

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bank Rakyat Indonesia (BRI) merupakan salah satu bank pemerintah terbesar di Indonesia. Awalnya BRI didirikan di Purwokerto, Jawa Tengah pada 16 Desember 1895, yang kemudian dijadikan sebagai hari kelahiran BRI. Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 1 tahun 1946 Pasal 1, BRI adalah sebagai Bank Pemerintah pertama di Republik Indonesia. Pada tahun 1949 dengan berubah nama menjadi Bank Rakyat Indonesia Serikat. Sejak 1 Agustus 1992 berdasarkan Undang-Undang Perbankan No. 7 Tahun 1992 dan Peraturan Pemerintah RI No. 21 tahun 1992, status BRI berubah menjadi perseroan terbatas. Kepemilikan BRI ketika itu 100% masih di tangan Pemerintah Republik Indonesia. Pada tahun 2003, Pemerintah Indonesia memutuskan untuk menjual 30% saham bank ini, sehingga menjadi perusahaan publik dengan nama resmi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk., yang masih digunakan sampai dengan saat ini.

Dalam kegiatan operasionalnya, PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk mempunyai visi: "*Menjadi Bank Komersial Terkemuka yang Selalu Mengutamakan Kepuasan Nasabah*", sedangkan misinya adalah: "(1) Melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada usaha mikro, kecil dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat; (2) Memberikan pelayanan prima kepada nasabah

melalui jaringan kerja yang tersebar luas dan didukung oleh sumber daya manusia yang profesional dan teknologi informasi yang handal dengan melaksanakan manajemen risiko serta praktek *Good Corporate Governance (GCG)* yang sangat baik; dan (3) Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholders*). Visi merupakan kondisi atau keadaan yang ingin dicapai perusahaan; sedangkan misi mendeskripsikan langkah-langkah strategis dan jangka pendek yang dilakukan perusahaan untuk mencapai visinya (David, 2010).

Berdasarkan pernyataan visi tersebut, tampak jelas bahwa PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk., memilih cita-cita ideal yang ingin dicapai adalah menjadi bank yang terkemuka, yang selalu mengutamakan kepuasan nasabah. Dalam rangka mencapai visinya, PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk akan mengutamakan pelayanan prima, dukungan jaringan yang besar, dukungan sumber daya manusia yang profesional, dan berusaha untuk selalu dapat memberikan manfaat kepada semua pihak yang berkepentingan. Misi yang diemban oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk tersebut menjadi ciri pembeda dengan bank-bank sejenis lainnya. Sebagai implikasinya, visi dan misi tersebut akan menjadi dasar bagi penyusunan dan pelaksanaan strategi bisnis yang dilakukan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.

Mengacu pada visi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, maka dapat diketahui bahwa konsep strategis yang terkandung di dalamnya adalah kepuasan nasabah. Oleh karena itu, kepuasan nasabah menjadi tujuan antara yang ingin dicapai PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk dalam upaya

mencapai tujuan akhir, peningkatan kekayaan pemegang saham, dan perkembangan perusahaan secara keseluruhan. Sebagai implikasinya, kepuasan nasabah merupakan variabel yang sangat penting dan strategis bagi pihak manajemen PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, serta senantiasa harus mendapat perhatian yang seksama dan berkesinambungan. Evaluasi terhadap kepuasan nasabah harus dilakukan, dan upaya-upaya peningkatan yang disusun dan dilaksanakan setiap saat agar kepuasan nasabah dapat meningkat.

Upaya peningkatan kepuasan nasabah dapat dilakukan secara efektif dan efisien jika pihak manajemen memahami dan mengetahui faktor penentu kepuasan nasabah. Pemahaman terhadap faktor-faktor tersebut seharusnya tidak dilakukan secara intuitif (berdasarkan perasaan), tetapi seyogyanya dilakukan secara ilmiah, melalui pelaksanaan suatu penelitian ilmiah. Melalui pelaksanaan penelitian tersebut, diharapkan akan diperoleh informasi tentang faktor-faktor penentu kepuasan nasabah, yang secara empiris relevan dengan kondisi aktual perusahaan/bank.

Kepuasan nasabah merupakan variabel yang kompleks, artinya, kepuasan nasabah ditentukan oleh banyak faktor, baik faktor individu, faktor persaingan, faktor manajemen, dan faktor budaya. Hasil penelitian Junaid-ul-haq *et al.* (2013); Edward *et al.* (2010); dan Ishaq (2012); kepuasan pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas layanan, dan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan yang bersangkutan.

Kepuasan nasabah, selain memiliki manfaat jangka pendek baik kepada perusahaan dan nasabah sendiri, tetapi juga memiliki dampak jangka panjang.

Hal ini disebabkan kepuasan pelanggan dapat menimbulkan loyalitas pelanggan yang tinggi atau kuat kepada perusahaan (Peter dan Olson, 2014).

Loyalitas pelanggan (dalam konteks perbankan disebut loyalitas nasabah) merupakan variabel yang hingga secara akademis menarik untuk dikaji. Hal ini sebagaimana variabel-variabel sosial dan psikologikal lainnya, di mana intensitas variabel dipengaruhi oleh banyak variabel lain. Oleh karena itu tidak berlebihan jika loyalitas pelanggan merupakan salah satu variabel yang multidimensional, yang ditentukan oleh banyak faktor; baik faktor strategi perusahaan, faktor lingkungan makro ekonomi; faktor persaingan; faktor teknologi, maupun faktor psikologis pelanggan.

