

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan industri perbankan saat ini di Indonesia mempunyai korelasi positif dengan kondisi perekonomian secara umum. Dengan demikian, industri perbankan sebagai *financial intermediary institution* yang menjembatani antara *surplus unit* dengan *deficits unit* merupakan salah satu kunci atau barometer yang menggambarkan maju mundurnya perekonomian negara.

Begitu pentingnya peranan industri perbankan sebagai salah satu komponen pemacu perekonomian, maka telah menjadi suatu tuntutan bahwa pengelolaan bank memerlukan manajemen yang dapat mengendalikan jalannya aktivitas bank dalam berbagai kondisi perekonomian. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah untuk tetap konsisten menjadi *bank minded* dan salah satunya adalah produk yang ditawarkan disertai dengan pelayanan yang melekat pada produk tersebut.

Suatu hal yang harus dipahami bahwa baiknya kualitas pelayanan dan efektifnya dalam melakukan bauran promosi akan memberikan respon positif terhadap kepuasan nasabah bank untuk tetap loyal menggunakan jasanya. Menurut Ricky W. Griffin & Ronald J. Ebert (2007 : 4) menyatakan : Semua organisasi disebut bisnis (perusahaan) apabila organisasi tersebut menyediakan barang atau jasa untuk dijual dengan maksud mendapatkan laba. Beliau

(2007 : 7) juga menyatakan : Dalam konsep pemasaran, bisnis bermula dari pelanggan, sehingga filosofinya agar dapat mendatangkan keuntungan, maka bisnis harus berfokus pada identifikasi dan kepuasan keinginan konsumen.

Selanjutnya menurut Johannes Ibrahim (2004 : 132) bahwa :

Pada dasarnya tujuan suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat, diantaranya hubungan antar perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan juga membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan.

Pendapat di atas memberikan arti bahwa eksistensi pelayanan yang baik, selain akan mendatangkan keuntungan juga akan menjadi faktor pendorong untuk meningkatkan kepuasan nasabah dalam mendayagunakan produk-produk bank. Adanya kebutuhan akan produk-produk bank ini, menuntut bank-bank untuk meningkatkan kinerjanya baik dari segi pelayanan maupun produk-produk yang ditawarkan. Ini dapat dilihat dari pelayanan beberapa jenis produk baru maupun pengembangan dari produk lama yang diluncurkan oleh bank sehingga menimbulkan persaingan bisnis yang ketat di antara bank.

Pada dasarnya tujuan utama dari setiap bank meluncurkan produk-produknya adalah agar masyarakat luas mengenal bank itu dan mau menggunakan produk-produknya sehingga dana masyarakat dapat terkumpul banyak di bank tersebut. Agar dana yang dihimpun dari masyarakat tersebut menghasilkan pendapatan (produktif), maka bank harus segera ”menjualnya” kembali kepada masyarakat yang membutuhkan dalam bentuk kredit.

Kartu kredit adalah salah satu produk yang ditawarkan oleh bank pada masyarakat dalam upaya menyalurkan kreditnya. Kartu kredit merupakan salah satu kartu yang diterbitkan oleh bank atau dikenal sebagai *bank card* yaitu "uang plastik" yang dikeluarkan oleh bank. Kegunaannya sebagai alat pembayaran di tempat-tempat tertentu seperti swalayan, hotel, restoran, tempat hiburan dan tempat lainnya.

Seiring dengan terjadinya perubahan sosial-budaya masyarakat Indonesia, terjadi pula perubahan fungsi dari kartu kredit, semula kartu kredit hanya berfungsi sebagai alat untuk transaksi keuangan non tunai namun saat ini kepemilikan kartu kredit sudah dianggap menjadi bagian dari gaya hidup.

