

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan perbankan di Indonesia saat ini semakin kompetitif dan mempertajam persaingan yang akhirnya membawa konsekuensi perusahaan yang mempunyai kemampuan bersaing. Subhash (2001:225) menyebutkan “*In free market economy, each company tries to out perform its competitors. A competitor is rival*”. Semakin kompetitif persaingan perbankan di Indonesia semakin ketat, maka hal utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan adalah masalah kualitas layanan kepada nasabah agar dapat tetap bertahan, bersaing dan menguasai pangsa pasar. Pimpinan harus tahu hal-hal apa saja yang dianggap penting oleh nasabah dan pimpinan berusaha menghasilkan kinerja (*performance*) sebaik mungkin sehingga dapat memuaskan nasabah.

Dalam kaitannya dengan layanan kepada nasabah, semua pihak yang bergerak dalam pemberian layanan harus menyadari bahwa keberadaan konsumen yang setia (*loyal*) merupakan pendukung untuk kesuksesan perusahaan. Loyalitas nasabah merupakan nilai yang diharapkan oleh semua perusahaan. Karena nasabah yang loyal akan mendatangkan manfaat bagi perusahaan berkelanjutan. Disamping itu loyalitas nasabah tidak kalah relevannya untuk dianalisis karena sikap loyalitas dari nasabah merasakan puas atau tidak puas terhadap layanan dari Bank BCA yang diterimanya (Tjiptono, 2005:19). Maka dari itu, mereka harus menempatkan konsumen sebagai aset yang sangat berharga, karena dalam

kenyataannya tidak ada satupun organisasi, terutama perusahaan yang akan mampu bertahan hidup bila ditinggalkan oleh nasabahnya. Menurut Foss dan Batu (2001, dalam Kazi Omar Siddiqi : 17), loyalitas nasabah berkaitan dengan apa yang nasabah pikirkan dan lakukan (atau mencoba untuk melakukan).

Kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan. Menurut Kotler dan Keller (2009: 143) “kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat”. Layanan yang baik merupakan daya tarik yang besar bagi nasabah, sehingga bisnis seringkali menggunakannya sebagai alat promosi untuk menarik minat nasabah. Kualitas dan kepuasan nasabah berkaitan sangat erat. Kualitas memberikan dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan nasabah serta kebutuhan mereka. Kualitas layanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan nasabah. Dalam kondisi persaingan yang begitu ketat, yang harus diprioritaskan oleh perusahaan adalah kepuasan nasabah agar dapat bertahan untuk bersaing dan menguasai pangsa pasar yang ada. Kepuasan nasabah ditentukan oleh kualitas jasa yang diinginkan para nasabah, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan pada saat ini, khususnya sebagai tolak ukur adalah keunggulan daya saing terhadap perusahaan yang ada.

