

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan sektor perbankan Indonesia telah menunjukkan peningkatan yang cukup memuaskan bagi perekonomian Indonesia, hal ini dapat dilihat dari munculnya beberapa bank, baik itu hasil merger maupun bank baru. Bisnis perbankan dapat kembali bangkit dan bertahan tidak lepas dari kepercayaan masyarakat terhadap bank. Dalam iklim kehidupan perekonomian di Indonesia, lembaga – lembaga ekonomi saling bekerjasama dalam menggerakkan semua potensi ekonomi, sehingga berdaya guna secara optimal.

Pada akhir tahun 2007, sektor perbankan di Indonesia pernah mengalami masa krisis ekonomi yang melanda hampir seluruh Indonesia. Dari krisis ekonomi ini, mengakibatkan dampak yang buruk bagi aspek kehidupan masyarakat di Indonesia. Bagi sektor perbankan sendiri krisis ekonomi yang melanda saat itu, mengakibatkan berlakunya likuidasi beberapa bank swasta dan pemerintah yang tidak sehat. Perbankan mempunyai peranan yang amat strategis dalam ekonomi suatu negara. Bank adalah sebuah lembaga keuangan yang mempunyai ciri tersendiri dibandingkan usaha jasa lain, yaitu persaingan di kalangan perbankan bersifat murni dengan daya saing yang sangat tinggi, sedangkan usaha lain dipengaruhi oleh selera nasabah.

Bank harus saling bersaing dalam merebut nasabah sebanyak mungkin agar bertahan. Bank merupakan perusahaan industri jasa karena produknya hanya

memberikan pelayanan jasa kepada masyarakat. Pada saat ini, perlahan – lahan gairah dunia perbankan kembali tumbuh dan berkembang. Persaingan tidak hanya terletak pada produk – produk perbankan yang bervariasi, tetapi persaingan lebih mengacu pada pelayanan.

BRI adalah salah satu bank milik pemerintah didasarkan pada pelayanan masyarakat kecil yang sampai sekarang tetap konsisten, yaitu dengan fokus pemberian fasilitas kredit kepada golongan pengusaha kecil. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya Kredit Usaha Kecil (KUK) dari tahun ke tahun.

Pada awalnya Bank Rakyat Indonesia (BRI) didirikan di Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Aria Wirjaatmadja dengan nama Hulp-en Spaarbank der Inlandsche Bestuurs Ambtenaren atau Bank Bantuan dan Simpanan Milik Kaum Priyayi yang berkebangsaan Indonesia (pribumi). Berdiri tanggal 16 Desember 1895, yang kemudian dijadikan sebagai hari kelahiran BRI. Selain fokus dalam pemberian fasilitas kredit kepada golongan pengusaha kecil, BRI juga memiliki misi untuk memberikan pelayanan prima kepada nasabah melalui jaringan kerja yang tersebar luas dan didukung oleh sumber daya manusia yang profesional dengan melaksanakan praktek *good corporate governance*.

Visi dari Bank Rakyat Indonesia (BRI) ini adalah menjadi bank komersial terkemuka yang selalu mengutamakan kepuasan nasabah. Sedangkan misinya yaitu: (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 dengan melaksanakan praktik *good corporate governance*, (3) Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak – pihak yang berkepentingan.

Ketatnya persaingan pada industri perbankan pada saat sekarang ini, membuat bank BRI harus dapat bertindak lebih aktif dan lebih tanggap untuk menggali ide – ide dengan melakukan inovasi, baik pada produk maupun jasa layanan perbankan yang dimiliki, sehingga dapat bersaing secara sehat dengan bank – bank lain. Seiring dengan kemajuan teknologi dan informasi yang begitu cepat, segala cara dilakukan oleh bank BRI dengan tujuan meraih kepuasan para nasabahnya. Bank BRI menyadari peran nasabah bagi keberhasilannya sangat menentukan dalam memenangkan persaingan. Walaupun produk yang dijual sama, tetapi setiap bank memiliki strategi sendiri dalam melayani nasabahnya. Sebuah bank harus memberikan layanan terbaik bagi nasabahnya, dengan memaksimalkan semua kemampuan yang dimilikinya. Hal ini meliputi seluruh proses manajemen bank, seperti membuka rekening tabungan baru, deposito, giro, serta pengajuan kredit usaha, kartu debit atau kartu kredit, sampai kepada penutupan rekening.

