

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dari industri perbankan di Makassar dapat menunjukkan meningkatnya jumlah nasabah yang menggunakan jasa perbankan. Para nasabah semakin kritis dalam memilih bank, khususnya yang berkaitan dengan layanan perbankan. Situasi persaingan perbankan yang semakin ketat mendorong bank-bank di Makassar terus berinovasi pada produk dan jasa yang ditawarkan. Bank dituntut untuk kreatif dan inovatif pada produk dan jasa bank dapat memenangkan kompetisi dalam menarik nasabah. Berbagai fasilitas dan strategi pemasaran terus dikembangkan khususnya pada layanan perbankan, teknologi layanan mandiri, taktik pemasaran relasional, hubungan pemasaran, kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah.

Sebagian besar bank mencoba untuk mempertahankan loyalitas nasabah melalui promosi, terutama dengan menawarkan program menarik seperti undian berhadiah setiap tahun, nasabah akan mendapat *souvenir* setiap pembukaan rekening baru sebagai apresiasi bagi nasabah bank. Ketatnya persaingan di sektor perbankan memiliki dampak yang cenderung tinggi terhadap kemudahan nasabah beralih ke bank lain. Bank yang kurang responsif untuk menghadapi persaingan dan perubahan keinginan nasabah akan mudah ditinggalkan oleh nasabah, untuk itu bank berusaha memenuhi keinginan nasabah. Loyalitas nasabah adalah membeli kembali produk atau jasa secara konsisten di masa depan meskipun ada situasi yang

berpotensi menimbulkan perubahan perilaku seperti pengaruh orang lain atau upaya pemasaran yang dilakukan oleh pesaing.

Keberhasilan bank dalam mempertahankan nasabah untuk tetap terus menggunakan produk layanan yang diberikan oleh bank tersebut tergantung pada strategi pemasaran seperti inovasi produk, penyediaan teknologi yang canggih dan bersahabat dengan penggunanya dan menyediakan pelayanan yang cepat melalui perbankan elektronik (*e-banking*), promosi, dan peningkatan kualitas pelayanan perbankan. Perkembangan teknologi yang semakin maju nasabah dengan mudah melakukan transaksi melalui mesin ATM, Mesin setor tunai, SMS *Banking* maupun *Mobile Banking* yang disediakan oleh bank. Ini bertujuan untuk meningkatkan kepuasan nasabah agar nasabah tidak beralih pada bank lain.

Meningkatnya kepuasan nasabah terhadap layanan yang diberikan oleh bank, maka nasabah akan loyal dengan bank yang bersangkutan bahkan akan menambah produk jasa yang disediakan oleh pihak bank. Taktik pemasaran relasional salah satu faktor yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga bank bisa memberikan pelayanan yang terbaik untuk nasabah Rizan, *et. al.*,(2014).

Berdasarkan dengan pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa apabila Bank BRI di Makassar ingin mendapatkan peningkatan nasabah secara keseluruhan dengan memperhatikan beberapa hal penting yaitu layanan teknologi mandiri, taktik pemasaran relasional, dan hubungan pemasaran sehingga akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah ini dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1.1
INDONESIA BANK LOYALTY INDEX (IBLI) 2013-2014
CUSTOMER SATISFACTION

Rangking	Tahun 2013	Tahun 2014
1	BCA	BCA
2	BNI	BII
3	MANDIRI	MANDIRI
4	BRI	BNI
5	DANAMON	BRI
6	BII	CIMB NIAGA
7	CIMB NIAGA	DANAMON
8	PANIN BANK	BTN
9	BTN	PERMATA BANK
10	PERMATA BANK	PANIN BANK

Sumber : *Majalah infobank edisi Januari 2014*

Pada tabel 1.1 berisi tentang sepuluh bank peraih penghargaan *Customer Satisfaction* pada tahun 2013 sampai dengan tahun 2014 yang menunjukkan kepuasan nasabah pada beberapa bank. Berdasarkan perolehan penghargaan pada tahun 2013 Bank BRI memperoleh penghargaan peringkat ke empat, sedangkan pada tahun 2014 Bank BRI memperoleh penurunan peringkat ke lima ini menyimpulkan bahwa kinerja yang dilakukan Bank BRI mengalami penurunan dari peringkat ke empat menjadi peringkat ke lima. Penurunan peringkat ini dapat saja disebabkan adanya salah satu faktor pelayanan kepada nasabah, karena bank dan masyarakat saling bergantung yang tidak dapat dipisahkan (Mahmoedien, 1993 : 165). Bank BRI berupaya untuk terus meningkatkan kinerja dalam perusahaan dan memberikan pelayanan terbaik yang diberikan kepada nasabahnya dapat dilihat pada tabel 1.2.

Bank BRI mendapat predikat sepuluh bank terbaik dalam penghargaan sebagai bank *Overall Loyalty* tahun 2013-2014, dimana Bank BRI mengalami peningkatan dari peringkat empat tahun 2013 menjadi peringkat tiga tahun 2014.

Bank BRI sudah memberikan pelayanan yang terbaik untuk nasabahnya, sehingga nasabah loyal terhadap bank tersebut.

Tabel 1.2
INDONESIA BANK LOYALTY INDEX (IBLI) 2013-2014
OVERALL LOYALTY

Rangking	Tahun 2013	Tahun 2014
1	BCA	BCA
2	MANDIRI	MANDIRI
3	BNI	BRI
4	BRI	BNI
5	BII	BII
6	DANAMON	DANAMON
7	BTN	BTN
8	CIMB NIAGA	CIMB NIAGA

Sumber : *Majalah infobank edisi Januari 2014*

Bank BRI memperluas cabang di seluruh wilayah Indonesia salah satunya di Makassar yaitu Cabang Sumba Opu Makassar, sejak didikannya Bank BRI telah berupaya untuk melakukan peningkatan dalam segala aspek. Salah satu hal yang terus ditingkatkan oleh Bank BRI yaitu teknologi yang sudah ada, teknologi yang semakin berkembang dan maju dimanfaatkan oleh Bank BRI untuk melayani nasabah. Taktik yang dikembangkan yaitu dengan adanya *mobile banking*, hal tersebut dilakukan tidak hanya untuk mempertahankan nama baik Bank BRI melainkan salah satunya supaya untuk memenuhi kebutuhan nasabah yang efisien dan cepat. Hubungan pemasaran yang dilakukan oleh Bank BRI di Makassar juga untuk membangun mitra dengan masyarakat wilayah Makassar, namun masih ada beberapa hal ketidakpuasan dalam hasil dialog dengan nasabah Bank BRI Cabang Sumba Opu dan nasabah Bank BRI Cabang Unit Samratulangi menjelaskan bahwa nasabah merasa kurang puas dengan sistem jaringan baik dalam transaksi *mobile banking* Bank BRI di Makassar. Sistem jaringan yang tidak lancar

membuat nasabah tidak bisa melakukan transaksi secara cepat dan efisien, hal tersebut tidak hanya dirasakan saat nasabah menggunakan *mobile bankig* saja melainkan dari hasil dialog dengan nasabah Bank BRI di Makassar nasabah yang melakukan transaksi melalui teller mengalami hal serupa karena adanya jaringan yang *off line*. Nasabah beberapa kali mengalami masalah sistem jaringan di awal bulan minggu kedua, hal tersebut membuat nasabah kurang puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Bank BRI di Makassar.

Berhubungan dengan masih adanya masalah kepuasan nasabah di Bank BRI sehingga perlu dilakukan penelitian untuk mencari faktor-faktor yang terkait dengan menurunnya kepuasan dan loyalitas nasabah Bank BRI di Makassar. Menurut jurnal Djajanto, *et al.*, (2014) layanan teknologi mandiri, taktik pemasaran relasional dan hubungan pemasaran berpengaruh signifikan pada kepuasan nasabah. Selain itu, hubungan pemasaran secara signifikan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Namun pada penelitian tersebut tidak membuktikan bahwa teknologi dan kualitas layanan tidak berpengaruh pada loyalitas nasabah. Faktor yang dapat mempengaruhi adanya layanan teknologi mandiri ditinjau dari sejauh mana Bank BRI memberikan teknologi yang lebih canggih seperti mesin ATM, mesin setor tunai dan *mobile banking* dimana untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi. Taktik pemasaran relasional juga mempengaruhi kepuasan dan loyalitas nasabah ditinjau dari bagaimana karyawan tersebut melayani nasabah dengan profesional. Hubungan pemasaran ini ada beberapa faktor yang dapat menunjukkan bahwa Bank BRI memiliki hubungan baik dengan nasabah supaya dapat memiliki nasabah untuk jangka panjangnya. Sehingga kepuasan dan loyalitas

nasabah akan dapat terjadi apabila pelayanan yang diberikan dari Bank BRI sesuai dengan harapan nasabah.

