

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Era globalisasi saat ini memberikan dampak yang luas terhadap pertumbuhan dunia perbankan di Indonesia. Dengan maraknya produk-produk perbankan saat ini, merupakan indikasi karena setiap bank berusaha memunculkan produk unggulannya yang diikuti dengan berbagai kemudahan fasilitas layanan. Hal ini ditandai banyak berdirinya bank-bank swasta, baik lokal maupun penanam modal asing dan juga bank konvensional maupun bank syariah. Semua itu tidak terlepas dari berbagai keberhasilan pembangunan dan pertumbuhan ekonomi Indonesia yang cukup pesat.

Semakin berkembangnya pertumbuhan di dunia perbankan, masing-masing bank berusaha untuk menarik nasabah sebanyak-banyaknya dengan meningkatkan kualitas baik dari segi pelayanan, hadiah, suku bunga, sampai dengan pemanfaatan teknologi yang semakin berkembang. Tingkat persaingan yang ketat serta munculnya lembaga keuangan sejenis yang baru menuntut perusahaan berusaha mempertahankan market sharenya dengan prioritas mempertahankan nasabah yang sudah ada. Mempertahankan nasabah dan menjaga loyalitasnya merupakan hal yang sangat penting dan menjadi competitive advantage bagi perusahaan.

Perkembangan pelayanan dalam bisnis jasa perbankan dirasakan sangat pesat, ditunjang dengan kemajuan teknologi yang semakin memanjakan kehidupan manusia. Bank harus berupaya meningkatkan kualitas pelayanan yang memberikan banyak kemudahan dan keuntungan untuk menciptakan kepuasan nasabahnya. Dengan asumsi tercapainya kepuasan nasabah maka diharapkan pendapatan perusahaan akan semakin meningkat dan dalam jangka panjang perusahaan dapat berkembang sejalan dengan kepercayaan dari nasabahnya.

Hal ini memberi arti bahwa dalam industri keuangan ini, seperti perbankan perlu untuk memperhatikan aspek loyalitas nasabah. Nasabah yang loyal akan melakukan transaksi yang baru, dan merekomendasikan kepada orang lain. Pada

aspek inilah letak dari pentingnya penelitian ini, yaitu bagaimana upaya manajemen perusahaan untuk memperhatikan nasabah lama, dan meningkatkan nasabah baru melalui berbagai upaya, termasuk melalui peningkatan frekuensi nasabah lama dalam bertransaksi, dan rekomendasi nasabah lama terhadap calon nasabah baru. Penelitian ini mengangkat aspek loyalitas, merupakan sesuatu yang sangat penting, khususnya dalam industri keuangan dan industri perbankan, dan lebih khusus pada keuangan mikro, yaitu bank perkereditan. Selama ini, fokus penelitian dengan menggunakan berbagai variabel pemasaran (misalnya loyalitas) lebih pada industri keuangan dan industri perbankan skala besar, seperti perbankan konvensional, baik swasta maupun BUMN.

Bank BUMN di Indonesia, faktanya Bank BRI lah yang menduduki posisi satu jika didasarkan pada nilai aset mereka. Bank yang dinobatkan pertama kali sebagai bank milik pemerintah Indonesia ini, telah ada sejak 16 Desember 1895 silam di Purwokerto. Sepanjang perjalanannya dalam melayani keuangan masyarakat, Bank BRI terus menunjukkan pertumbuhan aset yang kuat. Mengutip dari laman *Bisnis*, tercatat setidaknya Rp 1.447,85 triliun atas nilai aset konsolidasian BRI. Nilai tersebut mengalami kenaikan hingga 10,89 persen secara tahunan dari nilai sebelumnya, yang hanya sebesar Rp 1.305,67 triliun. Dari segi penyaluran kredit pun, BRI termasuk salah satu bank yang mampu menjaga arus kredit tersebut secara sehat, dengan persentase Non-Performing Loan (kredit bermasalah) sekitar 2,99 persen saja dan pencadangan mencapai 237,73 persen. Kinerja yang baik dari Bank BRI tersebut, terutama dengan melihat asetnya yang mengalami pertumbuhan pesat, membuat bank ini sekaligus mampu menggeser posisi Bank Mandiri, yang sebelumnya raih posisi satu. Akan tetapi ada berbagai macam jenis dan produk *e-money*.

Salah satu program yang oleh terencana PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), adalah program *marketing public relations* PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) dalam meningkatkan jumlah nasabah. Melalui program yang efektif, PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) melakukan berbagai macam penawaran agar dapat menarik minat masyarakat untuk menggunakan jasa dan produk yang ditawarkan.

Program yang ditawarkan secara langsung merupakan salah satu penyampaian pesan dan informasi tentang Brizzi yang dilaksanakan secara tepat dan terfokus, sehingga nasabah merasa tertarik dan menggunakan kartu Brizzi.

Brizzi adalah uang elektronik BRI, Brizzi merupakan sarana pembayaran melalui merchant merchant yang telah bekerja sama dengan BRI. Transaksi yang dilakukan menggunakan chip dengan saldo maksimal Rp.1.000.000,-. Penggunaan kartu Brizzi sendiri dapat dimiliki oleh siapapun tanpa harus memiliki rekening BRI. Selain itu, keuntungan yang diperoleh yaitu nilai uang di dalam kartu dapat diisi ulang/Top Up (via EDC maupun ATM), Isi ulang Brizzi dapat melalui rekening BRI maupun Bank lain, dan pembayaran transaksi mulai dari Rp.1,- sampai dengan Rp.1.000.000,-. Transaksi dapat dilakukan dengan cepat dan mudah, tidak melakukan pembayaran dengan menggunakan uang tunai dan tidak direpotkan dengan uang recehan (<http://www.bri.co.id/articles/89>, 2021). Manfaat yang diperoleh dari penggunaan kartu Brizzi seperti membayar parkir di mall, penggunaan jalan tol, transaksi belanja, pembayaran tiket kapal ferry (penyeberangan). Sementara itu berbagai produk e-money lainnya digunakan untuk keperluan pribadi. Salah satu contohnya transaksi di bidang hiburan, mulai dari membeli barang di supermarket, cafe, wahana permainan membeli barang toko pakaian atau tempat makan modern akan menerima jenis pembayaran tersebut.

PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) dengan kartu Brizzi, selalu berusaha menarik minat dengan berbagai kelebihan yang harus direalisasikan. Melalui pelaksanaan Program *Public Relations* dengan menggunakan proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengevaluasian program agar dapat merangsang kepuasan konsumen melalui kesan-kesan yang menghubungkan perusahaan dan produknya sesuai dengan kebutuhan, keinginan, perhatian, dan kepentingan para konsumen.

Salah satu cabang BRI yang ada di Jl. Arivai kota Palembang juga mencatat bahwa produk uang elektronik atau kartu Brizzi juga banyak menarik minat nasabah untuk menggunakan produk tersebut karena hal ini sangat membantu dan mempermudah seluruh aktivitas transaksi pembayaran yang dilakukan oleh nasabah. Hal pertama yang diberikan oleh BRI dalam memfasilitasi para nasabah untuk mengurus pembuatan kartu Brizzi dalam memberikan fasilitas pelayanan

terbaik yang bertujuan untuk memberikan kenyamanan serta kepuasan dari nasabah. Karena hal ini akan berimbas terhadap loyalitas para nasabah untuk kembali menggunakan produk yang di keluarkan oleh BRI.

BRI juga mencatat data pengguna kartu Brizzi selama periode tiga tahun terakhir dimulai dari tahun 2017-2019 dapat dilihat dari tabel dibawah ini.

Tabel 1.1
Jumlah Penggunaan Uang Elektronik (Kartu Brizzi BRI) di Indonesia

Periode	Jumlah Pengguna
Tahun 2017	8,800,000
Tahun 2018	10,000,000
Tahun 2019	13,300,000

Sumber : www.upperline.co.id,

Sesuai data yang dapat dilihat melalui website Upperline (Media Korporasi Indonesia) ada 8,8 juta pengguna kartu Brizzi diseluruh Indonesia pada akhir 2017, pada tahun 2018 pengguna kartu Brizzi mengalami peningkatan menjadi 10 juta pengguna dan pada tahun 2019 pengguna kartu Brizzi mengalami peningkatan yang cukup pesat menjadi 13,3 juta pengguna. Hal ini tidak terlepas dari berhasilnya Bank BRI memanfaatkan momen di zaman sekarang dimana kemampuan teknologi telah berkembang dengan sangat cepat, bukan tidak mungkin bahwa pengguna kartu Brizzi sebagai pengganti media pembayaran tunai dalam 5 tahun kedepan akan mengalami kemajuan yang sangat cepat.

Berdasarkan uraian-uraian di atas, penulis tertarik mengadakan penelitian dengan Judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Kartu Brizzi pada Bank BRI Kantor Cabang Kapten Rivai Palembang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pengguna kartu Brizzi pada Bank BRI Kantor Cabang Kapten Rivai Palembang?
2. Bagaimana pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pengguna kartu Brizzi pada Bank BRI Kantor Cabang Kapten Rivai Palembang?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas pengguna kartu Brizzi Pada BRI pada Bank BRI Kantor Cabang Kapten Rivai Palembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas Pengguna Kartu Brizzi pada Bank BRI Kantor Cabang Kapten Rivai Palembang.
2. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas Pengguna Kartu Brizzi pada Bank BRI Kantor Cabang Kapten Rivai Palembang.
3. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas Pengguna Kartu Brizzi pada Bank BRI Kantor Cabang Kapten Rivai Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perbankan

Dapat memberikan masukan dan saran pemikiran yang positif mengenai Kualitas Pelayanan serta kepuasan kepada nasabah terhadap

loyalitas nasabah pengguna Kartu Brizzi pada Bank BRI Cabang Kapten Rivai Palembang.

2. Bagi Akademisi

Sebagai tambahan literatur pustaka di Politeknik Negeri Sriwijaya yang mana nantinya dapat digunakan sebagai bahan untuk studi banding bagi mahasiswa dalam mengambil penelitian lanjutan mengenai permasalahan yang sama.

3. Bagi Pembaca

Dapat menambah wawasan dan pemahaman mengenai Kualitas pelayan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pengguna Kartu Brizzi Bank BRI Cabang Kapten Rivai Palembang.

4. Bagi Peneliti

Sebagai sumber informasi penelitian-penelitian yang akan datang, serta memberikan kontribusi keilmuan bagi semua aktivitas akademik dan sebagai sarana aktualisasi penerapan ilmu yang diperoleh penulis selama perkuliahan.

