BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dunia perbankan sangat penting bagi perekonomian Indonesia, sehingga ada anggapan bahwa bank merupakan nyawa untuk menggerakan roda perekonomian suatu negara (Kasmir,2004:8), tetapi ”roda” perbankan tidak dapat berjalan dengan baik apabila tidak didukung dengan adanya nasabah. Namun perekonomian Indonesia, sejak tahun 1997/1998 dilanda krisis. Sejak krisis ekonomi ini, pemerintah melikuidasi 16 bank pada tanggal 1 November 1997, sebagian nasabah mengalami kesulitan mengambil uang tabungan di bank – bank tersebut.

Semenjak itu kepercayaan masyarakat terhadap perbankan nasional menurun drastis. Kejadian ini mengakibatkan perubahan perilaku nasabah, seperti memindah rekening ke bank lain, khususnya pada bank pemerintah. Alasannya, bank pemerintah dianggap dapat memberikan jaminan keamanan yang lebih baik. Hal ini dibuktikan oleh survei yang dilakukan Asia Market Intelegence Indonesia yang dikutip oleh majalah SWA Sembada (Agustus, 1998) tentang perubahan perilaku nasabah bank. Hasil survei ini menunjukkan adanya pergeseran perilaku pemilihan bank dari faktor layanan, fasilitas, dan pengalaman pada masa sebelum krisis ke faktor keamanan dan kepercayaan pada saat krisis.

Situasi yang demikian akan membawa kepada situasi persaingan yang semakin kompetitif. Sejak krisis ekonomi 1998 menimpa industri perbankan Indonesia, sepanjang 2005 laba perbankan per Desember 2005 mengalami penurunan 23,5%. Menurut Biro Riset Info Bank (November,2005), laba perbankan turun menjadi Rp. 22,65 triliun selama 2005 dari Rp. 29,64 triliun selama 2004.

Berdasarkan kajian yang dilakukan oleh Biro Riset InfoBank, ada sebanyak 94 bank berpredikat "sangat bagus", 21 bank berpredikat "bagus", 10 bank berpredikat "cukup bagus", dan 6 bank berpredikat "tidak bagus". (InfoBank, Juni 2006). Berdasarkan predikat bank tersebut, maka dapat diketahui bahwa persaingan antar bank di Indonesia untuk menjadi yang terbaik, semakin ketat.

Menurut data Biro Riset InfoBank saat ini, jumlah bank tinggal 131 bank, jauh menyusut dari jumlah sebelum krisis sebanyak 240 bank. Setiap tahun, jumlah bank memang berkurang, baik karena dilikuidasi, dibekukan, atau merger (Supriyanto, 2006). Jumlah bank itu akan dikurangi BI dengan dasar jumlah bank masih banyak dibandingkan dengan Malaysia sebanyak 10 bank, Jepang 4 bank, dan Thailand kurang dari 10 bank (Supriyanto, 2006).

Menurut Gubernur BI:

> Bank-bank di negara-negara tetangga mampu mendorong pertumbuhan ekonomi secara signifikan. Sebaliknya, di Indonesia, jumlah bank banyak, tetapi belum bisa menggerakkan ekonomi secara maksimal. Karena itu, perlu ada upaya konsolidasi perbankan supaya muncul

bank sehat, kuat, dan punya daya saing tinggi. (Supriyanto, 2006). Persaingan antar bank di Indonesia memunculkan era baru perbankan.

Era baru yang dimaksud adalah era yang dinamis dimana tingkat persaingan bisnis antar perusahaan semakin ketat baik di pasar domestik maupun pasar internasional, khususnya persaingan bisnis antar jasa layanan bank. Banyaknya bank menyebabkan persaingan dalam industri perbankan semakin ketat. Masing - masing bank berlomba menarik dana dari masyarakat, baik dengan tawaran hadiah maupun bunga yang tinggi. Dalam mempersiapkan diri menghadapi persaingan tersebut, maka bank - bank harus jeli dalam melihat peluang pasar serta keinginan dan kebutuhan dari nasabah.

