan topik loyalitas nasabah penelitian oleh (Kim et al., 2024) mendapatkan hasil yaitu kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kajian oleh (Rouf et al. 2024) mendapatkan hasil bahwa kualitas pelayanan menjadi faktor penentu tercapainya loyalitas nasabah. Hasil berbeda menunjukkan tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah (Solehatin & Khusnudin 2024). Berkaca pada kajian penelitian terdahulu sehingga masih terdapat kesenjangan akan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah sehingga perlu dilakukan pengujian lebih lanjut. Kajian dengan topik penelitian kepercayaan. Tingkat kepercayaan tersebut tetap menjadi faktor kunci dalam membangun loyalitas (Cardoso & Cardoso, 2024).

Berdasarkan paparan diatas mengenai kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas mendorong penulis untuk mengangkat judul penelitian **“peran kepuasan nasabah memediasi pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah”**

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang diatas dapat diidentifikasi permasalahan di LPD Desa Adat Tangjung Benoa sebagai berikut:

1. Menurunnya jumlah nasabah dari bulan januari sampai bulan april 2025.
2. Banyaknya kasus korupsi dan tata kelola perusahaan masih buruk yang dilakukan di beberapa daerah di bali berimplikasi menurunkan kepercayaan nasabah
3. Adanya komplain dari nasabah terhadap pelayanannya

4. Terjadinya kesenjangan penelitian terdahulu berhungan dengan topik peran kepuasan nasabah memediasi pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah

### **1.3 Batasan Masalah**

Mengacu pada identifikasi masalah diatas untuk menghindari pembahasan yang terlalu luas sehingga fokus penelitian ini membahas mengenai peran kepuasan nasabah memediasi kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Menyesuaikan dengan permasalahan yang ditemukan serta terjadi fenomena-fenomena empiris sehingga dapat ditarik rumusan masalah yaitu:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah LPD Tanjung Benoa?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah LPD Tanjung Benoa?
3. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas LPD Tanjung Benoa?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah LPD Tanjung Benoa?
5. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah LPD Tanjung Benoa?

6. Apakah kepuasan nasabah memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah LPD Tanjung Benoa?
7. Apakah kepuasan nasabah memediasi pengaruh kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah LPD Tanjung Benoa?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pemaparan rumusan masalah, sehingga tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh sebagai berikut.

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah LPD Tanjung Benoa.
2. Pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah LPD Tanjung Benoa.
3. Pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah LPD Tanjung Benoa.
4. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah LPD Tanjung Benoa.
5. Pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah LPD Tanjung Benoa.
6. Peran kepuasan nasabah dalam memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah.
7. Peran kepuasan nasabah dalam memediasi pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

- a) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkuat teori-teori dalam bidang manajemen pemasaran dan perilaku konsumen dalam aspek kepuasan pelanggan dalam layanan keuangan mikro tradisional.

Penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan teori kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Menurut Parasuraman et al. (1988) kualitas pelayanan dapat diukur melalui lima dimensi yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*. Penelitian ini menunjukkan secara empiris bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah sehingga memperkuat pemahaman tentang pentingnya pelayanan yang berkualitas dalam meningkatkan kepuasan nasabah di LPD Tanjung Benoa.

b) Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan strategis bagi manajemen LPD dalam meningkatkan kualitas layanan dan kepercayaan untuk menjaga loyalitas dan kepuasan nasabah. Temuan dari penelitian ini bagi LPD Tanjung Benoa penelitian ini memberikan informasi strategis untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai dasar untuk merancang program pelatihan pegawai dalam meningkatkan sistem pelayanan serta memperhatikan pendekatan personal bagi nasabah agar kepuasan dan loyalitas meningkat.

## 1.7 Penjelasan Istilah

Penjelasan istilah dalam judul penelitian ini dimaksudkan agar tidak terjadi salah pengertian dalam pembahasan penelitian. Sebelum penulis membahas lebih jauh mengenai judul tesis “peran kepuasan nasabah memediasi pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah”.

1. Kualitas pelayanan adalah tingkat kemampuan lembaga keuangan dalam memberikan layanan yang sesuai harapan nasabah baik dari segi kecepatan, keandalan, keamanan, maupun kepedulian terhadap nasabah. Konsep ini mengacu pada teori SERVQUAL oleh Parasuraman, Zeithaml & Berry (1988) yang mengukur kualitas pelayanan melalui lima dimensi: *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.
2. Kepercayaan nasabah adalah keyakinan nasabah bahwa LPD Tanjung Benoa dapat diandalkan, jujur, dan konsisten dalam memberikan layanan. Menurut Morgan dan Hunt (1994) menyatakan bahwa kepercayaan merupakan fondasi utama dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan karena nasabah cenderung melakukan transaksi berulang jika mereka yakin lembaga tersebut dapat dipercaya.
3. Kepuasan nasabah adalah evaluasi keseluruhan nasabah terhadap pengalaman menggunakan layanan LPD Tanjung Benoa yang tercermin dari apakah layanan sesuai atau melebihi harapan mereka. Kajian Oliver (1997) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan merupakan respons evaluatif terhadap pengalaman konsumen yang memengaruhi niat untuk kembali menggunakan layanan dan membangun loyalitas.

4. Loyalitas nasabah adalah komitmen nasabah untuk tetap menggunakan layanan LPD Tanjung Benoa secara berulang merekomendasikan kepada orang lain dan mempertahankan hubungan jangka panjang. Menurut Zeithaml et al. (1996) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan mencakup niat membeli ulang preferensi terhadap lembaga tertentu dan rekomendasi positif kepada pihak lain.