Dalam rangka menjaring pemegang kartu kredit sebanyak-banyaknya, bank yang beroperasi di Indonesia, berusaha bersaing menambah berbagai atribut pada kartu kredit yang ditawarkan, karena atribut yang ada pada kartu kredit dapat mempengaruhi kepuasan nasabah dalam memanfaatkan segala fasilitas kartu kredit pada suatu bank.

Pengertian atribut menurut Bilson Simamora (2004 :79) adalah :

1. Karakteristik yang membedakan merek atau produk dari yang lain.
2. Faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam mengambil keputusan tentang pembelian suatu merek ataupun kategori produk yang melekat pada produk atau menjadi bagian produk itu sendiri.

Atribut kartu kredit yang ditawarkan bank-bank sebagai keistimewaan produknya pada nasabah, selain untuk meningkatkan jumlah pemegang kartu kredit berfungsi juga sebagai alat untuk memberikan kepuasan nasabahnya.

Dengan menggunakan kartu kredit, nasabah mendapatkan kemudahan untuk berbelanja, kemudahan memperoleh uang tunai dan menghindari resiko kehilangan membawa uang tunai.

Sesuai dengan visi BNI untuk menjadi bank kebanggaan nasional yang unggul dalam layanan dan kinerja. Sedangkan misinya memaksimalkan stakeholder value dengan menyediakan solusi keuangan yang fokus pada segmen pasar korporasi, komersial dan konsumen.

Kondisi yang terjadi di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Perintis Kemerdekaan Bandung, adalah perkembangan kartu kredit belum sepesat yang diharapkan, padahal BNI memberikan keunggulan dan kemudahan dalam bisnis kartu kredit yang tidak dimiliki oleh penerbit kartu kredit lainnya.

Keunggulan Kartu Kredit BNI, diantaranya sebagai berikut :

1. Kartu Kredit BNI Visa/MasterCard diterima di lebih dari 15 juta tempat usaha dan lebih dari 400.000 ATM bertanda CIRRUS / PLUS di seluruh dunia, serta di lebih dari 2300 ATM Bank BNI di seluruh Indonesia.
2. Cukup membayar minimum 10% dari total tagihan dengan suku bunga yang rendah yaitu: 2,85% untuk transaksi belanja dan 3,75% untuk penarikan tunai.
3. Kemudahan pembayaran tagihan tanpa biaya administrasi di ATM BNI.
4. Kemudahan mentransfer dana (tunai) dari batas kredit (dengan suku bunga ritel) untuk apa saja melalui TelePlus BNI ke rekening mana saja di Indonesia sesuai dengan kebutuhan.

5. *Smart transfer* yaitu fasilitas transfer dana secara otodebet dari Kartu Kredit BNI ke rekening manapun yang diinginkan, termasuk untuk melakukan pembayaran tagihan Kartu Kredit Bank lain.
6. Bonus pasti untuk setiap transaksi belanja sebesar Rp. 2.500,- dan kelipatannya dengan menggunakan Kartu Kredit BNI, berhak mendapatkan 1 (satu) point reward. Kumpulkan poin sebanyak-banyaknya dan dapatkan hadiah langsung tanpa diundi selama periode Program Bonus Pasti berlangsung.
7. *Smart spending* yaitu transaksi pembelanjaan dengan menggunakan Kartu Kredit BNI di Merchant atau Toko mana saja, yang transaksinya ditagihkan dengan cara cicilan tetap.
8. Kartu Kredit dengan Sentuhan Pribadi pemilik akan merasa lebih dihargai dengan foto dan tanda tangan yang dicetak di bagian depan kartu kredit.
9. BNI *Affinity Card* adalah kartu kredit yang dikeluarkan oleh BNI yang bekerja sama dengan lembaga-lembaga/institusi non profit. Nama dan logo institusi akan dicetak pada kartu sebagai simbol kebanggaan dan prestise dari institusi.
10. BNI *VISA Corporate Card* adalah kartu kredit BNI Visa yang diperuntukkan bagi eksekutif perusahaan tertentu yang dipergunakan sebagai alat pembayaran untuk transaksi yang berhubungan dengan kegiatan perusahaannya. Nama perusahaan akan dicetak pada kartu sebagai simbol kebanggaan dan prestise dari perusahaan, sehingga citra perusahaan akan lebih dikenal di Indonesia dan di dunia Internasional.

