BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) tidak lama lagi akan dihadapi oleh segenap pelaku bisnis yang bergerak dalam berbagai sektor usaha di Indonesia. Masyarakat Ekonomi ASEAN merupakan bentuk integrasi ekonomi ASEAN, yang berarti adanya sistem perdagangan bebas antara Negara-Negara di ASEAN. Indonesia beserta sembilan Negara anggota ASEAN lainnya telah menyepakati perjanjian Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) atau ASEAN Economic Community (AEC) ini, tepatnya pada KTT ASEAN ke-12 pada bulan Januari 2007. Secara khusus, para pemimpin sepakat untuk mempercepat pembentukan Komunitas Ekonomi ASEAN pada tahun 2015 untuk mengubah ASEAN menjadi daerah perdagangan bebas barang, jasa, investasi, tenaga kerja terampil, dan aliran modal yang lebih bebas. Dengan diberlakukannya Masyarakat Ekonomi ASEAN, akan menciptakan suatu peluang pasar yang sangat besar. Peluang pasar dalam negeri Indonesia saat ini mencapai 250 juta orang dan peluang pasar di ASEAN menembus angka 625 juta orang. Sehingga dapat dikatakan pengusaha Indonesia memiliki peluang pasar baru sekitar 275 juta orang yang bisa dimanfaatkan apabila berhasil menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN secara baik. Akan tetapi dibalik itu Masyarakat Ekonomi ASEAN tidak hanya menghadirkan peluang yang sangat luas untuk memperbesar cakupan bisnis bagi para pelaku dunia usaha di Indonesia, namun turut juga membawa tantangan yang sangat besar dari para pelaku usaha Negara-Negara ASEAN lainnya yang juga akan memasuki pasar di Indonesia. Hal itu sudah pasti akan membuat persaingan dunia usaha di Indonesia menjadi semakin ketat. Bisa jadi para pelaku dunia usaha dalam negeri justru akan terdegradasi atau tersingkir oleh para pelaku dunia usaha asing apabila tidak mampu mempersiapkan diri sebaik dan sesempurna mungkin pada berbagai sektor guna meningkatkan daya saingnya.

Dunia perbankan merupakan salah satu sektor yang turut serta merasakan dampak positif dan negatif atas rencana akan diberlakukannya Masyarakat

Ekonomi ASEAN. Dimana terdapat beberapa peluang yang dapat dimanfaatkan, dan tantangan yang harus dihadapi. Akan tetapi justru fakta dilapangan menyatakan bahwa kemampuan teknis, manajerial, teknologi dan sumber daya manusia (SDM) perbankan di Indonesia masih tertinggal apabila dibandingkan dengan negara-negara tetangga seperti Malaysia dan Singapura. Ditambah lagi dengan masalah permodalan yang terbatas dan akuisisi bank-bank lokal oleh bank asing yang marak terjadi menjadi tantangan tersendiri bagi sektor perbankan di dalam negeri yang harus segera dibenahi.

Sektor perbankan Indonesia harus segera memperbaiki diri, mulai dari melakukan sertifikasi bankir professional, pengembangan produk atau jasa perbankan, pengembangan platform teknologi, penguatan modal IPO, *strategic sale* atau merger, pengembangan aliansi strategis dengan bank-bank asing serta perluasan *outlet network* dalam dan luar negeri. Jika ingin terlibat aktif dan tidak terlindas dalam era bebas pasar ASEAN, peran institusi seperti Badan Pemerika Keuangan (BPK) juga dianggap penting guna meningkatkan *Good Corporate Government (GCG)* pada industri perbankan di Indonesia. Selain itu perbankan nasional juga perlu mengajak *stake holder*, seperti Permimpunan Bank-Bank Nasional (PERBANAS) dan Institusi Bankir Indonesia (IBI) untuk menstimulasi semakin baiknya GCG bank dalam menghadapi pasar bebas ekonomi ASEAN.

Pada dasarnya permasalahan paling penting saat ini yang harus dihadapi oleh sektor industri perbankan di Indonesia dalam rangka mempersiapkan diri guna menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN adalah bagaimana caranya untuk mencapai tingkatan tertinggi dari kepuasan nasabah. Akan tetapi realita yang terjadi saat ini adalah industri perbankan di Indonesia masih lebih berfokus pada keuntungan dengan mengesampingkan faktor kepuasan nasabahnya, yang berakibat pada tingginya prosentase nasabah yang merasa belum puas ataupun justru kecewa terhadap bank karena minimnya perhatian bank terhadap nasabah serta belum mampunya pihak bank dalam merealasisasikan harapan-harapan para nasabah.