Bank yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus dapat memberikan jasa berkualitas dengan biaya yang lebih murah, dan pelayanan yang lebih baik dan dapat memuaskan kebutuhan nasabah sehingga timbul loyalitas. Dalam industri jasa, kualitas pelayanan adalah faktor yang sangat penting karena merupakan suatu *Profit Strategy* untuk memikat lebih banyak pelanggan baru, mempertahankan pelanggan yang ada, menghindari berpindahnya pelanggan dan menciptakan keunggulan khusus.

Dunia perbankan sekarang ini sangat bertumpu kepada kualitas teknologi informasi yang digunakan oleh setiap bank yang mempunyai kemampuan teknologi hampir setara. Persamaan produk, fitur, atau kemudahan pelayanan menjadikan perbankan menjadi industri yang homogen. Untuk memenangkan persaingan dalam industri yang homogen,

salah satu cara adalah menyediakan jenis dan kualitas pelayanan yang bisa membedakan suatu bank dengan bank yang lain. Selain kualitas teknologi informasi yang digunakan bank, unsur lain yang penting dalam perbankan adalah unsur keamanan dan kepercayaan. Unsur tersebut menjadi faktor kunci bagi bank - bank untuk memenangkan persaingan selain faktor teknologi informasi. Bisnis perbankan merupakan bisnis jasa yang berdasar pada azas kepercayaan sehingga masalah kualitas layanan menjadi faktor yang sangat menentukan keberhasilan bisnis ini. Kualitas pelayanan merupakan bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*Perceived Services*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*Expected Services*) (Kotler, 2000 : 498).

Kualitas pelayanan akan dihasilkan oleh operasi yang dilakukan perusahaan, dan keberhasilan proses operasi perusahaan ini ditentukan oleh banyak faktor, antara lain: karyawan, sistem, teknologi, dan keterlibatan nasabah.

Berdasarkan kualitas pelayanan jasa yang ada di industri perbankan, maka setiap nasabah dalam memilih bank memiliki kriteria sendiri - sendiri. Ada nasabah yang menginginkan suatu bank yang bisa memberi bunga yang tinggi, keamanan, sedangkan bagi nasabah yang sering berpergian terutama ke luar negeri menginginkan layanan yang lebih cepat, efisien, nyaman, dan kemudahan dalam pengaksesan pada suatu waktu dan tempat tertentu diseluruh dunia.

Disamping itu ada beberapa alasan lain dari para nasabah dalam memilih bank, yaitu:

1. Bank terkenal
2. Bunga tinggi
3. Produk bervariasi
4. Teknologi canggih
5. Layanan memuaskan
6. Hadiah besar
7. Keamanan terjamin
8. Bergengsi
9. Perhatian karyawan bank secara individu terhadap nasabahnya.

Dengan adanya perbedaan kriteria pemilihan bank oleh nasabah ini, maka bank dituntut untuk selalu berusaha meningkatkan layanan dan melakukan inovasi secara terus menerus. Untuk itu bank perlu melakukan riset konsumen untuk mengevaluasi kualitas layanan. Kesuksesan pemasaran bank dapat dicapai melalui pemfokusan pada kualitas pelayanan untuk memuaskan pelanggan. Kualitas pelayanan jasa bisa dilihat dari segi *Reliability* (kemampuan mewujudkan janji), *Responsiveness* (ketanggapan dalam membantu dan memberi pelayanan yang cepat), *Assurance* (jaminan layanan), *Empathy* (kemampuan bank memahami keinginan pelanggan), dan *Tangibles* (tampilan fisik layanan) (Parasuraman, 1988:298).

