

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan yang semakin ketat antar penyedia produk dan jasa perbankan di Indonesia saat ini bukan hanya disebabkan karena perkembangan jaman, tetapi lebih karena nasabah yang semakin cerdas, sadar harga, banyak menuntut serta terlalu banyak pilihan produk dan jasa bank yang ditawarkan. Menurut data Biro Riset Infobank, jumlah bank yang ada di Indonesia mencapai seratus dua puluh bank dengan berbagai jenis kepemilikan seperti pada tabel 1.1 berikut ini.

Tabel 1.1
JENIS-JENIS BANK MENURUT KEPEMILIKANNYA

No.	Jenis Bank	Jumlah
1.	Bank BUMN	4 Bank
2.	Bank BUMD	26 Bank
3.	Bank Swasta Nasional	68 Bank
4.	Bank Asing	10 Bank
5.	Bank Campuran	12 Bank

Sumber : Majalah Infobank N0.387-Juni 2011-Vol.XXXIII

Berdasarkan tabel 1.1 di atas dapat dilihat bahwa jumlah bank terbanyak adalah bank swasta nasional dengan total enam puluh delapan bank, disusul oleh bank BUMD sebanyak dua puluh enam bank, sampai dengan jumlah terkecil bank BUMN dengan total empat bank yang beroperasi di Indonesia. Menyikapi semakin tingginya tingkat persaingan penyedia jasa perbankan tersebut, secara tidak langsung menuntut kesadaran bank agar meningkatkan kualitas hubungan antara bank dan nasabah. Makin kuat kualitas hubungan antara bank dan nasabah, akan memberikan keuntungan baik bagi nasabah selaku pengguna layanan

maupun bagi bank yang mengharapkan peningkatan kontribusi profit dan loyalitas dari setiap nasabahnya.

Sebagai lembaga keuangan, bank sangat dibutuhkan oleh para nasabahnya dalam melakukan aktivitasnya sehari-hari. Bank merupakan salah satu badan usaha yang berfungsi sebagai penghimpun dana dari masyarakat yang berkelebihan dana (*surplus*) dalam bentuk simpanan dan bank menyalurkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkan dana (*defisit*) dalam bentuk kredit maupun dengan bentuk-bentuk lainnya dengan tujuan meningkatkan taraf hidup rakyat banyak (UU Perbankan No.10 1998).

Tahun seribu sembilan ratus tujuh puluh sampai sekarang masyarakat Indonesia berlomba – lomba masuk menjadi pegawai negeri dengan tujuan untuk memperoleh pensiun di masa tuanya. Pensiun merupakan dambaan memperoleh penghasilan setelah berakhir masa kerja seseorang dan masa itu masyarakat masih berfikir bahwa pada usia menjelang pensiun adalah masa yang sudah tidak produktif lagi. Oleh karena itu, pilihan utama masyarakat terjun ke dunia kerja adalah pegawai negeri, karena pegawai negerilah yang bisa memberikan kepastian adanya pensiun.

Keluarnya UU No. 11 tahun 1992 yang mengatur tentang dana pension, hampir seluruh perusahaan dewasa ini telah menyelenggarakan bagi karyawannya, baik yang dikelola sendiri atau oleh lembaga lain. Berkembangnya jasa pensiun dewasa ini telah menarik beberapa lembaga untuk mendirikan dana pensiun. Begitu juga dengan Bank BTPN karena BTPN merupakan suatu lembaga atau Bank yang dengan setia mendukung Indonesia mewujudkan kesejahteraan

pensiun sejak 1958. mengerti kebutuhan pensiun untuk memulai usaha mandiri dan memberikan fasilitas kredit pensiun dengan bunga khusus , syarat mudah dan jangka waktu sesuai kebutuhan nasabah.

Besarnya minat masyarakat dan banyaknya persaingan yang ada membuat setiap bank berusaha untuk memberikan pengalaman yang baik kepada nasabah yang berkunjung. Ketika seorang nasabah memiliki pengalaman yang baik sebelumnya, seorang nasabah tidak memerlukan pertimbangan lagi untuk kembali menggunakan layanan bank tersebut. Pengalaman baik yang dialami nasabah mengindikasikan bahwa bank tersebut berhasil menciptakan kepuasan kepada nasabah. Dengan kepuasan nasabah mendorong, untuk kembali menggunakan produk atau layanan yang pernah nasabah gunakan sebelumnya atau dapat dikatakan nasabah tersebut loyal terhadap bank tersebut.

Kepuasan pelanggan dijadikan prioritas utama bagi setiap perusahaan, begitu pula dengan dunia perbankan. Hal tersebut dilakukan karena adanya kenyataan bahwa nasabah yang tidak puas terhadap barang atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan akan mencari penyedia barang atau jasa dari tempat lain yang mampu memuaskan kebutuhan nasabah. Menurut (Han dan Ryu, 2009; Liu dan Jang, 2009b) dalam penelitian Kisang Ryu *et al.*, kualitas layanan dan kepuasan pelanggan telah menjadi prioritas utama bagi perusahaan. Selain pemasaran seperti penjualan berulang dan pembawaan *word-of-mouth* yang baik, menjadikan prasyarat akan loyalnya pelanggan terhadap perusahaan.

Akan tetapi, beberapa nasabah mengalami pengalaman yang kurang menyenangkan dengan bank BTPN. Berikut merupakan keluhan-keluhan yang

dirasakan oleh nasabah bank BTPN yang bersumber dari komentar konsumen melalui surat pembaca dari media web, antara lain:

1. Pegawai bank BTPN kurang sopan dan kurang ramah dalam melayani nasabah.
2. Nasabah harus menunggu lama untuk mendapatkan giliran untuk dapat menyimpan atau mengambil dananya.
3. Tidak sesuai laporan keuangan atau slip gaji yang ada.
4. Melemparkan tanggungjawab bank kepada cabang atau instansi lainnya.
5. Pegawai bank BTPN tidak peduli akan kebutuhan nasabahnya.

Sumber : (<http://surabaya.tribunnews.com>; <http://palembang.tribunnews.com>; <http://komplain.info>) (04/04/2013) (diolah)

Keluhan-keluhan tersebut muncul dari kurangnya kualitas layanan yang diberikan oleh bank BTPN sehingga nilai yang ingin diberikan kepada nasabah tidak tersampaikan dengan baik. Hal tersebut akan berpengaruh pada kepuasan nasabah dan perilaku nasabah dalam pemakaian kembali jasa perbankan bank BTPN. Menurut Tjiptono (2008:26) selain kualitas barang atau jasa yang dibeli, faktor penentu kepuasan terhadap produk atau jasa yang sering digunakan pelanggan adalah aspek kualitas layanan. Mendukung pernyataan di atas, kualitas layanan dan kepuasan pelanggan telah menjadi inti prioritas prasyarat loyalitas konsumen, seperti penjualan berulang dan pembawaan *world-of-mouth* yang baik selain pemasaran (Han dan Ryu, 2009; Liu dan Jang, 2009b dalam penelitian Kisang Ryu *et al.*,)

Ketatnya persaingan dalam bisnis perbankan ditambah dengan produk atau layanan yang di tawarkan oleh bank dan kemudahan sarana (misalkan internet) yang dimiliki nasabah untuk memverifikasi klaim perusahaan dan mencari alternatif yang lebih unggul, menjadikan nasabah mempunyai banyak alternatif untuk memilih bank di Surabaya. Nasabah memperkirakan tawaran mana yang

akan menghantarkan nilai anggapan tertinggi dan bertindak atas dasar pemikiran tersebut. Sesuai atau tidaknya suatu penawaran dengan harapan akan mempengaruhi kepuasan pelanggan dan besarnya probabilitas bahwa nasabah akan loyal terhadap bank tersebut.

Berdasarkan uraian tersebut peneliti tertarik melakukan penelitian dan kajian yang lebih mendalam tentang hubungan kualitas layanan, nilai yang dirasakan, kepuasan pelanggan dan niat pembelian ulang, untuk kemudian dijadikan sebagai penelitian dengan judul **“Pengaruh Citra Bank Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Bank BTPN Di Surabaya”**.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah citra bank berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah tabungan pada Bank BTPN di Surabaya?
2. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah tabungan pada Bank BTPN di Surabaya?
3. Apakah citra bank berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah tabungan pada bank BTPN di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh citra perusahaan yang dilakukan oleh bank terhadap kepuasan pada Bank BTPN di Surabaya
2. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah tabungan pada Bank BTPN di Surabaya

3. Untuk menganalisis pengaruh citra bank terhadap loyalitas nasabah tabungan pada bank BTPN di Surabaya?

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, yaitu diantaranya :

A. Bagi Industri Perbankan

Diharapkan dengan adanya penelitian ini bisa meningkatkan kinerja bank, sehingga tercapainya kepuasan dan loyalitas nasabah.

B. Bagi STIE Perbanas Surabaya

Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan literatur manajemen pemasaran bank khususnya mengenai Citra Bank.

C. Bagi Pembaca dan Peneliti Berikutnya

Diharapkan dengan adanya penelitian ini bisa dijadikan sebagai tambahan referensi untuk penelitian berikutnya dan dapat menambah pengetahuan bagi pembaca tentang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Citra Bank, Kepuasan Nasabah, Loyalitas Nasabah.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan proposal ini secara garis besar dibagi kedalam tiga bab, dimana setiap bab dibagi menjadi sub-sub bab berisi uraian yang mendukung isi secara sistematis dari setiap bab secara keseluruhan. Adapun sistematika proposal ini adalah:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan secara umum materi-materi yang akan dibahas, yaitu:

latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan proposal.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini diuraikan mengenai penelitian terdahulu, landasan teori yang berhubungan dengan penelitian ini, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan tentang metode penelitian yang terdiri dari rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi sampel, dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data serta yang terakhir adalah teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Dalam bab ini berisi 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