

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Bank merupakan badan usaha yang menampung dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan mengedarkan kembali dana tersebut kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman dengan tujuan menjaga kesejahteraan masyarakat dan kestabilan ekonomi. Berdasarkan UU RI No. 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan yaitu kegiatan menghimpun dana dan menyalurkan dana merupakan kegiatan pokok bank sedangkan memberi jasa bank lainnya hanyalah kegiatan pendukung.

Salah satu kesulitan terbesar yang muncul di dunia bisnis pada era globalisasi yaitu menjaga loyalitas nasabah, menciptakan citra yang baik bagi perusahaan dan kestabilan tingkat suku bunga dikarenakan belum ada perusahaan yang mampu mempertahankan loyalitas dari nasabah dalam jangka waktu panjang tanpa adanya dorongan.

Sebagai lembaga keuangan, bank memiliki kewajiban yang khusus dalam memberikan pelayanan atau jasa. Mempertahankan loyalitas nasabah, maka bank harus memiliki karyawan yang tanggap dalam menangani kebutuhan nasabah. Karyawan merupakan harapan bagi bank untuk memenuhi kewajiban ini adalah karyawan bagian customer service. Customer service adalah kegiatan yang

diharapkan dapat memenuhi kebutuhan nasabah melalui pelayanan dengan menyalurkan bantuan atau memberikan informasi kepada nasabah.

Dalam praktiknya peranan customer service sangat penting untuk memberikan pelayanan terbaik untuk nasabah, akan tetapi fakta yang terjadi masih banyak nasabah yang mengaku tidak begitu puas dan mempunyai beberapa keluhan atas pelayanan yang diterima. Salah satu keluhan yang paling sering dikomplain yaitu customer service kurang peduli terhadap keluhan nasabah dan kurangnya inisiatif untuk membantu nasabah yang sedang mengalami kesulitan dalam bertransaksi di bank. Padahal yang kita tau bahwa customer service dituntut untuk selalu menjalin hubungan baik dengan nasabahnya selain itu juga harus memiliki kemampuan melayani nasabah secara handal. Hal ini harus dilakukan dikarenakan menjalin hubungan yang baik dapat sekaligus membentuk image yang baik untuk bank juga meningkat pada persepsi nasabah.

Kinerja yang diberikan kepada nasabah dengan kualitas yang optimal tentu akan membentuk penilaian atau persepsi langsung pada citra perusahaan. (Suryani, 2010) pada penelitiannya berpendapat bahwa perusahaan akan menyadari betapa sentralnya peranan nasabah serta alasan keberadaan mereka. Citra perusahaan (corporate image) merupakan identitas sebuah perusahaan atas berkembangnya teknologi, ekonomi, serta persepsi publik juga dibangun berasaskan prerogatif guna

melakukan pemenuhan kemauan dan kebutuhan mengikuti keinginan, maka harus diiringi oleh tingkat kepuasan (Akil, 2013).

Representasi perusahaan yang baik dapat dianggap sebagai aset berharga bagi perusahaan yang dapat menimbulkan rasa kepercayaan pada kualitas perusahaan dalam menanggapi permintaan konsumen. Manajemen dalam industri jasa harus bisa memperbaiki kualitas pelayanan nasabah sesuai yang diinginkan agar dapat meningkatkan representasi perusahaan, dikarenakan representasi dapat berkontribusi di lingkungan kompetisi bisnis dari mulai sekarang hingga jangka panjang. Representasi dapat ditingkatkan dikala pelanggan-pelanggan memperoleh layanan yang berkualitas sesuai harapan, kemudian dapat terjadi penurunan jika pelanggan-pelanggan memperoleh hal yang tidak bagus.

Melalui “Kasus Erlina: PH Sebut Saksi CS Bank Panin dapat Dijerat Pidana Perbankan” maka akan menyebabkan citra perusahaan PT Bank Panin tercemar serta akan muncul tanggapan yang kurang bagus sehingga menyebabkan citra perusahaan bank menjadi negatif, karena nasabah akan khawatir tentang transaksi keuangan yang seharusnya di rahasiakan oleh pihak bank tetapi malah disebarakan oleh karyawan-nya.

Satu dari banyaknya komponen yang dapat memberikan pengaruh loyalitas nasabah kepada bank ialah tingkat suku bunga. Tingkat suku bunga ialah jumlah yang wajib dibayar dari penyedia jasa penyimpanan untuk tabungan pelanggan-

pelanggan yang dimiliki dalam waktu tertentu dan dinyatakan dalam bentuk persentase. PT Bank Panin merupakan satu dari banyaknya usaha perbankan dan pasti memiliki masalah-masalah yang dialami nasabahnya terkait tingkat suku bunga.

Tabel 1.1 Perbandingan Penawaran Suku Bunga Deposito

Bulan	Penawaran Bunga Deposito Tahun 2020 dengan Tenor :							
	Bank Panin				Bank Danamon			
	1 Bulan	3 Bulan	6 Bulan	12 Bulan	1 Bulan	3 Bulan	6 Bulan	12 Bulan
Januari	5,40%	5,50%	5,60%	5,60%	5,60%	5,60%	5,60%	5,60%
Maret	4,40%	5,30%	5,40%	5,60%	5,50%	5,50%	5,50%	5,50%
Mei	4,88%	5,13%	5,50%	5,30%	5,25%	5,25%	5,25%	5,25%
Juli	4,63%	4,68%	4,80%	4,63%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%
September	4,08%	4,33%	4,43%	4,53%	4,75%	4,75%	4,75%	4,75%

Sumber : Pusat Informasi Pasar Uang (PIPU) Bank Indonesia 2020

Dari table 1.1 membuktikan bahwa adanya perselisihan tingkat suku bunga deposito nasabah antara Bank Panin dan Bank Danamon sehingga dapat menyebabkan nasabah pada Bank Panin akan tergiur dengan penawaran tingkat suku bunga Bank Danamon dan menyebabkan depositan pada Bank Panin semakin berkurang. Pada Bulan Januari 2020 Bank Panin memberikan penawaran untuk depositan tenor 1 bulan dengan tingkat suku bunga 5,40% tetapi Bank Danamon memberikan penawaran tingkat suku bunga dengan tenor 1 bulan senilai 5,60%.

Perselisihan tingkat suku bunga senilai 0,20% untuk tenor 1 bulan maka depositan pasti akan memilih bank yang memberikan penawaran tingkat suku bunga yang lebih tinggi.

Sesuai Annual Report 2019 yang dipublikasi oleh Bank Panin pada tahun 2019 pos simpanan mencapai Rp131.403 miliar. Pencapaian tersebut menunjukkan bahwa terjadi penurunan sebesar 4,57% atau Rp6.291 miliar dari tahun 2018 yang sebesar Rp137.694 miliar. Sedangkan Bank Danamon berhasil meningkatkan jumlah simpanan nasabah sebesar 1.9% mencapai Rp109,79 triliun, dibandingkan tahun 2018 sebesar Rp107,70 triliun. Sebagai respon terhadap masalah terkait penurunan jumlah nasabah di PT Bank Panin Tbk dalam rentang waktu satu tahun, maka perlu dilakukan analisis penyebabnya dan mencari solusi untuk memecahkan atau menghindari masalah tersebut.

PT Bank Panin Tbk adalah intitas usaha yang fokus utamanya ialah memberikan jasa pada sektor perbankan yang berdiri sejak tahun 1971 dan masuk sebagai entitas usaha go public di Bursa Efek Jakarta pada tahun 1982 dan menjadi bank go public pertama di Indonesia. Sejak awal berdirinya, manajemen Bank Panin selalu berusaha memberikan nilai tambah untuk seluruh pihak bersangkutan.

Manajemen risiko yang bijaksana serta modal yang kuat menyebabkan Bank Panin dapat melewati krisis ekonomi yang menyebabkan ketidakstabilan ekonomi di tahun 1998. Pendekatan progresif digunakan oleh PT Panin Bank Tbk dalam mempertahankan posisi yang kompetitif, berlokasi dekat dengan konsumen serta membantu memahami kebutuhan yang terus berganti. Moto Bank Panin adalah “

Selalu ada untuk Anda ” yang dapat diartikan sebagai entitas usaha yang konsisten menyediakan layanan optimal kepada pengguna jasanya.

Berdasarkan fenomena yang terjadi PT Panin Bank Tbk dapat dikatakan belum maksimal terkait jasa pelayanan berdasarkan Standard Pelayanan Minimal, contohnya karyawan kurang peduli terhadap keluhan nasabah dan kurangnya inisiatif untuk membantu nasabah yang sedang mengalami kesulitan dalam bertransaksi di bank sehingga bisa mengakibatkan nasabah memiliki persepsi yang jelek terhadap instansi tersebut.

Tanggapan dari nasabah dapat menyebabkan dampak terhadap citra perusahaan karena representasi dapat diperkuat apabila nasabah mendapatkan pelayanan dengan kualitas yang memuaskan. Citra perusahaan Bank Panin masih di kategorikan kurang baik dikarenakan masih terdapat keluhan nasabah serta adanya berita mengenai “ Customer Service Bank Panin Batam dapat dipidana perbankan akibat membeberkan transaksi keuangan yang terjadi di rekening pribadi nasabahnya sendiri.”

Selain itu faktor lain yang mempengaruhi loyalitas nasabah yaitu tingkat suku bunga simpanan, yang disebabkan oleh persaingan antar bank sehingga banyak pergantian yang dilakukan nasabah ke bank lain dikarenakan bank lain dengan persentase bunga simpanan yang lebih tinggi, hadiah yang diberikan lebih menarik dan marketing dari bank lain.

Oleh sebab itu muncul keinginan penulis untuk meneliti faktor kualitas pelayanan, citra perusahaan dan tingkat suku bunga dalam mempengaruhi loyalitas

nasabah. Oleh karena itu, bersumber pada hal-hal yang melatarbelakangi motivasi peneliti, sebuah studi kasus akan dilaksanakan yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA PERUSAHAAN DAN TINGKAT SUKU BUNGA TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA BANK PANIN DI KOTA BATAM”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Bersumber pada latar belakang penelitian yang sudah diutarakan sebelumnya, peneliti dapat melakukan identifikasi permasalahan pada penjelasan-penjelasan terdahulu, antara lain:

1. *Customer service* kurang peduli terhadap keluhan nasabah dan kurangnya inisiatif untuk membantu nasabah yang sedang mengalami kesulitan dalam bertransaksi di bank .
2. Citra perusahaan PT.Bank Panin, Tbk. dianggap kurang baik karena ada data nasabah yang tersebar .
3. Penurunan jumlah nasabah dikarenakan adanya persaingan tingkat suku bunga dengan bank lain.

1.3. Pembatasan Masalah

Proses menentukan batasan masalah ialah salah satu hal yang sangat diperlukan pada sebuah pelaksanaan pengamatan, bertujuan untuk memudahkan analisa tahap selanjutnya serta mempermudah pemecahan masalah. Adapun batasan masalah dalam proposal ini yaitu meneliti variabel kualitas pelayanan, citra

perusahaan dan tingkat suku bunga terhadap loyalitas nasabah. Batasan masalah tersebut adalah :

1. Penelitian ini difokuskan pada pembahasan tentang kualitas pelayanan, citra perusahaan dan tingkat suku bunga terhadap loyalitas nasabah di PT.Bank Panin.
2. Tempat penelitian dilakukan pada PT. Bank Panin di Kota Batam.
3. Responden dari penelitian ini hanya diperuntukkan untuk nasabah yang memiliki rekening di PT.Bank Panin di Kota Batam.

1.4. Perumusan Masalah

Bersumber pada uraian permasalahan yang melatarbelakangi intensi peneliti, dapat dirumuskan permasalahan sebagai patokan yang harus dijawab, antara lain:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Panin di Kota Batam ?
2. Apakah citra perusahaan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Panin di Kota Batam ?
3. Apakah tingkat suku bunga berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Panin di Kota Batam ?
4. Apakah kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan tingkat suku bunga berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Panin di Kota Batam ?

1.5. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan memberikan penjelasan akan rumusan masalah di atas, diberikan dalam poin-poin dibawah ini:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Panin di Kota Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan secara parsial terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Panin di Kota Batam.
3. Untuk mengetahui pengaruh tingkat suku bunga secara parsial terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Panin di Kota Batam.
4. Untuk mengetahui kualitas pelayanan, citra perusahaan dan suku bunga secara simultan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Panin di Kota Batam.

1.6. Manfaat Penelitian

Peneliti berharap mampu memberikan manfaat-manfaat yang berkenaan dengan seluruh pihak yang berkepentingan menyangkut materi yang ada pada penelitian ini. Berikut manfaat yang mungkin bisa dirasakan dari masing-masing kalangan:

1.6.1. Manfaat Secara Teoritis

Penulis berharap supaya berguna untuk menambah pengetahuan dalam bentuk bahan kajian atau informasi yang dapat diberguna secara spesifik perihal pengaruh kualitas pelayanan, citra perusahaan dan tingkat suku bunga terhadap loyalitas pelanggan pada sebuah entitas usaha yang bergerak pada bidang jasa.

1.6.2. Manfaat Secara Praktis

1. Bagi PT. Bank Panin

Peneliti berharap hasil yang didapat setelah melewati proses pengujian mampu digunakan sebagai referensi untuk meningkatkan reputasi, lebih ramah terhadap nasabah agar mereka merasa nyaman serta diharapkan dapat membantu memecahkan masalah loyalitas nasabah di PT. Bank Panin Kota Batam.

2. Bagi Universitas Putera Batam

Peneliti berharap hasil yang didapat setelah melewati proses pengujian mampu dipergunakan menjadi pustaka acuan bagi studi dengan objek yang serupa guna menggambarkan representasi secara makro kepada peneliti berikutnya dalam bidang manajemen pemasaran.

3. Bagi Penulis

Peneliti berharap hasil yang didapat setelah melewati proses pengujian mampu digunakan sebagai penambah bibliografi serta mampu membantu perkembangan keilmuan mengenai manajemen pemasaran secara spesifik bersinggungan dengan kualitas pelayanan, citra perusahaan dan tingkat suku bunga.