

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring berkembangnya zaman, kegiatan menabung menjadi lebih mudah dan efisien dimana masyarakat dapat melakukan penyimpanan uang melalui Bank. Hal ini dikarenakan adanya perkembangan teknologi yang pesat sehingga memungkinkan Bank untuk melakukan inovasi terhadap produk agar dapat meningkatkan pelayanannya guna untuk mempermudah masyarakat dalam mengatur kegiatan finansial berupa menabung. Selain dapat mempermudah masyarakat, Bank juga menyediakan berbagai fasilitas dan fitur berupa SMS Banking, Mobile Banking, Internet Banking, dsb (Oktavianus, 2007).

Menabung di Bank memang memberikan kemudahan bagi banyak orang. Tetapi diluar semua kemudahan dan keuntungan yang diberikan, terdapat beberapa hal yang mungkin tidak disukai oleh sebagian orang seperti, adanya biaya administrasi dan biaya-biaya pasif lainnya. Selain itu, untuk menabung di bank, nasabah harus memiliki saldo minimum yang harus tersedia di dalam rekening sehingga tidak dapat ditarik secara keseluruhan (Oktavianus, 2017).

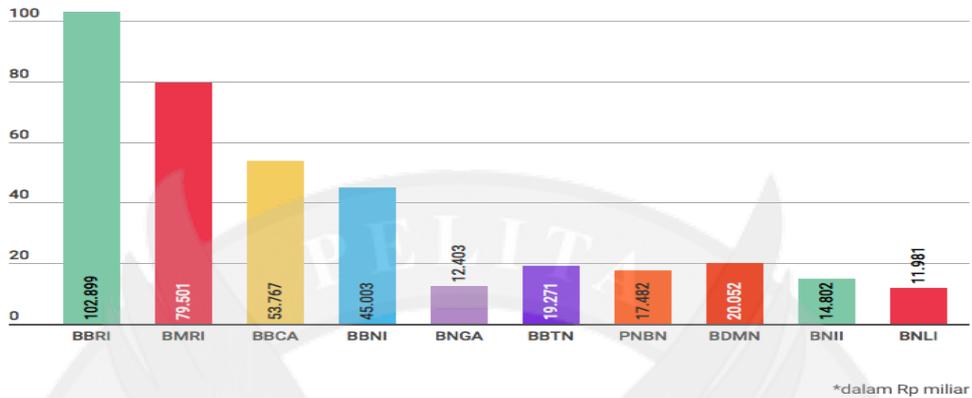
Bagi sebagian besar orang, menabung di bank adalah cara yang terbaik untuk menyimpan uang mereka, karena pastinya dengan menabung di bank akan lebih aman dibandingkan dengan dirumah yang memiliki banyak resiko seperti, rumah kebakaran, rumah kebanjiran, rumah kemasukan maling dan sebagainya.

Pastinya jika menabung di bank justru akan terhindar dari hal-hal tersebut dan uang yang disimpan dapat terjamin keamanannya (Septiani, 2016).

Safitri (2011) mengemukakan bahwa hampir seluruh bank menyediakan berbagai produk dan fasilitas yang baru kepada nasabah setiap bulannya, seperti tabungan, undian, deposito, kartu kredit dan lain-lain. Berhubungan dengan layanan perbankan yang semakin mendominasi, hal ini menyebabkan para nasabah menjadi lebih bersifat penuntut dan menguasai informasi yang mereka perlukan. Sebab masyarakat semakin cerdas dalam memilih bank dengan mempertimbangkan dan juga membandingkan kelebihan dan kekurangan dari masing-masing bank. Perusahaan yang mampu bersaing di pasar adalah perusahaan yang mengutamakan konsumen dan juga pelayanannya. Hal ini memicu bank besar di Indonesia untuk menjadi yang terbaik, salah satu caranya adalah dengan membuktikan melalui pendapatan yang diperoleh, di bawah ini adalah tabel yang menginformasikan tentang pendapatan 10 bank terbesar di Indonesia.

Gambar 1.1

Pendapatan 10 Bank Terbesar di Indonesia



Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, diolah.

