

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berdasarkan Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan mendefinisikan bank merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan memberikan jasa-jasa bank dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Berdasarkan Pasal 5 Undang-Undang No. 10 Tahun 1998, tentang Perbankan, terdapat dua jenis bank yaitu Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat. Kedua jenis bank tersebut dalam menjalankan kegiatan usahanya diklasifikasikan menjadi dua, yaitu bank Konvensional dan bank dengan prinsip Syariah.

Era globalisasi akan mempengaruhi industri keuangan Indonesia. Di satu pihak, globalisasi akan menciptakan peluang bagi industri keuangan dalam negeri, tetapi di pihak lain hal tersebut juga bisa merupakan suatu ancaman. Bank-bank domestik dapat melakukan upaya go internasional untuk menggarap setiap peluang yang muncul. Dengan masuknya bank-bank asing ke industri perbankan nasional akan memperketat persaingan.

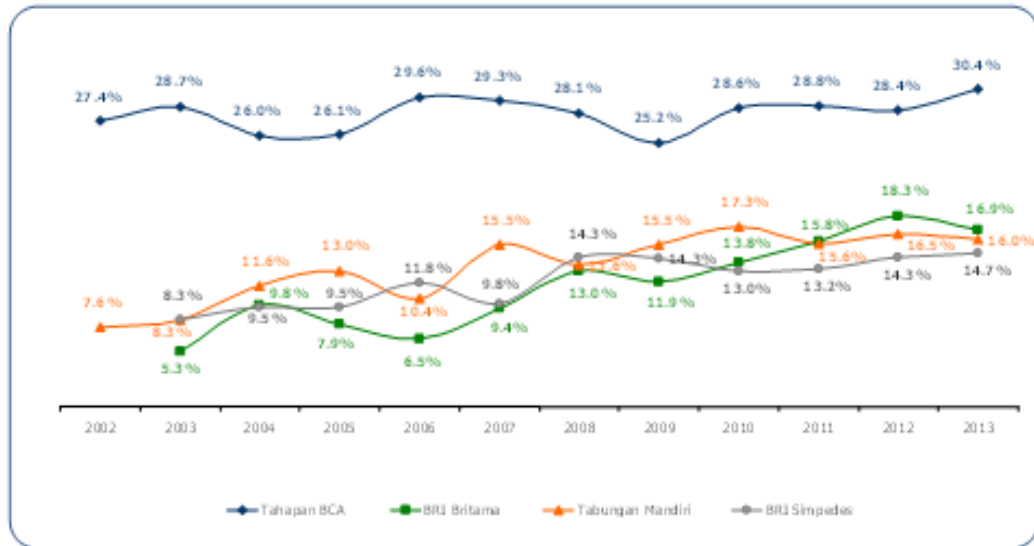
Selain itu dimensi persaingan tidak hanya meliputi persaingan antar bank, tetapi juga melibatkan Lembaga Keuangan Bukan Perbankan (LKBB).

Kecenderungan ini juga akan ditandai dengan reposisi bank dari *conventional banking* menjadi *universal banking* yang menyediakan berbagai layanan jasa finansial yang semakin beragam, canggih dan *tailor made*.

Saat ini terdapat pergeseran yang terjadi dalam bisnis perbankan dalam peta kekuatan perbankan, Bank pemerintah yang makin disaingi oleh kekuatan bank swasta, serta teknologi perbankan yang semakin marak, sehingga sangat diperlukan adanya kreatifitas yang menghasilkan inovasi baik berupa pelayanan yang diberikan, kepercayaan nasabah maupun cara agar membangun citra perusahaan yang baik.

PT Bank Central Asia Tbk adalah bank swasta terbesar di Indonesia. Bank ini didirikan pada 21 Februari 1957 dengan nama Bank Central Asia NV dan pernah menjadi bagian penting dari Salim Group. Meskipun statusnya sebagai bank swasta, tetapi bank BCA mempunyai daya tarik yang baik bagi nasabahnya untuk menabung. Hal ini terbukti bahwa Bank BCA memiliki *Track Record* terbaik dengan nasabah tabungan yang selalu meningkat setiap tahunnya serta menjadi bank dengan pengguna tabungan tahapan terbanyak.