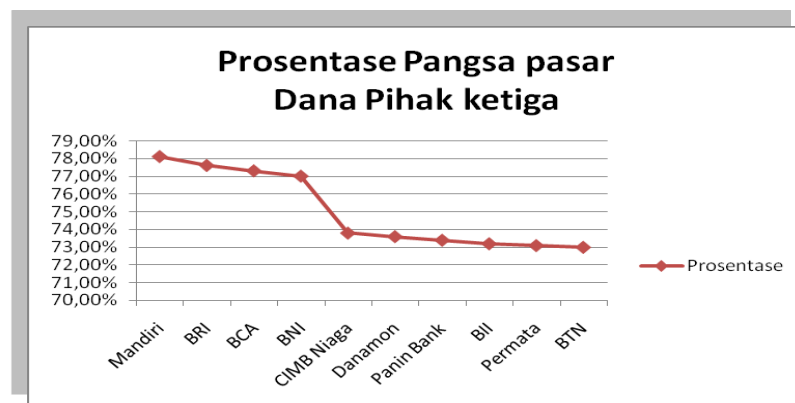
Kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah dapat dimediasi oleh kepuasan nasabah dalam menabung di Bank BCA. Kualitas layanan yang tidak baik adalah apabila bank tersebut tidak mampu mengerti dan memahami kepuasan nasabah, maka dengan sangat mudah akan dapat ditinggalkan oleh nasabahnya dan akhirnya nasabah akan beralih ke bank lain. Semakin kompetitifnya persaingan industri perbankan menuntut bank BCA untuk meningkatkan kualitas layanan perbankan. Meningkatkan terhadap layanan, ada dua hal pokok yang saling berkaitan erat yaitu harapan nasabah terhadap kualitas layanan (*expected quality*) dan persepsi nasabah terhadap kualitas layanan (*perceived quality*). Kepuasan nasabah menyangkut apa yang diungkapkan oleh nasabah Bank BCA tentang persepsi dan harapannya terhadap layanan perbankan yang diperoleh dari bank (*Parasuraman et al., 2007*). Dalam mendefinisikan kualitas layanan sebagai penilaian sebagai global yang berkenaan dengan superioritas satu layanan, sedangkan kepuasan nasabah adalah respon dari penilaian tersebut. Semua pihak yang membeli dan mengkonsumsi jasa perbankan akan memberikan penilaian yang berbeda-beda terhadap kualitas layanan dan kepuasan nasabah dalam menabung di Bank BCA Sidoarjo.

Kepuasan nasabah merupakan tingkat dimana nasabah sudah merasakan bahwa seluruh harapannya atas suatu produk dapat terpenuhi. Tingkat kepuasan nasabah yang tinggi belum tentu menghasilkan pembelian berulang dan peningkatan penjualan (*Griffin, 2005:2*). Tingkat kepuasan nasabah dapat diartikan sebagai kesesuaian antara apa yang dirasakan oleh nasabah dari

pengalamannya menggunakan jasa sebuah bank dengan apa yang diharapkan dari bank tersebut.

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah kualitas produk, misalnya seperti produk tabungan yang dimana kualitas produk tersebut merupakan suatu bentuk kepuasan yang kompleks oleh (Payne 1993: 24). Tabungan adalah simpanan pihak ketiga pada bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Walaupun bila dibandingkan dengan giro atau deposito, peranan tabungan dalam komposisi sumber dana perbankan relatif lebih kecil dan tingkat fluktuasi dana tabungan ini dianggap sangat kecil dan tidak stabil dana yang bersumber dari giro, namun tabungan merupakan jenis produk bank yang paling banyak diminati oleh nasabah sehingga merupakan komoditi yang paling penting.

Berdasarkan data statistik perbankan Bank Indonesia yang baru saja dirilis, Total DPK itu lebih banyak dikuasai 10 perbankan besar yaitu sebanyak 67,06 persen.



Sumber: VivaNews

**Gambar 1.1**  
**10 Perbankan Terbesar Pemegang Dana Pihak Ketiga**

Berdasarkan hasil diatas, dapat diketahui bahwa BCA yang menempati posisi ketiga dalam permasalahan dana pihak ketiga, yang dimana permasalahan yang terjadi di lapangan adalah rendahnya motivasi masyarakat dan kurangnya pengetahuan masyarakat dalam perbankan yang akan membuka rekening di salah satu bank untuk memperhatikan dengan seksama berbagai syarat dan ketentuan yang ditetapkan oleh bank. Dinilai dari sisi masyarakat, memilih bank ditentukan berbagai faktor. Pertama kurangnya kenyamanan dan keamanan. Ukuran kenyamanan ini tercermin dari kualitas layanan dan produk yang kurang inovatif sesuai kebutuhan dan preferensi nasabah. Untuk faktor keamanan lebih bersifat subyektif dari sisi nasabah. Kedua, faktor lokasi. Sebuah bank yang jauh dengan tempat tinggal atau tempat kerja nasabah tentu tidak disukai. Ketiga, faktor suku bunga dan biaya yang terlalu tinggi. Sementara di sisi bank, berbagai ketentuan dan syarat-syarat yang berlaku di program tabungan tidak disajikan secara jelas biasanya ditulis pakai huruf yang super kecil, jadi nasabah tidak mau untuk membaca. Maka dari itu pihak perbankan harus mereview kembali kebijakan yang sudah diambil terkait enngannya masyarakat menabung, disamping ada faktor eksternal yang cukup mempengaruhi alasan masyarakat. Masyarakat sudah semakin pintar memahami mekanisme dan persyaratan yang dibebankan pihak bank untuk meraup nasabah kompetisi dengan iming-iming hadiah sudah bukan prioritas bagi nasabah saat ini. Oleh karena itu, bank BCA harus berani membuat terobosan untuk bisa mengedepankan program yang menyentuh pertumbuhan banyak sektor secara signifikan, sehingga kejenuhan masyarakat menabung di bank tidak terjadi. Pentingnya lagi bagi bank BCA harus terus menerus

meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan nasabah dalam menabung yang tujuannya untuk meningkatkan loyalitas nasabah bank BCA diseluruh cabang bank BCA. (<http://www1.kompas.com/suratpembaca/read/35393>)

Namun disisi lain, masih tetap ada terdapat kesenjangan yang terjadi pada Bank BCA yaitu berupa adanya komplain atau pengaduan dari nasabah tentang kualitas layanan dari Bank BCA dimana nasabah masih merasakan suatu ketidakpuasan dalam beberapa layanan yang diberikan oleh nasabah Bank BCA. Salah satu nya yang menjadi keluhan dalam antrian untuk menabung/setoran dan sekaligus harapan dari nasabah Bank BCA adalah berkaitan dengan fasilitas yang diberikan oleh Bank BCA. (<http://www1.kompas.com/suratpembaca/read/31169>).

Terkait dengan hal ini peneliti melakukan pengukuran terhadap tingkat kualitas layanan berdasarkan lima dimensi yang terdiri dari (1) bukti fisik (*tangibles*): modern fasilitas fisik dan peralatan yang digunakan serta seberapa baik penampilan personel di kantor cabang; (2) keandalan (*reliability*): kemampuan memberikan layanan secara tepat, akurat, dan dapat percaya sejak pertama kali tanpa kesalahan apa pun dan sesuai tepat waktu yang dijanjikan; (3) daya tanggap (*responsiveness*): kecepatan antrian, kesediaan karyawan untuk memberikan bantuan dan respon permintaan nasabah, serta memberikan layanan secara cepat dan efisien; (4) jaminan (*assurance*): kemampuan dalam memberikan layanan yang dapat menumbuhkan kepercayaan nasabah kepada bank, bersikap ramah, sopan, menguasai pengetahuan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan dan menghargai nasabah; (5) empati (*empathy*): kemampuan dan kemauan karyawan maupun bank dalam memahami kebutuhan nasabah, bertindak

demikian kepentingan nasabah, termasuk memberikan perhatian personal kepada nasabah. Dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah perbankan dan mengamati perilaku mereka dalam menggunakan produk dan layanan bank, hasil studi kami menunjukkan bahwa tidaklah mudah mengkonversi kualitas layanan yang bagus “*service excellence*” menjadi performa yang bagus pada “*customer satisfaction*”, apalagi hingga pada loyalitas yang tinggi terhadap suatu produk dan layanan. Pada kenyataannya, setiap pelanggan memiliki kebutuhan dan ekspektasi yang berbeda-beda terhadap suatu produk dan layanan. Nasabah yang berbeda seharusnya dilayani dengan sentuhan yang berbeda sesuai dengan *anxieties* dan desires mereka. ([www.markplusinsight.com/in-media-service-to-care-index-2012.php](http://www.markplusinsight.com/in-media-service-to-care-index-2012.php)).

Dapat dilihat gambar 1.2 dibawah ini berdasarkan persepsi responden pada tahun 2011 dan 2012 dilakukan di enam kota besar di Indonesia yaitu Jabotabek, Bandung, Semarang, Surabaya, Medan, dan Makasar. Berdasarkan melalui lima dimensi tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy.