Fenomena yang muncul adalah adanya keluhan dari nasabah yaitu :

1. Adanya limit kartu kredit yang dibatasi sesuai dengan saldo simpanan,
2. Tagihan kadang-kadang tidak diterima langsung sehingga terlupakan untuk dibayar.
3. Pada waktu dipakai belanja kartu kredit ditolak karena limit habis.

Kondisi ini dikhawatirkan dapat mengakibatkan perkembangan kartu kredit BNI tidak optimal.

Belum optimalnya perkembangan penggunaan kartu kredit BNI tidak terlepas dari adanya prinsip kehati-hatian Bank BNI karena kartu kredit merupakan produk baru sehingga dalam proses aplikasi kartu kredit sangat selektif terutama bagi nasabah segmen menengah ke atas, disamping itu banyak nasabah memiliki pengertian bahwa kartu kredit adalah kartu yang berguna untuk membeli barang secara kredit, padahal masih banyak manfaat-manfaat lainnya.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai seberapa besar pengaruh atribut kartu kredit terhadap tingkat kepuasan nasabah PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Perintis Kemerdekaan Bandung.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka permasalahan yang telah dirumuskan dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Bagaimana pendapat responden terhadap atribut kartu kredit BNI pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Perintis Kemerdekaan Bandung.
2. Bagaimana tingkat kepuasan nasabah terhadap kartu kredit BNI pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Perintis Kemerdekaan Bandung.
3. Bagaimana pengaruh atribut kartu kredit terhadap tingkat kepuasan nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Perintis Kemerdekaan Bandung.

1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian

Maksud penelitian ini adalah untuk mengumpulkan data dan informasi mengenai kegiatan PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Perintis Kemerdekaan Bandung, sebagai bahan penulisan skripsi ini untuk melengkapi salah satu syarat guna menempuh sidang sarjana strata Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Maranatha. Sedangkan tujuan penelitian yaitu :

1. Untuk mengetahui pendapat responden terhadap atribut kartu kredit BNI pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Perintis Kemerdekaan Bandung.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah terhadap kartu kredit BNI pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Perintis Kemerdekaan Bandung.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh atribut kartu kredit BNI terhadap tingkat kepuasan nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Perintis Kemerdekaan Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Penulis :

- Untuk menambah pengetahuan, wawasan dan kemampuan penalaran teoritis metodologis penupis mengenai masalah yang diteliti.
- Untuk membandingkan antara teoritis dalam mata kuliah dengan permasalahan dengan permasalahan yang nyata khususnya pengaruh atribut kartu kredit terhadap tingkat kepuasan nasabah.

2. Bagi perusahaan :

- Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Perintis Kemerdekaan Bandung sebagai sumber informasi dalam mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan nasabah terhadap atribut-atribut kartu kredit BNI, sehingga dapat dijadikan solusi dalam upaya peningkatan pelayanan dan kepuasan nasabah.

3. Bagi masyarakat umum:

- Digunakan sebagai salah satu sumber referensi bagi para peneliti berikutnya.

1.5 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis bertempat di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Perintis Kemerdekaan yang berlokasi di Jl. Perintis Kemerdekaan No.3 Bandung.

Adapun lamanya penelitian dapat dilihat pada tabel 1.1 di bawah ini :

Tabel 1.1
Jadwal Kegiatan Penelitian

Kegiatan	Mei 2007				Juni 2007				Juli 2007				Agustus 2007			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan proposal	=====															
Studi kepustakaan	=====															
Pengumpulan data					=====											
Analisis data						=====										
Penulisan laporan							=====									