

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bisnis perbankan merupakan bisnis kepercayaan. Bank harus mampu memberikan rasa aman pada nasabahnya menyangkut dana yang disimpan atau dikelola oleh bank tersebut. Dalam hal penghimpunan dana masyarakat yang merupakan salah satu sumber dana bank terbesar yang dalam hal ini adalah tabungan, deposito dan giro. Besarnya usaha yang dilakukan perbankan dalam hal ini BNI dalam penghimpunan dana tidak terlepas dari pengalaman setelah krisis dimana peralihan segmen pasar perorangan atau disebut *consumer banking* karena prospek pasarnya cukup besar.

Produk *consumer banking* dibagi menjadi dua bagian penting. Pertama, produk dana dan kedua, produk kredit. Untuk produk dana, bank-bank masih tetap mengandalkan deposito dan tabungan. Dua produk ini menjadi pilihan sebab produk tersebut dasar dari keinginan nasabah.

Berdasarkan biro riset Info Bank, masyarakat lebih tertarik pada produk tabungan dibandingkan dengan deposito. Produk tabungan ini menjadi andalan meski bank terpaksa harus mengeluarkan investasi yang lebih besar untuk mendukungnya. Produk tabungan merupakan produk yang paling banyak dipakai oleh nasabah bank karena memiliki kemudahan dalam proses pendaftaran dan mempermudah nasabah dalam menyimpan dananya .

Di Tabel 1.1 Bank BNI dalam penghimpunan dana pihak ketiga memiliki pangsa pasar yang tidak cukup besar.

Tabel 1.1
PERINGKAT BANK BERDASARKAN PANGSA PASAR DANA PIHAK
KETIGA
(dalam miliar rupiah)

PERINGKAT	BANK	2010	2011	PERTUMBUHAN
1	Mandiri	338,73	380,24	14,27%
2	BRI	328,78	372,13	13,18%
3	BCA	277,53	323,46	16,54%
4	BNI	189,35	224,9	18,77%
5	CIMB Niaga	117,82	131,79	11,86%
6	Danamon	80,23	86,67	8,02%
7	Panin	75,06	85,67	12,25%
8	Permata	59,51	82,93	39,34%
9	BII	59,08	70,48	17,51%
10	BTN	47,55	61,99	30,38%

Sumber : Laporan Tahunan Bank Indonesia

Dari tabel 1.1 tersebut bank BNI menduduki peringkat ke empat. Untuk bank BNI tingkat pangsa pasarnya tidak jauh lebih baik dari bank-bank umum lainnya. Tingkat pangsa pasar yang jauh dari bank-bank umum lainnya bank BNI perlu mendapatkan perhatian yang serius, selain itu juga terlihat bahwa kemungkinan nasabah-nasabah bank BNI yang tidak bertambah. Kondisi tersebut baik untuk skala nasional maupun regional dan pada setiap kantor cabang bank BNI menggambarkan bahwa ada beberapa indikasi yang menyebabkan penurunan jumlah rekening dan peningkatan nasabah pasif.

Menurut hasil survey dari *Marketing Research Indonesia* (MRI) produk pelayanan bank konvensional masih perlu ditingkatkan kualitas melalui layanan prima, dan diharapkan bank lebih dapat memberikan pelayanan kepuasan para nasabahnya.

Dalam survei tersebut, Bank BNI berada pada posisi kelima dalam *the best bank service excellence*. Berikut dalam tabel 1.2 menunjukkan hasil survei MRI tentang peringkat bank dari sisi layanan.

Tabel 1.2
THE BEST BANK SERVICES EXCELLENCE

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

Sumber : Majalah Infobank No. 386, (2011 : 30)

Merujuk pada Tabel 1.2 bank BNI meraih peringkat kelima ini tidak terlepas dari kemampuan karyawan dalam menjalin relasi, membangun kedekatan hubungan dengan nasabah dan memberikan layanan yang paling unggul. Bank yang mampu menjalin kedekatan hubungan dengan nasabah akan bisa meningkatkan kinerja bisnisnya. Kinerja bisnis perbankan salah satunya bisa diukur dari dana yang berhasil dihimpun dari dana masyarakat oleh produk tabungan yg ditawarkan.

