

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Pada era globalisasi ini membuat para pebisnis merasakan adanya persaingan yang semakin ketat dan semakin meningkat, seiring meningkatnya pengetahuan atau kemajuan. Sudah menjadi kewajiban para pebisnis untuk mendapatkan keunggulan bersaing sehingga dapat memenangkan persaingan tersebut. Para pebisnis wajib memperhatikan pengaruh dari kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan akan menjadi pedoman untuk mengarahkan seluruh organisasi ke arah pemenuhan kebutuhan pelanggan sehingga menjadi sumber keunggulan daya saing yang berkelanjutan. Dari perspektif pelanggan banyak keluhan dan hak-hak pelanggan diabaikan menyangkut harga yang terlalu tinggi, pelayanan yang lambat dan tidak ramah, promosi yang merugikan, serta rendahnya kualitas produk dan jasa. Perbedaan antara harapan dan kenyataan yang diperoleh konsumen ini, bila tidak diantisipasi dengan baik oleh perusahaan akan menjadi boomerang bagi perusahaan itu sendiri.

Perbankan sebagai salah satu lembaga keuangan yang diharapkan dapat memberikan kepuasan kepada nasabah. Pada situasi persaingan perbankan, salah satu bentuk kepuasan yang dapat diberikan adalah dengan memberikan pilihan produk bagi nasabah, memberikan pelayanan yang memuaskan dan maksimal serta menjaga kepercayaan. Kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa atau

produk yang ditawarkan dapat dijadikan masukan bagi pihak manajemen untuk meningkatkan dan memperbaiki kualitas pelayanan yang diberikan. Untuk itu karyawan bagian pelayanan sebaiknya selalu memantau kepuasan yang dirasakan oleh nasabah perbaikan untuk mencapai loyalitas yang tinggi dari para nasabah.

Bila ditinjau dari sudut pandang perusahaan, salah satu cara yang efektif dalam melakukan diferensiasi adalah melalui jasa atau pelayanan yang diberikan. Hal ini membawa perubahan yang cukup mendasar dalam bisnis utama suatu perusahaan. Sebagai contoh, semakin banyaknya bisnis utama restoran bergeser dari sekedar menyediakan segala macam makanan untuk dijual, menjadi usaha melayani dan memuaskan rasa lapar pelanggan dengan disertai usaha menyediakan suasana yang kondusif bagi pelanggan untuk menikmati hidangan. Bahkan tidak jarang pula di restoran disajikan pula hiburan musik.

Pada dasarnya kekuatan perusahaan dalam sistem penjualan tergantung dari bagaimana meningkatkan kualitas pelayanan baik melalui peningkatan kualitas produk maupun meningkatkan bagaimana sistem pelayanan terhadap pelanggan.

PT Bank Ekonomi Raharja adalah penyedia layanan perbankan komersial yang didirikan pada tanggal 15 Mei 1989 dengan nama awal PT Bank Mitra Raharja lalu 4 (empat) bulan kemudian berganti nama menjadi PT Bank Ekonomi Raharja (lebih dikenal dengan nama Bank Ekonomi. Bank Indonesia menyatakan Bank Ekonomi sebagai bank yang sehat selama 24 bulan berturut-turut sejak pembukaan dan tetap bertahan hingga saat ini. Karena hasil evaluasi yang baik, maka pada tahun 1992, Bank Ekonomi berhasil mendapatkan akreditasi status

menjadi Bank Devisa sehingga memungkinkan layanan perbankan kepada nasabah menjadi semakin luas dan berkembang.

Bank Ekonomi adalah perusahaan publik yang telah mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia. Sejak 22 Mei 2009, Bank Ekonomi menjadi bagian dari grup institusi keuangan internasional, HSBC Holdings Plc., melalui anak perusahaannya, HSBC Asia Pacific Holdings (UK) Limited. Grup HSBC mengambil alih 88,89% saham Bank Ekonomi dan kemudian melalui penawaran tender, kepemilikannya meningkat menjadi 98,96%. Grup HSBC sendiri memiliki lebih dari 7.200 kantor di 85 negara dan teritori dengan total aset US\$2.556 miliar (tertanggal 31 Desember 2011), menjadikannya sebagai salah satu institusi perbankan dan layanan keuangan internasional terbesar di dunia.

Bank Ekonomi memfokuskan usaha perbankannya pada segmen usaha kecil dan menengah (UKM). Selain memiliki 127 ATM sendiri, jaringan ATM Bank Ekonomi juga terhubung dengan jaringan 45.000 jaringan ATM BERSAMA & PRIMA. Bank Ekonomi juga menyediakan fasilitas layanan phone banking, internet banking & BE CARE yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas layanan perbankan. Selain itu, Bank Ekonomi juga diperkuat dengan sistem perbankan HUB (*HSBC Universal Banking System*) yang memungkinkan setiap kantor/cabang terhubung satu sama lain, termasuk dengan jaringan global HSBC di seluruh dunia.

Dalam menjalankan usahanya, Bank Ekonomi selalu berkomitmen untuk terus mengedepankan inovasi dan terobosan untuk mempertahankan posisi Bank

Ekonomi sebagai bank swasta nasional yang tangguh dan terpercaya. Hal ini terbukti dengan berbagai penghargaan yang berhasil diraih oleh bank tersebut.

Dari uraian diatas dapat ditarik suatu hubungan antara kualitas layanan dan produk terhadap kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah dapat diperoleh jika perusahaan mampu menghasilkan produk berkualitas tinggi dan bermanfaat bagi nasabah ditambah dengan kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan nasabah.

Dalam penelitian ini penulis melihat kualitas layanan yang terdapat dalam perusahaan tersebut tidak terlalu memuaskan karena dalam pelayanan saja karyawan terkesan lambat dalam melakukan transaksi sehingga nasabah menunggu lama saat bertransaksi dan juga merasa tidak nyaman dengan bank tersebut dan juga sering terjadi keluhan oleh nasabah karena hal tersebut. Terdapat keluhan dari nasabah juga karena karyawan yang dipekerjakan untuk melayani nasabah juga terbatas terutama dibagian *customer service* (CS). Walaupun bank Ekonomi memiliki prosedur atau suatu *standard* saat melayani nasabah yang hampir sama dengan bank lain yang disebut *service quality* tetapi bank Ekonomi masih belum konsisten dalam pelayanan sehingga mendapat nilai yang kurang dari nasabah. Suatu produk yang dapat menarik perhatian dari nasabah atau banyak diminat oleh nasabah di perusahaan jasa perbankan yaitu memiliki suku bunga bank tinggi dan biaya administrasi yang rendah. Tetapi produk tabungan dalam perusahaan ini juga tidak terlalu menarik perhatian nasabah baru terutama produk tabungan ekonomi karena suku bunga bank tidak terlalu tinggi, dan memiliki biaya administrasi bulanan yang cukup tinggi.

Dibawah ini gambaran mengenai perkembangan produk tabungan ekonomi PT Bank Ekonomi Raharja member HSBC Group Cabang Batam dapat dilihat pada tabel 1.1 sebagai berikut.

Tabel 1.1 Perkembangan Produk Tabungan Ekonomi periode 2013-2015

Tahun	Jumlah Nasabah
2013	178
2014	165
2015	150

Sumber: Nasabah PT Bank Ekonomi Raharja tahun 2013-2015

Menurut data jumlah nasabah di atas dapat terlihat adanya kenaikan dan penurunan jumlah nasabah pada setiap tahunnya, Dimulai pada tahun 2013 jumlah nasabah PT Bank Ekonomi Raharja adalah sebanyak 178 nasabah, Pada tahun 2014 berkurang menjadi 165 nasabah dan mengalami penurunan kembali ditahun 2015 menjadi 150 nasabah yang menggunakan produk tabungan ekonomi PT Bank Ekonomi Raharja.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik mengadakan penelitian dan membahas kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah. Oleh karena itu, penulis mengangkat judul **“Pengaruh Kualitas Layanan Dan Produk Tabungan Ekonomi Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Ekonomi Raharja Member HSBC Group Cabang Batam”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dalam penelitian ini penulis ingin mengidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Sering terjadi keluhan oleh nasabah karena lambat dalam melakukan transaksi.
2. Adanya keluhan oleh nasabah karena kurangnya bagian *customer service* untuk melayani nasabah.
3. Produk tabungan ekonomi yang tidak terlalu menarik, karena bunga bank tidak terlalu tinggi, dan juga biaya administrasi bulanan yang cukup tinggi.

1.3. Pembatasan Masalah

Untuk menghindari pembahasan penelitian yang terlalu luas serta agar penelitian lebih terarah mengingat keterbatasan waktu dan biaya, maka dalam penelitian ini peneliti memfokuskan kepada pembahasan atas masalah pokok sesuai judul, yaitu satu variabel dependen dan dua variabel independen. Variabel independen yaitu Kualitas Layanan (X1) dan Produk Tabungan Ekonomi (X2), dan Variabel dependen yaitu Kepuasan Nasabah (Y). Penelitian ini adalah studi yang dilakukan pada PT Bank Ekonomi Raharja member HSBC Group Cabang Batam

1.4. Perumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini dimaksudkan untuk dijadikan pedoman bagi penulis untuk melakukan penelitian secara cermat dan tepat sesuai dengan prinsip-prinsip suatu penelitian yang ilmiah. Dengan perumusan masalah diharapkan dapat mengetahui objek-objek yang akan diteliti, serta bertujuan agar tulisan dan ruang lingkup penelitian uraiannya terbatas dan terarah pada hal-hal yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti. Untuk memudahkan pembahasan masalah dan pemahamannya, maka penulis merumuskan permasalahannya sebagai berikut:

1. Bagaimana Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Ekonomi Raharja member HSBC Group Cabang Batam?
2. Bagaimana Pengaruh Produk Tabungan Ekonomi terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Ekonomi Raharja member HSBC Group Cabang Batam?
3. Bagaimana Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk Tabungan Ekonomi terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Ekonomi Raharja member HSBC Group Cabang Batam?

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan penulis dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Ekonomi Raharja member HSBC Group Cabang Batam.
2. Untuk mengetahui Pengaruh Produk Tabungan Ekonomi terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Ekonomi Raharja member HSBC Group Cabang Batam.
3. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk Tabungan Ekonomi terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Ekonomi Raharja member HSBC Group Cabang Batam.

1.6. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk Tabungan Ekonomi terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Ekonomi Raharja member HSBC Group Cabang Batam sebagai berikut :

1.6.1 Aspek Teoritis

1. Bagi Pihak Akademis

Untuk menambah dan memperkaya khasanah lembaga keilmuan akademis dalam penelitian tentang studi kasus untuk menjadi rujukan dan pengembangan penelitian lebih lanjut.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan kesempatan untuk menerapkan dan mengembangkan pengetahuan dan wawasan mengenai pengaruh kualitas layanan dan produk tabungan terhadap kepuasan nasabah.

3. Bagi Pembaca Lain

Sebagai bahan bacaan dan literatur bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

1.6.1 Aspek Praktis

1. Bagi Pihak Perusahaan

Manfaat praktis dari perusahaan tersebut dapat memberi masukan yang bermanfaat bagi perusahaan dalam meningkatkan layanan dan produk tabungan dengan memperhatikan kepuasan pelanggan.