TOP BRAND INDEX TRACKING : KATEGORI PRODUK TABUNGAN



Gambar 1.1
Indeks Pengguna Tabungan Tahun 2002-2013
Sumber: www.Topbrand-award.com

Dilihat dari Gambar 1.1 diatas, meskipun status bank BCA sebagai Bank swasta, tetapi produk Tabungan Bank BCA masuk ke dalam kategori pengguna Produk Tabungan terbanyak sepanjang tahun 2002-2013 dibandingkan dengan bank lain. Bahkan peran Bank Central Asia sebagai bank swasta bisa menyaingi Bank-bank milik pemerintah sekalipun. Hal ini membuktikan bahwa meskipun hanya sebagai bank swasta tetapi bank BCA bisa memberikan produk maupun jasa yang baik kepada masyarakat.

Tahapan Xpresi adalah produk baru dari BCA yang diperuntukan untuk mereka yang berusia muda. Tabungan ini dikelompokkan ke dalam tiga rentang usia: kurang dari 12 tahun, 12-17 tahun, dan di atas 17 tahun. Berbeda dengan tabungan tahapan yang mensyaratkan pembukaan rekening minimal

Rp500.000,00 membuka Tahapan Xpresi cukup membayar setoran awal sebesar Rp50.000,00. Tahapan Xpresi adalah bentuk tabungan BCA yang memberikan kemudahan berupa suku bunga yang menarik dan bisa memiliki tabungan tanpa perlu mempunyai buku tabungan. Selain itu, nasabah Tahapan Xpresi akan diberikan Rekening Koran sebagai bentuk laporan keuangan yang lebih pribadi.

Kualitas layanan didefinisikan sebagai suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan (Gronroos, 1984). Kualitas yang dipersepsikan oleh pelanggan mencakup dua komponen dasar. Pertama kualitas teknis atau hasil yang sering dianggap sebagai kualitas penyampaian produk, artinya apa yang diterima pelanggan dalam interaksinya dengan perusahaan. Kedua kualitas fungsional atau proses, artinya bagaimana pelanggan mendapatkan pelayanan atau mengalami proses produksi dan konsumsi yang simultan, hal ini berkaitan dengan hubungan karyawan dan pelanggan.

Pada dasarnya Bank BCA sudah sejak lama berupaya untuk meningkatkan mutu pelayanan dengan service excellence atau pelayanan prima, program ini difokuskan pada salah satu faktor pendukung kualitas layanan yaitu sikap pelayanan. Pada penelitian Yohaness Yahya Welim dan Ahmad Arifin (2016) menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan,

tetapi berbeda dengan penelitian Maria (2016) yang menyatakan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Dasar utama kegiatan perbankan adalah kepercayaan (*trust*), baik dalam penghimpun dana maupun penyaluran dana. Masyarakat akan menyimpan dananya di bank apabila dilandasi kepercayaan. Dalam hal ini kepercayaan penting dibangun karena dalam keadaan ini semua pihak ingin merasa diuntungkan baik dari segi penyimpanan dana, penampung dana maupun penerima penyaluran dana tersebut. Dengan kata lain, semakin tinggi kepercayaan masyarakat maka semakin tinggi pula Dana Pihak Ketiga (DPK) yang akan masuk pada bank tersebut.

Kepercayaan juga mempengaruhi kepuasan pelanggan, Apabila nasabah mengharapkan suatu pelayanan pada tingkat tertentu, dan yang dirasakannya pelayanan yang diterima lebih tinggi dari apa yang diharapkannya dan tetap menggunakan produk atau pelayanan tersebut, maka nasabah tersebut dapat dikatakan percaya. Menurut Soegoto yang dikutip dari (Zikmund, 2003:72) kepercayaan berkaitan dengan *emotional bonding* yaitu kemampuan seseorang untuk mempercayakan perusahaan atau sebuah merek untuk melakukan atau menjalankan sebuah fungsi. Kepercayaan (*trust*) didefinisikan sebagai dimensi dari sebuah hubungan yang menentukan suatu tingkat dimana sebuah pihak merasa dapat mempercayai integritas dari janji yang ditawarkan oleh pihak lainnya. Berdasarkan penelitian Pohto, Kawet dan Tumbunan (2014) menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan,

