

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Dewasa ini perkembangan di berbagai sektor usaha sangat pesat. Salah satunya yang terjadi dalam dunia perbankan di Indonesia. Hal itu lebih berdasarkan pada deregulasi yang ditetapkan pemerintah. Masa Repelita IV, untuk pertama kalinya dilakukan deregulasi perbankan yang memberikan landasan kebebasan bagi perbankan untuk menentukan kebijaksanaan sendiri usahanya. Beberapa paket deregulasi itu telah dilaksanakan, yang semuanya bertujuan menciptakan situasi baru dalam dunia perbankan di Indonesia, sehingga mendorong berdirinya bank-bank swasta baru, yang mengakibatkan terjadinya persaingan di dunia perbankan. Dalam kondisi seperti inilah, setiap bank harus mampu bertahan agar dapat hidup dan terus berkembang.

Menurut UU No. 10 Tahun 1998 tentang Pokok-pokok Perbankan (pengganti UU No. 7 Tahun 1992), menjelaskan bahwa “ Bank merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Dari undang-undang tersebut, menurut Ruddy Tri Susanto (1996) dapat disimpulkan bahwa fungsi pokok bank sebagai berikut :

1. Menghimpun dana dari masyarakat. Dalam hal ini, bank mengumpulkan atau mencari dana dari masyarakat dalam bentuk Giro, Tabungan, Deposito.

2. Menjadi perantara untuk menyalurkan penawaran dan permintaan kredit.
3. Memberi jasa dalam lalu-lintas pembayaran dan peredaran uang.

Sesuai Undang-undang No. 10 tahun 1998, “ Bank Umum merupakan Bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Dengan kondisi perbankan di Indonesia yang semakin kompetitif, canggih, dan dinamis, dimana persaingan semakin tajam dalam memperebutkan dana nasabah, nasabah semakin menuntut produk yang bervariasi, kenyamanan dan pelayanan yang lebih baik, maka bank harus dapat menarik simpati masyarakat untuk menjadi nasabah dengan memberikan produk yang beragam seperti tabungan, deposito, dan giro, pelayanan yang baik dan promosi yang menarik.

Tabungan merupakan salah satu produk yang ditawarkan oleh BNI., yang penarikannya hanya dapat dilakukan dengan syarat tertentu yang disepakati, namun tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan atau alat yang dapat dipersamakan dengan itu. Selain produk yang ditawarkan, BNI juga memberikan pelayanan yang baik untuk menarik masyarakat menjadi nasabah BNI. Banyak yang telah dilakukan BNI salah satunya dengan mengeluarkan produk simpanan individu yaitu Taplus BNI. Dengan promosi yang menarik, produk tabungan ini memberikan image baru terhadap BNI, yang sekaligus menjadikan BNI tetap konsisten di dalam persaingan dunia perbankan saat ini.

Seandainya BNI tidak memiliki citra sebagai bank yang kokoh dan terpercaya, maka kasus L/C fiktif yang melanda bank BUMN ini rasanya akan

memberi dampak negatif yang cukup besar. Sebagian nasabah akan kehilangan kepercayaan terhadap bank pemerintah ini. Akhirnya dapat membuat loyalitas menjadi turun dan nasabah BNI mulai memikirkan untuk mengalihkan transaksinya ke bank lain.

Sebelum kasus L/C terjadi, BNI memiliki *corporate image* yang baik. Dari hasil survai yang dilakukan oleh Frontier Marketing and Research Consultant selama tiga tahun terakhir, menunjukkan bahwa BNI selalu masuk dalam tiga besar dalam berbagai pengukuran citra perusahaan. Bahkan khusus untuk atribut sebagai bank yang terpercaya, bank ini masih pada peringkat teratas.

