

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Semakin ketatnya persaingan dunia perbankan menyebabkan kalangan usaha saling berlomba untuk bersaing dalam mendapatkan nasabah. Hal ini terjadi dikarenakan adanya arus globalisasi yang semakin terbuka lebar bagi setiap pelaku bisnis. Itu sebabnya hampir dalam setiap bulan masing-masing bank meluncurkan beragam produk baru yang ditawarkan beserta fasilitas-fasilitas baru kepada nasabah. Berkaitan dengan semakin mendominasinya sektor layanan dan semakin ketatnya industri perbankan sekarang ini, menjadikan para nasabah bersifat menuntut dan menguasai informasi (Nelson Oly Ndubisi, 2007).

Loyalitas nasabah merupakan kesetiaan, kecintaan nasabah pada produk tersebut yang, bersifat kontinyu. Setiap bank berlomba-lomba melakukan berbagai macam strategi untuk menciptakan loyalitas pada setiap nasabah baik barang atau jasa yang ditawarkan. Loyalitas suatu nasabah tidak hanya diukur dari pembelian produk suatu merek yang berulang-ulang dan juga dapat diukur dengan pembelian produk yang berbeda namun merek tetap sama. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas suatu nasabah adalah kepercayaan, kualitas layanan, komunikasi, dan penanganan keluhan (Nelson Oly Ndubisi, 2007).

Dalam dunia perbankan kepercayaan merupakan faktor yang sangat penting dan harus diperhatikan bagi perusahaan. Karena kepercayaan suatu nasabah terhadap bank merupakan titik awal dari terjadinya loyalitas. Dalam hal ini

kepercayaan merupakan modal awal dalam proses pembelian produk dan jasa yang ditawarkan bank. Apabila tidak terjadi rasa percaya antara nasabah dengan bank, itu akan menyebabkan kurangnya partisipasi nasabah terhadap produk-produk yang ditawarkan oleh Bank (Nelson Oly Ndubisi, 2007).

Proses penanganan keluhan dan komunikasi yang baik dapat mempengaruhi loyalitas nasabah sehingga tidak berpindah ke merek lain. Dalam konteks ini, bagaimana pihak bank dalam memberikan informasi yang jelas dan memberikan penanganan keluhan supaya tidak menjadi masalah yang lebih besar. komunikasi mengacu pada kemampuan untuk memberikan informasi yang jelas dan dapat dipercaya kepada nasabah. Saat ini, ada pandangan baru mengenai komunikasi yaitu sebagai dialog interaktif secara langsung antara perusahaan dan nasabah yang berlangsung selama pra-penjualan, menjual, konsumsi dan setelah tahap konsumsi (Anderson dan Narus dalam Nelson Oly Ndubisi, 2007:100).

Metode untuk menjalin hubungan yang baik dengan nasabah didalam dunia pemasaran lebih banyak dikenal sebagai pemasaran hubungan ( *relationship marketing* ). Fandi Tjiptono (2005 : 101) mendefinisikan pemasaran hubungan sebagai orientasi strategi atau filosofi menjalankan bisnis yang lebih berfokus pada upaya mempertahankan dan menumbuhkembangkan relasi dengan nasabah saat ini dari pada merebut nasabah baru. Sedangkan menurut morgan dan Hunt (dalam Eggh dan Taylor, 2009 : 503) mendefinisikan pemasaran hubungan sebagai segala tindakan pemasaran yang diarahkan untuk membangun, menjaga, dan mengembangkan hubungan dengan nasabah. Hal tersebut untuk mendorong Bank BRI untuk selalu mengutamakan hubungan yang baik dengan nasabah.

Dari hasil survey yang dilakukan oleh *Marketing Research Indonesia* (MRI) Bank Mandiri berada pada posisi pertama dalam memberikan layanan yang baik. Kurangnya dalam pelayanan membuat Bank BRI harus berada diperingkat ke tujuh. Kualitas layanan sangat berpengaruh pada nasabah untuk tetap loyal terhadap bank. Untuk itu Bank BRI diharapkan agar meningkatkan kualitas layanan terhadap nasabahnya supaya tetap loyal. Berikut Tabel 1.1 menunjukkan hasil survey MRI tentang peringkat bank dari sisi layanan.

**Tabel 1.1**  
**THE BEST BANK SERVICES EXCELLENCE**

Peringkat	Nama Bank
1.	Bank Mandiri
2.	Bank Internasional Indonesia (BII)
3.	Bank OCBC NISP
4.	Permata Bank
5.	Bank Negara Indonesia (BNI)
6.	Bank CINB Niaga
7.	Bank Rakyat Indonesia (BRI)
8.	Bank Central Indonesia (BCA)
9.	Bank Danamon
10.	Bank Bukopin

Sumber : Infobank.com

Merujuk pada Tabel 1.1 bahwa dalam membangun loyalitas nasabah juga tidak terlepas dari kemampuan karyawan dalam memberikan kualitas layanan yang baik. Itu terlihat dari kesuksesan Bank Mandiri dalam memberikan kualitas layanan terhadap nasabah. Dalam meningkatkan pelayanan jasanya bank harus lebih berfokus pada membangun kedekatan hubungan dengan nasabah.

Semakin pesatnya kemajuan industri perbankan di Indonesia menuntut Bank BRI untuk meningkatkan kualitas layanan perbankan. Sejak tahun 2007 diterapkan standar layanan dengan tujuan meningkatkan kualitas layanan Bank

BRI. Meningkatnya kualitas layanan maka diharapkan dapat meningkatkan loyalitas nasabah. Kondisi tersebut menuntut seluruh perusahaan dalam bidang perbankan untuk lebih mampu menghadirkan kualitas layanan yang memiliki nilai tinggi serta mampu menumbuhkan pelayanan yang baik bagi nasabah. Hal ini untuk menarik nasabah agar mampu bersaing dan menguasai pangsa pasar, yang berpengaruh terhadap citra bank bank dimata nasabah.

Pada majalah Info Bank (2011 : Januari – Juni hal.20) dapat dilihat pada Tabel 1.2 bahwa pertumbuhan Bank BRI dalam tiga tahun terakhir mengalami kenaikan dan penurunan dalam mendapatkan nasabah tabungan. Kondisi ini disebabkan karena tidak konsistennya Bank BRI dalam menjaga kedekatan hubungan dengan nasabah. Tidak konsistennya BRI ini disebabkan karena kurang pelayanan yang maksimal terhadap nasabah. Dalam hal ini, menuntut semua Bank BRI untuk meningkatkan kedekatan hubungan dengan nasabah agar tetap loyal. Kedekatan hubungan ini terdiri dari kepercayaan, kualitas layanan, komunikasi dan penanganan keluhan terhadap nasabah.

**Tabel 1.2**  
**INDEKS LOYALITAS NASABAH DENGAN PANGSA PRODUK**  
**TABUNGAN TAHUN 2009-2011**

<b>NAMA BANK</b>	<b>2009</b>	<b>2009</b>	<b>2011</b>
Bank Central Asia	78.0%	78.1%	75.7%
Bank Mandiri	76.9%	77.6%	75.2%
Bank Negara Indonesia	75.0%	77.0%	74.1%
Bank Rakyat Indonesia	71.8%	77.2%	73.9%
Bank Danamon Indonesia	67.2%	72.7%	73.8%
Bank Bukopin	67.5%	74.8%	73.6%
Paninbank	69.7%	75.0%	73.4%
Bank Ocbc Nisp	73.7%	76.3%	73.2%
Bank Uob Buana	74.2%	76.0%	73.1%
Bank Internasional Indonesia	70.0%	75.5%	73.0%

*Sumber :Majalah Infobank (2011 :Januari – Juni hal.22-23 No.382)*

Pada Tabel 1.2 menunjukkan bahwa terdapat tidak konsistennya Bank BRI dalam mengelola kedekatan hubungan terhadap nasabah. Dilihat dari jumlah dana penabung pada tahun 2011 mengalami penurunan dibandingkan pada tahun sebelumnya. Hal itu dikarenakan adanya kedekatan hubungan yang tidak konsisten dengan nasabahnya. Kedekatan hubungan ini akan berpengaruh pada loyalitas nasabah dalam jangka panjang.

