

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dengan adanya kemajuan teknologi dan informasi arus globalisasi tidak dapat dihindari lagi oleh negara–negara di dunia termasuk Indonesia. Sebenarnya era pasar bebas pada hakekatnya bukan suatu hal yang harus diikuti sejauh mampu mengantisipasinya karena dengan meningkatnya persaingan akan merangsang suatu pertumbuhan perekonomian yang lebih cepat. Indonesia dengan jumlah penduduk dan luas wilayah yang besar, merupakan peluang pasar yang sangat prospektif bagi bisnis perbankan.

Setelah pemerintah mengeluarkan kebijakan di bidang perbankan pada tahun 1988, dimana setiap orang boleh mendirikan sebuah bank dengan persyaratan yang relatif ringan. Maka sejak saat itu mulai bermunculan bank–bank baru yang diperkirakan jumlahnya sampai ratusan.

Munculnya bank–bank tersebut akhirnya menimbulkan persaingan yang sangat ketat antara bank yang satu dengan yang lain untuk menjaring nasabah. Masing–masing bank berusaha menarik nasabah dengan menyediakan produk–produk yang dibutuhkan serta memberikan pelayanan yang terbaik. Di samping itu setiap bank berusaha meningkatkan kemampuannya, baik dalam inovasi atau peningkatan kualitas pelayanan, penggunaan teknologi maupun kemampuan sumber daya manusia. Sebagai contoh adalah tabungan dengan bunga menarik dan undian berhadiah, memberi kredit dengan persyaratan ringan, deposito dan pembayaran tagihan listrik, telepon, seluler, kartu kredit dan pembelian pulsa seluler serta masih banyak lagi.

Oleh karena itu, masing–masing bank harus memiliki strategi bagaimana cara mereka agar dapat menarik nasabah dan mengungguli pesaingnya. Jawaban yang terbaik adalah dengan memenuhi dan memuaskan keinginan nasabah secara lebih baik, karena hanya bank–bank

yang berfokus pada kepuasan nasabah yang akan berhasil menarik nasabah.

Menurut Kottler, *"Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya"*.

Tujuan utama dari kepuasan pelanggan adalah untuk membangun dan memperbaiki serta mempertahankan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan dan produk yang dihasilkannya. Kepuasan pelanggan sangat mempengaruhi keputusan untuk tetap menjadi nasabah yang setia atau pindah menjadi nasabah bank lain yang pelayanannya lebih memuaskan.

Hasil survey membuktikan bahwa rata-rata seorang yang merasa tidak puas akan suatu produk akan menceritakannya kepada sembilan orang lainnya, sementara rata-rata orang yang puas akan menceritakan kepada tiga orang lainnya mengenai pengalaman terhadap suatu produk yang mereka alami. Biaya untuk mendapatkan seorang pelanggan baru biasanya 5–7 kali lebih besar dibandingkan dengan biaya untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

Salah satu cara untuk dapat memenuhi dan memuaskan nasabah adalah sebuah bisnis di bidang jasa. Jadi selain menawarkan sebuah produk, kualitas pelayanan juga merupakan kunci utama dalam strategi pemasaran yang berorientasi pada jasa.

Pengembangan kualitas sangat didorong oleh kondisi persaingan antar bank, kemajuan teknologi, tahapan perekonomian dan sejarah masyarakat. Kemajuan teknologi telah memberikan peluang-peluang bagi inovasi dan pengembangan yang terus menerus. Dengan kondisi masyarakat yang semakin makmur dengan tingkat intelektual yang makin tinggi sehingga mereka semakin kritis dan selektif dalam memilih bank yang terbaik dan relatif menguntungkan bagi mereka.

Bank BCA sebagai salah satu bank swasta terbesar di Indonesia, juga selalu ingin memberikan yang terbaik demi memenuhi dan memuaskan nasabahnya berusaha cepat tanggap akan permasalahan tersebut, maka

Bank BCA memberikan solusi yang menguntungkan bagi nasabahnya dengan mengeluarkan produk simpanan/tabungan yaitu Tahapan BCA.

Tahapan BCA adalah produk tabungan/simpanan dana masyarakat (dana pihak ketiga) dari kalangan masyarakat rendah hingga yang tertinggi dimana juga mempunyai fasilitas dengan menggunakan kartu Paspor BCA. Kartu Paspor BCA yang dibagi dalam tiga kartu yaitu kartu *Silver*, *Gold* dan *Platinum*, dari ketiga kartu tersebut mempunyai limit transaksi yang berbeda-beda.

Sejak diluncurkan pada tahun 1979. Selama hampir 24 tahun itu pula, program Gebyar Hadiah Tahapan BCA dilancarkan. Masyarakatpun sudah mengetahui bahwa menabung di BCA banyak peluang untuk memperoleh hadiah, karena dua kali setahun BCA memang menyediakan hadiah besar-besaran kepada nasabahnya melalui Program Gebyar Berhadiah tersebut.

Pada dasarnya, pengertian kepuasan atau ketidak-puasan nasabah merupakan perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan. Jadi, pengertian kepuasan nasabah berarti bahwa kinerja suatu layanan sekurang-kurangnya sama dengan apa yang diharapkan. Meskipun timbul banyak kesulitan dalam pengukuran kepuasan nasabah, namun pada prinsipnya, kepuasan nasabah dapat diukur. Proses pengukuran dimulai dari penentuan siapa yang menjadi nasabah, kemudian dipantau dari tingkat kualitas yang diinginkan dan pada akhirnya formulasi strategi. Pada situasi ini harus dianalisis hal-hal yang dianggap penting oleh nasabah, sehingga dapat diupayakan pencapaiannya. Jika kinerja dinilai bagus/baik berarti dapat memuaskan. Hal ini sangat berpengaruh pada volume penjualan suatu produk/jasa, termasuk produk-produk yang ditawarkan oleh Bank BCA.

Sepanjang tahun 2002, Bank BCA terus memperkokoh bisnis intinya dengan memperkuat posisinya sebagai bank pilihan dalam layanan transaksi perbankan. Hal ini dilakukan dengan memperluas infrastruktur penyelesaian pembayaran, mengelompokkan nasabah ke dalam empat segmen agar setiap kelompok dapat dilayani secara lebih baik. Bank BCA

juga mengembangkan layanan-layanan "BCA Prioritas" untuk nasabah premium, dan memfokuskan upaya pemenuhan kebutuhan nasabah dari kelompok UKM (Usaha Kecil Menengah) dengan memperkenalkan produk-produk baru yang diyakini akan menarik bagi kelompok dimaksud.

Salah satu cara untuk dapat memenuhi dan memuaskan nasabah adalah melalui kualitas pelayanan, karena bank adalah sebuah bisnis di bidang jasa, jadi selain menawarkan sebuah produk, kualitas pelayanan juga merupakan kunci utama dalam strategi pemasaran yang berorientasi pada jasa. Pengembangan kualitas sangat didorong oleh kondisi persaingan antar bank, kemajuan teknologi, tahapan perekonomian dan sejarah masyarakat. Kemajuan teknologi telah memberikan peluang-peluang bagi inovasi dan pengembangan yang terus-menerus. Dengan kondisi masyarakat yang semakin makmur dengan tingkat intelektual yang makin tinggi sehingga mereka semakin kritis dan selektif dalam memilih bank yang terbaik dan relatif menguntungkan bagi mereka.

Untuk itulah maka diperlukan suatu penelitian yang berjudul : **"PENGARUH TINGKAT KEPUASAN, PENDAPATAN, DAN JUMLAH TANGGUNGAN NASABAH TERHADAP SIMPANAN PADA BANK"** dengan studi kasus yang dilakukan pada BCA Kantor Cabang Pembantu Bintaro, Jakarta Selatan.

Adapun permasalahan yang ingin diangkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan Bank BCA terhadap kepuasan nasabah ?
2. Apakah tingkat kepuasan, pendapatan, dan jumlah tanggungan nasabah mempengaruhi simpanan nasabah di Bank BCA ?

Penulis melakukan pembatasan masalah yaitu hanya mencari teori-teori yang berhubungan dengan masalah penelitian dan melakukan survei kepada nasabah pemilik rekening tabungan (Tahapan) yang aktif di BCA KCP Bintaro.

B. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Pengaruh kualitas pelayanan Bank BCA terhadap tingkat kepuasan nasabah.
2. Pengaruh kepuasan, pendapatan, dan jumlah tanggungan nasabah terhadap simpanan nasabah (TAHAPAN) di Bank.

C. Manfaat Penelitian

1. Dapat menentukan langkah-langkah yang harus dilakukan agar kepuasan nasabah terhadap pelayanan Bank BCA dapat terjaga dengan baik.
2. Memberikan masukan kepada manajemen Bank BCA dalam memelihara kelanggengan nasabah penyimpan dana (TAHAPAN) serta dalam menyusun kebijakan promosi untuk menggalakkan penghimpunan dana masyarakat.