

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini, persaingan bisnis pada dunia perbankan semakin ketat dan kompetitif. Persaingan yang terjadi saat ini membuat setiap perusahaan perbankan harus semakin berinovasi. Perbankan memiliki berbagai jasa layanan dan produk seperti: kiriman uang atau transfer, kliring atau *clearing*, inkaso atau *collection*, *safe deposit box*, kartu kredit, *bank notes*, bank garansi, *bank draft*, *letter of credit*, cek wisata, menerima setoran-setoran, melayani pembayaran–pembayaran serta pasar modal.

Di Indonesia sendiri dunia perbankan terdiri dari berbagai macam jenis seperti konvensional dan syariah. Dunia perbankan merupakan salah satu sektor terpenting, baik secara global maupun nasional. Banyaknya bank nasional maupun bank asing di Indonesia, hal inilah yang mendorong timbulnya persaingan dalam dunia perbankan. Dengan persaingan yang ketat maka akan menuntut perusahaan perbankan untuk meningkatkan Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk demi memenangkan persaingan. Semakin baik pelayanan yang diberikan perusahaan perbankan, hal tersebutlah yang menciptakan kepuasan pada nasabah atau konsumen.

Kepuasan nasabah merupakan hal pokok yang tidak boleh diabaikan bagi suatu perusahaan yang bergerak dibidang jasa Perbankan. Karena kepuasan nasabah merupakan aspek penting untuk mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas.

Kualitas Pelayanan menjadi komponen utama bagi dunia jasa seperti dunia perbankan. Bagi nasabah, pelayanan yang baik dan memuaskan sangatlah penting, oleh karena itu persaingan akan sangat dipengaruhi oleh kemampuan bank memberikan pelayanan yang terbaik dibandingkan pesaingnya. Kualitas pelayanan yang baik adalah saat perusahaan dapat memberikan pelayanan sesuai permintaan konsumen serta dapat mendengarkan segala bentuk keluhan konsumen dan memberikan reaksi yang positif terhadap keluhan konsumen sehingga tidak

menimbulkan persepsi yang tidak baik atau buruk atas kualitas pelayanan yang diberikan. Kualitas Pelayanan merupakan keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas. Pelayanan adalah keberhasilan perusahaan menyangkut ciri serta sifat produk yang berkualitas untuk mencapai keberhasilan perusahaan.

Selain Kualitas Pelayanan, kualitas dari produk juga sangat penting bagi nasabah. Kualitas Produk merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Kualitas Produk (*Product Quality*) yang dimaksud merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh perusahaan mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing, maka dari itu perusahaan berusaha memfokuskan pada kualitas produknya dan membandingkannya dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan pesaing. Produk dengan penampilan terbaik belum tentu merupakan produk dengan kualitas tertinggi, jika produknya bukanlah yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen dan pasar, oleh karena itu produk-produk produsen yang sudah ada di pasaran saat ini dituntut untuk lebih kreatif dan memperbanyak variasi serta inovasi produknya sesuai kebutuhan konsumen.

Salah satu perusahaan perbankan terbesar di Indonesia adalah Bank Rakyat Indonesia (BRI) yang merupakan salah satu Bank milik pemerintah. Bank Rakyat Indonesia (BRI) didirikan pada tahun 1895 di Purwokerto, Jawa Tengah. Sebagai Bank terbesar di Indonesia BRI juga selalu mengutamakan kepuasan nasabah.

Pada tahun 2019 berdasarkan survey yang dilakukan oleh Forbes, Bank Rakyat Indonesia (BRI) merupakan salah satu Bank terbaik di Indonesia. Bank terbaik di Indonesia versi Forbes dilihat dari kualitas pelayanan, kepercayaan dan perkembangan digital terkini. Sebelum menetapkan nama-nama bank terbaik di Indonesia, Forbes melakukan survei terlebih dahulu ke 40 ribu pelanggan yang ada di dunia, termasuk di Indonesia. Berikut adalah daftar Bank terbaik versi Forbes : (Sumber : www.forbes.com)

1. Bank BCA
2. Bank BTPN
3. Bank HSBC Indonesia

4. Bank BNI
5. Bank Mandiri
6. Bank BRI
7. Bank Panin
8. Bank OCBC NISP
9. Citibank Indonesia
10. Bank DBS Indonesia

Hasil survey yang dilakukan oleh Forbes di tahun 2019 menempatkan Bank Rakyat Indonesia di posisi ke enam, di bawah Bank BCA, Bank BTPN, Bank HSBC Indonesia, Bank BNI dan Bank Mandiri. Hal ini belum dapat dikatakan baik karena sebagai Bank terbesar di Indonesia BRI hanya mampu berada di peringkat ke enam. Berdasarkan kriteria yang Forbes jabarkan, dimana aspek penilaian Bank terbaik salah satunya adalah Kualitas Pelayanan. Hal ini mengindikasikan bahwa Bank Rakyat Indonesia (BRI) dari sisi Kualitas Pelayanan masih dapat dikatakan belum maksimal.

Bank BRI juga mempunyai berbagai macam produk tabungan yaitu seperti, Tabungan simpedes yang merupakan simpanan masyarakat dalam bentuk tabungan yang dilayani di BRI Unit, yang penyetorannya dapat dilakukan setiap saat dan frekuensi serta jumlah pengambilan tidak dibatasi sepanjang saldonya mencukupi. Selain itu produk tabungan lainnya adalah Britama, dimana tabungan ini berisi beragam kemudahan dengan didukung fasilitas *e-banking* dan sistem *real time online* yang akan memungkinkan nasabah untuk bertransaksi kapanpun dan dimanapun.

Berikut ini adalah data yang didapat dari *Top Brand Index* Kategori *Banking & Finance* Tahun 2018 – 2020 yang menunjukkan bahwa Bank Rakyat Indonesia (BRI) dapat bersaing dengan Perusahaan perbankan yang ada di Indonesia ditunjukkan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 1.1 Top Brand Index Kategori Banking & Finance Tahun 2018-2020

No	Brand	2018	2019	2020
1	Tahapan BCA	34.9%	31.4%	32.9%
2	BRI Britama	20.2%	26.5%	23.7%
3	BRI Simpedes	12.3%	11.6%	10.1%
4	Tabungan Mandiri	9.2%	9.4%	7.3%
5	BNI Taplus	6.6%	9%	9.2%

Sumber : www.topbrand-award.com

Berdasarkan tabel 1.1, dalam 3 tahun terakhir produk BRI baik Britama maupun Simpedes berada di posisi ke dua dan ke tiga dalam *Top Brand*, selalu berada di bawah dari produk Tahapan BCA. Dimana pada tahun 2018 untuk produk BRI Britama yaitu sebesar 20.2%. Pada tahun 2019 pertumbuhan pangsa pasar BRI Britama mengalami peningkatan sebesar 6.3% menjadi 26.5%. Namun, pada tahun 2020 pertumbuhan pangsa pasar BRI Britama menunjukkan penurunan menjadi sebesar 23.7%. Untuk produk BRI Simpedes pada tahun 2018 yaitu sebesar 12.3% dan mengalami penurunan pada tahun 2019 dan tahun 2020. Dimana pada tahun 2019 yaitu sebesar 11.6%, sedangkan pada tahun 2020 menjadi sebesar 10.1%. Hal ini sejalan dengan meningkatnya persentase untuk produk lain seperti BNI Taplus yang mengalami peningkatan setiap tahunnya. Semakin banyak produk dan spesifikasi yang ditawarkan oleh suatu produk, maka Kualitas Produk yang ditawarkan pun berbeda. Sehingga akan mempengaruhi konsumen untuk membeli produk tersebut atau tidak.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk membahas lebih lanjut tema ini dengan memilih judul **“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI KCP Summarecon Bekasi”**

1.2 Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini penelitian mengemukakan beberapa rumusan masalah. Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi pokok permasalahan pada penelitian ini adalah:

1. Apakah Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI?
2. Apakah Kualitas Produk mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI?
3. Apakah Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI?

1.3 Tujuan Penelitian

- 1 Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI.
- 2 Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI.
- 3 Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat bagi pihak yang terkait yaitu:

1. Bagi Universitas
Dapat dijadikan bahan pertimbangan dan informasi bagi penelitian selanjutnya.
2. Bagi Perusahaan
Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan informasi bagi perusahaan tentang faktor-faktor Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk yang mempengaruhi Kepuasan Nasabah sehingga dapat

diimplementasikan dalam menentukan strategi yang akan diambil oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan.

1.5 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, karena banyaknya masalah atau variabel–variabel yang berhubungan terhadap Kepuasan Nasabah. Maka penulis membatasi masalah dan hanya memilih tiga variabel , yaitu : Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Nasabah.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap – tiap bab. Adapun sistematika penulisan ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas tentang mengenai landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, serta hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini dibahas tentang variabel penelitian beserta definisi operasionalnya, penentuan populasi dan sample, jenis dan sumber data penelitian, metode pengumpulan data, dan metode yang digunakan untuk mengolah data

BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang deskripsi objek penelitian, data dan pembahasan dari analisis data.

BAB V : KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL

Berisi tentang kesimpulan dan implikasi manajerial dari hasil penelitian serta keterbatasan penelitian

