

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Adanya perkembangan perekonomian global saat ini, mendorong pertumbuhan dan persaingan seluruh sektor industri termasuk industri jasa sehingga timbul peluang bisnis dari sektor ini. Perbedaan utama dengan perusahaan penghasil produk adalah barang sedangkan perusahaan penghasil jasa terletak pada pemasarannya sehingga perusahaan jasa lebih dituntut untuk memberikan kualitas layanan yang optimal dan memuaskan konsumennya.

Menurut Tjiptono (2008:2), perkembangan sektor jasa tidak bisa lepas dari tahap-tahap perkembangan aktivitas perekonomian yang terdiri atas lima tahap, yaitu: Tahap Primer (ekstraktif), meliputi pertanian, pertambangan, perikanan, dan kehutanan; Tahap Sekunder (produksi barang), meliputi pemanufakturan dan pemrosesan; Tahap Tersier (jasa domestik), terdiri atas restoran dan hotel, salon kecantikan, *laundry* dan *dry cleaning*, pemeliharaan, dan reparasi; Tahap Kuartier (perdagangan), meliputi transportasi, perdagangan ritel, komunikasi, keuangan, dan asuransi; serta Tahap Kuiner (perbaikan dan peningkatan kapasitas manusia), terdiri atas kesehatan, pendidikan, riset, rekreasi, dan kesenian.

Kondisi perkembangan dan persaingan yang ketat ini terjadi pada salah satu jenis industri jasa, yaitu perbankan. Menurut Undang-Undang Negara Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 tentang perbankan mendefinisikan bank sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan

menyalurkan dana kepada masyarakat dalam bentuk kredit serta bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat. Bank merupakan lembaga keuangan yang sangat ketat diatur sesuai dengan sifat dasarnya sebagai lembaga kepercayaan, menjadi perantara (intermediasi) antara pihak yang mengalami *surplus of fund*. Bank sebagai lembaga intermediasi memiliki wewenang untuk menerima simpanan uang, memberikan pinjaman uang, dan menerbitkan promes atau yang dikenal sebagai *banknote*. Selain itu, sebagai lembaga keuangan yang sangat bergantung pada kepercayaan masyarakat, bank dituntut untuk memberikan pelayanan yang optimal dengan selalu mengutamakan kualitas pelayanan sehingga nasabah akan merasa puas dan aman dalam bertransaksi di dunia perbankan.

Perbankan Indonesia saat ini jauh lebih sehat dibandingkan dengan kondisi perbankan pada tahun 1997/1998 dan lebih tahan terhadap gejolak ekonomi yang disebabkan oleh faktor internal maupun eksternal. Hal ini dikarenakan pengelolaan perbankan pada tahun 1997/1998 tidak menjunjung tata kelola perbankan yang baik dimana kualitas kredit buruk, pemegang saham bermain dengan nasabah dan manajemen tetapi kondisi tersebut tidak terjadi lagi pada saat ini karena upaya Bank Indonesia yang menerapkan aturan *governance* tentang penerapan perbankan dengan menjunjung tinggi azas kehati-hatian dalam operasionalisasi transaksi perbankan. (sumber : Ihsan. BI: Kondisi Perbankan Kini Jauh Lebih Sehat. 2013. <http://wartaekonomi.co.id/berita16236/bi-kondisi-perbankan-kini-jauh-lebih-sehat.html>)

Berdasarkan data per Desember 2012, perbankan Indonesia mencatatkan kinerja yang baik dibanding periode yang sama pada tahun 2011. Data statistik perbankan Indonesia yang dilansir oleh Bank Indonesia mencatat perolehan laba bersih sebesar Rp92,83 triliun atau tumbuh 23,64% dibanding tahun sebelumnya senilai Rp75,07 triliun. Peningkatan laba bersih tersebut ditopang oleh naiknya pendapatan bunga sebesar 7,39% menjadi Rp391,28 triliun dibanding dengan posisi Desember 2011 sebesar Rp364,33 triliun. Sementara itu, beban bunga pada periode Desember 2012 turun 1,02% menjadi Rp183,71 triliun dari sebelumnya Rp185,61 triliun. BI juga mencatat realisasi penyaluran kredit pada akhir tahun 2012 mencapai Rp2.725,67 triliun atau tumbuh 22,96% dibandingkan dengan periode yang sama tahun sebelumnya sebesar Rp2.216,53 triliun. (*sumber : <http://www.bisnis-kepri.com/index.php/2013/02/kinerja-perbankan-laba-bank-tercatat-tumbuh-2364/>*)