Hasil yang didapat oleh Otoritas Jasa Keuangan pada tahun 2017, yang bisa dilihat pada Table 1.1 menunjukkan bahwa bank yang dikelola oleh Badan Usaha Milik Negeri atau pemerintah mendominasi tingkat pendapatan pada pasar perbankan yaitu pada angka 102.899 Miliar yang di peroleh Bank Rakyat Indonesia di peringkat pertama. Sedangkan Bank Mandiri berada di peringkat kedua dengan menyentuh angka 79.501 miliar. Setelah itu, Bank Central Asia yang merupakan bank swasta terbesar di Indonesia meraih peringkat ketiga dengan angka 53.767 miliar (Sukirno, 2018).

Bank Central Asia (BCA) merupakan bank terbesar milik swasta di Indonesia. Bank ini didirikan oleh Sudono Salim pada tanggal 21 Februari 1957, yang telah bertahan sampai saat ini walaupun pernah melalui krisis moneter di Indonesia pada tahun 1998. Setelah diselamatkan oleh pemerintah, bank tersebut diambil alih oleh Farindo yang bekerja sama dengan grup Djarum. Saat ini usia

Bank Central Asia sudah melebihi 50 tahun. Dalam waktu tersebut, banyak tantangan yang dihadapi Bank Central Asia dalam memenuhi komitmen dan agar tidak merusak kepercayaan nasabah dan para pemegang saham lainnya. Selain itu, Bank Central Asia mempunyai visi untuk menjadi Bank yang selalu dapat diandalkan oleh seluruh masyarakat Indonesia dengan berusaha untuk dapat memberikan layanan dan solusi yang terbaik untuk membantu seluruh nasabahnya dengan berbagai produk dan layanan yang dibutuhkan oleh nasabahnya (Audinovic, 2013).

Perusahaan perbankan saat ini, saling kompetisi untuk mendapatkan nasabah *end user (non-corporate)*. Survey One melakukan penelitian untuk melihat bank memiliki kemungkinan untuk nasabahnya berpindah ke bank pesaing. Berikut ini merupakan hasil survey mengenai nasabah ritel yang dilakukan oleh Survey One, hasil yang didapat dari survey yang diberikan kepada banyaknya nasabah bank, nasabah yang memiliki keinginan paling besar untuk berpindah ke bank lain adalah nasabah Bank Central Asia, yaitu sebesar 43,8% yang kemudian diikuti oleh Bank Mandiri sebesar 18,8%, Bank BNI 18,8%, Bank Mega 6,3%, Bank Rakyat Indonesia 6,3% dan Bank Ekonomi sebesar 6,3%. Bank-bank diatas semestinya memperhatikan hasil dari survey tersebut, terutama Bank Central Asia yang memiliki tingkat kehilangan nasabah terbesar. Sehingga memerlukan strategi serta program yang bertujuan untuk mempertahankan nasabahnya. Hasil survey tersebut, dapat dijadikan bahan perbaikan bagi bank-bank diatas untuk dapat mempertahankan loyalitas dari nasabahnya (Budiman, 2014).

Produk yang menjadi unggulan dari Bank Central Asia adalah produk tabungannya yaitu Tahapan BCA, karena masih menjadi kebutuhan untuk sebagian besar orang. Walaupun saat ini, sudah terdapat berbagai jenis investasi yang ditawarkan, tabungan masih tetap menjadi pilihan utama dan menjadi idola investasi berbagai kalangan, karena bersifat konvensional dan mudah dijumpai di seluruh bank Indonesia. Kecilnya risiko yang dihadapi membuat banyak orang untuk lebih memilih tabungan (Waringin, 2017). Di bawah ini merupakan tabel yang menginformasikan tentang Pemenang Top Brand Award Kategori Banking & Finance.

Tabel 1.1

Pemenang Top Brand Award Kategori Banking & Finance

MEREK	TOP BRAND INDEX
Tahapan BCA	34.9%
BRI Britama	20.2%
BRI Simpedes	12.3%
Tabungan Mandiri	9.2%
BNI Taplus	6.6%

Sumber : Top Brand Award (2018)

Komitmen merupakan suatu tindakan yang kuat untuk menjalin sebuah hubungan yang bisa di hargai. Sebagai bentuk komitmen bagi nasabahnya, Bank Central Asia selalu senantiasa berinovasi, inovasi yang dimiliki oleh Bank Central Asia dikemukakan oleh Indrajati Suwono selaku Analis Danareksa Sekuritas adalah Bank Central Asia terus meningkatkan inovasi dalam hal teknologi perbankan. Hal ini sejalan dengan bukti yang bisa di lihat dalam kehadiran fasilitas yang dimiliki seperti ATM BCA, Debit BCA, Tunai BCA, Klik BCA, Mobile Banking BCA, Flazz dan fitur - fitur lain nya. Dengan adanya inovasi yang dilakukan oleh Bank Central Asia, hal ini menunjukkan bahwa mereka ingin memberikan kenyamanan, kemudahan serta memberikan keamanan bagi nasabahnya dalam melakukan kegiatan transaksi perbankan (Parluhutan, 2015).