Data terbaru dari Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) menyatakan bahwa semenjak LPS berdiri Tahun 2005 hingga sekarang sudah terdapat 58 bank

yang sudah dilikuidasi atau sedang menjalani proses likuidasi (www.lps.go.id). Hal itu terjadi karena buruknya kinerja dari perusahaan perbankan yang berakibat fatal, dimana masalah kepuasan nasabah yang meliputi banyak faktor didalamnya turut serta menjadi salah satu penyebab awal dari gagalnya bank tersebut dalam menghadapi persaingan di dunia perbankan.

Program peningkatan kepuasan nasabah sangat dibutuhkan dalam menghadapi persaingan di industri perbankan yang semakin tajam. Kepuasan nasabah akan tercipta apabila harapan-harapan dari para nasabah bisa diwujudkan secara nyata oleh bank. Banyak manfaat yang bisa didapatkan oleh perusahaan perbankan dengan tercapainya tingkat kepuasan nasabah yang tinggi, dimana mampu meningkatkan loyalitas nasabah, meningkatkan reputasi perusahaan, mengurangi elastisitas harga, mengurangi biaya transaksi masa depan, serta meningkatkan efisiensi operasional perusahaan. Nasabah yang sangat puas akan menyebarkan cerita positif dari mulut ke mulut atau dengan kata lain akan menjadi iklan berjalan bagi suatu perusahaan, dan tentunya akan menurunkan biaya atau memaksimalkan upaya dalam rangka menarik nasabah baru.

Kepuasan nasabah juga merupakan suatu indikator yang penting untuk mengukur kinerja pengoperasian perusahaan. Hal ini dikarenakan kepuasan nasabah dapat digunakan sebagai kekuatan pendorong bagi masa depan pangsa pasar dan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan profit atau keuntungan. Pada analisis tingkat industri, telah terbukti bahwa perusahaan yang berhasil memberikan tingkat kepuasan nasabah yang lebih tinggi akan memperoleh profit yang lebih tinggi pula.

Kepuasan nasabah akan membuat para nasabah tidak mudah tergoda dan beralih pada tawaran-tawaran dari pihak bank pesaing, karena nasabah menganggap bank yang telah digunakan sudah terbukti serta mampu mewujudkan harapan dari para nasabah itu sendiri. Sehingga dapat dikatakan bahwa kepuasan nasabah akan berdampak baik dan positif terhadap keberlangsungan usaha bank tersebut, karena kunci untuk memenangkan persaingan adalah dengan memberikan kepuasan tertinggi kepada para nasabah.

Salah satu dari sekian banyak perusahaan-perusahaan perbankan nasional adalah PT. BRI (Bank Rakyat Indonesia). Bank milik pemerintah ini selalu berhasil mencatatkan kinerja positif disetiap tahunnya. Pada kuartal III 2014 ini saja BRI berhasil membukukan laba bersih sebesar Rp. 18,2 triliun, dimana laba ini meningkat sebanyak 19% (prosen) dari periode yang sama di tahun sebelumnya yang hanya sebesar Rp. 15,2 triliun. Akan tetapi prestasi tersebut sebenarnya masih bisa lebih ditingkatkan lagi apabila manajemen Bank BRI lebih berupaya untuk meningkatkan kepuasan para nasabahnya. Karena berdasarkan riset terakhir tahun 2014 yang dilakukan oleh Marketing Insight & Infobank menunjukkan bahwa nasabah BRI justru dianggap kurang loyal bila dibandingkan dengan nasabah dari bank-bank pesaing. Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan secara rutin setiap tahun oleh Marketing Research Indonesia (MRI) dalam survey Bank Service Exellence Monitor (BSEM) yang menggambarkan bahwa kepuasan nasabah yang dirasakan oleh nasabah Bank BRI masih kalah apabila dibandingkan dengan bank-bank pesaing seperti Bank Mandiri yang berhasil menduduki peringkat teratas.

