

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam dunia *modern* peran perbankan dalam memajukan perekonomian suatu negara sangatlah besar. Lembaga perbankan merupakan inti dari sistem keuangan suatu negara (Hermansyah, 2009:7). Hampir semua sektor yang berhubungan dengan kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa bank (Kasmir, 2002:2). Kualitas pelayanan sangat penting dalam bisnis perbankan. Selain menawarkan berbagai macam produk, perbaikan di sisi teknologi informasi, pelayanan fisik, dan pelayanan non fisik dimaksudkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan (Ariyani, 2008). Semakin kompetitifnya persaingan loyalitas pun dengan cepat berubah (Eshghi, Abdolreza., Roy, S K., dan Gamguly, S. 2008).

Pemahaman terhadap persepsi dan proses yang saling terkait sangat penting bagi tenaga pemasar dalam upaya membentuk persepsi yang tepat. Terbentuknya suatu persepsi akan memberi penilaian yang tepat. Citra yang ada dibenak nasabah timbul karena proses persepsi, bagaimana nasabah menilai sebuah kualitas jasa juga sangat ditentukan oleh persepsinya. Keberhasilan dalam pemosisian produk juga sangat tergantung pada persepsi yang ada dibenak nasabah (Suryani, 2008)

PT. Bank Commonwealth (“Commonwealth Bank”) merupakan anak perusahaan Commonwealth Bank of Australia yang berbasis di Sydney dan merupakan penyedia jasa keuangan terkemuka di Australia. Kehadiran

Commonwealth Bank merupakan bagian dari strategi jangka panjang Commonwealth Bank of Australia untuk mengembangkan bisnisnya hingga ke Asia Pasifik, khususnya di Indonesia dan Cina. Di Indonesia sendiri, ditandai dengan dibukanya kantor perwakilan Commonwealth Bank of Australia pada tahun 1990. Pada tahun 1997, Commonwealth Bank of Australia membentuk perusahaan *joint venture* untuk menyediakan layanan perbankan korporat bagi entitas bisnis Indonesia dan perusahaan lainnya. Pada tahun 2000, perusahaan tersebut menjadi Commonwealth Bank, dengan Commonwealth Bank of Australia sebagai pemegang saham utama. Pada tahun 2007, sebagai bagian dari rencana pengembangan pasar Usaha Kecil Menengah(UKM), Commonwealth Bank mengakuisisi saham Bank Arta Niaga Kencana (ANK) yang berbasis di Surabaya dengan penguasaan pasar yang dominan di wilayah Jawa Timur. Akuisisi tersebut telah membantu Commonwealth Bank memperkuat bisnis UKM serta membangun jaringan yang lebih luas di Indonesia bagian timur.

Commonwealth Bank menyediakan layanan perbankan yang lengkap. Dengan kedudukannya sebagai penyedia layanan *Wealth Management* terkemuka, Bank juga mengembangkan fokus usahanya pada layanan *Retail Banking*, UKM dan *Whole sale Banking*, dengan menawarkan solusi keuangan yang dirancang khusus sesuai dengan kebutuhan nasabah. Commonwealth Bank menawarkan produk dan layanan *Retail Banking* yang lengkap, yaitu meliputi produk-produk simpanan dan pinjaman, reksa dana, serta *bancassurance*, yang ditujukan pada empat kelompok nasabah. Salah satunya adalah kalangan kelas menengah Indonesia yang sedang bertumbuh pesat. Tiga kelompok nasabah lain yang sama

pentingnya adalah segmen *high net-worth individuals*, UKM, dan *wholesale banking*.

Commonwealth Bank adalah Bank yang terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Commonwealth Bank memperoleh izin usaha berdasarkan Surat Keputusan Menteri Keuangan No. 262/KMK.017/1997, tanggal 11 Juni 1997. Melayani nasabah melalui 91 (per 30 Juni 2015) jaringan kantor di 32 kota besar di Indonesia, Commonwealth Bank berusaha menjangkau segmen kelas menengah di seluruh wilayah Indonesia. Selain itu, Bank terus mengedepankan inovasi demi memenuhi kebutuhan nasabah dan makin fokus dengan solusi layanan *e-channel (digital banking)* yang lengkap sekaligus digunakan untuk melakukan edukasi publik dan nasabah dalam hal literasi keuangan maupun keamanan.

Commonwealth Bank mengoperasikan lebih dari 144 ATM (per 30 Juni 2015) dan akan terus ditambah. Selain terkoneksi dengan jaringan ATM global Commonwealth Bank of Australia, layanan ATM Commonwealth Bank juga terhubung dengan jaringan ATM terluas di Indonesia yaitu ATM Bersama dan PRIMA/BCA.

Commonwealth Bank juga menawarkan kemudahan berbelanja melalui kerja sama dengan jaringan Debit PRIMA/BCA dan Maestro, yang memungkinkan kartu ATM Commonwealth Bank digunakan sebagai kartu debit diseluruh toko atau penjual di Indonesia yang tergabung dalam jaringan tersebut. Kartu ATM Commonwealth Bank didesain sesuai dengan kebutuhan segmen pasar kelas menengah. Selain itu, Commonwealth Bank juga memberikan

layanan perbankan yang nyaman, handal, mudah dan terjangkau bagi nasabah melalui Internet Banking dan Mobile Banking. Aplikasi Mobile Banking ini merupakan yang pertama di Indonesia dengan fitur investasi yang memudahkan nasabah membeli reksa dana dan menempatkan deposito kapan pun dan dimana pun. Sejalan dengan visi Bank menjadi penyedia layanan keuangan terbaik di Indonesia melalui *customer service excellence*, Commonwealth Bank menempati peringkat pertama di antara bank-bank asing dan peringkat ketiga di antara seluruh bank di Indonesia dalam segi kualitas pelayanan. Pencapaian didasarkan pada hasil survei oleh Synovate, sebuah lembaga survei independen.

Pada tahun 2010 Fitch Ratings memberikan peringkat "*National Long-term AAA with a Stable Outlook*" kepada Commonwealth Bank, bersama dengan hanya sembilan bank lainnya di Indonesia, yang memperlihatkan secara jelas kondisi keuangan Bank yang stabil. Peringkat ini memberikan kemudahan bagi Commonwealth Bank untuk menerbitkan instrumen utang di dalam negeri guna membiayai pertumbuhan dimasa depan. Pada tahun 2014, Commonwealth Bank berhasil mempertahankan peringkat AAA (perusahaan berkualitas terbaik, layak dan stabil) tersebut.

Sebagai salah satu pasar utama di Asia, Indonesia menawarkan peluang pertumbuhan ekonomi yang menjanjikan, sehingga Commonwealth Bank of Australia tetap berkomitmen untuk meningkatkan inovasi dan layanan baik pinjaman, simpanan maupun investasi perbankan.

Dalam usaha memberikan pelayanan yang maksimal bagi bank yang fokus ke *retail banking* tentunya telah ada beberapa penelitian yang dilakukan berkaitan

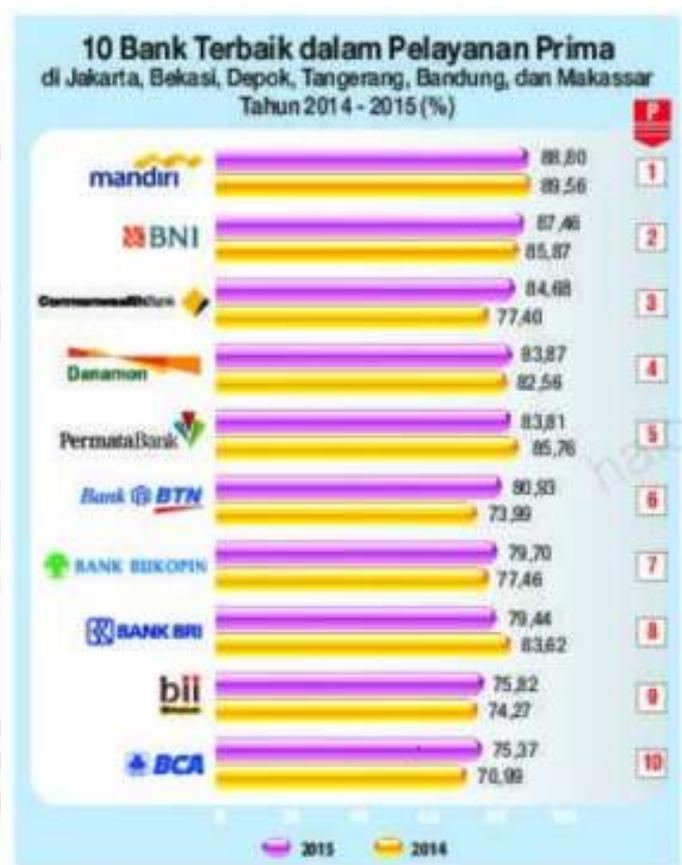
dengan dimensi kualitas jasa menurut persepsi nasabah terhadap layanan yang diberikan oleh perusahaan jasa. Salah satu penelitian tentang persepsi konsumen terhadap kualitas jasa dilakukan oleh Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., dan Berry., L.L. (1998) yang menggunakan 22 item pertanyaan yang menghasilkan 5 dimensi kualitas layanan yakni bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan kepastian dan empati atas layanan yang berkualitas.