Implementasi konsep pemasaran dalam perbankan, dilakukan antara lain melalui: memperkenalkan produk, menciptakan image dengan pelayanan yang memuaskan dan promosi yang baik serta membangun loyalitas nasabah terhadap bank tersebut. Kepuasan konsumen dalam hal ini nasabah, dapat terpenuhi apabila manajemen pemasaran mengetahui dan memahami perilaku nasabah. Namun karena kondisi ekonomi yang tidak stabil yang ditandai dengan kapasitas usaha yang meningkat karena kesibukan operasional bank, menyebabkan perusahaan dalam hal ini perbankan kurang peka terhadap kebutuhan nasabah dan calon nasabah. Karena itu, untuk menciptakan loyalitas yang tinggi terhadap nasabah, maka bank harus dapat menciptakan suasana yang dapat membuat nasabah beranggapan bahwa kebutuhan dan keinginan nasabah akan produk dan kriteria perbankan terpenuhi, yang pada akhirnya memberikan kepuasan konsumen dalam hal ini nasabah.

Kepuasan nasabah telah menjadi bagian integral dalam misi dan tujuan sebagian besar perusahaan perbankan untuk mampu menghadapi persaingan yang semakin ketat pada era pembangunan dewasa ini. Kualitas produk dan pelayanan nasabah menempati posisi pertama dan kedua dalam memenangkan persaingan. Kepuasan dan loyalitas konsumen dalam hal ini nasabah, saling berhubungan. Walaupun nasabah yang loyal dapat dikatakan puas, tetapi kepuasan tidak secara universal diterjemahkan sebagai loyalitas nasabah.

Penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan jasa menurut penelitian Zeithaml, Berry dan Parasuraman, 1995 (dalam buku Zulian Yamit, 2002) meliputi bukti langsung (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tangkap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*). Kelima dimensi kualitas jasa ini dapat dijadikan ukuran dan pemacu konsumen dalam hal ini nasabah, dalam keputusan memilih jasa pelayanan yang ditawarkan bahkan jika kualitas terus meningkat, nasabah tidak segan untuk melakukan perilaku pembelian ulang produk lain. Dengan kata lain, konsumen akan loyal terhadap produk yang digunakan.

Dalam penelitian ini akan dicari lebih jauh apakah loyalitas nasabah sangat dipengaruhi oleh faktor kualitas jasa pelayanan yang ditawarkan BNI.

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, maka skripsi ini dibuat untuk mengetahui adanya pengaruh yang positif antara kualitas jasa pelayanan terhadap loyalitas nasabah Taplus BNI dengan judul :

“Analisis Pengaruh kualitas jasa pelayanan Taplus BNI terhadap loyalitas nasabah “

## **1.2. Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka beberapa rumusan masalah yang dapat dikemukakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah ada Pengaruh kualitas jasa pelayanan Taplus BNI terhadap loyalitas nasabah ?
2. Variabel pelayanan jasa manakah yang paling dominan dalam mempengaruhi loyalitas nasabah pengguna Taplus BNI ?

## **1.3. Batasan Masalah**

Mengingat luasnya masalah yang akan diteliti, maka peneliti melakukan pembatasan pada :

1. Subyek yang digunakan adalah nasabah pengguna jasa pelayanan Taplus BNI cabang Jatinegara di Jakarta.
2. Penelitian ini dikhususkan pada layanan nasabah Taplus BNI.

## **1.4. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui, memahami, serta mengerti pengaruh kualitas jasa pelayanan Taplus BNI terhadap loyalitas nasabah.
2. Untuk mengetahui, memahami, serta mengerti variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi loyalitas nasabah Taplus BNI.

### 1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak yang terkait antara lain :

#### 1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran bagi manajemen BNI pada umumnya, dan pada cabang Jatinegara pada khususnya mengenai respon pelanggan terhadap variabel jasa pelayanan yang ada, yang selanjutnya digunakan sebagai informasi atau alat ukur untuk menentukan kebijakan perusahaan di masa yang akan datang.

#### 2. Bagi penulis

Penelitian ini digunakan menjadi sarana dalam pengembangan dan pengaktualisasikan pengetahuan teoritis yang diperoleh di bangku kuliah serta menjadi tambahan wawasan terhadap praktisi dunia perbankan khususnya.

#### 3. Bagi pihak yang berkepentingan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan atau sumber informasi tambahan serta menambah khasanah bacaan ilmiah.