

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

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

Dengan bertambah pesatnya industri perbankan membuat persaingan antar Bank semakin ketat dalam merebut nasabah serta mempertahankan pangsa pasar yang ada. Seiring dengan semakin ketatnya persaingan di dunia bisnis saat ini, maka semakin sulit bagi Bank untuk dapat menjaga kesetiaan nasabah agar tidak berpindah pada Bank pesaing. Bank Prima Master merupakan salah satu bank yang menghadapi kondisi tersebut.

Bank ini telah beroperasi selama kurang lebih 20 tahun dengan dukungan sekitar 300 karyawan dan 24 kantor Bank termasuk kantor kas, berupaya untuk membangun loyalitas nasabahnya. Bank ini telah terkoneksi secara on-line yang tersebar di Surabaya, Sidoarjo, Malang, Gresik, Jakarta, Jatinegara, Jember, Denpasar, Semarang, Bekasi, Tangerang, Depok dan Mataram. Jaringan kantor direncanakan terus ditambah pada tahun-tahun selanjutnya.

Dalam upaya menghadapi persaingan langkah-langkah Strategis yang akan ditempuh Bank Prima Master dalam menciptakan marketing Bank yang baik :

1. Melakukan penambahan modal disetor Bank dari Rp.150 milyar menjadi Rp.200 milyar.
2. Meningkatkan kesiapan dan persiapan operasional terkait rencana Bank devisa.

3. Meningkatkan kesiapan dan persiapan operasional terkait realisasi pengoperasian ATM dan fasilitas yang terkait.
4. Pelayanan payment point melalui counter bank dengan memanfaatkan jaringan ATM.
5. Mengidentifikasi pasar dari nasabah yang telah ada sehingga dapat dilakukan peningkatan penyerapan kredit maupun dana bagi Bank (*customer get customer*).
6. Memperluas jaringan kantor untuk meningkatkan layanan Bank.
7. Meningkatkan fungsi *Asset and Liability Committee* (ALCO).
8. Menyempurnakan *Standard Operating Procedures* (SOP) dan menambah SOP baru pengoperasian ATM.
9. Pengembangan Teknologi Informasi ;pembuatan dan pemeliharaan secara berkala website Bank, menyusun *Business Continuity Plan* (BCP), Sejalan dengan realisasi pengoperasian ATM.

Dalam upaya mendukung langkah-langkah strategis tersebut pemasar perbankan dituntut :

- 1) Percaya kepada produk yang ditawarkan. Pengetahuan tentang produk adalah sangat penting, namun jauh lebih penting adalah percaya kepada produk yang di jual. Untuk percaya kepada produk, tentu membutuhkan pengetahuan produk yang memadai, sebab ini akan menjadi sumber energi bahwa Bank tersebut telah menawarkan produk sebenarnya adalah membantu orang. Mindset akan berubah, bukan sekedar mendapatkan uang, tetapi membantu orang lain.

- 2) Sikap positif. Diantara sikap positif yang perlu dimiliki adalah percaya diri, memiliki motivasi yang tinggi, tidak malas, dan pantang menyerah. 85% keberhasilan ditentukan oleh sikap Bank terhadap nasabahnya. Bukan masalah teknis, masalah teknis hanya memiliki kontribusi 15% terhadap keberhasilan Bank tersebut. Jadi, jika Bank tersebut ingin sukses dalam profesi sales atau marketing, maka haruslah membangun sikap positif atau mental baja pada saat menawarkan produk. Memang tidak mudah, perlu mental yang luar biasa kuat. Namun pada kenyataannya, sales adalah salah satu profesi yang menjanjikan dengan imbalan yang tidak terbatas.
- 3) Tingkatkan keterampilan menjual. Meski Bank tersebut menyebutkan bahwa masalah teknis hanya memberikan kontribusi 15%, tetap saja memberikan kontribusi atas keberhasilannya. Tidak akan mencapai 100% jika tanpa yang 15% ini. Sebenarnya, tanpa penguasaannya masalah teknis, Bank tersebut masih bisa berhasil jika sudah memiliki sikap yang positif. Namun peluangnya belum 100%, jadi akan jauh lebih baik jika Bank tersebut menguasai masalah teknis juga seperti keterampilan menjual.

Ketepatan dan cara dalam penanganan masalah serta komunikasi yang baik dapat mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Prima Master Surabaya. Dalam konteks ini, komunikasi mengacu pada kemampuan Bank untuk memberikan informasi yang tepat waktu dan dapat dipercaya. Saat ini ada pandangan baru mengenai komunikasi yaitu sebagai dialog interaktif antara perusahaan dan konsumen yang berlangsung selama pra-penjualan, menjual, konsumsi dan setelah tahap konsumsi (Anderson dan Narus dalam Ndubisi, 2007:100). Pakar

pemasaran jasa terkemuka, Gronroos (2000) mengamati bahwa “*even negative information is better than no information*” (Tjiptono, 2008:168). Proses komunikasi yang baik terhadap nasabah Bank Prima Master Surabaya tanpa adanya *noise* atau gangguan akan menghasilkan penerimaan yang baik pula. Bank Prima Master harus bisa membangun komunikasi yang baik sehingga tidak terjadi kesalahpahaman terhadap nasabahnya.

Kepuasan nasabah Bank Prima Master Surabaya adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapan. Kepuasan konsumen sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Kepuasan nasabah sebagai persepsi nasabah bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui.

Kepercayaan dan komitmen diciptakan Bank Prima Master Surabaya terhadap nasabahnya. Pihak Bank membangun hubungan jangka panjang dan jangka pendek yang harmonis terhadap nasabahnya, agar nasabah tersebut tetap percaya dan menjaga berkomitmen yang telah disepakati bersama.

Loyalitas nasabah Bank Prima Master Surabaya merupakan *asset* yang bernilai bagi Bank, karena nasabah yang loyal akan mengurangi usaha Bank untuk mencari nasabah baru dan mereka senantiasa memberikan umpan balik positif kepada perusahaan. Setiap Bank berlomba-lomba melakukan berbagai macam strategi untuk menciptakan loyalitas pada setiap nasabahnya. Loyalitas nasabah Bank Prima Master dapat diukur dari seberapa besar dana yang diberikan oleh nasabah kepada pihak Bank.

Penulis memperoleh informasi mengenai kurangnya loyalitas nasabah di Bank Prima Master Surabaya dari beberapa karyawan yang bekerja Bank tersebut. Adapun permasalahan yang dihadapi oleh Bank Prima Master Surabaya yang mempengaruhi loyalitas nasabah antara lain :

1. Kurang mengenalnya masyarakat terhadap Bank Prima Master Surabaya mulai dari sistem perbankan hingga produk dan layanan yang ditawarkan oleh Bank Prima Master Surabaya.
2. Nasabah kurang percaya terhadap pelayanan Bank Prima Master sehingga loyalitas nasabah di Bank tersebut kurang.

Faktor yang mempengaruhi loyalitas Bank Prima Master Surabaya adalah persepsi masyarakat terhadap jati diri Bank tersebut. Ketika persepsi yang timbul karena pelayanan ataupun produk yang diberikan itu kurang baik, maka akan menimbulkan persepsi yang tidak baik dimata masyarakat. Untuk menghindari agar tidak terjadi persepsi seperti itu, maka manajemen Bank perlu untuk mengidentifikasi apa yang dibutuhkan oleh nasabah secara cepat. Di lihat dari latar belakang diatas alasan pemilihan penelitian ini untuk meneliti Bank Prima Master, adalah karena bank ini berkeinginan memiliki nasabah yang loyalyang selama ini masih belum seperti yang diharapkan.

Oleh karena itu berdasarkan uraian tersebut di atas peneliti tertarik untuk mengkaji **“Pengaruh Komunikasi, Penanganan Masalah, Kepercayaan, Kepuasan, Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Prima Master Surabaya”**.

## **1.2 Perumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat diambil suatu rumusan masalah untuk penelitian ini yaitu:

1. Apakah variabel komunikasi, penanganan masalah, kepercayaan, kepuasan, dan komitmen secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank Prima Master Surabaya?
2. Apakah variabel komunikasi secara parsial berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah di Bank Prima Master Surabaya?
3. Apakah variabel penanganan masalah secara parsial berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah di Bank Prima Master Surabaya?
4. Apakah variabel kepercayaan secara parsial berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah di Bank Prima Master Surabaya?
5. Apakah variabel kepuasan secara parsial berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah di Bank Prima Master Surabaya?
6. Apakah variabel komitmen secara parsial berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah di Bank Prima Master Surabaya?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Menguji pengaruh positif variabel komunikasi, penanganan masalah, kepercayaan, kepuasan, dan komitmen secara simultan terhadap loyalitas nasabah di Bank Prima Master Surabaya.
2. Menguji pengaruh positif variabel komunikasi secara parsial terhadap loyalitas nasabah di Bank Prima Master Surabaya.

3. Menguji pengaruh positif variabel penanganan masalah secara parsial terhadap loyalitas nasabah di Bank Prima Master Surabaya.
4. Menguji pengaruh positif variabel kepercayaan secara parsial terhadap loyalitas nasabah di Bank Prima Master Surabaya.
5. Menguji pengaruh positif variabel kepuasan secara parsial terhadap loyalitas nasabah di Bank Prima Master Surabaya.
6. Menguji pengaruh positif variabel komitmen secara parsial terhadap loyalitas nasabah di Bank Prima Master Surabaya.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, manfaat yang diperoleh dari penelitian ini yaitu :

##### 1. Bagi Bank Prima Master Surabaya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan tolok ukur bagi pihak bank. Sehingga nantinya dalam menjalankan kegiatan usahanya, manajemen bank dapat lebih memperbaiki kinerja dan pelayanannya.

##### 2. Bagi Peneliti

Sebagai bahan penerapan dari teori-teori yang telah didapat selama proses perkuliahan. Agar nantinya dapat diterapkan secara langsung pada dunia kerja yang sesungguhnya.

##### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai bahan kajian dalam penelitian yang akan datang dan dapat dijadikan sebagai sumber wacana baru atau sumber pustaka.

##### 4. Bagi STIE Perbanas

Sebagai tambahan bahan atau rujukan bagi peneliti dan pembaca yang akan melakukan penelitian lebih lanjut.

### **1.5 Sistematika Penulisan Skripsi**

Sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini akan diuraikan tentang Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, serta Sistematika Penulisan Skripsi.

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

Dalam bab ini dijelaskan tentang Penelitian Terdahulu, Landasan Teori, Kerangka Pemikiran, serta Hipotesis Penelitian.

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

Pada bab ini diuraikan tentang Rancangan Penelitian, Batasan Penelitian, Identifikasi Variabel, Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel, Teknik Sampling, Data dan Metode Pengumpulan Data, serta Teknik Analisis Data.

#### **BABIV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

Dalam bab ini diuraikan tentang gambaran umum subyek penelitian, analisis data, pengujian hipotesis dan pembahasan

#### **BABV : PENUTUP**

Dalam bab ini diuraikan tentang kesimpulan hasil penelitian, keterbatasan penelitian dan saran