Sedangkan kepuasan pelanggan merupakan perbandingan antara perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang layanan yang akan diterimanya (harapan) dengan karakteristik operasi pokok dari layanan kinerja, namun kenyataan yang dihadapi tidak sesuai dengan harapan pelanggan. Untuk menghindari agar tidak terjadi perbedaan persepsi tentang apa yang diberikan oleh perusahaan dengan apa yang dibutuhkan oleh konsumen itu sendiri, maka manajemen perusahaan perlu untuk mengidentifikasi apa yang dibutuhkan oleh konsumen secara tepat.

Di Indonesia ada 6 kelompok bank yaitu: Bank Persero (BUMN), Bank Umum Swasta Nasional Devisa, Bank Umum Swasta Nasional Non Devisa, Bank Pembangunan Daerah, Bank Campuran, dan Bank Asing (Info Bank, November 2005).

Dalam penelitian ini akan dibahas mengenai Bank Pembangunan Daerah (BPD), khususnya BPD Jatim. Berdasarkan data Bank Indonesia (BI) yang diolah kembali oleh Biro Riset InfoBank, selama Agustus 2005 – Agustus 2006, kegiatan usaha BPD tumbuh signifikan. Ketika laba perbankan menurun, laba BPD Agustus 2006 naik signifikan 47,54% dari Rp. 1,95 triliun menjadi Rp. 2,88 triliun. Aset totalnya meningkat 53,20% dari Rp. 95,26 triliun menjadi Rp. 145,95 triliun (Sumardi, 2006). Jumlah dana pihak ketiga (DPK) melonjak 60,41% dari Rp. 78,21 triliun menjadi Rp. 125,45 triliun. Pertumbuhan DPK tak lepas dari upaya BPD memikat nasabah melalui penawaran beragam hadiah, mulai dari peralatan rumah tangga hingga mobil.

Bankir BPD sendiri mengakui cara tersebut sangat efektif untuk mengambil dana dari masyarakat.

Secara nasional, BPD juga memiliki tabungan yang disebut Simpanan Pembangunan Daerah (Simpeda) dengan nilai hadiah lebih besar, selain produk tabungan milik setiap BPD (misal Simpeda Bank Jatim dengan hadial total empat milyar) Sumardi, 2006.

Bank Jatim merupakan salah satu Bank Pembangunan Daerah (BPD) terbaik, karena menurut Biro Riset InfoBank ada sepuluh BPD yang bermodal sendiri tergolong besar yaitu Bank: Jawa Barat, Jawa Timur, Jawa Tengah, Sumatera Utara, Riau, DKI, Kalimantan Timur, Bali, Sulawesi Selatan, dan Papua (InfoBank, Februari 2004).

Bank Jatim memiliki modal sebesar $ 94.245 (Skala Ribuan) menurut BankScope-Bureau van Diijk dan Biro Riset InfoBank, Oktober 2006). Direktur Utama (Dirut) Bank Jatim dinilai berhasil membangun Bank Jatim, kinerja Bank Jatim terus membaik, hal ini dilihat dari laba tahun berjalan per Juni 2006 mencapai Rp. 221,45 Miliar, naik dibandingkan dengan Juni tahun sebelumnya yaitu sebesar Rp.159,56 Miliar (InfoBank, Oktober 2006).

Berdasarkan data Bank Indonesia perekomian Jawa Timur menunjukan perbaikan di setiap triwulan pertama hingga akhir tiap tahunnya sepanjang triwulan I tahun 2015 – hingga triwulan II pada tahun 2016 walau semapat terjadi pelambatan pada triwulan I tahun 2016 dengan rincian triwulan I tahun 2015 sebesar 5,2% (*yoy) year on year*, triwulan II tahun

2015 5,3% (*yoy*), triwulan III tahun 2015 5,44% (*yoy*), triwulan IV tahun 2015 5,94% (*yoy*), triwulan I tahun 2016 5,3% (*yoy*), triwulan II tahun 2016 tumbuh mencapai 5,6% (*yoy*).