Berikut adalah table hasil informasi dan survey yang dilakukan oleh TOP BRAND AWARD dalam kategori E-Channel.

Tabel 1.2

Pemenang Top Brand Award Kategori E-Channel (Mobile Banking)

MEREK	TOP BRAND INDEX
m-BCA	49.5%
m-Banking Mandiri	17.8%
BRI Mobile	14.6%
BNI Mobile	11.4%

Sumber : Top Brand Award (2018)

Tabel 1.3

Pemenang Top Brand Award Kategori E-Channel (Internet Banking)

MEREK	TOP BRAND INDEX
Klik BCA	51.8%
Internet Banking Mandiri	18.2%
Internet Banking BRI	13.5%
BII Internet Banking	9.7%

Sumber : Top Brand Award (2018)

Berdasarkan informasi dan hasil survey yang dilakukan oleh Top Brand Award pada Tabel 1.3, Membuktikan bahwa layanan perbankan Bank Central Asia menjadi pemimpin dalam pasar jasa perbankan yang menggunakan fasilitas *Mobile Banking dan Internet Banking*. Jika kita lihat pada table 1.3, Bank Central Asia dengan fasilitas *Mobile Banking* nya yaitu m-BCA berhasil menduduki peringkat pertama dengan jumlah persentase 49.5 persen, persentase ini lebih tinggi jika dibandingkan dengan jasa layanan *Mobile Banking* dari bank lainnya seperti Bank Mandiri, BRI dan sebagainya. Sama hal nya fasilitas *Internet Banking* yaitu *KlikBCA* yang berhasil menempati peringkat pertama dengan persentase 51.8 persen, Persentase ini merupakan yang tertinggi jika dibandingkan dengan kompetitor lainnya seperti *Internet Banking* Bank Mandiri yang mencapai persentase sebesar 18.2 persen. Dengan demikian, hal ini membuktikan bahwa banyak nasabah dari Bank Central Asia yang sudah menggunakan layanan jasa perbankan Bank Central Asia dengan sistem *Mobile Banking* maupun *Internet*

Banking yaitu M-BCA dan *KlikBCA*. Menurut data terbaru yang dikeluarkan Bank Central Asia, sebanyak 97% nasabahnya telah menggunakan layanan E-Channel Bank Central Asia (BCA Mobile dan *KlikBCA*) untuk melakukan transaksi dan hanya 3% nasabahnya yang masih melakukan transaksi melalui layanan konvensional di kantor cabang Bank Central Asia. Ditambah dengan adanya inovasi-inovasi yang dilakukan oleh Bank Central Asia yaitu dengan menggunakan QR Code untuk bertransaksi melalui mobile banking (LINGGA, 2018).

Loyalitas konsumen tentunya adalah faktor penting yang berdampak untuk sebuah perusahaan yang bergerak dibidang produk dan jasa. Sebab dengan adanya loyalitas konsumen, maka akan meningkatkan penjualan dari suatu produk ataupun jasa yang ditawarkan. Salah satu cara mengukur tingkat loyalitas konsumen adalah dengan melihat faktor-faktor seperti, kepercayaan, komitmen dan kepuasan dari konsumen yang ada (Nalendra, 2015).

Dengan demikian Bank Central Asia senantiasa mendapatkan kepercayaan serta kepuasan dari para *stakeholder* nya, dengan menjadi salah satu bank swasta indonesia yang sudah berhasil mendapatkan banyak penghargaan melalui kesuksesan dalam memberikan pelayanan dan kualitas produk yang baik bagi para nasabah. Penghargaan yang di raih tidak hanya di dalam negeri (nasional) akan tetapi penghargaan dari luar negeri (internasional) pun juga diraih oleh Bank Cental Asia. Salah satu pengakuan yang Bank Central Asia dapat dari dalam negeri (Nasional) adalah Bank Central Asia berhasil untuk kembali meraih peringkat pertama dari berbagai brand perusahaan di Indonesia. Millward Brown mengumpulkan sebanyak 50 brand dengan nilai yang tertinggi di Indonesia melalui

ajang The Brandz Top 50 Most Valuable Indonesian Brands 2016. Pemilihan tersebut merupakan hasil penelitian yang dilakukan dengan menggabungkan nilai keuangan yang diciptakan oleh suatu brand dan kontribusi brand, terbukti nilai brand Bank Central Asia menduduki peringkat pertama (Dinisari, 2016).