Dalam upaya menghimpun dana masyarakat melalui produk tabungan bank BNI seharusnya mampu untuk meningkatkan kualitasnya sehingga menduudki peringkat yang jauh lebih baik. Pelayanan yang diterapkan oleh bank BNI sejauh ini baik tetapi bank BNI bisa jauh lebih baik dari posisi pada tahun 2011 saat ini. Dalam hal ini, peneliti akan melakukan riset terhadap produk tabungan di PT. Bank Negara Indonesia Tbk. Produk tabungan yang akan yang akan diteliti dalam hal ini, yaitu mengenai fasilitas yang ditawarkan oleh bank BNI, jadi permasalahan yang timbul akan berdampak mengurangi persaingan dalam menjaga nasabah agar tetap loyal.

Fokus utama penelitian ini, yaitu mencakup analisis strategi program yang dijalankan Bank Negara Indonesia ini dalam menjalankan pelayanan jasanya sehari – hari, dengan membandingkan berbagai produk simpanan dari bank lain.

Tabel 1.3
CUSTOMER LOYALTY INDEX DENGAN PANGSA PRODUK TABUNGAN
TAHUN 2009-2011 (PERSENTASE)

NAMA BANK	2009	2010	2011
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)*

Tabel 1.4
CUSTOMER SATISFACTION INDEX DENGAN PANGSA PRODUK
 TABUNGAN TAHUN 2009-2011 (PERSENTASE)

NAMA BANK	2009	2010	2011
BANK CENTRAL ASIA	83.9%	80.4%	78.7%
BANK MANDIRI	80.9%	80.0%	78.0%
BANK NEGARA INDONESIA	78.8%	78.7%	76.9%
BANK DANAMON	73.8%	74.7%	76.5%
BANK BUKOPIN	72.3%	75.6%	76.3%
BANK BII	74.6%	75.8%	75.5%
BANK RAKYAT INDONESIA	74.3%	77.4%	75.4%
CITY BANK	75.4%	78.2%	75.2%
BANK OCBC NISP	76.9%	79.4%	75.1%
HSBC	75.5%	77.8%	74.4%

Sumber :Majalah Infobank (2011 : Januari – Juni hal.22-23 No.383)

Merujuk pada Tabel tabel 1.3 dan tabel 1.4 diketahui bahwa bank BNI tidak pernah meduduki posisi pertama, posisi yang diraih bank BNI berda pada posisi ketiga. Pada tabel 1.3 dan tabel 1.4 terlihat bahwa BNI harus meningkatkan kualitas pelayanannya sehingga nasabah dapat loyal terhadap ban BNI. Selain karena faktor kepemilikan yang membuat nasabah percaya juga karena kemampuan bank dalam membangun kepercayaan dan kepuasan terhadap nasabah. Kepuasan nasabah adalah hal yang paling dinilai oleh bank karena bank dapat memiliki kepercayaan oleh nasabahnya, apabila nasabah bank tersebut telah percaya atas dana yang dititipkan kepada bank maka bank akan memiliki nasabah yang banyak sehingga dapat menguntungkan bank. Kepuasan dan kepercayaan bank ini merupakan salah satu model yang dipandang akan berdampak pada komitmen nasabah dan loyalitas nasabah.

Dengan demikian, hal yang paling utama untuk menciptakan loyalitas pada nasabah selain dari jumlah transaksinya, melainkan juga dari membangun kepuasan dan kepercayaan, yaitu bagaimana cara bank memberikan pelayanan yang terbaik dengan nasabahnya sehingga bisa menciptakan sikap komitmen untuk memberikan kepuasan pada bank yang dipilihnya.

Industri perbankan harus terus fokus pada bagaimana cara menciptakan kepercayaan, kepuasan, komitmen dan loyalitas nasabah sehingga bank dapat tetap bangkit dan selalu bisa menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan para nasabahnya.

Selain itu, pihak bank diharapkan untuk memberikan pelayanan yang lebih lengkap dan bisa menawarkan jasa atau produk yang terbuka lebar sehingga nasabah dapat meyakini agar berkomitmen di bank tersebut dan rasa loyalitas yang tinggi. Program loyalitas masih diunggulkan dalam produk perbankan, antara lain produk tabungan. Tahun lalu *point reward* untuk undian hadiah menempati urutan pertama.

Ini menunjukkan bahwa hadiah langsung pada saat buka rekening mempunyai daya tarik tersendiri bagi nasabah (Majalah Infobank, 2011 :januari - juni). Menurut dari majalah info bank tahun 2011 mengungkapkan bahwa hadiah yang diberikan langsung pada saat buka rekening menjadi program loyalitas yang memiliki kontribusi paling tinggi. Efek program ini cukup besar terhadap penabung, baik penabung lama maupun penabung baru. Oleh karena itu peneliti ingin melihat seberapa besar bank BNI menciptakan nasabah yang loyal dengan adanya sistem layanan yang lebih unggul.

Dengan melihat tabel kepuasan nasabah bank BNI pada tahun 2009 ke 2010 dan tahun 2010 ke 2011 bank BNI juga mengalami penurunan persentase. Dalam hal ini peneliti akan menganalisis apa yang menimbulkan bank BNI dalam tingkat kepuasannya dari tiga tahun belakangan ini selalu mengalami penurunan. Peneliti akan melihat seberapa besar dampak kepuasan nasabah bank BNI terhadap sistem pelayanan yang diberikan dan peneliti juga menilai apakah bank BNI dalam memberikan jasa pelayanan akan menimbulkan rasa loya terhadap nasabahnya.

Mengingat dari pentingnya hal-hal diatas, maka penelitian ini bermaksud untuk mengkaji tentang hubungan kepercayaan dan kepuasan, terhadap komitmen yang dampaknya terhadap loyalitas nasabah. Adapun judul dalam penelitian ini PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KOMITMEN DAN DAMPAKNYA PADA LOYALITAS NASABAH PRODUK TABUNGAN BANK BNI DI SURABAYA.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, maka dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kepuasan berpengaruh positif terhadap komitmen nasabah pada Bank BNI di Surabaya?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh positif terhadap komitmen nasabah Bank BNI di Surabaya?
3. Apakah komitmen berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah Bank BNI di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan terhadap komitmen nasabah pada Bank BNI di Surabaya.
2. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap komitmen nasabah Bank BNI di Surabaya.
3. Untuk menganalisis pengaruh komitmen terhadap loyalitas nasabah Bank BNI di Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini untuk beberapa hal, yaitu :

1. Bagi Penulis, dengan melakukan penelitian ini diharapkan dapat mempelajari lebih jauh tentang pengaruh kepuasan dan kepercayaan terhadap komitmen dan dampaknya pada loyalitas nasabah produk tabungan di bank BNI.
2. Bagi instansi perbankan, Penelitian ini diharapkan menjadi bahan bentuk evaluasi mengenai pelayanan bank agar mendapatkan nasabah dengan loyalitas tinggi, serta dapat menciptakan suatu strategi pemasaran bank agar produknya menjadi kebutuhan nasabah serta membentuk struktur kinerja bank yang baik.
3. Bagi Peneliti lain, dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian yang sama.
4. Bagi STIE Perbanas, diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi mahasiswa yang akan mengadakan penelitian dengan masalah yang sama di waktu yang akan datang.

1.5 Sistematika Penulisan

Agar isi dari penelitian ini lebih mudah dan terarah bagi pembaca, maka peneliti menyusun sistematika penelitian sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini dibahas mengenai latar belakang, perumusan masalah, tujuan masalah, manfaat penelitian serta sistematika penulisan penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini dibahas mengenai tujuan pustaka yang didalamnya terdapat sub-sub bab, antara lain penelitian terdahulu yang akan dijadikan acuan Dalam penulisan penelitian ini, dan teori-teori yang dijadikan landasan Dalam menyelesaikan permasalahan penelitian serta hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan mengurai mengenai metode penelitian yang di dalamnya terdapat sub-sub bab, antara lain desain penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional, dan pengukuran variabel, instrumen penelitian, populasi, sampel, data dan metode pengumpulan data, uji validitas dan reabilitas instrumen penelitian, serta teknik analisis data yang digunakan Dalam pemecahan masalah.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Dalam bab ini berisikan uraian tentang gambaran umum subyek penelitian, analisis data, pengujian hipotesis dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini berisikan uraian tentang kesimpulan hasil penelitian, keterbatasan penelitian dan saran.