

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era persaingan bisnis yang begitu kuat dan ketat seperti yang terjadi sekarang ini, menuntut semua perusahaan untuk lebih agresif dan berani dalam mengambil keputusan serta menerapkan strategi perusahaannya sehingga bisa menjadi lebih unggul dari para pesaing. Menjadi lebih unggul dari pesaing bagi perusahaan adalah suatu kondisi yang harus dicari caranya. Untuk mencapai keunggulan tersebut maka diperlukan suatu keunikan yang dapat membedakan perusahaan dari pesaing.

Keunikan inilah yang nantinya dapat dirasakan kegunaannya oleh nasabah serta membuat nasabah menjadi setia. Bila perusahaan kemudian mampu menciptakan keunggulan bersaing dengan strateginya yang tepat, maka akan didapatkan suatu keunggulan yang benar-benar bisa diandalkan dalam persaingan.

Pada perusahaan yang bergerak di bidang jasa, khususnya jasa perbankan, keunggulan bersaing sering diupayakan dalam bentuk pelayanan yang unggul. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting bagi keberhasilan bank sebagai perusahaan jasa saat ini. Karena dewasa ini masalah kepuasan dan loyalitas nasabah melalui pelayanan telah menjadi komitmen bagi perbankan dalam menjalankan roda bisnisnya. Jika pelayanan yang diberikan kepada nasabah adalah pelayanan yang terbaik dan mampu memberikan kepuasan yang optimal bagi nasabah, maka hal tersebut akan berpengaruh positif terhadap kinerja

usahanya. Apabila kepuasan nasabah meningkat maka akan menambah kepercayaan nasabah untuk terus melakukan pengulangan transaksi di bank yang sama sehingga akan mewujudkan adanya loyalitas.

Salah satu bank yang terbesar di Indonesia adalah Bank X. Bank X merupakan gabungan dari 4 Bank pemerintah yaitu, Bank Bumi Daya (BBD), Bank Dagang Negara (BDN), Bank Ekspor Impor (BEI), dan Bank Pembangunan Daerah (BPD). Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Marketing Research Indonesia (MRI) dari periode desember 2008-Maret 2009 didapat informasi bahwa Bank X merupakan posisi pertama dalam kategori bank *service Excellence*. *Servis excellence* merupakan suatu survey mengenai kualitas suatu bank berdasarkan parameter *generic service, selling skill, communication service, product knowledge, dan time delivery* (info bank).

Bank X telah berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik perbankan dan untuk menyediakan luas solusi keuangan dalam produk investasi dan syariah untuk pribadi dan milik negara perusahaan bank X bisnis komersial, kecil dan mikro pelanggan di samping klien nasabah Bank X (Info bank).

Bank X yakin bahwa kehadiran nasabah di Bank X akan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik. Nasabah dapat melakukan akses ke account nasabah melalui jaringan ATM Bank di Indonesia melalui perjanjian dengan lainnya di Indonesia bank-bank BUMN melalui jaringan LINK. Bank X telah salah satu jaringan terbesar devisa di Indonesia dengan empat kantor cabang di luar negeri, salah satu anak perusahaan, satu kantor perwakilan dan dua kantor pengiriman uang (Komunikasi Personal 21 Januari 2012).