Penelitian ini membahas beberapa hal yaitu teknologi layanan mandiri, hubungan pemasaran dan kepuasan nasabah yang merupakan replikasi dari penelitian Djajanto, *et al.*, (2014). Penelitian tersebut menggunakan bank sebagai objek penelitian dan wilayah penelitian di Indonesia yaitu tujuh kota di Jawa Timur, menggunakan sampel 210 responden. Teknologi layanan mandiri signifikan terhadap kepuasan Djajanto, *et al.*, (2014). Selain itu taktik pemasaran relasional, dan loyalitas nasabah menunjukkan replikasi dari penelitian Rizan, *et al.*, (2014). Penelitian tersebut menyatakan bahwa nasabah akan terus menggunakan kembali jasa layanan yang di berikan oleh pihak bank dengan menggunakan taktik pemasaran yang berbeda dan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah sehingga nasabah tetap loyal kepada bank. Wilayah penelitian yang digunakan yaitu di Jakarta dengan menggunakan sampel 150 dan responden yang dipilih yaitu karyawan bank.

Berbagai faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas nasabah dan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan kepuasan dan loyalitas nasabah dengan Judul “Pengaruh teknologi layanan mandiri, taktik pemasaran relasional, hubungan pemasaran terhadap loyalitas nasabah dengan mediasi kepuasan nasabah pada Bank BRI di Makassar”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah teknologi layanan mandiri berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah pengguna *mobile banking* Bank BRI di Makassar?
2. Apakah taktik pemasaran relasional berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah pengguna *mobile banking* Bank BRI di Makassar?
3. Apakah hubungan pemasaran berpengaruh signifikan positif terhadap terhadap kepuasan nasabah pengguna *mobile banking* Bank BRI di Makassar?
4. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas nasabah pengguna *mobile banking* Bank BRI di Makassar?
5. Apakah teknologi layanan mandiri, taktik pemasaran relasional dan kepuasan nasabah dimediasi dengan kepuasan nasabah berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas nasabah pengguna *mobile banking* Bank BRI di Makassar?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan dan perumusan masalah dalam penelitian ini, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menguji signifikansi positif pengaruh teknologi layanan mandiri terhadap kepuasan nasabah pengguna *mobile banking* Bank BRI di Makassar.
2. Menguji signifikansi positif pengaruh taktik pemasaran relasional terhadap kepuasan nasabah pengguna *mobile banking* Bank BRI di Makassar.

3. Menguji signifikansi positif pengaruh hubungan pemasaran terhadap kepuasan nasabah pengguna *mobile banking* BRI di Makassar.
4. Menguji signifikansi positif pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pengguna *mobile banking* Bank BRI di Makassar.
5. Menguji signifikansi positif pengaruh teknologi layanan mandiri, taktik pemasaran relasional dan kepuasan nasabah dimediasi dengan kepuasan nasabah pengguna *mobile banking* Bank BRI di Makassar.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian suatu masalah tentunya mempunyai maksud, tujuan serta manfaat tertentu. Sehingga dalam hal ini manfaat penelitian adalah:

1. Manfaat bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan dalam bidang perbankan terutama yang berkaitan dengan kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah, dengan mencoba menganalisis teori-teori yang selama ini diperoleh dalam perkuliahan.

2. Manfaat bagi Bank BRI

Sebagai informasi yang dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk menyempurnakan pelayanan nasabah yang diberikan, baik dalam memperbaiki kekurangan atau kelamahan yang ada maupun mempertahankan atau meningkatkan pelayanan nasabah.

3. Manfaat bagi STIE Perbanas Makassar

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan koleksi perpustakaan dan

dapat digunakan sebagai bahan acuan serta dapat dikembangkan lagi bagi penelitian lain yang akan mengambil topik yang sama untuk bahan penelitian.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan penelitian ini akan dibagi dalam beberapa bab secara berurutan. Bab-bab tersebut terdiri dari sub bab-sub bab yang disusun secara sistematis. Pembagian bab secara berurutan akan terlihat dalam uraian sistematis seperti yang diuraikan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menguraikan tentang penelitian terdahulu, landasan teori dan kerangka pemikiran yang berkaitan dengan obyek permasalahan yang mendukung penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan tentang rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, instrumen penelitian, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian serta teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini uraikan mengenai gambaran umum dari unit penelitian, hasil penelitian dan pembahasan dari hasil pengujian.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan yang berisi jawaban dari masalah yang diperoleh penulis dari hasil penelitian dan juga saran yang ditunjukkan kepada pihak-pihak terkait dengan hasil penelitian.