Beberapa penelitian terdahulu, khususnya penelitian Chadha dan Kapoor (2009), dan Edward *et al.* (2010), menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan pada loyalitas pelanggan. Menurut Amin *et al.* (2012) loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kualitas layanan, kepercayaan, dan *switching cost*. Kualitas layanan mempengaruhi kepercayaan dan *switching cost*, kepercayaan mempengaruhi *switching cost*. Loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan kepercayaan (Junaid-ul-haq, 2013).

Mengingat kepuasan nasabah merupakan variabel yang penting dan strategis, maka penulis termotivasi untuk melakukan penelitian empiris untuk mengetahui faktor-faktor penentu kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah; dengan harapan hasil penelitian tersebut dapat memberikan kontribusi yang positif bagi manajemen PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.

Penelitian yang penulis lakukan merupakan replikasi dari penelitian yang pernah dilakukan oleh Junaid-ul-haq et al. (2013). Penelitian dilakukan di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Yogyakarta Cik Ditiro.

1.2 Rumusan Masalah

Permasalahan dalam penelitian ini tidak didasarkan pada adanya masalah yang terjadi di perusahaan, tetapi didasarkan pada pemikiran teoritis. Oleh karena itu, penelitian ini pada dasarnya bukan penelitian untuk memecahkan atau menyelesaikan suatu masalah yang sedang terjadi, tetapi lebih pada penelitian guna mencari informasi ilmiah mengenai faktor-faktor penentu kepuasan dan loyalitas nasabah, sehingga dapat berguna bagi ilmu pengetahuan khususnya ilmu perilaku organisasi, maupun berguna bagi perusahaan. Menurut Azwar (2007), suatu topik penelitian dapat bersumber dari: (a) hasil studi kepustakaan, (b) observasi di lapangan, (c) informasi dari masyarakat, dan (d) imajinasi kreatif dari peneliti. Hal ini menunjukkan bahwa, suatu permasalahan dalam penelitian ilmiah tidak harus bersumber pada masalah yang terjadi di lapangan. Dengan demikian, permasalahan dalam penelitian ini pada dasarnya ingin mengetahui berbagai faktor yang menentukan kepuasan dan loyalitas nasabah dalam bertransaksi di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.

Mengacu pada latar belakang masalah yang telah disampaikan, maka pertanyaan penelitian ini dinyatakan sebagai berikut:

1. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah?
2. Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah?
3. Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?
4. Apakah kepercayaan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah?
5. Apakah kepercayaan nasabah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?
6. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap citra perusahaan?
7. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?
8. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah.
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah.
3. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah.
4. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah.
5. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh kepercayaan nasabah terhadap

kepuasan nasabah.

6. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh kualitas layanan terhadap citra perusahaan.
7. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah.
8. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh kualitas layanan terhadap kepercayaan nasabah.

1.4 Manfaat Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan hasil yang bermanfaat kepada beberapa pihak berikut.

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangan keilmuan dalam ilmu perilaku konsumen, khususnya dalam bentuk hasil penelitian empiris mengenai faktor-faktor penentu loyalitas nasabah. Di samping itu, bagi penelitian lain yang akan atau sedang melakukan penelitian mengenai loyalitas nasabah, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumber rujukan empiris, sehingga dapat memberi kontribusi yang konstruktif terhadap penelitiannya.

2. Manfaat Praktis

Bagi PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk., Kantor Cabang Yogyakarta Cik Ditiro. Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi empiris yang memiliki arti penting dan strategis bagi perusahaan,

khususnya informasi mengenai variabel-variabel yang memiliki pengaruh signifikan pada loyalitas nasabah PT Bank Rakyat Indonesia Tbk. Informasi empiris dari hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan salah satu faktor kunci keberhasilan dalam menyusun strategi bersaing, maupun dalam menyusun kebijakan-kebijakan yang berorientasi nasabah.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika yang digunakan dalam penulisan tesis ini adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Bab ini merupakan pendahuluan dari keseluruhan penulisan tesis. Dalam bab ini disampaikan beberapa hal antara lain: latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan sebagai bagian akhir dari bab ini.

Bab II Kajian Pustaka

Dalam bab ini disampaikan kajian pustaka yang digunakan untuk menjelaskan variabel dan hipotesis penelitian. Selain itu, dalam bab ini juga disampaikan tinjauan terhadap hasil penelitian relevan yang pernah dilakukan sebelumnya.

Bab III Metode Penelitian

Metode penelitian dalam tesis ini berisi atau menjelaskan tentang lokasi dan waktu penelitian, unit analisis, populasi dan

sampel, definisi operasional variabel, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

Bab IV Analisis Data dan Pembahasan

Dalam bab ini dijelaskan analisis deskriptif dan analisis inferensial. Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan responden dan variabel penelitian, sedangkan analisis inferensial digunakan untuk pengujian hipotesis. Analisis inferensial yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur (*path analysis*).

Bab V Kesimpulan dan Saran

Bab ini merupakan bagian akhir dari penulisan tesis, yang berisi kesimpulan dan saran. Kesimpulan dan saran tersebut disusun berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis.