

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang masalah

Pembangunan yang dilaksanakan oleh negara Indonesia adalah bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, untuk mencapai tujuan tersebut perlu dilakukan berbagai usaha untuk mencapainya. Hal tersebut dapat dilakukan melalui pembangunan secara berkesinambungan dan berkelanjutan serta mengikutsertakan peran dan partisipasi masyarakat secara keseluruhan yang diharapkan dapat mewujudkan masyarakat yang adil dan makmur baik materiil maupun spiritual berdasarkan Pancasila dan UUD 1945.

Salah satu hal yang ikut serta menunjang keberhasilan pembangunan ekonomi adalah stabilnya sektor perbankan. Sektor perbankan merupakan jantung dalam sistem perekonomian sebuah negara dan sebagai alat dalam pelaksanaan kebijakan moneter. Sejak terjadi krisis moneter tahun 1997 sektor perbankan mulai mengalami gejolak krisis kepercayaan dari masyarakat terhadap lembaga perbankan nasional. Pada tahun 1998 pemerintah menyatakan bahwa dari 222 bank yang beroperasi di Indonesia, 65% dalam kondisi sakit dan 54% sudah masuk badan penyehatan perbankan nasional. Puncaknya, pemerintah mengambil keputusan untuk melikuidasi 16 bank, 7 bank diambil alih dan 8 bank dibekukan operasinya (Quadrinata 2007:1).

Bank merupakan lembaga keuangan yang bergerak di bidang jasa, menurut Kotler (2002:486) dalam Quadrinata (2007:20) Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksi jasa dapat terikat atau tidak terikat pada suatu produk fisik. Jasa pada dasarnya tidak berwujud, tidak menghasilkan kepemilikan, terdapat interaksi antara penyedia jasa dengan pengguna jasa, serta dapat memberikan kepuasan konsumen yang untuk memenuhinya, terkadang memerlukan adanya penggunaan benda nyata yang berwujud.

Kepuasan pelanggan merupakan bagian dari pengalaman pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Berdasarkan pengalaman yang diperolehnya, pelanggan memiliki kecenderungan untuk membangun nilai-nilai tertentu. Nilai tersebut akan memberikan dampak bagi pelanggan untuk melakukan perbandingan terhadap kompetitor dari produk atau jasa yang pernah dirasakannya (Margaretha, 2004) dalam Youngki Tri Wibowo (2011:2), 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 “winwin 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 (Chandra dan Danny, 2001) dalam Youngki Tri Wibowo (2011:2).

Untuk memenangkan persaingan Setiap pelaku bisnis yang ingin memenangkan kompetisi dalam dunia industri akan memberikan perhatian penuh kepada kualitas, kualitas produk dan jasa yang didefinisikan menurut Kotler dan Keller (2009:143), adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Kualitas mengacu kepada segala sesuatu yang menentukan kepuasan pelanggan, suatu produk yang dihasilkan baru dapat dikatakan berkualitas apabila sesuai dengan keinginan pelanggan, dapat dimanfaatkan dengan baik, serta diproduksi (dihasilkan) dengan cara yang baik dan benar.

Mengingat semakin pesatnya pertumbuhan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh konsumen, semakin bertambah banyak, baik dalam jumlah maupun jenisnya. Hal ini mendorong perusahaan-perusahaan saling berpacu agar dapat memuaskan kebutuhan konsumen dengan cara menghasilkan barang dan jasa sesuai dengan keinginan konsumen. Keadaan ini mengakibatkan terciptanya persaingan sesama perusahaan yang menghasilkan barang dan jasa yang sejenis.

Untuk menghadapi persaingan ini memaksa perusahaan untuk berorientasi pada kegiatan pemasaran. Kegiatan yang dilakukan perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen atau nasabah. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan yang terbaik bagi pelangganya yaitu, salah satunya dengan memberikan kualitas produk atau jasa yang lebih baik.

Untuk itu perusahaan memerlukan karyawan yang profesional sehingga dapat mengerti dan memahami keinginan para konsumen atau nasabah termasuk

menangani keluhan dan masalah yang disampaikan pelanggan atau nasabah . Adanya komunikasi yang baik antara karyawan dan nasabah akan memberikan manfaat bagi pihak perusahaan dan pihak pelanggan. Sehingga para nasabah merasa puas karena keinginan dan keluhannya mendapat tanggapan yang baik dari perusahaan.

Kepuasan nasabah atas pelayanan yang diberikan perusahaan akan menaikkan citra positif dan mendorong pelanggan atau nasabah untuk tetap setia menggunakan jasa yang ditawarkan. Hal ini bisa dijadikan strategi perusahaan untuk menghadapi pesaing, karena semakin banyaknya para pesaing yang berdiri sekarang ini. Oleh karena itu, keramahan karyawan yang baik, harga yang bersaing, kualitas produk atau jasa yang baik serta lokasi toko yang strategis merupakan faktor kunci yang harus benar-benar diperhatikan oleh perusahaan. Misalnya Bank Panin Cabang Gresik, Bank ini memiliki karyawan-karyawan yang ahli dibidangnya dan dilengkapi juga dengan alat-alat yang mendukung kinerja karyawan-karyawannya.

Adapun keluhan – keluhan pelanggan, seperti misalnya kualitas yang cenderung kurang bersaing atau pelayanan dari pegawai yang kurang memuaskan, dan lokasi Bank yang kurang strategis. Pihak Bank juga harus memahami keinginan nasabah serta mempelajari faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan para pelanggan. Menurut Tjiptono dan Chandra, 2005 dalam Wibowo, (2010:19) Lokasi fasilitas jasa merupakan salah satu faktor krusial yang berpengaruh terhadap kesuksesan suatu jasa, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial penyedia jasa. Secara garis besar, ada dua

kemungkinan pertimbangan dalam hal lokasi fasilitas jasa. Pertama, pelanggan mendatangi lokasi fasilitas jasa dan yang kedua adalah penyedia jasa yang mendatangi pelanggan. Selain itu, penyedia jasa dimungkinkan mengkombinasikan keduanya.

Konsep pemasaran dinyatakan bahwa pencapaian tujuan organisasi tergantung pada pengetahuan tentang kebutuhan dan keinginan target pasar dan memberikan kepuasan yang diinginkan konsumen, kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk anggapannya (atau hasil) dalam kaitannya dengan ekspektasi (Kotler dan Keller, 2009:14) sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan konsumen. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Menurut (Kotler & Keller, 2009 :14.)

Indonesia telah tercatat sebanyak 26 bank yang berstatus *go public* di Bursa Efek Jakarta (BEJ). Bank-bank tersebut merupakan yang paling berpengaruh di dalam berbagai aktivitas pendanaan dan perputaran uang yang terjadi di Indonesia. Besarnya pengaruh perbankan tersebut bagi kehidupan perekonomian Indonesia, menempatkan bank-bank ini pada posisi yang senantiasa berada dalam ajang persaingan diantara satu dan lainnya. (Quadrinata 2007:4).

Didirikan pada tahun 1971, Panin Bank tercatat di Bursa Efek Jakarta pada tahun 1982, sebagai bank pertama yang Go Public di Indonesia. Sejak awal, manajemen PaninBank berusaha untuk memberikan hasil yang terbaik untuk semua stakeholders dengan menjaga keseimbangan antara penerapan prinsip kehati-hatian dan pertumbuhan yang progresif. Basis modal yang kuat dan

manajemen risiko yang penuh perhitungan telah memungkinkan PaninBank untuk melewati berbagai gejolak ekonomi dan periode ketidakpastian. PaninBank adalah salah satu dari sedikit bank di Indonesia yang tidak direkapitalisasi oleh Pemerintah setelah Krisis Moneter 1998. Berdasarkan fungsi dasarnya sebagai penghimpun dan juga penyalur atas dana, maka bank akan selalu berkepentingan dengan pihak-pihak yang kelebihan dana dan juga pihak-pihak yang kekurangan atau membutuhkan dana, yang sering disebut dengan kreditur. Dalam aktivitasnya, bank akan dihadapkan dengan berbagai permasalahan seputar fungsi dasar perbankan.

Persaingan antar bank di dalam merebut pangsa pasar merupakan salah satu hal yang wajar terjadi, strategi ofensif untuk merebut pasar pesaing menjadi modal utama bagi bank di dalam menghimpun dana dari masyarakat. Likuiditas bank merupakan syarat mutlak bagi suatu perbankan di dalam melaksanakan berbagai aktivitas bisnisnya, yaitu untuk memenuhi kewajiban hutang-hutang bank, membayar kembali deposannya, serta memenuhi permintaan kredit.

Perbankan di Indonesia dalam melakukan aktivitas bisnisnya, yaitu dalam memenuhi fungsi dasarnya masih menghadapi berbagai permasalahan yang mendasar yang masih terjadi hingga saat ini. Banyak bank-bank yang belum mampu secara maksimal di dalam mengelola sumber daya mereka sebagai contoh banyak bank yang kesulitan di dalam mengatur sirkulasi keuangan mereka, di satu sisi bank-bank yang mengalami *under-liquid* akan kesulitan di dalam melakukan aktivitas bisnisnya secara maksimal dikarenakan kekurangan modal sebagai dasar beraktivitas. Di sisi lain, bank-bank yang mengalami *over-liquid* juga akan

mengalami permasalahan, mereka akan kesulitan di dalam menyalurkan dana-dana tersebut dan berisiko terjadinya kredit tidak tertagih.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang terjadi diatas dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul “**Pengaruh pelayanan, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Panin Cabang Gresik** “

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Panin Cabang Gresik
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Panin Cabang Gresik
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Panin Cabang Gresik
4. Apakah pelayanan, kualitas produk, dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank Panin Cabang Gresik

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Panin Cabang Gresik
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah Bank Panin Cabang Gresik
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan nasabah Bank Panin Cabang Gresik

4. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan, kualitas produk, dan lokasi secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank Panin Cabang Gresik

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan perusahaan atau lembaga keuangan (Bank) khususnya mengenai pelayanan, kualitas produk, dan lokasi.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh peneliti selanjutnya sebagai bahan referensi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.