BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan antar bank konvensional di Indonesia cukup ketat dalam beberapa tahun belakangan. Peningkatan persaingan perbankan di Indonesia sebenarnya mulai terasa sejak adanya keterbukaan perbankan Indonesia, yang diinisiasi dengan dikeluarkannya paket kebijakan pada tanggal 1 Juni 1983 (PAKJUN) dengan tujuan memodernisasi perbankan dan kemudian dilanjutkan dengan paket Oktober (PAKTO) pada tanggal 27 Oktober 1988, yang memberi kemudahan perijinan pendirian bank baru, termasuk pembukaan kantor cabang. Saat itu, dengan dana Rp 10 miliar saja, para investor sudah dapat mendirikan sebuah bank baru, dan ini menyebabkan peningkatan signifikan pada jumlah bank di Indonesia. (Ratna Sri Widyastuti dan Boedi Armanto, dalam Thomas Kaihatu, 2008)

Pertumbuhan ekonomi Indonesia pada tahun 2015 diprediksi akan meningkat dibanding tahun sebelumnya yaitu sekitar 5,4-5,8%, dimana pada tahun 2014 peningkatan ekonomi tumbuh sebesar 5,1%. Hal ini memicu Bank – Bank di Indonesia untuk meningkatkan Kualitasnya agar dapat memberikan pelayanan terbaik sehingga dapat membantu peningkatan ekonomi di Indonesia, sekaligus untuk bersaing dengan bank – bank yang lain. (http://www.lamudi.co.id/journal/perkembangan-ekonomi-di-tahun-2015/)

Tabel 1.1
Bank terbaik di Indonesia berdasarkan aset di atas Rp 100 triliun
November 2014

1	PT Bank Mandiri Tbk.
2	PT Bank Rakyat Indonesia Tbk
3	PT Bank Central Asia Tbk

http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2014/11/07/094534626/Ini.10.Bank.dengan.Aset.Terbesar.di.Indonesia

Tabel 1.2
Bank terbaik di Indonesia berdasarkan aset di atas Rp 100 triliun
Juni 2015

1	PT Bank Central Asia Tbk
2	PT Bank Rakyat Indonesia Tbk
3	PT Bank Mandiri Tbk.

Versi Majalah Investor

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa tiga Bank terbesar di Indonesia didominasi oleh PT Bank Mandiri Tbk., PT Bank Rakyat Indonesia Tbk, dan PT Bank Central Asia Tbk. Meskipun urutan peringkat yang selalu berubah namun posisi ketiga bank tersebut tidak pernah keluar dari tiga besar bank terbaik dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini menunjukkan kestabilan ketiga bank tersebut dalam mempertahankan kualitasnya.

Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah salah satu bank milik pemerintah yang terbesar di Indonesia. Bank BRI mempunyai visi untuk Menjadi bank komersial terkemuka yang selalu mengutamakan kepuasan nasabah. Dengan visi yang mengutamakan Kepuasan Nasabah, maka Bank BRI tentu juga berorientasi kepada Kualitas Pelayanan yang diberikan kepada nasabah. Sehingga Kualitas Pelayanan menjadi aspek penting dalam menjalankan visi dari Bank BRI. (http://www.bri.co.id/articles/10)

Bandung merupakan salah satu kota besar di Indonesia, sehingga terdapat banyak bank disana untuk menunjang kegiatan perekonomian. Terdapat lebih dari 62 kantor Bank BRI di Bandung yang dapat dimanfaatkan masyarakat dalam bertransaksi keuangan. Salah satu Bank BRI yang terdapat di bandung yaitu di Kantor Cabang Martadinata Bandung, yang terletak di jalan LLRE Martadinata No. 99 Bandung. (http://www.alamatbank.com/kantor-bank-bri-di-bandung/)

Tabel 1.3

Kunjungan Nasabah Bank BRI Kantor Cabang Martadinata Bandung

Tahun 2015

Bulan	**Total Kunjungan**
Januari	5174
Februari	4908
Maret	6178
April	6321
Mei	6006

Bank BRI Martadinata Bandung

Dari data diatas dapat dilihat bahwa terdapat peningkatan kunjungan Nasabah Bank BRI Martadinata Bandung dari januari hingga bulan april 2015. Meskipun pada periode februari sempat terjadi penurunan kunjungan, namun meningkat kembali dibulan selanjutnya. Akan tetapi pada periode mei, terjadi penurunan kembali kunjungan nasabah yang cukup signifikan yaitu 315 kunjungan.

Tabel 1.4

Komplain Nasabah Bank BRI Kantor Cabang Martadinata Bandung

Tahun 2015

Bulan	Total Komplain
Januari	6
Februari	7
Maret	15
April	2
Mei	10

Bank BRI Martadinata Bandung

Pada tabel diatas terdapat peningkatan komplain Nasabah yang drastis pada bulan mei sebanyak 10 komplain, dimana pada bulan sebelumnya hanya ada 2 komplain. Sejalan dengan apa yang telah diutarakan sebelumnya, bahwa terdapat masalah mengenai Kualitas Pelayanan di Kantor BRI Cabang Martadinata Bandung, yang terjadi pada saat bulan Mei 2015. Yang ditunjukkan dengan menurunnya jumlah kunjungan nasabah dan meningkatnya komplain Nasabah pada bulan tersebut.

Terdapat beberapa jenis Komplain yang dilakukan oleh nasabah bank BRI, salah satunya ketika nasabah mengambil uang di ATM dengan jumlah tertentu, namun nominal uang yang berkurang dari rekening tidak sesuai dengan uang yang diambil. Kemudian mengenai pelayanan kartu kredit yang tidak memuaskan, terutama untuk tagihan yang terdapat di kartu kredit tersebut. Sehingga terdapat masalah dalam jaminan (Assurance) yang diberikan oleh pihak bank BRI Kantor Cabang martadinata bandung.

Dengan ketatnya persaingan yang dialami oleh Bank BRI, maka kualitas pelayanan yang diberikan harus lebih ditingkatkan. Agar tetap dapat bersaing

dengan Bank lain dan untuk menarik Nasabah agar menggunakan jasa Bank BRI dalam menabung maupun kegiatan finansial lainnya. Menurut Tjiptono (1997) kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Pada jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami harapan serta kebutuhan pelanggan. Sehingga untuk mempertahankan kelangsungan perusahaan adalah dengan memberikan kepuasan kepada nasabahnya

Menurut **Parasuraman, dkk (1991)** dalam **Rangkuti (2006)** terdapat lima dimensi kualitas pelayanan meliputi keandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*), empati (*Emphaty*) dan berwujud (*Tangibles*). Subroto dan Nasution (2001) dalam Julita (2001) menyatakan bahwa kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut adalah dimensi kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan faktor fisik secara positif mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini juga dikemukakan dalam studi mengenai SERVQUAL oleh Parasuraman bahwa tingkat kepuasan secara keseluruhan dipengaruhi oleh kepuasan terhadap kelima faktor atau dimensi kualitas pelayanan tersebut, yaitu bukti langsung (*Tangibles*), kehandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), kepedulian (*Emphaty*) dan jaminan (*Assurance*).

Dalam kualitas jasa yang diberikan oleh Bank, akan tercipta kepuasan yang didapat oleh Nasabah baik itu kepuasan secara batin maupun materi. Kepuasan nasabah akan terpenuhi apabila mereka memperoleh apa yang mereka inginkan. Namun dalam memberikan kepuasan nasabah bukanlah sesuatu yang mudah, karena harus memberikan pelayanan yang berkualitas kepada nasabah secara terus menerus. Agar apa yang nasabah harapkan dapat tercapai dan selalu teringat dibenak nasabah. Kepuasan nasabah/pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya **(Philip Kotler, 1997)**, hal ini

sejalan dengan era globalisasi saat ini, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan (kepuasan pelanggan) merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan (Tjiptono, 2004:145).

Kepuasan pelanggan menurut **Richard A.Spreng et.al (1996)**; **Kotler (2000)**; **Zeitham,Berry**,dan **Parasuraman (1990)** dalam **Julita (2001)** adalah respon pelanggan terhadap evaluasi kesesuaian (disconfirmation) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dengan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Variabel utama yang menentukan kepuasan pelanggan, yaitu *expectations* dan *perceived performance*. Apabila *perceived performance* melebihi *expectations* maka pelanggan akan puas, tetapi apabila sebaliknya maka pelanggan akan merasa tidak puas. Secara umum dapat dikatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapannya. **Bearden dan Teel (1992)** dalam **Nanang Tasunar (2006)** mengatakan bahwa kepuasan nasabah harus mendapat perhatian utama dan kepuasan nasabah penting bagi pemasar mengingat kepuasan merupakan determinan utama terhadap pembelian tiga dimensi, yaitu : (1) perasaan puas dengan layanan yang didapatkan, (2) merekomendasikan kepada orang lain dan (3) ketidakinginan berpindah ke penyedia jasa lain.

Dengan Visi dari Bank BRI yang mengutamakan Kepuasan Nasabah dalam tujuannya, maka kualitas pelayanan dari Bank BRI Kantor Cabang Martadinata Bandung menjadi faktor penting dalam kelangsungan perusahaan. Merujuk dari permasalahan yang telah diuraikan maka penulis merasa tertarik untuk membahas dan mengambil judul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Kantor Cabang Martadinata Bandung"**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Bank BRI Kantor Cabang Martadinata Bandung?
2. Bagaimana kepuasan nasabah pada Bank BRI Kantor Cabang Martadinata Bandung?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan nasabah pada Bank BRI Kantor Cabang Martadinata Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Maksud dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Bank BRI Kantor Cabang Martadinata Bandung.
2. Untuk mengetahui kepuasan nasabah pada Bank BRI Kantor Cabang Martadinata Bandung.
3. Untuk mengetahui Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan nasabah pada Bank BRI Kantor Cabang Martadinata Bandung.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi penulis
   a. Dapat menambah pengetahuan di bidang manajemen pemasaran khususnya yang berhubungan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah
   b. Untuk menjadi perbandingan antara teori yang didapat selama perkuliahan dengan praktek yang sebenarnya.

c. Menjadi bekal bagi penulis dalam persiapan sebelum memasuki dunia kerja.

2. Bagi perusahaan
   a. Menjadi bahan masukan bagi Bank BRI sebagai objek penelitian agar dapat memperbaiki kualitas layanan yang diberikan
   b. Dapat menjadi pertimbangan bagi Bank lain dalam menetapkan kebijakan yang berkaitan dengan kepuasan nasabah
3. Bagi pembaca

   Sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.5 Lokasi dan Waktu penelitian

Penelitian dilaksanakan di Bank BRI Kantor Cabang Martadinata Bandung Jl. RE Martadinata No. 99 Bandung. Waktu Penelitian dilaksanakan pada bulan Juni 2015 sampai dengan penelitian ini selesai.