

BAB I Pendahuluan

I.1 Latar Belakang Penelitian

Pada saat ini semua bank di Indonesia dituntut untuk senantiasa memberikan pelayanan yang terbaik yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabahnya, meskipun kondisi internal dari bank tersebut dalam keadaan kurang baik. Melalui pelayanan terbaik yang sesuai dengan harapan nasabahnya maka diharapkan akan terbentuk loyalitas nasabah, karena nasabah yang loyal merupakan aset berharga bagi bank. Salah satu produk bank yang pada saat ini sedang digandrungi banyak nasabah adalah kartu kredit. Kartu kredit merupakan kartu yang dikeluarkan oleh pihak bank yang dapat digunakan oleh pembawanya untuk membeli segala keperluan dan barang-barang serta pelayanan tertentu secara hutang. Saat ini kartu kredit merupakan salah satu produk jasa perbankan yang sedang aktif ditawarkan oleh banyak bank, oleh karena itu pelayanan terbaik pun siap dilakukan oleh bank agar dapat menarik perhatian nasabah untuk bergabung dalam penggunaan produk kartu kredit tersebut.

PT. UOB (*united overseas bank*) merupakan bank umum swasta milik *Singapore* yang ada di Indonesia pada tahun 1956 yang sahamnya dibeli oleh PT. Buana Indonesia sejak tahun 2005, sehingga akhirnya berganti nama menjadi PT. UOB Buana Tbk pada tahun 2007. PT. UOB Buana Tbk mengalami pertumbuhan titik-titik layanan yang cukup baik. Hingga saat ini UOB Buana berhasil membuka 96 kantor Kota di pulau Jawa dengan 14 kantor Kota di Kota Bandung. Dalam kasus ini, penelitian ditujukan pada PT. UOB Buana Kota Bandung, dengan memberikan rekomendasi hasil analisis kepuasan nasabah kartu kredit UOB Buana berdasarkan kualitas pelayanan dan pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah. Menurut data yang ada, nasabah kartu kredit UOB Buana pada tahun 2009-2011 adalah seperti pada halaman 2.

**Tabel I.1 Realisasi Jumlah Nasabah Kartu Kredit UOB Buana
Tahun 2009-2011**

TAHUN	JUMLAH NASABAH (Orang)
31 Mar 2009	90.321
30 Jun 2009	107.435
30 Sep 2009	117.830
31 Des 2009	200.273
31 Mar 2010	212.100
30 Jun 2010	220.000
30 Sep 2010	250.000
31 Des 2010	280.000
31 Mar 2011	300.000

Sumber: UOB Buana Kota Bandung (2011)

Meskipun jika dilihat dari data, jumlah nasabah kartu kredit tahun 2011 menunjukkan peningkatan namun menurut sumber (data internal perusahaan) UOB Buana Kota Bandung, pada kenyataannya sekitar 125.000 nasabah tersebut memiliki kartu kredit dari bank lain. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas nasabah kartu kredit UOB Buana masih rendah. Kondisi ini ditandai dengan banyaknya keluhan dari nasabah kartu kredit UOB Buana terhadap pelayanan yang mereka rasakan, sebagai contoh, salah seorang nasabah tidak mendapatkan pengiriman *billing* secara tepat waktu. Dalam layanan Kotak suara nasabah UOB Buana 2009, 40% nasabah merasa tidak puas dengan pelayanan UOB Buana *Card Center* dan merasa keluhannya tersebut kurang mendapatkan tanggapan, sehingga nasabah tersebut memutuskan untuk meninggalkan UOB Buana dan berpindah ke Bank lain. Hal tersebut harusnya tidak perlu terjadi apabila pihak UOB Buana cepat tanggap terhadap keluhan nasabah, dengan terjadinya hal tersebut maka dapat mempengaruhi citra UOB Buana khususnya UOB Buana *Card Center*.

Mengacu pada hasil penelitian yang dilakukan *Marketing Research Specialist* (Raksadipoera, 1997) tentang kualitas pelayanan, dikatakan bahwa 20% nasabah suatu bank pindah ke bank pesaing karena alasan kurang mendapat perhatian, dan 45% karena alasan pelayanan yang tidak ramah. Kualitas

pelayanan perlu ditingkatkan secara terus menerus untuk memenangkan persaingan dalam memasarkan produk perbankan dan memelihara loyalitas nasabah. Untuk itu, UOB Buana Kota Bandung perlu melakukan analisis kepuasan nasabah berdasarkan kualitas pelayanan dengan modifikasi model *SERVQUAL*, guna mempertahankan loyalitas nasabahnya.

I.2 Perumusan Masalah

Dengan adanya latar belakang permasalahan dalam dunia perbankan khususnya kasus kartu kredit, maka perlu kiranya dilakukan suatu penelitian untuk mengetahui faktor kualitas layanan yang paling signifikan berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah kartu kredit UOB Buana Kota Bandung. Dalam hal ini digunakan empat dari lima dimensi *SERVQUAL* yang ada, dimensi *tangibles* tidak memiliki keterkaitan apapun dalam kasus ini sehingga yang digunakan hanya dimensi *responsiveness*, *assurance*, *reliability*, dan *empathy*.

Berdasarkan uraian di atas, maka yang menjadi pokok masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana hubungan tingkat kepuasan nasabah terhadap tingkat loyalitas nasabah kartu kredit UOB Buana Kota Bandung?
2. Bagaimana hubungan *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *reliability* terhadap loyalitas nasabah kartu kredit UOB Buana Kota Bandung?
3. Bagaimana rekomendasi strategi peningkatan tingkat loyalitas nasabah kartu kredit UOB Buana berdasarkan tingkat kepuasan dan dimensi *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, *reliability*?

I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengkaji hubungan antara tingkat kepuasan dengan tingkat loyalitas nasabah kartu kredit UOB Buana Kota Bandung.
2. Mengkaji hubungan antara *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *reliability* dengan tingkat loyalitas nasabah kartu kredit UOB Buana Kota Bandung.

3. Merumuskan rekomendasi strategi guna meningkatkan loyalitas nasabah kartu kredit UOB Buana Kota Bandung berdasarkan tingkat kepuasan dan dimensi *responsiveness, empathy, reliability, assurance*.

I.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan:

1. Untuk mendapatkan informasi tentang hasil analisis dan pengukuran terhadap kualitas pelayanan nasabah kartu kredit UOB Buana Kota Bandung guna meningkatkan kualitas pelayanannya.
2. Untuk mendapatkan analisis yang dapat membantu perusahaan dalam menyusun strategi mempertahankan loyalitas nasabah kartu kredit UOB Buana Kota Bandung.
3. Untuk membantu perusahaan dalam merumuskan rekomendasi strategi peningkatan kualitas pelayanan terhadap nasabah kartu kredit UOB Buana Kota Bandung.

I.5 Batasan masalah

Pembatasan masalah dilakukan agar penelitian lebih terarah dan tidak meluas, diantaranya:

1. Responden merupakan nasabah kartu kredit yang telah menggunakan jasa UOB Buana selama lebih dari satu tahun, dengan asumsi nasabah tersebut sudah dapat memberikan penilaian atas kualitas pelayanan kartu kredit perbankan.
2. Pengukuran loyalitas nasabah diukur melalui keinginan nasabah untuk berperilaku dan bersikap loyal.