Pada tahun 2013, kinerja perbankan Indonesia tetap menunjukkan kinerja cemerlang di tengah tekanan inflasi tahunan yang diperkirakan berada pada level 9-9,8% (*sumber : bisniskeuangan.kompas.com tertanggal 18 Oktober 2013*), suku bunga acuan dasar BI (*BI Rate*) yang berada di level 7,50% per tanggal 12 November 2013 (*sumber : www.bi.go.id*) dan ketidakpastian situasi ekonomi global. Hal ini dibuktikan dengan indikator rasio kecukupan modal (*CAR/ Capital Adequacy Ratio*) yang mencapai 17,89% jauh diatas ketentuan BI sebesar 8% ditambah tingkat kredit bermasalah (*NPL/Non-Performing Loan*) yang tetap terjaga di level 1,99% pada Agustus 2013. Selain itu, Bank Indonesia telah mencatat kenaikan cadangan devisa Indonesia per 30 September 2013 menjadi

UU\$ 95,6 miliar dari jumlah cadangan devisa di bulan Agustus 2013 sebesar UU\$ 92,9 miliar. (sumber : Antique, Nina Rahayu. BI: Kondisi Perbankan Indonesia Sehat. 2013. <http://bisnis.news.viva.co.id/news/read/450084-bi--kondisi-perbankan-indonesia-sehat>)

Berikut ini data kinerja tiga bank terbesar di Indonesia yang melampaui target pasar pada semester I tahun 2013:

Tabel 1.1
Kinerja Keuangan Tiga Bank Terbesar Di Indonesia

	Kinerja Keuangan Bank Mandiri, BRI, BCA, & Estimasi Analis								
	Bank Mandiri			BRI			BCA		
	Pendapatan (Rp/ triliun)	Laba (Rp/ Triliun)	EPS (Rp)	Pendapatan (Rp/ triliun)	Laba (Rp/ Triliun)	EPS (Rp)	Pendapatan (Rp/ triliun)	Laba (Rp/ Triliun)	EPS (Rp)
Realisasi Semester I 2013*	23,114	8,194	355,46	27,203	10,152	423,3	15,732	6,321	257
Estimasi Analis	47,801	17,579	752,874	57,018	22,599	915,966	33,599	13,921	564,633
Estimasi Analis	48,474	17,455	747,231	49,537	20,007	818,166	33,097	13,268	547,645

Sumber: Laporan keuangan, *Bloomberg*, diolah

Ket: Dihitung berdasarkan rata-rata realisasi 5 tahun

Sumber : www.katadata.co.id per tanggal 01 Agustus 2013

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa Bank Rakyat Indonesia sebagai salah satu bank plat merah atau milik pemerintah terus mengukir prestasi di tahun 2013 ini karena berhasil meraup keuntungan pada semester I sebesar Rp10,15 triliun (> dari 2 bank terbesar lainnya, yaitu BCA dan Bank Mandiri yang masing-masing hanya meraup keuntungan sebesar Rp6,32 triliun dan Rp8,19 triliun) sehingga laba bersih emiten berkode BBRI tersebut diprediksi mencapai Rp22,60 triliun pada 2013 lebih tinggi 13% dari perkiraan para analis sebesar Rp20,01 triliun.

Selain itu, Bank Rakyat Indonesia Tbk juga berhasil meningkatkan pertumbuhan kredit sebesar 29,96% secara tahunan (*year on year*), yakni

Rp318,01 triliun pada kuartal II 2012 menjadi Rp413,27 triliun pada kuartal III-2013. BRI juga sangat *concern* terhadap kualitas kredit yang disalurkanannya, dengan kata lain BRI mampu meningkatkan kualitas pinjaman, karena *Non-Performing Loan* (NPL) yang sebesar 1,77% per triwulan III-2013 atau terus menurun dari 2012 lalu sebesar 2,33%. Menurut Direktur Utama Bank Rakyat Indonesia, Sofyan Basir, pertumbuhan kredit yang diraih BRI berada diatas rata-rata industri perbankan yang tercatat 23,14%. Sementara pertumbuhan Dana Pihak Ketiga (DPK) dan aset yang dihasilkan BRI per September 2013 juga berada diatas rata-rata industri, yaitu mengalami peningkatan sebesar 21,87% diatas rata-rata industri sebesar 15,61% sedangkan aset tercatat mengalami peningkatan sebesar 21,35% diatas rata-rata industri sebesar 18,16%. (*sumber : Kristopo. BRI Klaim Sebagai Bank Nasional Profitable. 2013. <http://www.infobanknews.com/2013/11/bri-klaim-sebagai-bank-nasional-profitable/>*)

Lebih lanjut lagi, Bank Rakyat Indonesia pun meraih prestasi dalam bentuk penghargaan akan kinerja perbankannya yang diberikan oleh beberapa instansi terkenal, seperti penghargaan dari majalah ekonomi terkemuka dunia, *Forbes*, yang menempatkan PT Bank Rakyat Indonesia Tbk di peringkat 479 dunia dalam daftar 2.000 perusahaan raksasa dunia (*sumber : www.indonesiamedia.com tertanggal 22 April 2012*); penghargaan khusus dari Majalah Investor Daily sebagai bank yang dalam 5 tahun terakhir berada di posisi 3 besar bank terbaik pada tahun 2012 dan meraih Top Brand Award 2013 (*sumber : www.investor.co.id tertanggal 7 Februari 2013*); berhasil menjadi juara di Indonesia Banking Award 2012 dalam kategori bank persero melalui penghargaan

yang diselenggarakan oleh Perhimpunan Bank-Bank Umum Nasional (Perbanas) melalui Perbanas Institute (*sumber : www.indonesiabrandforum.com tertanggal 24 Februari 2013*); Bank Rakyat Indonesia juga meraih peringkat terbaik yaitu peringkat ke-193 dalam jajaran 500 merek bank paling bernilai tinggi sedunia atau *Top 500 Most Valuable Banking Brands 2011* yang diberikan oleh *Brand Finance PLC*, konsultan spesialis valuasi merek global, yang berbasis di kota london (*sumber : www.republika.co.id tertanggal 09 Mei 2011*); dan penghargaan-penghargaan prestasi lainnya.

Pencapaian ini didukung oleh sistem pengendalian intern BRI sesuai prinsip-prinsip *good corporate governance* (GCG) baik yang dilakukan oleh Divisi Audit intern maupun jajaran Dewan Komisaris. Selain itu, hal ini juga berhasil dicapai melalui upaya PT Bank Rakyat Indonesia Tbk dalam menjaga serta meningkatkan kualitas pelayanannya, seperti peningkatan kualitas pelayanan *teller* terhadap nasabah, keandalan dari produk-produk layanan yang diberikan oleh BRI, jaminan akan keamanan dan kenyamanan nasabah dalam bertransaksi, daya tanggap karyawan terhadap kebutuhan serta kendala yang dialami oleh nasabah, dan upaya-upaya lainnya. Upaya yang dilakukan oleh PT Bank Rakyat Indonesia dalam menjaga serta meningkatkan kualitas pelayanan terhadap nasabah pada akhirnya menciptakan prestasi yang gemilang, yaitu Bank BRI memperoleh penghargaan *Top Brand Award 2013* dari Majalah Marketing dan Frontier Consulting Group untuk layanan *call center 14017* perbankan yang berada di peringkat ke-3 setelah HALO BCA dan *Mandiri call* (*sumber : <http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top-brand-index-2013/>*).

Kualitas pelayanan atau jasa (*service quality*) adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan, Tjiptono (2008:85). Kualitas pelayanan suatu perusahaan berpusat pada upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan dalam penyampaian untuk menyeimbangkan harapan konsumen.

Produk layanan yang ditawarkan oleh Bank Rakyat Indonesia pun meraih prestasi yang sangat baik karena BRI selalu berupaya untuk menciptakan atribut produk yang sesuai dengan kebutuhan serta keinginan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan prestasi produk tabungan BRITAMA pada *Top Brand Award* yang mampu bertahan di peringkat ke-2 setelah Tahapan BCA sejak tahun 2011-2013, kemudian produk Deposito BRI yang juga meraih peringkat ke-3 setelah BCA dan Bank Mandiri sejak tahun 2011-2013, produk tabungan BRITAMA Junio yang terus bertahan di peringkat pertama sejak tahun 2011-2013, fitur produk layanan BRI yaitu ATM BRI yang berhasil menduduki posisi ke-3 setelah BCA dan Bank Mandiri sejak tahun 2012, serta prestasi yang paling mengagumkan yaitu produk BRI Syariah yang berada posisi puncak pada tahun 2013 yang sebelumnya berada pada posisi ke-2. (sumber : <http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top-brand-index-2013/>)

Tabel 1.2
Top Brand Award 2013 Kategori Produk Tabungan

Merek	TBI	
Tahapan BCA	30,4%	TOP
BRI BritAma	16,9%	TOP
Tabungan Mandiri	16,0%	TOP
BRI Simpedes	14,7%	
BNI Taplus	8,9%	
Tabungan Danamon	1,5%	
Tabungan Batara Prima	1,2%	
Tabungan CIMB Niaga	1,0%	

Sumber : www.topbrand-award.com

Kotler dan Armstrong (2012:230) menyatakan bahwa atribut produk merupakan pengembangan dari produk barang atau jasa yang akan berimplikasi pada manfaat yang akan didapat konsumen. Manfaat ini dikomunikasikan dan disampaikan oleh atribut produk, kualitas, *merk* dan pelayanan.

Peneliti memilih PT Bank Rakyat Indonesia Tbk sebagai objek penelitian karena Bank BRI memiliki prestasi sangat baik di bidang perbankan seperti yang sudah dijelaskan pada paragraf-paragraf sebelumnya. Selain itu, Bank BRI merupakan bank yang memiliki jumlah kantor cabang maupun unit yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia bahkan sampai ke pelosok pedesaan terpencil. Bahkan sampai akhir 2012 BRI telah memiliki 14.292 ATM yang sekaligus menjadikannya sebagai bank dengan jumlah ATM terbesar dan tersebar di Indonesia. (sumber : <http://www.tempo.co/read/news/2013/03/28/140469871/Pengakuan-Dunia-terhadap-Microbanking-BRI>).

Lebih lanjut, penelitian ini akan dilakukan pada BRI Unit Pulogebang karena lokasi kantor BRI unit yang sangat strategis, yaitu di area pertokoan (ruko) dan

dekat dengan pemukiman masyarakat (kompleks perumahan) sehingga memudahkan Bank BRI dalam menghimpun dana masyarakat melalui produk tabungan, giro, dan deposito serta memberikan layanan perbankan lainnya, seperti transaksi kliring, RTGS dan transaksi *e-banking*. BRI Unit Pulogebang juga merupakan BRI kantor unit yang memiliki jumlah transaksi harian perbankan diatas rata-rata kantor unit lain yang berada dibawah pengawasan BRI kantor cabang Juanda, Bekasi, yaitu sebanyak 300 transaksi per hari. (*sumber : hasil wawancara dengan Ka.Unit BRI Pulogebang*)

Semua upaya Bank Rakyat Indonesia dalam memberikan kualitas pelayanan perbankan yang terbaik dan menyediakan atribut produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah bertujuan untuk menciptakan serta mempertahankan kepuasan nasabah selaku pengguna jasa yang diberikan. Kepuasan itu sendiri menurut Kotler dan Keller (2012:150) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan dengan harapan. Nasabah yang merasa puas dengan layanan transaksi perbankan yang diberikan akan melakukan penggunaan jasa tersebut secara kontinu dan simultan sedangkan nasabah yang merasa tidak puas, tidak akan menggunakan jasa tersebut kembali dan beralih kepada jasa transaksi perbankan yang diberikan oleh pihak pesaing. Hal yang sangat merugikan pihak BRI bila si nasabah yang merasa tidak puas dengan layanan yang diberikan, memberitahukan kepada nasabah lain, sehingga menciptakan persepsi buruk dibenak nasabah yang sudah ada maupun calon nasabah.

Peneliti juga akan melakukan penelitian perbandingan antara Bank BRI dengan Bank BNI dengan tujuan untuk melihat serta membandingkan kinerja

kedua bank milik pemerintah ini dari segi kualitas pelayanan dan atribut produk yang diberikan terhadap kepuasan para nasabahnya. Peneliti memilih Bank BNI sebagai pembanding karena Bank BNI merupakan salah satu bank milik pemerintah yang memiliki prestasi lebih baik dibanding Bank BRI dalam segi pelayanan. Hal ini dibuktikan dengan posisi peringkat Bank BNI yang mengungguli Bank BRI, yaitu peringkat ke-4 dari daftar 10 bank yang memperoleh penghargaan sebagai *Best Bank Service Excellence 2012* yang diberikan oleh *Infobank* bersama Marketing Research Indonesia. (sumber : *Ferdian, Rully. Ini Dia 10 Bank Peraih Best Bank Service Excellence 2012. 2012. <http://www.infobanknews.com/2012/05/ini-dia-10-bank-peraih-best-bank-service-excellence-2012/>*).

Tabel 1.3
10 Bank Peraih “Best Bank Service Excellence 2012”

Peringkat	Nama Bank
1	PT Bank Mandiri Tbk
2	PT Bank Permata Tbk
3	PT Bank Internasional Indonesia Tbk
4	PT Bank Negara Indonesia Tbk
5	PT Bank Rakyat Indonesia Tbk
6	PT OCBC NISP Tbk
7	PT CIMB Niaga Tbk
8	PT Bank Danamon Indonesia Tbk
9	PT Bank Central Asia Tbk
10	PT Bank Tabungan Negara Tbk

Sumber : *www.infobanknews.com*

Selain itu, Bank BNI juga memperoleh 2 penghargaan sekaligus pada tahun 2012 sebagai *The Best Cash Management Solution of The Year in South-East Asia* dan *The Best Remittance Provider of The Year in South-East Asia* dari Majalah Alpha Southeast Asia. Hal ini dikarenakan Bank BNI dinilai sebagai penyedia

layanan solusi *Cash Management* terbaik di Indonesia dan penyedia layanan pengiriman uang terbaik di Indonesia dengan penilaian kualitas produk (*service* dan teknologi), luas jaringan dan distribusi, program promosi dan *customer support*. (sumber : Aco, Hasanudin. *Layanan Cash Management dan Remitansi BNI Terbaik di ASEAN. 2012.* <http://www.tribunnews.com/bisnis/2012/02/16/layanan-cash-management-dan-remitansi-bni-terbaik-di-asean>). Produk layanan yang ditawarkan oleh Bank BNI juga memiliki prestasi yang cukup baik seperti BRI, yaitu produk kartu ATM BNI yang meraih peringkat ke-4 pada tahun 2012-2013 serta produk layanan *mobile banking*, BNI Mobile, yang meraih peringkat ke-3 mengungguli BRI Mobile pada tahun 2012-2013.

Tabel 1.4
Top Brand Award Kategori Mobile Banking

2012		2013	
MEREK	TBI	MEREK	TBI
M-BCA	39,3%	M-BCA	51,6%
M-Banking Mandiri	26,5%	M-Banking Mandiri	25,7%
BNI Mobile	14,2%	BNI Mobile	10,3%
BRI Mobile	12,5%	BRI Mobile	7,6%
CIMB Niaga Mobile	1,2%	CIMB Niaga Mobile	2,8%

Sumber : www.topbrand-award.com

Berdasarkan paparan yang dikemukakan diatas, maka diperoleh suatu gambaran bahwa kualitas pelayanan serta atribut produk merupakan suatu cara untuk menciptakan serta mempertahankan tingkat kepuasan nasabah. Oleh karena itu, peneliti berkeinginan untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Atribut Produk terhadap Kepuasan Nasabah Bank**

(Studi Perbandingan antara Nasabah Tabungan BRITAMA dengan Nasabah BNI Taplus di BRI Kantor Unit Pulo Gebang dan BNI Kantor Cabang Unit Pasar Klender)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, peneliti mengambil rumusan masalah, yaitu apakah ada pengaruh secara parsial maupun simultan antara kualitas pelayanan dan atribut produk terhadap kepuasan nasabah?

1.3 Batasan Penelitian

Peneliti membatasi penelitian ini pada beberapa ketentuan dengan tujuan untuk mencapai tujuan penelitian yang diharapkan secara efektif dan efisien, yaitu:

1. Lokasi penelitian yang dipilih, yaitu BRI Kantor Unit Pulo Gebang dan BNI Kantor Cabang Unit Pasar Klender
2. Objek dalam penelitian ini adalah nasabah yang masih atau pernah menggunakan produk tabungan BRITAMA serta Taplus BNI selama 5 tahun atau lebih.
3. Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah tabungan BRITAMA dan Taplus BNI yang menggunakan layanan *teller bank* serta *e-banking*.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Memperluas ilmu pengetahuan dalam bidang pemasaran khususnya

mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan atribut produk terhadap tingkat kepuasan konsumen sekaligus sebagai peluang untuk mengaplikasikan teori-teori yang di dapat selama perkuliahan di dalam kehidupan nyata.

2. Bagi BRI Kantor Unit Pulogebang dan BNI Kantor Cabang Unit Pasar Klender

Sebagai salah satu sumber informasi dan kontribusi bank untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan serta menciptakan atribut produk yang sesuai dengan kebutuhan serta keinginan nasabah dalam upaya menciptakan dan menjaga tingkat kepuasan nasabah.

3. Bagi Akademik

Memberikan informasi acuan bagi penelitian-penelitian lanjutan yang relevan dan sebagai bahan dokumentasi penelitian serta dapat digunakan sebagai bahan pemberi informasi untuk mahasiswa mengenai aktualisasi teori dalam lapangan nyata.