BRI KCP (Kantor Cabang Pembantu) Delanggu merupakan representasi dari BRI pusat yang berada di daerah, dimana langsung bersentuhan dengan masyarakat khususnya warga kecamatan Delanggu dan sekitarnya. Sudah selayaknya dan sepatutnya BRI KCP Delanggu turut pula berupaya untuk membuat para nasabah-nasabahnya merasa puas atas apa yang telah diberikan oleh pihak bank. Sehingga dapat menciptakan tingkat loyalitas nasabah yang tinggi dan berarti akan turut serta menyumbangkan dampak positif terhadap Bank BRI secara nasional.

Bertolak dari paparan diatas, peneliti tertarik untuk menghubungkan kualitas pelayanan dan nilai pelanggan dengan kepuasan nasabah. Dimana variabel Kualitas Pelayanan sebagai (X_1) dan Nilai Pelanggan sebagai (X_2) serta Kepuasan Nasabah sebagai (Y). Sehingga judul yang diangkat dalam penelitian ini adalah "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) & Nilai Pelanggan (Customer Value) terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI KCP Delanggu"

B. Pembatasan Masalah

Peneliti mengambil dua variabel yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan (*service quality*) dan nilai pelanggan (*customer value*) merupakan dua variabel yang sangat berperan dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Peneliti membatasi masalah dalam penelitian ini agar hasil penelitian lebih fokus pada permasalahan yang diteliti.

Pembatasan masalah ini untuk membatasi ruang lingkup dan faktor masalah yang diteliti, yaitu sebagai berikut:

- Subjek dari penelitian ini adalah penabung yang sudah menjadi nasabah minimal satu tahun dan peminjam yang sudah menjadi nasabah minimal enam bulan pada Bank BRI KCP Delanggu.
- 2. Kepuasan nasabah dalam hal ini adalah tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk jasa yang diterima dengan yang diharapkan. Indikatornya adalah : loyal terhadap produk, adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif, dan perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika membeli merk lain.
- 3. Kualitas pelayanan dalam hal ini adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima. Indikatornya adalah: kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik.
- 4. Nilai pelanggan dalam hal ini adalah ikatan emosional yang terjalin antara pelanggan dan produsen setelah pelanggan menggunakan produk atau jasa yang dihasilkan dan mendapati bahwa produk atau jasa bersangkutan memberikan nilai tambah. Indikatornya adalah: *emotional value, social value, quality/performance value,* dan *price/value for money*.

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas maka peneliti merumuskan masalah sebagai berkut:

1. Adakah pengaruh kualitas pelayanan (*service quality*) terhadap kepuasan nasabah pada Bank BRI KCP Delanggu?

- 2. Adakah pengaruh nilai pelanggan (*customer value*) terhadap kepuasan nasabah pada Bank BRI KCP Delanggu?
- 3. Adakah pengaruh kualitas pelayanan (*service quality*) dan nilai pelanggan (*customer value*) secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada Bank BRI KCP Delanggu?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan, tujuan dari diadakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui:

- 1. Pengaruh kualitas pelayanan (*service quality*) terhadap kepuasan nasabah pada Bank BRI KCP Delanggu.
- 2. Pengaruh nilai pelanggan (*customer value*) terhadap kepuasan nasabah pada Bank BRI KCP Delanggu.
- 3. Pengaruh kualitas pelayanan (*service quality*) dan nilai pelanggan (*customer value*) secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada Bank BRI KCP Delanggu.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

- a. Bagi penulis, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sarana untuk melatih berpikir ilmiah, dengan berdasar pada disiplin ilmu yang diperoleh di bangku kuliah.
- b. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat untuk menambah pengetahuan tentang pemasaran jasa khususnya dalam industri perbankan dan masalah yang dihadapi terutama tentang kualitas pelayanan, nilai pelanggan, dan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah.
- c. Bagi peneliti lain, penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan dan wawasan serta sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Bagi pihak Bank BRI KCP Delanggu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wacana dalam analisa perilaku nasabah dan dapat digunakan sebagai masukan bagi pihak manajemen bank dalam menentukan kebijakan guna menyusun strategi pemasaran yang mengarah kepada kepuasan nasabah.

F. Sistematika Penelitian

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan ini berisi tentang latar belakang masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang tinjauan pustaka yang membahas teori yang berkaitan dengan variabel penelitian, penelitian yang relevan, kerangka berfikir dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, populasi, sampel, dan sampling, teknik pengumpulan data, uji instrument, uji prasyarat analisis, teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum mengenai objek penelitian, objek data, penyajian data dan pembahaan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN