

BAB I PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Pembangunan ekonomi sangat mengatur urusan rumah tangga nasional untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia. Dengan demikian, pembangunan adalah sebuah proses menciptakan kesejahteraan umum dan mencerdaskan kehidupan bangsa.

Salah satu yang berpengaruh dalam pembangunan ekonomi suatu negara adalah lembaga keuangan khususnya pada lembaga perbankan, yang sangat strategis dalam memberikan kebutuhan modal kerja dan investasi di sektor riil dengan pemilik dana. Dengan demikian, fungsi utama dari perbankan dalam kebijakan ekonomi makro memang diarahkan dalam situasi bagaimana menjadikan uang lebih mudah untuk meningkatkan nilai tambah ekonomi. Dalam buku Adiwarmanto, (2011:14) ada kaidah Islam yang menyatakan bahwa "*maa laa yatimm al-wajib illa bihi fa huwa wajib*" yakni sesuatu yang harus ada untuk menyempurnakan yang wajib, maka ia wajib di adakan. Mencari nafkah yakni melakukan kegiatan ekonomi adalah wajib, maka pada zaman modern ini kegiatan perekonomian tidak akan sempurna dengan adanya perbankan. Bank merupakan salah satu bisnis, bahwa bisnis mempunyai persaingan yang ketat, perubahan lingkungan yang sangat cepat dan perkembangan teknologi yang sangat cepat juga, bahwa persaingan akan mendorong pelaku bisnis untuk melakukan perubahan-perubahan yang sangat cepat pula, dengan tujuan agar tidak ketinggalan dan memberikan kepuasan, kebutuhan dan keinginan pelanggan secara lebih baik untuk menarik pelanggan dan mempertahankan pelanggan.

Bank Rakyat Indonesia (BRI) sepanjang perjalannya telah membuktikan perannya dalam usaha pembangunan untuk membawa perubahan di Indonesia dalam segala hal. Diantaranya memberikan pinjaman kredit usaha rakyat, memberikan pinjaman kepada perkebunan

dan pertanian dan memberikan beasiswa bagi pelajar dan mahasiswa yang kurang mampu. Langkah-langkah yang diambil dalam meningkatkan penerahan dana adalah perluasan jaringan keuangan dan perbankan diseluruh wilayah indonesia dan diversifikasi sarana penerahan dana. Kantor-kantor BRI yang tersebar diwilayah Indonesia. Sebagai bank pemerintah BRI sendiri berusaha memberikan kepuasan kepada nasabahnya, salah satunya dengan penyebaran Bank Rakyat Indonesia (BRI) diseluruh indonesia, bahkan diseluruh kecamatan setiap daerah di indonesia dan hampir seluruh desa atau kota di Indonesia terdapat *Automatic Teller Machine (ATM) BRI*.

Salah satu bentuk layanan dari BRI untuk memberikan kepuasan kepada nasabah dan menjadikan loyal adalah pelayanan *one stop service*. *One Stop Service* adalah pelayanan yang beruntun dan lengkap, sehingga nasabah tidak perlu mencari tempat lain untuk melakukan transaksi. (Narasumber BRI: 2014).

Dengan konsep ini BRI berprioritas mempersembahkan sebuah layanan perbankan istimewa dan menyeluruh untuk nasabah sebagai Pribadi Terpilih. Sebagai Pribadi Terpilih, BRI mengundang nasabah untuk menikmati fasilitas dan layanan eksklusif BRI Prioritas, mulai dari layanan dan solusi perbankan, hingga pengelolaan kekayaan (wealth management) secara menyeluruh dan eksklusif dari Priority Banking Officer professional dan bersertifikasi. Layanan yang bisa didapatkan oleh nasabah BRI antara lain: Konsep *One Stop Banking Service*, Tenaga profesional dari priority banking manajer, priority banking Officer dan priority Banking Assistant yang bersertifikat, Sentra layanan BRI prioritas yang exclusive, Exclusive Business Meeting Room Facilities, Koneksi WiFi internet disentra layanan BRI prioritas BRI Spesial Parking Area, dan Spesial tarif untuk safe deposit Box. Sentra layanan BRI prioritas dilengkapi dengan 5 konsep area yaitu: Meeter Greeter Area, Dealing Area, Service Area, Parking Area, dan Working Area. (<http://www.bri.co.id/articles/10>).

Perusahaan-perusahaan yang mampu membaca dan mengerti keadaan pasar maka akan sukses. Perusahaan-perusahaan mendesain produk-produknya dengan kemasan yang menarik atau unik untuk mencuri perhatian konsumen yang lebih memenuhi kebutuhan konsumen, nilai harga akan dikeluarkan oleh perusahaan sesuai dengan manfaat yang dimiliki produk atau jasa untuk konsumen, perusahaan melakukan pertimbangan kondisi lokasi untuk kelancaran produk yang akan dipasarkan dan perusahaan akan mengkomunikasikan produk tersebut kepada masyarakat agar produknya dapat dikenal dan dimiliki oleh konsumen. Penjelasan di atas merupakan konsep pemasaran, bahwa konsep ini adalah 4 kebijakan pemasaran yaitu : produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*).

Pemasaran menurut Kotler dan Keller (2008:5) adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.

Secara konseptual kualitas pelayanan menjadi variabel kunci strategis dalam upaya organisasi untuk mencapai kepuasan dan hubungan jangka panjang dengan nasabah BRI cabang Jombang dan menarik nasabah yang baru. Untuk mencapai tujuan tersebut maka BRI cabang Jombang memperhatikan tindakan pekerjaan dengan pengetahuan yang cukup tentang strategi pelayanan yang baik, apa bila hal ini diabaikan maka nasabah akan mengalami kekecewaan karena komunikasi yang buruk.

Menurut Parasuraman dkk dalam tesis Setiyawati (2009:23) lima dimensi pokok yang berkaitan dengan kualitas jasa yaitu, bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Penting bagi perusahaan untuk mengetahui seberapa jauh aspek bukti langsung yang paling tepat, yaitu masih memberikan kesan positif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.

Kepuasan yang dinikmati konsumen merupakan kata kunci dari perusahaan dan bisa menjadikan konsumen loyal akan menjadi nilai yang lebih bagi perusahaan. Menurut Kotler (2008:14) kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk anggapannya atau hasil dalam kaitanya dengan ekspektasi. Maksudnya, jika kinerja produk sesuai dengan ekspektasi atau bahkan melebihi ekspektasi maka pelanggan atau nasabah akan merasa puas dan senang, apa bila sebaliknya pelanggan atau konsumen atau nasabah tidak merasa puas dan kecewa.

Kepuasan (*satisfaction*) menurut Kotler (2008:138) adalah perasaansenang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil ekspektasi mereka. terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antar perusahaan dan pelangganya yang harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut kemulut yang menguntungkan bagi perusahaan.

Loyalitas sangat penting dalam perusahaan karena merupakan aset bernilai yang dapat memberikan keuntungan besar kepada perusahaan. Menurut Kotler (2007:193) dalam membangun kesetian atau relasi pelanggan maka diperlukan pembedaan lima level investasi perusahaan, yaitu: pemasaran dasar, pemasaran reaktif, pemasaran bertanggungjawab pemasaran proaktif dan pemasaran kemitraan.

Berdasarkan urain diatas maka peneliti tertarik melakukan penelitian ini dengan judul **“PENGARUH PELAYANAN ONE STOP SERVICE YANG DIMEDIASI KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH BRI CABANG JOMBANG”**.

1.2.Rumusan Masalah Peneliti

1.2.1. Apakah Pelayanan *One Stop Service* Berpengaruh Secara
Langsung Terhadap Loyalitas?

1.2.2. Apakah Pelayanan *One Stop Service* Berpengaruh Secara
Langsung Terhadap Kepuasan?

1.2.3. Apakah Pelayanan *One Stop Service* Berpengaruh Tidak Langsung
Melalui Kepuasan ?

1.3.Tujuan Peneliti

Tujuan Peneliti di PT. BRI cabang Jombang untuk mengetahui dan menganalisis :

1.3.1 Pelayanan *One Stop Service* Berpengaruh Secara Langsung
Terhadap Loyalitas

1.3.2 Pelayanan *One Stop Service* Berpengaruh Secara Langsung Terhadap
Kepuasan

1.3.3 Pelayanan *One Stop Service* Berpengaruh Secara Tidak Langsung
Melalui Kepuasan

1.4.Manfaat Peneliti

1.4.1. Bagi Akademisi

1.4.1.1.Untuk peneliti

1.4.1.1.1. Hasil Penelitian Sebagai Hasil Kajian

1.4.1.1.2. Sebagai Bahan Refrensi

1.4.2. Bagi Fakultas

Untuk Menambah Khasanah Kurikulum

1.4.3. Bagi Praktisi

Dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan untuk merumuskan strategi yang tepat bagi manajemen perusahaan.

1.5. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah pemahaman pemahaman Penelitian ini, maka dalam pembahasannya menggunakan sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Dalam bab ini pendahuluan menguraikan tentang latar belakang masalah, ruang lingkup penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan

BAB II : Landasan Teori

Pada pembahasan ini penulis menguraikan tentang studi penelitian terdahulu, landasan teori mengenai pelayanan *One Stop Service* terhadap loyalitas nasabah BRI cabang Jombang yang dimediasi kepuasan

BAB III : Metodologi Penelitian

Pada bab ini membahas tentang metode penelitian yang di dalamnya mencakup masalah desain penelitian, penetapan lokasi, subyek penelitian atau populasi dan sampel, metode pengumpulan data, skala pengukuran data dan teknik analisa data.

BAB IV : Penyajian dan Analisis Data Hasil Penelitian

Mengenai laporan hasil penelitian yang membahas : penyajian data hasil penelitian serta pembahasan pokokpokok temuan penelitian dengan menginterpretasi dan membandingkan dengan pokok-pokok temuan dari teori yang digunakan.

BAB V : Penutup

Pada bagian ini akan dikemukakan tentang kesimpulan dari skripsi dan saran - saran yang dapat dijadikan sebagai bahan masukan.