tetapi berbeda dengan penelitian Thalia, Tumbel dan Imelda (2018) menyatakan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Bank BCA adalah salah satu bank terbesar di Tanah Air dengan kapitalisasi pasar tertinggi di ASEAN (Januari 2019). Nilai kapitalisasi pasar BCA mencapai USD46,017 miliar atau setara dengan Rp644,24 triliun (kurs Rp14.000 per USD) (Sumber: <https://www.cermati.com/artikel/10-produk-simpanan-terbaik-dari-bank-bca>) Hal ini tentu menjadi prestasi yang meningkatkan citra BCA. Selain menjadi Bank Swasta terbesar di tanah Air, BCA juga mampu menyaingi *The Development Bank of Singapore* (DBS) atau Bank DBS asal Singapura yang sempat berada di peringkat atas se-ASEAN dari sisi penguasaan pangsa pasar (*market share*). Pencapaian BCA tersebut tentu memberikan sinyal positif, terutama dalam peningkatan profit di dalam negeri. BCA menjadi kian populer juga tak lain disebabkan semakin banyaknya nasabah baru yang menggunakan fasilitas simpanan terutama Tabungan Tahapan ataupun melakukan transaksi lainnya menggunakan fasilitas BCA. Meskipun citra BCA sudah baik tetapi perusahaan harus selalu menjaga sebab, apabila suatu saat terjadi suatu hal sudah pasti citra perusahaan yang akan menjadi taruhannya.

Menurut Kotler (2002) Citra Perusahaan adalah persepsi masyarakat terhadap perusahaan maupun produknya. Citra perusahaan dipertimbangkan mempunyai kemampuan dalam mempengaruhi pandangan pelanggan atas barang dan pelayanan yang ditawarkan (Zithaml dan Bitner, 1996). Jadi citra dapat mempunyai pengaruh pada tingkah laku pembelian pelanggan, terlebih bagi

perusahaan jasa dimana ketika jasa sulit dievaluasi, citra perusahaan diyakini menjadi faktor penting yang mempengaruhi kualitas layanan, evaluasi pelanggan atas kepuasan yang dirasakan pelanggan dari jasa yang diberikan (Santoso dan Soliha, 2017). Berdasarkan penelitian Luh Ayu dan I Gusti Agung (2016) menyatakan bahwa citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, tetapi berbeda dengan penelitian Fallah (2013) menyatakan bahwa citra perusahaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller (2009 : 138) Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja sesuai ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja tidak sesuai dengan ekspektasi, pelanggan tidak puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.

Berdasarkan hasil wawancara Nasabah Bank BCA Pengguna Tabungan Xpresi BCA di Universitas Stikubank Semarang yang berjumlah 40 orang terdapat beberapa keluhan yang disampaikan diantaranya menyatakan bahwa petugas *Costumer service* yang bersikap kurang ramah kepada nasabahnya, pelayanan yang lambat pada saat melakukan transaksi atau pembukaan rekening, terbatas nya jumlah mesin ATM yang membuat mahasiswa harus mengantri, serta kurangnya kepercayaan terhadap produk baru yang dikeluarkan Bank BCA karena tanpa menggunakan buku tabungan,. Dalam hal tersebut memperlihatkan bahwa memuaskan keinginan nasabah bukanlah perkara yang mudah. Layanan

dan fasilitas yang ditawarkan oleh penyedia jasa perbankan khususnya Bank BCA sudah memuaskan akan tetapi perlu melakukan inovasi, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dibenak nasabah, serta kesediaan nasabah untuk tidak berpindah ke bank lain. Oleh sebab itu mengingat arti pentingnya kualitas layanan, kepercayaan dan citra Perusahaan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. maka perlu dikaji lebih mendalam untuk ketiga unsur tersebut yang mampu meningkatkan perusahaan untuk unggul dalam bersaing. karena meningkatnya kepuasan pelanggan yang akan memberikan dampak pada keberhasilan bagi perusahaan.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penelitian ini mengambil judul “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Tabungan Xpresi BCA (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikbank)”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka peneliti akan dikembangkan. Adapun masalah penelitian yang akan dikembangkan adalah “Bagaimana meningkatkan kepuasan para pelanggan Tabungan Tahapan BCA”. Dari masalah penelitian tersebut, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Bank BCA?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Bank BCA?
3. Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Bank BCA?

1.3 Pembatasan Masalah

Agar masalah tersebut tidak terlalu luas, maka peneliti membatasi masalah sebagai berikut:

1. Obyek peneliti yang akan diteliti adalah Mahasiswa Unisbank pengguna Tabungan Tahapan Xpressi
2. Peneliti difokuskan pada kualitas layanan, kepercayaan, dan citra perusahaan pada Bank BCA

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada Bank BCA.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pada Bank BCA.
3. Untuk menguji dan menganalisis citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan pada Bank BCA.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Bagi Peneliti

Dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan perbankan syariah terutama dalam membangun kepuasan pelanggan melalui kualitas layanan, kepercayaan, dan citra perusahaan.

1.5.2 Bagi Perguruan Tinggi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan tambahan informasi dan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya di pemasaran jasa perbankan.