

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dunia bisnis pada saat ini tumbuh dan berkembang sangat pesat. Perekonomian dunia pun mengalami kemajuan yang luar biasa. Kemajuan perekonomian mencakup semua sektor, baik sektor industri (manufaktur), jasa, dan perbankan. Termasuk di Indonesia, perkembangan perekonomian ini menuntut masyarakat untuk memilih perbankan yang cocok untuk melaksanakan sirkulasi dana yang ada, baik pada perorangan atau organisasi. Konsumen mempunyai beberapa pertimbangan dan alasan untuk menentukan keputusan mereka dalam memilih bank sebagai organisasi yang digunakan untuk sirkulasi dana mereka.

Pembelian dana dari masyarakat ini dilakukan oleh bank dengan cara memasang berbagai strategi agar masyarakat mau menanamkan dananya. Jenis simpanan yang dapat dipilih oleh masyarakat adalah simpanan giro, tabungan, sertifikat deposito serta deposito berjangka dimana masing-masing jenis simpanan yang ada memiliki kelebihan dan keuntungan tersendiri. Kecenderungan masyarakat untuk menyimpan uangnya di bank terus meningkat, dari banyak survey menyatakan tiga dari empat konsumen menyatakan keamanan merupakan faktor utama ketika memilih untuk menyimpan dananya di bank, kepercayaan masyarakat terhadap perbankan nasional merupakan salah satu kunci

untuk memelihara stabilitas perbankan. Kepercayaan ini dapat diperoleh dengan adanya kepastian hukum dalam pengaturan dan pengawasan bank serta penjaminan simpanan nasabah bank untuk meningkatkan kelangsungan usaha bank secara sehat. Kelangsungan usaha bank secara sehat dapat menjamin keamanan simpanan para nasabahnya serta meningkatkan peran bank sebagai penyedia dana pembangunan dan pelayan jasa perbankan (www.lps.go.id)

Berikut data distribusi pertumbuhan jenis simpanan nasabah pada tahun 2012 dilihat pada Tabel 1.1 dan Grafik 1.1 sebagai berikut :

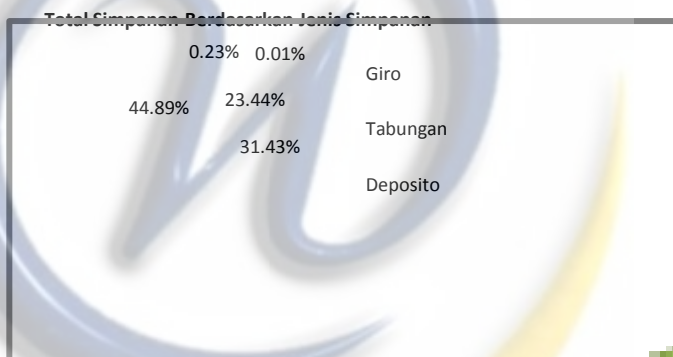
Tabel 1.1 Total Simpanan pada Bank Umum tahun 2012

Distribusi Total Simpanan dan Jumlah Rekening Berdasarkan Jenis Simpanan				
Jenis Simpanan	Des 11		Jan 12	
	Nominal	%	Nominal	%
Giro	663,08	23,43%	659,16	23,44%
Tabungan	899,77	31,79%	883,80	31,43%
Deposito	1.258,12	44,45%	1.262,58	44,89%
Sertifikat Deposito	0,25	0,01%	0,32	0,01%
Simpanan Lainnya	9,10	0,32%	6,53	0,23%
Total	12.830,32	100,00%	2.812,39	100,00%

Sumber : www.LPS.go.id

Tercatat pada hasil laporan Lembaga Penjaminan Simpanan Dana Pihak Ketiga tahun 2012 menyebutkan total simpanan pada bulan Januari 2012 adanya penurunan pada beberapa jenis produk bank yang disebabkan oleh penurunan yang signifikan pada jenis simpanan tabungan sebesar Rp 15,97 Triliun, giro sebesar Rp 3,92 Triliun dan simpanan lainnya sebesar Rp 2,57 Triliun. Namun demikian, deposito mengalami kenaikan yaitu sebesar Rp 4,46 Triliun (0,35%).