Persaingan usaha yang kuat mengakibatkan setiap bank harus bisa membangun hubungan yang lebih kuat dengan nasabahnya (Ndubisi, 2007 : 99). Persaingan tersebut tidak saja terjadi di kota-kota besar yang merupakan ibukota propinsi, namun persaingan yang ketat juga terjadi pada daerah-daerah yang terletak jauh dari ibukota propinsi seperti pada kota Pamekasan. Timbulnya persaingan itu disebabkan oleh banyaknya bank swasta yang masuk dan mendirikan cabang di Pamekasan. Semakin hari banyak perusahaan bank yang menaruh perhatian khusus, bagaimana membangun hubungan yang lebih bagus dengan nasabah. Hal itu harus diperhatikan Bank BRI Pamekasan dalam mempertahankan nasabah tabungannya untuk tetap loyal terhadap Bank BRI Pamekasan. Di samping itu, Bank BRI Pamekasan juga berusaha memenuhi apa yang nasabah harapkan dengan cara-cara yang lebih memuaskan dari yang dilakukan perusahaan pesaing.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk menyusun suatu penelitian dengan judul **“PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS LAYANAN, KOMUNIKASI DAN PENANGANAN KELUHAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH TABUNGAN BANK BRI DI PAMEKASAN”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan uraian yang dikemukakan di atas, maka akan dapat dirumuskan perumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan variabel kepercayaan terhadap loyalitas nasabah Tabungan Bank BRI di Pamekasan ?
2. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan variabel kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah Tabungan Bank BRI di Pamekasan?
3. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan variabel komunikasi terhadap loyalitas nasabah Tabungan Bank BRI di Pamekasan?
4. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan variabel penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah Tabungan Bank BRI di Pamekasan ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Dari perumusan masalah di atas yang telah dituliskan sebelumnya, maka tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh yang signifikan kepercayaan, kualitas layanan, komunikasi, penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah Tabungan Bank BRI di Pamekasan.

## 1.4. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat bagi pihak yang terkait, yaitu

1. Bagi Manajemen Bank BRI

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan dalam melakukan pengelolaan pelayanan dan pengembangan variabel-variabel yang dapat

mempengaruhi loyalitas nasabah dalam melakukan transaksi, sehingga dapat mendapatkan nasabah baru dan mempertahankan nasabah untuk tetap loyal. Serta dapat menciptakan suatu strategi pemasaran bank yang baik.

## 2. Bagi penulis

Penelitian ini merupakan salah satu instrumen pelatihan intelektual dan pengasah daya pikir ilmiah untuk menerapkan seluruh teori dan pengetahuan yang telah didapat di bangku kuliah untuk memecahkan suatu permasalahan empiris melalui sistematika dan metode berpikir yang dapat dipertanggung jawabkan.

## 3. Bagi STIE Perbanas Surabaya

Penulis berharap karya ini dapat memberikan manfaat bagi seluruh civitas akademika STIE Perbanas Surabaya dalam pengembangan proses pembelajaran bagi mahasiswa lainnya dalam menyusun penelitian ilmiah.

### **1.5. Sistematika Penulisan Skripsi**

Untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan, maka penulisan skripsi disusun dengan sistematika sebagai berikut:

#### **BAB I           PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang latar belakang permasalahan, perumusan, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

#### **BAB II          TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menguraikan tentang penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka penelitian dan hipotesis penelitian.

### BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang rancangan penelitian yang digunakan, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, instrumen penelitian, populasi sampel dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data, uji validitas serta teknik analisis data.

### BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini berisi tentang gambaran subyek penelitian, analisis data.

### BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran.