

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dengan adanya era globalisasi dan perdagangan bebas, sektor perekonomian sangat memegang peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi. Di mana sektor perekonomian menjadi tolak ukur kemakmuran suatu Negara. Hal ini selaras dengan apa yang diamanatkan dalam Pancasila dan UUD 1945 yaitu untuk mewujudkan suatu masyarakat yang adil dan makmur.

Dalam rangka mendorong pertumbuhan ekonomi, industri perbankan memiliki peran penting dalam perekonomian, yaitu menyediakan dan menyalurkan dana untuk pembangunan ekonomi masyarakat. Menurut UU Perbankan No. 10 Tahun 1998, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup orang banyak. Oleh karena itu, peranan perbankan sangat mempengaruhi kegiatan ekonomi suatu Negara. Semakin maju suatu Negara maka semakin besar peranan perbankan dalam mengendalikan ekonomi Negara tersebut.

Dari definisi sesuai dengan UU No. 10 Tahun 1998 dapat disimpulkan bahwa bank mempunyai 3 fungsi yaitu: (1) menghimpun dana masyarakat; (2)

menyalurkan dana kepada masyarakat; (3) memberikan jasa lalu lintas pembayaran dan peredaran uang atau dikenal dengan jasa perbankan.

Jasa perbankan adalah salah satu aktivitas pada perbankan nasional yang bertujuan untuk memberikan kemudahan bagi nasabah dalam melakukan transaksi keuangan. Jasa perbankan diberikan untuk mendukung kelancaran dalam menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat. Disisi lain jasa perbankan merupakan sumber penerimaan bagi bank (*fee-based income*) (Ade Arthesa, 2006: 88).

Perkembangan di era globalisasi menyebabkan persaingan dalam dunia perbankan menjadi semakin ketat. Hal ini diawali ketika pemerintah mengeluarkan kebijakan pada tahun 1988 yang dikenal dengan Paket 27 Oktober 1988 (Pakto 88) yang isinya antara lain memberikan kemudahan untuk mendirikan bank-bank baru. Hal ini menyebabkan tumbuhnya lembaga keuangan perbankan yang ditandai dengan berdirinya sejumlah bank yang menyebabkan persaingan antara sesama bank dalam merebut nasabah semakin ketat.

Bank yang ingin berkembang harus dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik dan memberikan rasa aman kepada nasabah, karena hal itu merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan dari suatu bank. Dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik dan rasa aman kepada nasabah, maka akan menimbulkan suatu kepuasan bagi nasabah dan sebaliknya. Demikian juga yang terjadi pada Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Pangandaran Banjar.

BRI Unit Pangandaran Banjar merupakan salah satu dari jasa-jasa perbankan yang berada di Kabupaten Ciamis khususnya di Kecamatan Pangandaran. Visi dari bank BRI yaitu menjadi bank komersial terkemuka yang selalu mengutamakan kepuasan nasabah. Sedangkan misi bank BRI 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 praktek *good corporate governance*. 3) Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan.

(<http://www.bri.co.id/TentangKami/VisidanMisi/tabid/60/Default.aspx>. Diakses 04 April 2012).

Dalam rangka pencapaian visi Bank BRI selalu berusaha memberikan pelayanan prima. Namun semakin bertambahnya jumlah nasabah sering menyebabkan penurunan dalam kualitas pelayanan. Semakin banyaknya jumlah nasabah bila tidak diimbangi dengan peningkatan kualitas baik Sumber Daya Manusia (SDM) maupun Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) akan membuat kecewa para nasabah atas pelayanan yang diberikan. Untuk hal tersebut, bank BRI Unit Pangandaran Banjar dituntut untuk dapat mengoptimalkan pelayanan dan memberikan kepercayaan kepada nasabah sehingga para nasabah

akan merasa puas. Selain dari kualitas pelayanan dan kepercayaan kepada nasabah, nilai pelanggan juga dapat memberikan nilai tambah bagi pelanggan. Nilai pelanggan terdiri dari *Emotional value*, *Social value* *Quality/Performance value* dan *Price/value for money* (Fandy Tjiptono, 2011: 376).

Menurut Fandy Tjiptono (2011: 331) pada prinsipnya kualitas jasa (dalam hal ini adalah kualitas pelayanan) berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik akan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan kebutuhan yang kuat dengan perusahaan. Apabila kualitas pelayanan semakin baik, ditunjukkan dengan pelayanan yang handal, memiliki daya tanggap, memiliki jaminan pelayanan dan empati (rasa perhatian) yang lebih, maka konsumen akan merasa puas.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti pada bulan Januari tahun 2012 di BRI Unit Pangandaran Banjar, ada nasabah yang mengeluh karena banyaknya antrian nasabah dan kurangnya rasa perhatian dari pihak bank, selain itu juga masih rendahnya kemampuan karyawan BRI Unit Pangandaran Banjar dalam melakukan hubungan komunikasi dengan nasabah. Hal ini memungkinkan adanya penurunan kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa, yaitu Bank BRI Unit Pangandaran Banjar sehingga berdampak pada penurunan kepuasan nasabah.

Kepuasan nasabah terlahir karena diberikannya kualitas pelayanan yang baik yang mencakup *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* (Fandy Tjiptono, 2011: 346-347). Kelima unsur kualitas pelayanan ini, paling tidak akan memberikan kepuasan nasabah bila Bank selalu melayani melebihi harapan nasabahnya.

Selain dari kualitas pelayanan faktor kepercayaan merupakan faktor penting, karena tanpa kepercayaan maka masyarakat tidak akan menyimpan dananya di bank. Untuk itu bank harus mampu menjaga kepercayaan dari masyarakat bahwa dana yang disimpan aman. Menurut Ganesan dan Shankar dalam Farida Jasfar (2009: 165) menjelaskan bahwa kepercayaan merupakan refleksi dari dua komponen, yaitu *Credibility* dan *Benevolence*. *Credibility* didasarkan pada besarnya kepercayaan kemitraan dengan organisasi lain dan membutuhkan keahlian untuk menghasilkan efektifitas dan kehandalan pekerjaan. Sedangkan *Benevolence*, didasarkan pada besarnya kepercayaan kemitraan yang memiliki tujuan dan motivasi yang menjadi kelebihan untuk organisasi lain pada saat kondisi yang baru muncul, yaitu kondisi dimana komitmen tidak terbentuk.

Kepercayaan terbentuk dari pengalaman masa lalu dan interaksi sebelumnya. Kepercayaan terjadi ketika suatu kelompok percaya bahwa tindakan kelompok lain akan memberikan hasil yang positif baginya. Dengan demikian kepercayaan nasabah merupakan rasa aman dalam interaksinya terhadap suatu yang diinginkan dan diharapkan sehingga akan memberikan hasil yang positif dan

menguntungkan bagi nasabah. Kurangnya kepercayaan yang dimiliki nasabah terhadap bank BRI Unit Pangandaran Banjar akan menurunkan kepuasan bagi nasabah. Hal ini ditunjukkan dengan kemampuan karyawan BRI Unit Pangandaran Banjar dalam menanggapi kebutuhan dan keluhan nasabah

Dalam menciptakan kepuasan pelanggan khususnya nasabah, BRI Unit Pangandaran Banjar harus dapat meningkatkan nilai pelanggan. Secara sederhana, nilai pelanggan (*customer value*) ditentukan oleh selisih antara manfaat total dan biaya total pelanggan (Fandy Tjiptono, 2011: 15). Kepuasan pelanggan dapat diciptakan melalui *Emotional value*, *Social value* *Quality/Performance value* dan *Price/value for money*.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti pada bulan Januari tahun 2012 di BRI Unit Pangandaran Banjar, adanya nasabah yang kurang memahami produk-produk yang ditawarkan oleh BRI akibat dari promosi yang dilakukan masih kurang memadai. Dengan kurangnya pemahaman nasabah terhadap produk-produk BRI maka akan menyebabkan penurunan nilai pelanggan sehingga berdampak pada penurunan kepuasan nasabah.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk mengangkat penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank (Studi Kasus Pada Nasabah BRI Unit Pangandaran Banjar).

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yaitu sebagai berikut:

1. Persaingan antar bank dalam merebut nasabah yang semakin ketat.
2. Kurangnya rasa perhatian dari pihak BRI Unit Pangandaran Banjar.
3. Masih rendahnya kemampuan karyawan BRI Unit Pangandaran Banjar dalam melakukan hubungan dengan nasabah
4. Kurangnya kemampuan karyawan BRI Unit Pangandaran Banjar dalam menanggapi kebutuhan dan keluhan nasabah.
5. Adanya nasabah yang kurang memahami produk-produk BRI Unit Pangandaran Banjar
6. Promosi yang dilakukan BRI Unit Pangandaran masih kurang memadai.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah Bank BRI Unit Pangandaran Banjar. Mengingat luasnya masalah dan keterbatasan peneliti, maka penelitian ini pembahasannya dibatasi pada faktor kualitas pelayanan, kepercayaan dan nilai pelanggan.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah, maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah BRI Unit Pangandaran Banjar?
2. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah BRI Unit Pangandaran Banjar?
3. Bagaimana pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan nasabah BRI Unit Pangandaran Banjar?
4. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan nilai pelanggan secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah BRI Unit Pangandaran Banjar?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah BRI Unit Pangandaran Banjar.
2. Mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah BRI Unit Pangandaran Banjar.
3. Mengetahui pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan nasabah BRI Unit Pangandaran Banjar.
4. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan nilai pelanggan secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah BRI Unit Pangandaran Banjar.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Bank

Bahan evaluasi bagi BRI Unit Pangandaran Banjar terhadap upaya-upaya yang telah dilakukan dalam memberikan pelayanan kepada nasabahnya dan sebagai bahan pertimbangan dalam penyusunan strategi untuk mencapai kepuasan nasabah BRI Unit Pangandaran Banjar.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat digunakan untuk menerapkan ilmu pengetahuan dalam mengkaji permasalahan secara mendalam dilapangan sesuai bidang keilmuan yang dipelajari.

3. Bagi Nasabah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu informasi baru tentang kualitas pelayanan, kepercayaan dan nilai pelanggan yang diberikan pihak BRI Unit Pangandaran Banjar dan bagaimana pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah.

4. Bagi Perguruan Tinggi

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk bahan referensi dan sumber informasi, sehingga diharapkan dapat dikembangkan oleh peneliti-peneliti selanjutnya.