Kasmir (2008:124) menjelaskan bahwa bagi dunia perbankan produk yang memiliki nilai lebih baik dibandingkan pesaing harus selalu diciptakan setiap waktu sehingga dapat menarik minat calon nasabah yang baru atau dapat mempertahankan yang sekarang sudah ada ini. Produk perbankan yang bersaing harus selalu dikembangkan setiap waktu untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah sehingga dapat memenuhi penjualan,. Menimbulkan kepuasan sehingga nasabah tidak pindah ke Produk bank lain. Untuk menciptakan produk perbankan yang bersaing selain kualitas produk dan penetapan harga yang bersaing, perlu didukung pula dengan pelayanan prima, pegawai yang professional, sarana dan prasarana yang dapat memberikan pelayanan yang cepat dan tepat, lokasi kantor bank yang mudah dijangkau dan layout gedung atau ruangan yang nyaman dan aman serta nama bank yang ditunjuk dari citra dan prestasi

Untuk perbankan Indonesia khususnya dalam pengukuran kualitas layanan ada standart yang digunakan perbankan selama ini yaitu layanan prima yang dikenal dalam peringkat *Banking Service Excellent* yang dalam pelaksanaannya penilaian dilakukan oleh Market Research Indonesia (MRI) yang bekerjasama

dengan majalah infobank yang melakukan penilaian tahunan kepada bank-bank yang berada di Indonesia.

Berikut hasil MRI untuk 10 bank dengan peringkat *Service excellent* terbaik tahun 2014-2015 dimana data diambil dari Infobank edisi Mei 2015



Gambar 1.1

10 Bank Terbaik dalam Peringkat *Service Excellent* 2014-2015 Indonesia Versi MRI

Sumber : Infobank Mei 2015

Dari gambar diatas yang bersumber dari majalah infobank Mei 2015 terlihat metode survey masih sama dengan periode sebelumnya dimana diambil sample 21 bank dari 1 Bank Pemerintah daerah yang aktif di sektor retail, 13 bank swasta/multinasional yang aktif di sektor retail, serta 3 bank asing yang aktif di

sektor retail. Dari keseluruhan bank tersebut diambil 12 cabang. 6 Wilayah Jakarta dan sekitarnya sedangkan masing masing 3 untuk Bandung dan Makassar.

Dari keseluruhan data tersebut per masing masing bank dijadikan rata rata sebagai pengukur kinerja bank yang bersangkutan, Kriteria yang menjadi dasar service excellent adalah faktor- faktor *tangible* dan *intangibile*, yaitu Kenyamanan ruangan, fasilitas, banking hall, toilet, fasilitas perbankan, satpam customer service, callcenter dan satpam. Dari hasil MRI 2014-2015 Mandiri kembali menjadi Juara peringkat pertama, tetapi yang cukup mencolok adalah naiknya peringkat Bank Commonwealth yang mana di periode sebelumnya berada pada peringkat 7 menjadi peringkat ke 3. Naik 4 peringkat mengalahkan beberapa bank besar yang selama ini menguasai 5 besar service excellent dalam 5 tahun terakhir. Melihat hal tersebut Commonwealth bank melakukan beberapa perubahan proses layanan dengan tujuan meningkatkan kualitas layanan agar lebih baik mulai Mei 2015.

Tetapi berdasarkan hasil MRI untuk 10 bank dengan peringkat *Service excellent* terbaik tahun 2015-2016 dimana data diambil dari Infobank edisi Mei 2016, ada anomaly yang cukup besar dimana terjadi penurunan yang cukup signifikan pada tahun 2016. Dari peringkat 3 menjadi peringkat 8, yang mana justru lebih rendah satu peringkat dari 2 tahun sebelumnya.