Penghargaan internasional yang diraih Bank Central Asia pada tahun 2018 ini adalah penghargaan *Euromoney Awards for Excellence* di Hong Kong, penghargaan ini adalah penghargaan yang sangat bergengsi pada kancah internasional yang digagas oleh Majalah *Euromoney*. *Euromoney Awards for Excellence* merupakan salah satu penghargaan yang paling dihormati pada industri perbankan, karena penghargaan ini adalah penghargaan yang bertujuan untuk memberikan pujian dan sanjungan kepada seluruh bank yang telah berjuang memberikan tingkat layanan, kualitas produk serta menciptakan inovasi - inovasi yang terbaik bagi nasabah mereka. penghargaan ini menjadi sebuah motivasi yang sangat berarti bagi Bank Central Asia dalam memberikan pelayanan terbaik melalui inovasi solusi perbankan sesuai kebutuhan dari nasabah mereka. Penghargaan ini menyeleksi hampir dari 1500 bank untuk seluruh kategori penghargaan di level domestik, regional maupun global dan Bank Central Asia terpilih untuk yang kelima kalinya mendapat gelar Bank terbaik di Indonesia (Prasetyo, 2018). Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh kepercayaan, kepuasan dan komitmen terhadap loyalitas nasabah produk tabungan Bank Central Asia”**.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Kepercayaan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah?
2. Apakah Kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah?
3. Apakah Komitmen nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji pengaruh kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah.
2. Untuk menguji pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah.
3. Untuk menguji pengaruh komitmen nasabah terhadap loyalitas nasabah.

1.4 Manfaat penelitian

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang berkepentingan:

A. Bagi Penulis

Melalui penelitian ini penulis berhadap dapat menambah wawasan serta pengetahuan yang berkaitan dengan (Judul penelitian) dan juga untuk mengaplikasikan ilmu yang diperoleh selama masa pembelajaran di perkuliahan.

B. Bagi Perusahaan

Melalui penelitian ini penulis berharap dapat memberikan informasi dan sebagai referensi bagi perusahaan yang berhubungan dengan (Judul penelitian).

C. Bagi Pihak Lain

Melalui penelitian ini dapat menjadi referensi untuk pengembangan penelitian selanjutnya mengenai pengaruh kepercayaan, kepuasan, dan komitmen terhadap loyalitas nasabah khususnya pada kalangan mahasiswa, akademisi dan pembaca lain nya.

1.5 Pembatasan masalah

Melihat luasnya area yang dapat diteliti, maka perlu dibatasi masalah sebab adanya sebuah keterbatasan dalam bentuk waktu yang diberikan, dan hal-hal seperti keterbatasan kemampuan atau tenaga peneliti (Purnomo, 2008). Penelitian ini secara keseluruhan akan membahas mengenai produk tabungan Tahapan BCA berserta fasilitas - fasilitas layanan lainnya yang diberikan oleh Bank Central Asia kepada nasabahnya.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini, berisi sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan

Dalam bab ini dibahas mengenai latar belakang, masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, Manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II: Tinjauan Pustaka

Dalam bab ini dibahas mengenai teori-teori yang akan digunakan sebagai dasar dari penelitian ini yang berisikan penjelasan teori variabel, hubungan antar variabel dan model penelitian.

BAB III: Metode Penelitian

Dalam bab ini dibahas mengenai objek penelitian, subjek penelitian, pengukuran variabel, unit analisis, desain sampel, jumlah sampel, metode pengumpulan data dan analisis data.

BAB IV: Hasil dan Pembahasan

Dalam bab ini dibahas mengenai analisis dari hasil data yaitu reliabilitas, validitas dan statistik deskriptif yang diperoleh melalui data yang dikumpulkan dengan cara melakukan penyebaran kuesioner.

BAB V: Kesimpulan dan Saran

Dalam bab ini dibahas mengenai kesimpulan yang ditarik dari hasil penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya.