**Gambar 1.2**  
**Indeks Service to Care Total Bank Konvensional**

Berdasarkan gambar diatas bank BCA pada 2011 menempati posisi delapan dan pada tahun 2012 menempati posisi lima. Maka dapat diidentifikasi bahwa bank BCA perlu adanya peningkatan loyalitas nasabah serta kualitas layanan dan kepuasan nasabah khususnya fasilitas yang lebih baik, untuk kemudahan dan kenyamanan nasabahnya dalam setiap melakukan kegiatan atau transaksi perbankan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penelitian ini mengambil bank BCA di Sidoarjo sebagai salah satu objek penelitian. Selain itu, pemilihan objek penelitian ini dikarenakan bank BCA adalah bank swasta yang muda dijumpai di banyak tempat sehingga bank BCA yang muda dijangkau oleh peneliti. Oleh karena itu, bank BCA dipilih sebagai objek penelitian karena tidak kesulitan melakukan observasi terhadap calon responden sebagai sumber data. Maka dari itu, peneliti tertarik melakukan penelitian terhadap layanan bank swasta di Sidoarjo dengan judul : “ Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menabung di Bank BCA Sidoarjo”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang telah dijabarkan pada latar belakang maka dapat dirumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan yang terdiri dari dimensi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan serta empati berpengaruh signifikan secara bersama terhadap kepuasan nasabah Bank BCA di Sidoarjo?



2. Apakah kualitas layanan yang terdiri dari dimensi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan serta empati berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah Bank BCA di Sidoarjo?
3. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BCA di Sidoarjo?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis signifikansi pengaruh kualitas layanan yang terdiri dari dimensi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, serta empati secara bersama terhadap kepuasan nasabah Bank BCA di Sidoarjo.
2. Menganalisis signifikansi pengaruh kualitas layanan yang terdiri dari dimensi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, serta empati secara parsial terhadap kepuasan nasabah Bank BCA di Sidoarjo.
3. Menganalisis signifikansi pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah Bank BCA di Sidoarjo.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1. Bagi Perbankan**

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan masukan sebagai dasar untuk meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan nasabah dalam menabung di Bank BCA Sidoarjo. Sehingga dapat memperbaiki, mengembangkan dan mengimplementasikan strategi dan inovasi.

## **2. Bagi Penulis**

Dapat memberikan tambahan pengetahuan sehingga dapat meningkatkan pemahaman dan menjembatani antara teori yang didapat dengan kenyataan yang ada di lapangan.

## **3. Bagi STIE Perbanas Surabaya**

Penelitian ini diharapkan bermanfaat dan berguna sebagai bahan masukan atau acuan dasar pada penelitian berikutnya dengan materi dan objek yang berhubungan dengan penelitian selanjutnya.

### **1.5 Sistematika Penulisan Skripsi**

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

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan proposal.

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

Pada bab ini berisikan tentang penelitian terdahulu dan beberapa landasan teori yang menguraikan mengenai teori-teori yang relevan dengan topik penelitian, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian ini.

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

Bab ini secara garis besar akan membahas mengenai metode penelitian yang terdiri dari: rancangan penelitian, batasan penelitian,

identifikasi variabel, definisi operasional pengukuran variabel, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, instrumen penelitian, data dan metode pengumpulan data, uji validitasi dan reliabilitas instrument penelitian, serta yang terakhir adalah teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

#### **BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

Bab ini berisi uraian tentang gambaran subyek penelitian yang menjelaskan garis besar tentang populasi pada penelitian, dijelaskan juga mengenai analisis data yang terdiri dari analisis deskriptif, pengujian hipotesis dan pembahasan yang berisi penalaran dari hasil penelitian secara teoritik dan empirik.

#### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi uraian tentang kesimpulan penelitian, keterbatasan penelitian yang dilakukan secara teoritik, metodologis, maupun teknis, serta saran bagi pihak-pihak terkait dengan hasil penelitian demi penyempurnaan dalam melakukan penelitian.