

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Persaingan ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya.

Bank dituntut semakin profesional, transparan, dapat dipercaya dan unggul dalam memberikan kepuasan terhadap nasabah agar kepercayaan masyarakat pulih kembali dan mau menyimpan uangnya pada bank dalam negeri. Bank berusaha mendesain produk yang dimiliki sebaik mungkin untuk menciptakan dan meningkatkan rasa puas nasabah. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya (Kotler, Philip dan Armstrong, 2012:101). Bank yang ada di Indonesia baik itu milik pemerintah maupun swasta saat ini berlomba-lomba untuk menyerap dana dari masyarakat. Mereka berusaha merebut hati masyarakat untuk mempercayakan uangnya ditabung di bank mereka. Banyak cara yang mereka lakukan, baik dari pemberian hadiah langsung untuk nasabah yang membuka rekening maupun point reward. Tidak mengherankan jika persaingan yang ada cukup ketat. Persaingan dunia perbankan yang semakin ketat inilah yang mengharuskan setiap bank untuk dapat meningkatkan daya saing dengan memuaskan kebutuhan nasabah.

Dalam kondisi persaingan yang ketat seperti ini, hal utama yang harus diprioritaskan oleh perusahaan yang bergerak dalam bidang perbankan adalah kepuasan pelanggan agar dapat bertahan, bersaing, dan menguasai pangsa pasar. Dengan menyadari bahwa sebenarnya nilai merupakan sintesa dari sejumlah hal seperti produk tabungan yang diberikan, maka kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan menjadi topik yang menarik untuk dibicarakan dan dibahas pada setiap kesempatan yang ada. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh barang atau jasa yang dikehendaki pelanggan, sehingga jaminan menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan tersebut. Produk tabungan dalam perusahaan jasa merupakan hal yang sangat penting dari sudut pandang konsumen. Pelanggan diibaratkan seorang raja yang harus dilayani, namun hal ini bukan berarti menyerahkan segala-galanya kepada pelanggan. Usaha memuaskan kebutuhan pelanggan harus dilakukan secara menguntungkan atau bersifat *“win-win situation”* yaitu dimana kedua belah pihak merasa senang atau tidak ada yang dirugikan. Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang sangat berharga demi mempertahankan keberadaannya tersebut untuk tetap berjalannya suatu bisnis atau usaha (Alma, 2011:139).

Produk tabungan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat kepuasan yang diterima. Agar dapat bersaing, bertahan hidup, dan berkembang, maka perusahaan perbankan dituntut untuk mampu memberikan produk tabungan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

PT. Bank Victoria International Tbk. sebagai bank yang bergerak dalam bidang bisnis jasa perbankan ini mempunyai visi “Menjadi bank pilihan nasabah yang terpercaya, sehat, dan efisien”, adapun penjabaran dari visi tersebut :

- a. Pilihan nasabah : Bank Victoria dikenal, dipercaya serta menjadi pilihan nasabah untuk memenuhi kebutuhan nasabah mendapatkan produk dan layanan perbankan.
- b. Terpercaya : Bank Victoria berkomitmen menjadi Bank yang bisa memberikan rasa aman dan kepastian bagi para nasabah, karyawan, pemegang saham dan stakeholders lainnya.
- c. Sehat dan efisien : Bank Victoria mempunyai struktur modal yang kuat, kondisi keuangan yang sehat serta didukung oleh operasional perbankan yang efisien.

Dengan demikian diharapkan Bank dapat menjadi bank pilihan nasabah yang dapat dipercaya oleh para nasabah, karyawan, pihak regulator, kalangan perbankan baik nasional maupun internasional, mitra bisnis dan *stakeholder* lainnya serta memiliki struktur modal yang kuat, kondisi keuangan yang sehat dan didukung oleh operasional perbankan yang *efisien*. Sedangkan misinya secara umum, Bank menjabarkan Misinya dalam 4 (empat) kelompok yang berkaitan langsung dengan pelaksanaan aktivitas operasional bank yaitu *Customer* (terkait dengan pelayanan nasabah), *People* (terkait dengan pengembangan sumber daya manusia), *Operation* (terkait dengan pelaksanaan operasional sehari-hari) dan *Risk Management* (terkait dengan pengelolaan risiko yang bergubungan dengan aspek *customer*, *people* dan *operation*). Adapun penjabaran dari misi tersebut sebagai berikut :

- a. *Customer* : Senantiasa berupaya memenuhi kebutuhan nasabah, membina hubungan yang baik dengan nasabah serta member layanan yang terbaik kepada para nasabah.

- b. *People* : Mengembangkan sumber daya manusia yang professional, berprinsip dan berdedikasi untuk memberikan layanan serta memenuhi kebutuhan nasabah.
- c. *Operation* : Menjalankan operasional perbankan dengan menerapkan prinsip kehati-hatian secara efisien dan berkesinambungan.
- d. *Risk Management* : Melakukan pengelolaan risiko dan keuangan secara prudent serta konsisten dan senantiasa menerapkan prinsip-prinsip *Good Corporate Governance*.

Dengan adanya visi dan misi tersebut sudah tentu PT. Bank Victoria International harus selalu melakukan pada azas kepercayaan sehingga masalah produk tabungan yang diberikan terhadap pelanggan menjadi faktor yang sangat menentukan keberhasilan bisnis perbankan ini. Semakin banyaknya persaingan dalam industri perbankan memaksa PT. Bank Victoria International untuk mencari strategi yang paling tepat guna memenangkan persaingan. Salah satu strategi untuk meraih kesuksesan dalam industri perbankan adalah dengan cara menciptakan kepuasan nasabah. Oleh karena itu, PT. Bank Victoria International sangat memprioritaskan kualitas dengan memberikan berbagai produk tabungan dan fasilitas-fasilitas unggulan yang tidak dimiliki oleh pesaing yang tentunya akan berakibat pada kepuasan yang diperoleh nasabah. Untuk mencapai kepuasan tersebut diperlukan variabel-variabel yang dijadikan sebagai sarana untuk pencapaiannya. Berdasarkan produk tabungan yang diberikan para pemasar dalam menciptakan kepuasan perlu memperhatikan elemen-elemen sebagai berikut adalah: keunggulan (*benefit*) yang diberikan dari setiap produk tabungan sehingga nasabah merasa dimengerti oleh perusahaan,

fasilitas (*facilities*) dalam unsur ini, pemasar dituntut untuk menyediakan fasilitas yang dapat memudahkan nasabah dalam bertransaksi, jaminan (*assurance*) anggota perusahaan harus memberi kepercayaan terhadap nasabah dengan menjamin simpanannya.

Adanya kepuasan nasabah dalam menggunakan produk tabungan yang diberikan Bank Victoria ini yang membuat Victoria pulih kembali dari krisis ekonomi yang pernah melanda Indonesia beberapa tahun lalu yang pada saat itu menerima dampak berat di dunia perbankan Indonesia, walau berbagai usaha perbaikan sudah dilakukan oleh dunia perbankan di tanah air kepercayaan nasabah terhadap bank-bank dalam negeri belum benar-benar pulih. Selain itu, Bank Victoria terus memperkokoh tradisi tata kelola perusahaan yang baik, kepatuhan penuh pada regulasi, pengelolaan risiko secara baik dan komitmen pada nasabahnya baik sebagai bank simpanan maupun sebagai lembaga intermediasi finansial. Banyak penghargaan yang telah dianugerahkan kepada PT. Bank Victoria International Tbk. Diantaranya : meraih penghargaan “Peringkat 1 kategori private keuangan listed” pada tanggal 22 September 2015, “Peringkat 5 buku II perusahaan Tbk, modal inti Rp. 1T – 5T” pada tanggal 18 November 2014, “Gold Champion kategori mortgage (buku I+II)” pada tanggal 1 September 2014, dan “Bank dengan pertumbuhan bisnis terekspansif” pada tanggal 29 Agustus 2014, serta “Bank berpresikat sangat bagus atas kinerja keuangan 2013” pada tanggal 18 Juli 2014. Penghargaan ini merupakan anugerah tertinggi yang diberikan oleh majalah InfoBank berdasarkan survei yang dilakukan.

Akan tetapi, masih adanya keluhan nasabah atas produk tabungan yang diberikan Bank Victoria. Pertanyaan ini muncul, apakah produk tabungan yang

selama ini diberikan telah benar-benar dapat memberikan kepuasan bagi nasabah Victoria cabang Darmo Surabaya bila dilihat dari tiga faktor tersebut. Victoria cabang Darmo Surabaya perlu mengidentifikasi apakah produk tabungan yang selama ini diberikan telah membuat nasabah puas. Dari ketiga faktor tersebut, apakah mempengaruhi kepuasan nasabah Victoria cabang Darmo Surabaya.

Hal inilah yang mendorong penulis untuk mengetahui lebih jauh lagi tentang kepuasan nasabah setelah menerima produk tabungan dari Victoria cabang Darmo Surabaya, dengan ini bisa diketahui dari ketiga faktor tersebut apakah mampu memberikan kepuasan bagi nasabah. Penelitian ini diharapkan Bank Victoria cabang Darmo Surabaya lebih meningkatkan lagi produk tabungan yang belum menjadi kepuasan nasabah dan mempertahankan produk tabungan yang mempengaruhi kepuasan nasabah, sehingga Victoria cabang Darmo Surabaya dapat meningkatkan market share dan tetap eksis dikancah persaingan. Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Analisis Pengaruh Produk Tabungan yang Meliputi Keunggulan, Fasilitas dan Jaminan Terhadap Kepuasan Nasabah” (Studi Kasus Pada Bank Victoria cabang Darmo Surabaya).**

1.2 Perumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, secara spesifik permasalahan penelitian tersebut dirumuskan masalahnya sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh antara keunggulan, fasilitas, dan jaminan secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank Victoria cabang Darmo Surabaya ?
2. Apakah terdapat pengaruh antara keunggulan, fasilitas, dan jaminan secara parsial terhadap kepuasan nasabah Bank Victoria cabang Darmo Surabaya ?
3. Manakah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah Bank Victoria cabang Darmo Surabaya ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh keunggulan, fasilitas, dan jaminan secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank Victoria cabang Darmo Surabaya ?
2. Untuk mengetahui pengaruh antara keunggulan, fasilitas, dan jaminan secara parsial terhadap kepuasan nasabah Bank Victoria cabang Darmo Surabaya ?
3. Untuk mengetahui pengaruh dominan antara keunggulan, fasilitas, dan jaminan terhadap kepuasan nasabah Bank Victoria cabang Darmo Surabaya ?

1.4 Manfaat Penelitian

1. Aspek Akademis

a. Bagi Penulis

Menambah pengetahuan tentang faktor yang mempengaruhi produk tabungan terhadap kepuasan nasabah serta hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman tentang pengaruh keunggulan (*benefit*), fasilitas (*facilities*), jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan nasabah Bank Victoria cabang Darmo Surabaya. Sehingga dapat mengaplikasikan teori-teori yang telah didapatkan di bangku kuliah dan mencoba untuk memberikan pemikiran terhadap suatu masalah yang telah terjadi.

b. Bagi Perguruan Tinggi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya dan menambah koleksi kepustakaan dibidang Ilmu Ekonomi dan akutansi khususnya dalam studi kasus tentang Analisis Pengaruh produk tabungan terhadap kepuasan nasabah demi terwujudnya suatu kepuasan yang optimal. Dalam bidang pemasaran, hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi untuk memperkaya dan menambah khasanah teori mengenai produk tabungan di perbankan.

2. Aspek Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat berkontribusi sebagai *literature* untuk penelitian selanjutnya mengenai pengaruh produk tabungan terhadap kepuasan nasabah.

3. Aspek Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk perusahaan perbankan khususnya Bank Victoria untuk dapat merumuskan strategi mereka guna mempertahankan kepuasan nasabah Bank Victoria dan mengembangkan inovasi baru dari sistem produk tabungan Bank Victoria dimasa yang akan datang yang nyaman, aman, dan memiliki fitur yang menarik, sehingga nasabah Bank Victoria dapat tetap menerima dan selalu menggunakan fasilitas Bank Victoria.