Seiring pertumbuhan masyarakat Jawa Timur yang diiringi dengan meningkatnya sektor bisnis membuat persaingan dalam bidang jasa perbankan tersebut makin ketat untuk berlomba menyerap dan memberikan kepada masyarakat. Dalam kondisi persaingan yang ketat sekarang ini hal utama yang diprioritaskan oleh perusahan jasa perbankan adalah kepuasan pelanggan agar dapat menguasai pasar perbankan. Untuk memenangkan persaingan, bank harus mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah bank tersebut maupun calon nasabah, maka dari itu perlu suatu strategi atau pemecahan yang baik dan tepat untuk memberikan nilai tambah pada peningkatan kualitas pelayanan. Kepuasan dibentuk dari sebuah hasil dan sebuah referensi perbandingan untuk membandingkan standar pelayanan tertentu, kepuasan terjadi bila jasa yang ditawarkan memenuhi standar ideal regional konsumen. Operasi ini diukur dengan metode kualitas jasa dan dikenal dengan service *quality* atau *servqual.*

Alasan penelitian ini dilakukan untuk menganalisa pengaruh kualitas pelayanan perbankan terhadap kepuasan nasabah khususnya pada Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur atau disebut Bank Jatim karena :

1. Hampir 80% kepemilikan saham di Bank Jatim adalah pemerintah daerah. Dengan komposisi kepemilikan saham utama Bank Jatim 51,462% adalah Pemerintah Daerah Tingkat I Jawa Timur yang

disetiap perputaran alur kas dan penerimaan kas pemerintah daerah menggunakan Bank Jatim sebagai lembaga perbankan yang dipercaya oleh Pemerintah daerah Jawa Timur untuk menyimpan pemerintah daerah, memberikan pelayanan perbankan kepada masyarakat untuk menyerap dana masyarakat dan disalurkan kembali kepada masyarakat guna meningkatkan taraf hidup masyarakat khusunya masyaraka Jawa Timur.

2. Alasan yang kedua sebagai bank yang dipercaya oleh pemerintah daerah dalam urusan perbankan maka peneliti ingin mengetahui seberapa berkualitasnya pelayanan perbankan yang di berikan untuk melayani kebutuhan kegiatan perbankan di setiap persendian perekonomian masyarakat Jawa timur.

Penelitian ini dibuat untuk mengetahui dimensi - dimensi kualitas layanan jasa yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah bank dan untuk mengetahui dimensi kualitas layanan jasa yang paling dominan.

Berdasarkan uraian di atas maka dilakukan penelitian dengan judul: Pengaruh Kualitas Jasa Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur, Tbk Cabang Utama Surabaya.

1.2. Rumusan Masalah.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis mengemukakan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan jasa perbankan meliputi *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy* secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur, Tbk di cabang Utama Surabaya ?
2. Apakah kualitas pelayanan jasa perbankan meliputi *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur, Tbk di cabang Utama Surabaya ?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan jasa perbankan yang meliputi : *Tangible, Reliability, Assurance, Responsiveness,* dan *Empathy* secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur, Tbk di cabang Utama Surabaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan jasa perbankan yang meliputi : *Tangible, Reliability, Assurance, Responsiveness,* dan *Empathy* secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur, Tbk di Cabang Utama Surabaya.

1.4. Manfaat Penelitian.

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Bagi Ilmu Pengetahuan.

Penelitian ini bermanfaat menambah wawasan dan memberikan informasi khususnya dalam bidang pemasaran jasa dan untuk dikembangkan bagi peneliti lain sebagai dasar acuan penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Bagi Pengambil Keputusan.

Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi perusahaan terkait dalam upaya peningkatan standar kualitas pelayanan dan performa kinerja pelayanan terhadap nasabah.

3. Manfaat Bagi Penulis.

Hasil penelitian skripsi ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan penulis dalam bidang pemasaran jasa.

BAB II