Bank sebagai perusahaan jasa yang sangat ditentukan oleh kemampuannya, untuk membina relasi dengan banyak pihak., salah satunya para nasabahnya. Dalam konsep ini, sebuah bank harus dapat membina dan menjalin hubungan yang baik dengan memberikan produk dan jasa layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah, sehingga dapat meraih kepuasan nasabah terhadap produk dan jasa layanan perbankan tersebut. Persaingan yang

meningkat pada akhir – akhir ini, bank – bank bersaing untuk berusaha dapat memberikan kepuasan nasabah. Bank tersebut melakukan berbagai macam cara yang dapat memanjakan para pelanggannya, dengan memberikan pelayanan jasa yang terbaik kepada nasabahnya. Para nasabah akan mencari produk, berupa barang atau jasa perbankan yang dapat memberikan layanan yang terbaik kepadanya.

Salah satu konsep pelayanan yang menjadi tujuan bagi dunia perbankan adalah memberikan pelayanan prima bagi nasabahnya. Pelayanan prima merupakan suatu konsep pelayanan yang menitikberatkan kepada hubungan antara manusia. Maksudnya, ketika seorang pegawai bank melayani seorang nasabahnya, dia harus melayani kebutuhan perbankan pelanggan tersebut dengan pelayanan terbaik yang dimilikinya, hal ini dapat terwujud dengan rasa peduli dan kasih sayang terhadap nasabahnya. Pemberian senyuman yang hangat kepada nasabah sehingga terjadi kontak mata dengan nasabah, ucapan terimakasih, kata maaf dan mengucapkan salam kepada nasabah merupakan salah satu contoh pelayanan prima. Inti dalam pelayanan prima adalah manusia.

Oleh karena itu, peranan pegawai bank terhadap pelaksanaan pelayanan prima ini sangat berperan penting, terutama pada staf terdepan (*frontliners*), satpam, orang – orang yang melakukan kontak langsung dengan para nasabah. Sehingga banyak bank, memberikan pelatihan – pelatihan bagi para pegawainya agar standar pelayanan prima yang dikehendaki bank dapat terlaksana. Banyak faktor – faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah, antara lain citra positif perusahaan.

Pembentukan citra positif bagi suatu perusahaan sangat penting bagi konsumen. Citra merupakan penilaian baik atau buruk suatu lembaga atau perusahaan yang sifatnya abstrak, tetapi penilaian konsumen atau masyarakat tersebut dapat dirasakan wujudnya, penilaian berkaitan dengan timbulnya rasa hormat, kesan yang baik, dan kepercayaan. Pemberian pelayanan yang lamban, jam operasional yang dibuka tidak tepat waktu, serta penyediaan fasilitas penunjang yang kurang memadai sangat dirasakan pada bank tersebut sehingga akan menyebabkan citra negatif bagi suatu perusahaan.

Fasilitas perbankan juga turut mempengaruhi kepuasan nasabah. Bank sebagai perusahaan yang menyediakan layanan jasa keuangan, fasilitas – fasilitas pendukung seperti *ATM (Automatic Teller Machine)* istilah dalam bahasa Indonesia adalah Anjungan Tunai Mandiri, *Mobile Banking* dengan fasilitas – fasilitas perbankan yang mengikuti perkembangan teknologi terkini. Sangat penting bagi seorang nasabah dalam menentukan jasa keuangan yang sesuai dengan keinginannya. Fasilitas perbankan sangat berkaitan dengan teknologi, semakin tinggi teknologi yang digunakan suatu perusahaan dalam mendukung produk atau jasa yang diberikannya, semakin tinggi pula kepercayaan nasabah dalam mempercayakan dirinya untuk mempergunakan perusahaan yang memberikan fasilitas dengan teknologi tinggi. Penyediaan fasilitas – fasilitas di atas masih dirasakan kurang, khususnya pada penyediaan *ATM (Automatic Teller Machine)* BRI . Dibandingkan dengan bank lainnya yang banyak tersebar luas di banyak tempat, sedang untuk ATM BRI umumnya susah untuk ditemui.

Peran serta pegawai dalam meraih kepuasan nasabah juga memberikan andil yang tidak kalah pentingnya. Dalam hal ini pegawai suatu bank harus memiliki keterampilan – keterampilan dalam menghadapi masalah – masalah dalam pelayanan yang menjadi keluhan – keluhan nasabah, khususnya bagi staf pelayanan yang merupakan ujung tombak perusahaan ketika berhadapan langsung dengan nasabah, sehingga staf pelayanan menjadi komunikator, sekaligus menciptakan citra bagi perusahaan dan produknya. Untuk pelaksanaan kerja pegawai BRI cabang tanjung priok terkesan lamban, sehingga membuat antrian terlalu panjang dan menghambat proses transaksi nasabah yang ingin dilayani secara cepat. Ini akan mempengaruhi kepuasan nasabah dalam melakukan transaksi – transaksi bank kedepannya.

Pelayanan prima yang diberikan oleh bank juga mempunyai andil yang cukup besar dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Memberikan pelayanan terbaik atau prima, merupakan salah satu cara ampuh dalam memenangkan persaingan, terutama pada perusahaan – perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Memberikan pelayanan jasa yang terbaik ini dilakukan bank untuk memanjakan para nasabahnya. Dari kualitas pelayanan prima yang diberikan bank, dapat memberikan suatu dorongan positif bagi nasabah untuk menjalin ikatan hubungan yang baik dan tidak bersifat jangka pendek, tetapi untuk jangka panjang.

Dalam upaya peningkatan pemberian pelayanan prima, sebuah bank dituntut untuk merancang pelayanan yang terbaik bagi nasabah. Hal ini dilakukan terutama karena kepuasan nasabah hanya dapat dicapai melalui hasil kinerja yang terbaik dalam pemberian pelayanan kepada nasabah, sehingga upaya bank dalam

memaksimalkan pengalaman nasabah yang menyenangkan dan mengurangi pengalaman nasabah yang kurang menyenangkan. Dari upaya ini akan membawa kepada loyalitas nasabah terhadap produk dan jasa yang diberikan suatu bank. Loyalitas nasabah tidak akan timbul dalam hati anggota jika anggota tersebut mempunyai pandangan yang jelek terhadap Bank tersebut.

Tabel I.1
Perkembangan Jumlah Nasabah

Uraian	Jumlah Nasabah			Jumlah
	Britama	Simpedes	Lainnya	
Awal Januari 2010	17.407	980	10	18.397
• Nasabah Baru	1.520	498	-	2.018
• Nasabah Keluar	53	38	6	97
Akhir Desember 2010	18.874	1.440	4	20.318
Awal Januari 2011	18.874	1.440	4	20.318
• Nasabah Baru	1.207	354	-	1.561
• Nasabah Keluar	81	65	1	147
Akhir Desember 2011	20.000	1.729	3	21.732

Sumber : Laporan BRI Kanca Tg. Priok Tahun 2011

Tabel laporan perkembangan jumlah nasabah tersebut menunjukkan bahwa selama 2 tahun terakhir, jumlah anggota yang keluar pada tahun 2011 lebih banyak dibandingkan dengan jumlah anggota yang keluar pada tahun 2010. Ini mencerminkan bahwa, nasabah belum merasakan pelayanan prima yang diberikan secara sepenuhnya kepada nasabah.

Melalui upaya peningkatan pelayanan prima ini, bank BRI selalu berupaya memberikan pelayanan prima melalui produk dan jasa perbankan yang mereka sediakan, yang terdiri dari : membuka rekening tabungan, deposit, giro, sampai

dengan jasa layanan perbankan lainnya seperti pemberian pinjaman, pengajuan kartu debit, kartu kredit, dan jasa pelayanan *phonebanking*, tetapi yang menjadi permasalahan adalah apakah Bank BRI telah dapat memberikan standar pelayanan prima yang benar – benar diharapkan oleh nasabah. Sehingga mereka dapat merasakan kepuasan terhadap pelayanan jasa perbankan yang diberikan bank tersebut. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk membahas masalah kepuasan nasabah pada Bank BRI dalam hubungannya dengan pelayanan prima.

B. Identifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang diatas, permasalahan dapat didefinisikan sebagai berikut :

1. Apakah terdapat hubungan antara citra perusahaan dengan kepuasan nasabah ?
2. Apakah terdapat hubungan antara fasilitas dengan kepuasan nasabah ?
3. Apakah terdapat hubungan antara kinerja pegawai dengan kepuasan nasabah ?
4. Apakah terdapat hubungan antara pelayanan prima dengan kepuasan nasabah ?

C. Pembatasan Masalah

Dari berbagai masalah yang telah diidentifikasi di atas, ternyata masalah kepuasan nasabah menyangkut berbagai aspek serta faktor – faktor permasalahan. Karena keterbatasan peneliti dalam waktu, dana, dan tenaga maka peneliti hanya

membatasi masalah pada “Hubungan antara pelayanan prima dengan kepuasan nasabah”.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka dapat dirumuskan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut : “Apakah terdapat hubungan antara pelayanan prima dengan kepuasan nasabah?”.

E. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoretis,

Untuk menambah ilmu pengetahuan yang sehubungan kepuasan nasabah, khususnya dengan pelayanan prima yang diberikan.

2. Kegunaan Praktis,

Sebagai bahan masukan tentang efektivitasnya pelayanan prima dalam meningkatkan kepuasan nasabah.