

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Ekonomi global adalah ekonomi dimana barang, jasa, orang-orang, keahlian dan gagasannya bergerak dengan bebas lintas batas-batas geografis. Peningkatan persaingan bisnis dan pasar berdampak pada harga yang lebih dinamis, efektifitas lingkungan strategi pemasaran dalam jasa perbankan. Meskipun strategi pemasaran yang efektif adalah penting, tidak satu-satunya faktor yang menentukan keberhasilan sebuah bank (Christoper, 2010:234).

Kondisi perbankan saat ini mengalami persaingan yang ketat, maka sangat penting bagi setiap bank mempunyai keunggulan kompetitif dan menuntut perusahaan untuk lebih meningkatkan strategi bisnis. Ketatnya persaingan di dunia perbankan, membuat bank berlomba-lomba memberikan yang terbaik bagi nasabahnya dengan meluncurkan berbagai jenis tabungan dan memberikan hadiah yang menggiurkan.

Salah satu jenis bank dalam sistem perbankan Nasional adalah Bank Konvensional, yaitu bank yang mekanisme operasinya berdasarkan sistem yang disepakati bersama dalam suatu kesepakatan yang jenis kegiatannya berdasarkan tingkat bunga. Berdasarkan sumber yang diperoleh (UU Perbankan no 23 tahun 1999) pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa ada tiga fungsi utama Bank yaitu :

1. Melaksanakan kebijakan moneter dan keuangan
2. Memberi nasehat pada pemerintah untuk soal-soal moneter dan keuangan

3. Melakukan pengawasan, pembinaan, dan pengaturan perbankan
4. Sebagai *banker's bank* atau *lender of last resort*
5. Memelihara stabilitas moneter
6. Melancarkan pembiayaan pembangunan ekonomi
7. Mendorong pengembangan perbankan dan sistem keuangan yang sehat.

Sesuai dengan fungsi bank tersebut, bank - bank yang dapat membangun dan menjalankan relasi dengan nasabah mampu menciptakan nilai yang dirasa nasabah. Hal ini dapat menumbuhkan kepuasan jangka panjang dan mendorong nasabah untuk tetap menjadi nasabah bank tersebut. Salah satu faktor yang terpenting agar pelanggan tetap menggunakan produk dan jasa bank, maka perusahaan harus mempertahankan tingkat retensi pelanggan. Jika suatu bank mengabaikan keinginan nasabah maka hal itu akan berdampak pada kinerja dan penghasilan bank tersebut. Karena profit utama dalam dunia perbankan adalah dari dana pihak ketiga.

Menurut hasil survey dari *Marketing Research Indonesia* (MRI) produk pelayanan bank konvensional masih perlu ditingkatkan melalui kualitas layanan prima dan diharapkan bank lebih dapat memberikan pelayanan kepada para nasabahnya. Hal ini berlaku juga bagi PT. Panin Bank, PT. Panin Bank merupakan salah satu bank yang menggunakan sistem bank konvensional. Pada Tabel 1.1 Dapat diketahui PT. Panin Bank memiliki 75,06% untuk total asset pada tahun 2010. PT. Panin Bank cukup kompetitif untuk menarik pelanggan mereka. Hal ini ditunjukkan dari dana pihak ketiga PT. Panin Bank tahun 2011 sebesar 85,67% mengalami pertumbuhan sebesar 12,25%. Hal ini menunjukkan bahwa kebanyakan nasabah percaya pada pihak PT. Panin Bank untuk menyimpan uang

dan asset mereka, dan ini menjadi alasan mengapa PT. Panin Bank berada di urutan ketujuh dari sepuluh besar.

Pada tabel 1.1 PT. Panin Bank dalam penghimpunan dana pihak ketiga memiliki pangsa pasar yang cukup besar, namun demikian berdasarkan tabel tersebut PT. Panin Bank masih berada pada peringkat ketujuh. Hal tersebut menunjukkan PT. Panin Bank harus memberikan perhatian khusus kepada pertumbuhan pangsa pasar dana pihak ketiga apakah akan naik peringkatnya.

**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%
<b>7</b>	<b>Panin</b>	<b>75,06</b>	<b>85,67</b>	<b>12,25%</b>
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*

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan *MarkPlus Insight* dan Majalah Infobank terhadap nasabah perbankan yang disebut dengan Indonesian Bank

Loyalty Index (IBLI) 2012. Untuk kategori bank konvensional, dimana pihak PT. Panin Bank sudah berusaha memperkenalkan produk bank baik secara langsung maupun tidak langsung kepada konsumen. Dalam survei tersebut, PT. Panin Bank berada pada posisi keenam dalam *The Best Customer Satisfaction Index*. Berikut dalam tabel 1.2 menunjukkan hasil survei MRI tentang peringkat bank dari sisi kepuasan layanan.

**Tabel 1.2**  
**CUSTOMER SATISFACTION INDEX DENGAN PANGSA PRODUK**  
**TABUNGAN TAHUN 2010-2012 (PERSENTASE)**

<b>Nama Bank</b>	<b>Customer Satisfaction Index Tabungan (2012)</b>	<b>Customer Satisfaction Index Tabungan (2011)</b>	<b>Customer Satisfaction Index Tabungan (2010)</b>
BCA	78,2%	78,9%	80,4%
Mandiri	77,5%	78,0%	80,0%
BNI	77,4%	76,9%	78,7%
BRI	76,2%	75,4%	77,4%
Danamon	76,0%	76,5%	74,7%
<b>PaninBank</b>	<b>75,4%</b>	<b>73,8%</b>	<b>75,5%</b>
CIMB Niaga	75,1%	73,8%	74,9%
BTN	74,9%	73,4%	75,5%
BII	74,9%	75,5%	75,8%
PermataBank	74,1%	73,0%	75,3%

Sumber : *Majalah Infobank (2012 : januari – juni hal.25-28 No.394)*

Merujuk pada Tabel tabel 1.2 diketahui bahwa PT. Panin Bank tidak pernah menduduki posisi pertama, posisi yang diraih PT. Panin Bank berada pada posisi keenam. Pada tabel 1.2 terlihat bahwa PT. Panin Bank harus meningkatkan kualitas pelayanannya sehingga nasabah dapat terus menggunakan jasa PT. Panin

Bank. Selain karena faktor kepemilikan yang dapat dirasa nasabah dalam memakai layanan PT. Panin Bank juga dapat meningkatkan retensi nasabah. Kepuasan nasabah adalah hal yang paling dinilai oleh bank karenadengan nasabah puas maka bank dapat terus meningkatkan berbagai pelayanan.Kedepan PT. Panin Bank harus terus meningkatkan berbagai fasilitas dan keunggulan berbagai pelayanan. Dengan peningkatan fasilitas PT. Panin Bank dapat meningkatkan retensi nasabah. Kepuasan dan nilai yang dirasa nasabah merupakan salah satu model yang dipandang akan berdampak pada retensi nasabah.

Hal yang paling utama untuk menciptakan retensi pada nasabah adalah dengan meningkatkan nilai yang dirasa dan kepuasan, yaitu bagaimana cara bank memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabahnya, sehingga bisa memberikan kepuasan pada nasabah bank. Industri perbankan harus terus fokus pada bagaimana cara menciptakan nilai yang dirasa nasabah, sehingga bank dapat menciptakan produk dan jasa yang sesuai dengan keinginan para nasabahnya.

Dengan melihat tabel kepuasan nasabah PT. Panin Bankpada tahun 2010 ke 2012. PT. Panin Bankjuga mengalami penurunan sebesar 2.13%. Dalam hal ini peneliti akan menganalisis apa yang menimbulkan PT. Panin Bankdalam tingkat kepuasannya dari tiga tahun belakangan ini selalu mengalami penurunan. Peneliti akan melihat seberapa besar dampak nilai yang dirasa nasabah PT. Panin Bank terhadap sistem pelayanan yang diberikanakan meningkatkan retensi nasabah dan peneliti juga menilai apakah PT. Panin Bankdalam memberikan jasa pelayanan akan menimbulkan kepuasan terhadap nasabahnya. Mengingat dari pentingnya hal-hal diatas, maka penelitian ini bermaksud untuk mengkaji tentang hubungan

nilai yang dirasa dan kepuasan, terhadap retensi nasabah. Adapun judul dalam penelitian ini **“PENGARUH NILAI YANG DIRASA TERHADAP RETENSI NASABAH DENGAN DIMEDIASI KEPUASAN NASABAH PADA PT. PANIN BANK DI GRESIK”**.

### **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah Nilai yang Dirasa memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Panin Bank di Gresik?
2. Apakah Kepuasan Nasabah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap retensi nasabah PT.Panin Bank di Gresik?
3. Apakah Nilai yang Dirasa berpengaruh signifikan terhadap Retensi Nasabah PT. Panin Bank di Gresik?
4. Apakah Nilai yang Dirasa berpengaruh signifikan terhadap Retensi Nasabah yang dimediasi oleh Kepuasan Nasabah PT.Panin Bank di Gresik?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah

1. Mengetahui signifikansi pengaruh Nilai yang Dirasa terhadap kepuasan nasabah PT.Panin Bank di Gresik.
2. Mengetahui signifikansi pengaruh hubungan Kepuasan Nasabah terhadap Retensi Nasabah PT.Panin Bank di Gresik.

3. Mengetahui signifikansi pengaruh Nilai yang Dirasa terhadap Retensi Nasabah PT. Panin Bank di Gresik.
4. Mengetahui signifikansi pengaruh Nilai yang Dirasa terhadap Retensi Nasabah yang dimediasi oleh Kepuasan Nasabah PT.Panin Bank di Gresik.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini adalah, sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan, sebagai informasi dan bahan masukan untuk dapat dijadikan landasan dalam menentukan kebijakan perusahaan selanjutnya, sebagai upaya untuk mempertahankan pelanggan, mengembangkan produk dan pelayanannya.
2. Bagi peneliti, untuk memberikan kontribusi bagi pemikiran guna memperluas cakrawala wawasan peneliti dalam bidang manajemen pemasaran dan membandingkan teori yang telah dipelajari dengan aplikasinya dalam masyarakat.
3. Bagi peneliti lain, sebagai bahan referensi nantinya akan memberikan perbandingan dalam melakukan penelitian pada bidang yang sama dimasa yang akan datang.
4. Bagi STIE Perbanas Surabaya  
Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai penambahan perbendaraan koleksi perpustakaan khususnya tentang pengaruh nilai yang dirasa terhadap retensi nasabah dengan dimediasi kepuasan nasabah dan juga sebagai pembanding mahasiswa yang akan mengambil judul dan tema yang sama untuk penelitian.

### **1.5. Sistematika Penulisan**

Untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan dan kejelasan hasil- hasilnya, maka penulisan skripsi ini disusun dengan sistematika sebagai berikut :

#### **BAB 1: PENDAHULUAN**

Dalam bab ini memuat latar belakang permasalahan dan perumusan masalah tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan penelitian.

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

Bab ini berisi tentang teori terdahulu yang digunakan sebagai referensi dalam penulisan penelitian, landasan teori, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

#### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini mengemukakan tentang rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, identifikasi operasional, dan pengukuran variabel, populasi, sampel, data, dan metode pengumpulan data, uji validitas, reliabilitas, dan teknik sampling serta teknik analisis data.

#### **BABIV: 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.