Gambar 1.2

10 Bank Terbaik dalam Peringkat *Service Excellent* 2015-2016 Indonesia Versi MRI

Sumber : Infobank Mei 2015

Berdasarkan data tersebut peringkat *Service Excellent* turun menjadi nomor 8 dari sebelumnya peringkat 3.

Berdasarkan hal ini maka penulis tertarik untuk menganalisa kualitas layanan jasa Bank Commonwealth di Jawa Timur. Dengan judul penelitian

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH FUNDING BANK COMMONWEALTH DI JAWA TIMUR.

1.2 Perumusan masalah

Mengacu pada latar belakang sebelumnya, maka perumusan masalah yang menjadi pokok bahasan penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas layanan perbankan meliputi *tangible*, *responsiveness*, *assurance*, *reliability* dan *emphaty* simultan berpengaruh kepada kepuasan nasabah funding Bank Commonwealth?
2. Apakah *tangible* dari kualitas layanan perbankan secara parsial berpengaruh kepada kepuasan nasabah funding Bank Commonwealth?
3. Apakah *responsiveness* dari kualitas layanan perbankan secara parsial berpengaruh kepada kepuasan nasabah funding Bank Commonwealth?
4. Apakah *assurance* dari kualitas layanan perbankan secara parsial berpengaruh kepada kepuasan nasabah funding Bank Commonwealth?
5. Apakah *reliability* dari kualitas layanan perbankan secara parsial berpengaruh kepada kepuasan nasabah funding Bank Commonwealth?
6. Apakah *emphaty* dari kualitas layanan perbankan secara parsial berpengaruh kepada kepuasan nasabah funding Bank Commonwealth?

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh simultan *tangible*, *responsiveness*, *assurance*, *reliability* dan *emphaty* simultan berpengaruh kepada kepuasan nasabah funding Bank Commonwealth.

2. Untuk menguji pengaruh parsial *tangible* terhadap kepuasan nasabah funding Bank Commonwealth.
3. Untuk menguji pengaruh parsial *responsiveness* terhadap kepuasan funding nasabah Bank Commonwealth.
4. Untuk menguji pengaruh parsial *assurance* terhadap kepuasan nasabah funding Bank Commonwealth.
5. Untuk menguji pengaruh parsial *reliability* terhadap kepuasan nasabah funding Bank Commonwealth.
6. Untuk menguji pengaruh parsial *emphaty* terhadap kepuasan nasabah funding Bank Commonwealth.
7. Untuk menguji faktor yang ada faktor kualitas layanan manakah yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah funding Bank Commonwealth?

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan yang bisa diperoleh dari dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Hasil penelitian diharapkan memberikan tambahan pengetahuan tentang kepuasan nasabah dan kaitannya dengan kualitas layanan pada Bank Commonwealth di Jawa timur

2. Bagi pembaca

Hasil penelitian diharapkan memberikan tambahan pengetahuan umum dalam membantu dunia perbankan menciptakan kepuasan nasabah

3. Bagi Perbankan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai masukan bagi bank bank dalam menerapkan strategi pelayanan yang diberikan agar bisa menjaga nasabah existing maupun sebagai daya Tarik untuk calon nasabah baru.

4. Bagi STIE Perbanas

Penelitian ini ini diharapkan bisa menambah pustaka dan literature mengenai manajemen pemasaran khususnya mengenai kualitas layanan di bidang perbankan.

1.5 Sistematika penulisan

Penulisan tesis ini dibuat secara sistematis dengan tujuan agar ada visualisasi yang jelas tentang objek pengamatan. Uraian dalam sistematika penulisan adalah sebagai berikut :

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini menjabarkan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan tesis.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan tentang penelitian terdahulu, landasan teori, dan kerangka pemikiran yang berkaitan dengan objek permasalahan penelitian

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada Bab ini menguraikan tentang rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variable, definisi operasional dan pengukuran variable,

instrument penelitian, populasi, sampel, data dan metode pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas instrument penelitian dan teknik analisa data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini diuraikan tentang gambaran subyek penelitian, analisis data yang meliputi perhitungan variabel, analisis dari masing- masing variabel, pengujian serta pembahasan dari hasil tersebut.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini diuraikan tentang kesimpulan akhir dari analisis data yang telah dilakukan, selain itu juga disertakan keterbatasan penelitian dan beberapa saran yang diharapkan dapat digunakan sebagai masukan dalam bagi pihak bank dan sebagai masukan bagi penelitian berikutnya