Grafik 1.1 Total Simpanan Berdasarkan Jenis Simpanan



Sumber : Lembaga Penjamin Simpanan 2012 (www.LPS.go.id)

Jenis simpanan dengan proporsi total simpanan terbesar adalah deposito sebesar 44,89% atau Rp 1.262,58 Triliun. Namun demikian, total simpanan tersebut berasal dari 2.903.010 rekening atau hanya 2,87% dari jumlah rekening keseluruhan. Sementara itu, tabungan merupakan jenis simpanan dengan proporsi jumlah rekening terbesar sebesar 94,34% atau 95.283.395 rekening. Tetapi, berdasarkan total

simpanan, tabungan hanya memiliki proporsi sebesar 31,43% dari seluruh total simpanan atau sebesar Rp 883,80 Triliun.

Melihat pertumbuhan deposito masyarakat di Indonesia menurut Wakil Direktur Utama Bank Tabungan Negara (BTN), Evi Firmansyah menduga, nasabah mengubah pola penanaman uang. Masyarakat mulai mencairkan dana di tabungan dan giro lalu memindahkan ke deposito yang memberikan hasil lebih bagus. Evi menambahkan, perubahan pola penyimpanan uang ini juga menunjukkan bahwa nasabah lebih melihat imbal hasil ketimbang hadiah-hadiah yang ditawarkan bank. Konsekuensinya, biaya dana bank sedikit meningkat karena pertambahan deposito. Direktur Keuangan Bank Rakyat Indonesia (BRI) Achmad Baiquni menambahkan, kendati bunga deposito turun, minat masyarakat pada deposito tak akan luruh. Pasalnya, masyarakat masih menganggap deposito sebagai tempat investasi yang menawarkan bunga yang menarik dan minim risiko. "Penurunan LPS *rate* tidak akan berpengaruh pada minat masyarakat pada produk ini. Pasar modal belum terlalu dikenal masyarakat Indonesia," (Jakarta, Kompas.com).

Walau suku bunga simpanan dan penjaminan deposito untuk Bank Umum dari tahun ke tahun mengalami penurunan. Jakarta (10 Januari 2013, ANTARA News) Bank Indonesia menurunkan suku bunga dana masyarakat yang dijamin pemerintah untuk Bank Umum pada tahun 2011 dari 6,5 % menjadi 6 % untuk tabungan rupiah menyusul penurunan BI rate dari 6,0 % menjadi 5,75 % pekan lalu di tahun 2012. Bank Indonesia memutuskan mempertahankan tingkat BI rate di tahun 2013 sebesar 5,75% yang dinilai masih konsisten dengan sasaran inflasi sebesar 3,5 - 5,5%. Dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 1.2 Perkembangan Suku Bunga Perbankan

Perkembangan Suku Bunga Perbankan (%)														
	2011												2012	
	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb
Deposito 1 bulan	6,72	6,72	6,63	6,8	6,85	6,82	6,86	6,8	6,83	6,75	6,56	6,56	6,56	6,56
BI Rate	6,5	6,75	6,75	6,75	6,75	6,75	6,75	6,75	6,75	6,5	6	6	6	5,75
Penjaminan Deposito	7	7,25	7,25	7,25	7,25	7,25	7,25	7,25	7,26	7	6,75	6,75	6,5	6

Sumber : www.bi.go.id

Dan fakta yang terjadi menurut data yang telah diperoleh, pada masyarakat Indonesia, walau suku bunga simpanan setiap tahunnya terus menurun, tetapi tingkat pertumbuhan simpanan nasabah pada Bank Umum terus meningkat setiap tahunnya. Menurut Prasetiantono (2000) mengenai suku bunga adalah : jika suku bunga tinggi, otomatis orang akan lebih suka menyimpan dananya di bank karena ia dapat mengharapkan pengembalian yang menguntungkan. Dan pada posisi ini, permintaan masyarakat untuk memegang uang tunai menjadi lebih rendah karena mereka sibuk mengalokasikannya ke dalam bentuk portofolio perbankan (deposito dan tabungan). Seiring dengan berkurangnya jumlah uang beredar, gairah belanja pun menurun. Selanjutnya harga barang dan jasa umum akan cenderung stagnan, atau tidak terjadi dorongan inflasi. Sebaliknya jika suku bunga rendah, masyarakat cenderung tidak tertarik lagi untuk menyimpan uangnya di bank. Beberapa aspek yang dapat menjelaskan fenomena tingginya suku bunga di Indonesia adalah tingginya suku bunga terkait dengan kinerja sektor perbankan yang berfungsi sebagai lembaga intermediasi (perantara), kebiasaan masyarakat untuk bergaul dan memanfaatkan berbagai jasa bank secara relatif masih belum cukup tinggi, dan sulit

