

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bank adalah sebuah lembaga intermediasi keuangan yang umumnya menerima simpanan uang, meminjam uang, dan menerbitkan promes atau yang dilakukan sebagai *banknote*. Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perbankan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk kresit simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Berdasarkan dari definis tersebut, terlihat bahwa aktivitas utama bank adalah menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan yang menjadi sumber dana bank, kemudian menyalurkannya dalam bentuk kredit, yang sebaiknya tidak hanya didorong oleh motif memperoleh keuntungan sebesar-besarnya bagi pemilik tetapi juga bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup orang banyak.

Perkembangan industri perbankan yang semakin pesat, sebuah bank harus unggul dibandingkan dengan pesaingnya. Suatu bank dikatakan unggul dalam kompetisi bisnisnya jika bank tersebut mampu menarik nasabah yang lebih banyak dari dengan cara yang positif dan nasabah tersebut merasa memperoleh jasa keuangan yang lebih baik dibandingkan bank-bank lain. Selain itu kehati-hatian dalam menyalurkan kredit dan pemahaman kebutuhan nasabah merupakan kunci bank agar tetap eksis ditengah ketidakpastian global. Bank harus memiliki

manajer yang kreatif dan inovatif sehingga selalu dapat menciptakan peluang dalam berbagai keadaan.

Salah satu bank yang berkembang di Indonesia adalah Bank Central Asia. Bank Central Asia (BCA) mulai beroperasi pada 21 Februari 1957 yang mempunyai kantor pusat di Jakarta. Kemudian di tahun 1970an BCA memperkuat jaringan cabang sehingga pada tahun 1977 BCA berkembang menjadi devisa. Setelah berhasil memperkuat jaringan cabang, pada tahun 1980an BCA mengembangkan berbagai produk dan layanan maupun pengembangan teknologi informasi, dengan menarapkan *online system* untuk jaringan kantor cabang dan meluncurkan tabungan hari depan (tahapan) BCA. Kemudian pada tahun 1990an BCA memulai mengembangkan alternatif jaringan layanan melalui ATM BCA yang berkembang secara pesat. Hingga tahun 2015 masih banyak lagi perkembangan-perkembangan yang dilakukan BCA (www.bca.co.id).

Tabel 1.1
Top Brand Call Center tahun 2019

Brand	TBI	TOP
HALO BCA	25.7%	TOP
Mandiri Call	14.9%	TOP
BNI Call	12.6%	TOP
Call BRI	9.0%	-

Sumber: <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>

Dapat dilihat dalam Tabel 1.1 layanan call center dalam bidang perbankan pada tahun 2019 HALO BCA menduduki peringkat pertama dengan

presentase 25.7%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa banyak masyarakat yang percaya dan merasa puas atas layanan yang di berikan oleh Bank Central Asia (BCA). Perusahaan perbankan berlomba-lomba memberikan layanan yang terbaik kepada para nasabahnya. Hal ini dapat disimpulkan bahwa banyaknya masyarakat yang yang membutuhkan layanan terbaik untuk memenuhi kebutuhan finansial para nasabah.

Melalui beragam produk dan layanan yang berkualitas dan tepat sasaran, solusi financial BCA mendukung perencanaan keuangan pribadi dan perkembangan nasabah bisnis. Didukung oleh kekuatan jaringan antar cabang, luasnya jaringan ATM, serta jaringan perbankan elektronik lainnya, setiap nasabah dapat menikmati kemudahan dan kenyamanan berinteraksi yang ditawarkan BCA.

Bank Central Asia berkomitmen membangun lingkungan bisnis yang sehat, berintegritas, dan bertujuan untuk menjadi bank terpercaya dalam memberikan layanan berkualitas sehingga nasabah merasa puas saat menggunakan BCA. Bank Centra Asia menyediakan sarana pelaporan yang disebut *whistleblowing system* (WBS). *Whistleblowing system* (WBS) merupakan kesempatan bagi setiap nasabah untuk melaporkan dugaan pelanggaran hukum, pelanggaran kode etik, maupun pelanggaran benturan kepentingan yang dilakukan oleh internal BCA.

Keputusan perusahaan melakukan tindakan perbaikan pelayanan yang sistematis merupakan payung yang menentukan dalam menindak lanjuti complain konsumen dari suatu kegagalan sehingga pada akhirnya mampu memberikan

kepuasan kepada pelanggan sehingga dapat mengikat loyalitasnya. Kepuasan adalah tingkat perasaan setelah membandingkan kinerja produk atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. BCA sebagai bank umum yang memiliki berbagai inovasi dan fasilitas dapat dikategorikan sebagai market leader dalam industri perbankan dimana dalam memberikan pelayanan dengan berbagai fasilitas yang dimiliki dikategorikan memuaskan nasabah namun walaupun demikian meningkatkan kualitas pelayanan tetap harus dilakukan sebagai upaya untuk mempertahankan pelanggan dan menjaga loyalitas pelanggan.

Pelanggan akan loyal ketika pelanggan tersebut merasa puas atas apa yang didapatkan setelah menggunakan barang atau jasa. Menurut Nugroho (2015:162) dalam (Setyo, 2017) menjelaskan bahwa kepuasan konsumen merupakan salah satu elemen penting dalam peningkatan kinerja pemasaran dalam suatu perusahaan. Kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan dapat meningkatkan intensitas membeli dari pelanggan tersebut. Dengan terciptanya tingkat kepuasan yang pelanggan yang optimal maka mendorong terciptanya loyalitas di benak pelanggan yang merasa puas tadi. Kepuasan diukur sebaik apa harapan pelanggan dipenuhi. Sedangkan loyalitas pelanggan adalah ukuran semua apa pelanggan melakukan pembelian.

Loyalitas merupakan suatu faktor penting bagi perusahaan untuk dapat terus bertahan dalam persaingan bisnis. Loyalitas tergambar dari antusias pelanggan atas produk atau jasa. Haryeni, dkk (2018:191) dalam Teuku (2018). Loyalitas pelanggan akan muncul ketika pelanggan merasa puas terhadap kualitas produk yang ditawarkan perusahaan. Loyalitas adalah kesetiaan pelanggan untuk

melakukan pembelian secara berulang kali terhadap produk yang ditawarkan perusahaan. Loyalitas pelanggan menjadi salah satu faktor penting terhadap kelangsungan perkembangan perusahaan dan meningkatkan penjualan perusahaan.

Menurut Vanany (2015) dalam (Philip, Fassa, & Nurhidayah, 2018), kesediaan untuk membayar atau *willingness to pay more* menjelaskan suatu nilai total atau maksimum yang konsumen atau pengguna pikirkan terhadap suatu barang atau jasa. Dengan adanya peningkatan kepuasan pelanggan diharapkan semakin besar nilai kesediaan untuk membayar pelanggan. Dorn dan Suesmair (2017) dalam (Philip *et al.*, 2018) menjelaskan bahwa kepuasan, kesadaran terhadap harga dan keadilan menjadi faktor yang paling krusial mempengaruhi kesediaan seseorang untuk membayar.

Berdasarkan dari latar belakang yang diuraikan tersebut, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas dan Kesediaan Membayar Lebih pada Nasabah Bank Central Asia (BCA)”.

1.2 Perumusan Masalah

Dilihat dari latar belakang masalah maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas Nasabah Bank Central Asia (BCA) ?
2. Apakah loyalitas berpengaruh signifikan terhadap kesediaan membayar lebih Nasabah Bank Central Asia (BCA) ?

1.3 Tujuan Penelitian

Dilihat dari rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis signifikansi pengaruh kepuasan terhadap loyalitas Nasabah Bank Central Asia (BCA)
2. Menganalisis signifikansi pengaruh loyalitas terhadap kesediaan membayar lebih Nasabah Bank Central Asia (BCA).

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan hasil yang dapat bermanfaat bagi semua pihak, antara lain:

1. Untuk Peneliti
Diharapkan peneliti dapat mengembangkan kemampuannya dalam hal menganalisis dan mendapatkan pengetahuan terkait dengan Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas terhadap kesediaan membayar lebih pada nasabah Bank Central Asia (BCA).
2. Untuk STIE Perbanas Surabaya
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi kampus berupa informasi mengenai pengaruh kepuasan terhadap loyalitas terhadap kesediaan membayar lebih pada nasabah Bank Central Asia (BCA).
3. Untuk peneliti selanjutnya
Hasil dari penelitian ini dapat menjadi referensi dan memberikan wawasan bagi pembaca mengenai pengaruh kepuasan terhadap loyalitas terhadap kesediaan membayar lebih pada nasabah Bank Central Asia (BCA).

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk memahami secara jelas isi dari penelitian ini, maka sistematika penulisan akan disusun sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini diuraikan mengenai penelitian terdahulu yang telah dilakukan, beberapa landasan teori tentang Asuransi Kerugian, solvabilitas, *underwriting*, ukuran perusahaan, profitabilitas, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai variabel-variabel penelitian dan definisi operasional penelitian, penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode yang digunakan dalam pengumpulan data, serta metode analisis.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Dalam bab ini berisi uraian-uraian hasil penelitian, yaitu hasil penelitian deskriptif dan analisis data. Berdasarkan hasil-hasil pengujian tersebut, kemudian dilakukan pembahasan mengenai hasilnya.

BAB V : KESIMPULAN

Dalam bab ini merupakan penulisan penelitian dimana pada bagian ini akan diungkap mengenai kesimpulan penelitian, batasan penelitian, serta saran-saran yang akan dipertimbangkan untuk peneliti selanjutnya.