untuk menurunkan suku bunga perbankan bila laju inflasi selalu tinggi
(Prasetyantono, 2000 : 99-101)

Melihat fenomena di atas, maka wajar saja bank-bank di Indonesia cukup agresif menggarap mereka yang tergolong superkaya. Sejumlah layanan diberikan kepada mereka dengan sebutan yang berbeda, seperti *wealth management*, *priority banking* dan *private banking*. Persaingan bisnis dalam dunia perbankan, baik Bank milik pemerintah, Bank milik swasta nasional, Bank milik asing dan Bank milik campuran. Bank-bank tersebut berlomba-lomba untuk menggaet hati nasabah, untuk mendapatkan kepercayaan di mata nasabah dalam menghimpun dana nasabah maka hal tersebut dibutuhkan strategi pemasaran yang sangat bagus dan tepat sasaran untuk memikat kepercayaan nasabah. Karena penggerak utama bunga deposito adalah persaingan di pasar. Apabila bank-bank papan atas tidak mengubah suku bunganya, bank-bank lain akan mengikuti. Jadi, buat apa bank memberikan bunga simpanan tinggi jika bank lain masih memberikan bunga rendah. (Jakarta : Kompas.com, 22 Januari 2013).

Nasabah memiliki banyak pertimbangan untuk menggunakan jasa suatu perbankan sesuai dengan kebutuhan masing-masing setiap individu. Keputusan nasabah dalam memilih suatu produk jasa yang dapat memenuhi kebutuhannya akan berdampak pada terpenuhinya atau tidaknya jasa yang digunakan oleh nasabah sesuai dengan kebutuhannya tersebut. Dilihat dari keadaan pasar perbankan yang semakin agresif memikat hati nasabah untuk menjadi pelanggan loyalnya, maka dilakukan pra survey oleh peneliti untuk mengetahui dan mengidentifikasi alasan nasabah memiliki deposito pada suatu

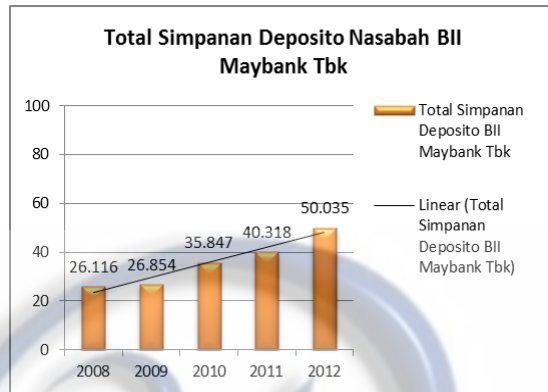
perbankan, khususnya pada *prioritas banking* Bank Campuran (*Joint Venture*).

Tabel 1.3 Hasil Survey Alasan Nasabah Memiliki Deposito di Suatu Perbankan khususnya *Prioritas Banking* Bank Campuran (*Joint Venture*)

Keterangan	Jumlah Responden	Presentase (%)
1. Promo Suku Bunga Deposito	12	40
2. Kualitas Pelayanan	7	23
3. Fasilitas	6	20
4. Brand Image Bank	5	17
Jumlah	30	100

Maka dalam kaitan ini, salah satu bank campuran (*Joint Venture*) di Indonesia, yaitu **PT. Bank Internasional Indonesia Tbk.** mengeluarkan Layanan **BII Priority Banking “Platinum Access”**, Bentuk layanan yang diberikan kepada pangsa pasar premium. Segmen nasabah demikian sangat penting bagi perusahaan, karena dana yang ditanamkan di perusahaan sangat besar. Dapat dilihat pada grafik pertumbuhan dana pihak ketiga pada PT. Bank Internasional Indonesia Tbk, sebagai berikut :

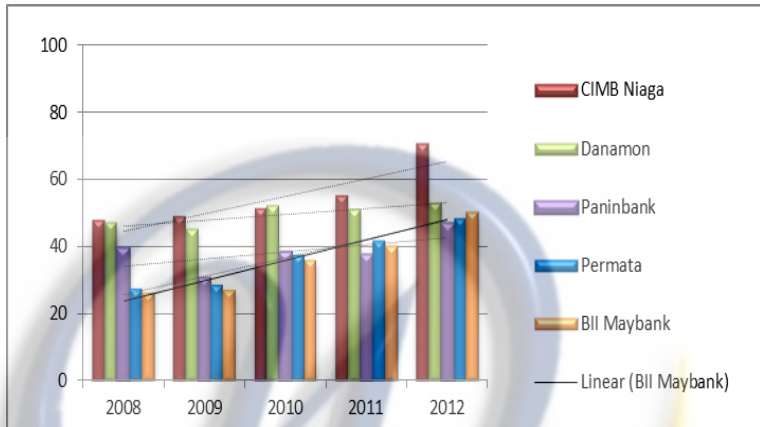
Grafik 1.2 Total Simpanan Deposito BII Maybank (Rp Miliar)



Sumber : www.bii.co.id

Grafik pertumbuhan total simpanan deposito BII Maybak pada tahun 2008 sampai dengan 2012, mengalami kenaikan setiap tahunnya. Namun jika dilihat pada industri bank sejenisnya, missal Bank CIMB Niaga, Bank Danamon, PaninBank, dan Bank Permata posisi pertumbuhan dana pihak ketiga khususnya deposito pada Bank BII Maybank masih kurang begitu dominan dan kurang signifikan dibanding bank pesaing sejenis dan sekelasnya, dapat dilihat sebagai berikut :

Grafik 1.3 Total Simpanan Deposito Bank CIMB Niaga, Bank Danamon, Bank Panin, Bank Permata, dan Bank BII Maybank (Rp Miliar)



Sumber : www.cimbniaga.com, www.danamon.co.id,
www.paninbank.co.id, www.permatabank.com, www.bii.co.id.

Setelah dilihat pertumbuhan simpanan deposito Bank BII Maybank dibandingkan dengan industri bank sejenis dan sekelasnya. Dapat dilihat pertumbuhan dana pihak ketiga BII Maybank, khususnya deposito yang masih kurang begitu dominan dan kurang signifikan pertumbuhannya bila dibandingkan dengan industri perbankan sejenis dan sekelasnya. Maka perlu dilakukan riset untuk mengidentifikasi determinan yang mempengaruhi pertumbuhan dana pihak ketiga khususnya untuk produk deposito dan determinan yang paling penting bagi pasar sasaran dan memperkirakan penilaian yang diberikan pasar sasaran terhadap perusahaan serta pesaing berdasarkan determinan-determinan tersebut.

Dengan menganalisa tanggapan konsumen terhadap variabel-variabel tersebut maka perusahaan dapat menilai variabel mana yang belum sesuai dengan harapan konsumen, dengan demikian dapat diketahui posisi relatif perusahaan di mata nasabah. Selanjutnya perusahaan dapat memfokuskan upaya peningkatan kualitasnya pada determinan-determinan tersebut sepanjang waktu karena sangat mungkin terjadi prioritas pasar mengalami perubahan.

Dalam memasarkan jasa perbankan kepada masyarakat, perusahaan berlomba-lomba untuk menawarkan pelayanan terbaik yang dapat diterima oleh masyarakat. Ketatnya persaingan dalam industri perbankan mengharuskan perusahaan BII Maybank untuk menjaga kualitasnya dan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan nasabah. Hal ini dimaksudkan agar perusahaan BII Maybank memiliki kekuatan bersaing yang baik dalam menarik perhatian pelanggan maupun mempertahankan kesetiaan dan kepercayaan pelanggan dengan menciptakan rasa puas bagi nasabah. Eksistensi BII Maybank sangat bergantung pada nasabah dan manajemen perusahaan BII Maybank harus menjadikan nasabah sebagai prioritas utama..

Oleh karena itu sangat penting untuk mempertimbangkan kondisi kepuasan nasabah ini sekaligus menjadikannya sebagai bagian daripada strategi perusahaan. Dalam implementasinya, kepuasan dapat difokuskan kepada serangkaian tindakan yang dilakukan perusahaan terhadap bauran pemasaran. Sebagaimana jasa perbankan sesungguhnya tidak berbentuk jasa sepenuhnya (*pure service*), akan tetapi pendekatan dapat digunakan dengan mengimplementasikan bauran pemasaran jasa yang lebih dikenal sebagai perluasan daripada bauran pemasaran

produk. Penelitian ini menggabungkan teori bauran pemasaran (*marketing mix*) dengan kualitas jasa (*service quality*) terhadap keputusan memilih jasa dengan prinsip bank konvensional, sehingga melibatkan konsumen atau nasabah bank dalam pengumpulan data penelitian. Dan berdasarkan uraian diatas, maka penulis mencoba melakukan penelitian ini untuk mengetahui sejauh mana pengaruh tingkat bauran pemasaran (*marketing mix*) dan kualitas jasa (*service quality*) terhadap kepuasan nasabah untuk memiliki deposito pada *priority banking* Bank Internasional Indonesia (BII) karena faktor-faktor tersebut sangat menonjol dalam mempengaruhi nasabah menggunakan produk bank yaitu salah satunya deposito. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul :

“PENGARUH BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) DAN KUALITAS JASA (*SERVICE QUALITY*) TERHADAP KEPUASAN NASABAH DEPOSITO PADA *PRIORITY BANKING* BII MAYBANK”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan di atas, masalah yang akan ditelaah dalam penulisan tesis ini, yaitu :

1. Bagaimana bauran pemasaran (*marketing mix*), kualitas jasa (*service quality*), kepuasan nasabah deposito pada *priority banking* BII Maybank?

2. Se jauh mana faktor bauran pemasaran (*marketing mix*) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah deposito pada *priority banking* BII Maybank?
3. Se jauh mana faktor kualitas jasa (*service quality*) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah deposito pada *priority banking* BII Maybank?
4. Se jauhmana pengaruh bersama-sama antara bauran pemasaran (*marketing mix*) dan kualitas jasa (*service quality*) terhadap kepuasan nasabah deposito pada *priority banking* BII Maybank?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud penelitian ini adalah untuk mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan sebagai bahan masukan dalam penyusunan tesis sebagai syarat ujian sidang Magister Manajemen Universitas Widyatama. Dan untuk menganalisa dan menjelaskan pengaruh bauran pemasaran (*marketing mix*) dan kualitas jasa (*service quality*) terhadap kepuasan nasabah deposito pada *priority banking* BII Maybank.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana bauran pemasaran (*marketing mix*), kualitas jasa (*service quality*) dan kepuasan nasabah deposito pada *priority banking* BII Maybank.
2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh bauran pemasaran (*marketing mix*) terhadap kepuasan nasabah deposito pada *priority banking* BII Maybank.
3. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas jasa (*service quality*) terhadap kepuasan nasabah deposito pada *priority banking* BII Maybank.
4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh secara bersama-sama antara bauran pemasaran (*marketing mix*), kualitas jasa (*service quality*) dan terhadap kepuasan nasabah deposito pada *priority banking* BII Maybank.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan manfaat, yaitu:

1. Kegunaan Akademis

Sebagai wahana potensial untuk mengembangkan wacana dan pemikiran dalam menetapkan teori-teori yang ada dengan keadaan yang sebenarnya. Serta memberikan sumbangan positif terhadap pengembangan ilmu pengetahuan manajemen yang terkait dengan

masalah kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa perbankan khususnya deposito.

2. Kegunaan Praktis

Sebagai sarana informasi dan bahan masukan yang dapat digunakan perusahaan (Bank BII Maybank) untuk mengetahui besarnya pengaruh bauran pemasaran jasa (*marketing mix*) dan kualitas jasa (*service quality*) terhadap kepuasan nasabah yang memiliki deposito pada perusahaan guna meningkatkan produktivitas dan terciptanya rasa kepuasan untuk nasabah.