BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri kartu kredit merupakan salah satu jasa perbankan yang perkembangannya sedang pesat. Hal ini dilihat dari jumlah pengguna kartu kredit yang terus meningkat setiap tahun serta beragamnya produk yang ditawarkan. Diawali dengan masuknya kartu kredit sekitar tahun 1989, sampai februari 2011 pemakai kartu kredit di Indonesia sudah mencapai 13,8 juta dari 21 bank penerbit meningkat dibandingkan pada tahun 2007 hanya sebesar 9,1 juta. (www.beritatekhnologi.com, April 2011).

Data pertumbuhan tersebut menunjukkan bahwa pertumbuhan pemakaian kartu kredit di Indonesia berkembang sangat pesat. Karena belakangan kartu kredit dirasakan memiliki berbagai manfaat berarti bagi sebagian besar kalangan masyarakat. Secara umum manfaat yang dapat diperoleh apabila seseorang mempunyai kartu kredit adalah dapat digunakan disaat genting seperti untuk jaminan atau pembayaran rumah sakit saat malam hari, sebagai alat pembayaran praktis yaitu kita tidak harus membawa uang banyak saat akan berbelanja, sebagai alat penundaan pembayaran, sebagai kartu diskon, karena saat ini semakin banyak penerbit kartu kredit yang menawarkan paket-paket diskon untuk makanan, *fashion*, barang elektronik dan masih banyak lagi keunggulan lainnya.

Banyaknya manfaat yang diberikan kartu kredit, maka dewasa ini pengguna kartu kredit semakin meningkat jumlahnya. Jasa kartu kredit ini dirasakan sebagai bisnis yang potensial dan menghasilkan margin yang menguntungkan bagi perusahaan utamanya bagi pihak perbankan. Melihat potensi tersebut banyak perusahaan dibidang perbankan yang mencoba peruntungannya dan terjun kedalam bisnis penyedia jasa kartu kredit. Hal ini membuat persaingan antar penyedia jasa kartu kredit semakin meningkat. Terdapat beberapa raksasa perbankan di tanah air yang merambah bisnis kartu kredit dan manerbitkan kartu kredit terbanyak hingga Februari 2011, antara lain Mandiri (2 juta kartu), BNI (1,6

juta kartu), Citibank (1,5 juta kartu), CIMB Niaga (1 juta kartu) dan BRI (850 ribu). (Khoe, 2011).

Kartu kredit PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk (BRI) adalah kartu kredit yang dikeluarkan baik oleh PT. BRI Tbk sendiri maupun yang bekerja sama dengan pihak lain, dalam hal ini lembaga keuangan Visa dan Master yang dapat digunakan oleh penggunanya untuk membeli segala keperluan dan barang-barang serta pelayanan tertentu secara hutang. Meningkatnya persaingan antar penyedia jasa kartu kredit, perusahaan dituntut mampu menawarkan barang atau jasa dengan mutu atau pelayanan yang diberikan pada konsumen dari waktu ke waktu, karena konsumen yang semakin pandai dan terdidik, menyebabkan keinginan dan kebutuhannya berubah sangat cepat. Perusahaan sudah semestinya berorientasi pada pelanggan, agar dapat memenangkan persaingan. Dengan memberikan kepuasan pada pelanggan akan membangun kesetiaan pelanggan dan akhirnya dapat menciptakan hubungan yang erat antara pelanggan dan perusahaan.
Fenomena bisnis yang terjadi saat ini adalah perang iuran tahunan dan pemberian diskon antar bank yang menyediakan jasa kartu kredit yang berlangsung gencar dan sqengit. Bentuk penawaran ini mempengaruhi pola pemikiran dari para konsumen, terutama mengenai harga yang sangat mempengaruhi pola pikir konsumen. Kepuasan pelanggan sangat tergantung pada kinerja dan persepsi pelanggan.

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapan-persepsi terhadap produk tersebut (Kotler dan Keller, 2011). Pelanggan yang mendapatkan tingkat kepuasan tinggi akan memberi ikatan pada merek produk, bukan hanya preferensi nasional dan akhirnya semua ini membangun loyalitas pelanggan. Bagi perusahaan, konsumen yang loyal sangat besar artinya selain menggambarkan besarnya profitabilitas yang diperoleh konsumen yang loyal juga dapat menunjukan citra atau *image* perusahaan di mata publik. Membangun loyalitas pelanggan dan terciptanya *customers relationship* adalah hal terbaik yang dimiliki perusahaan (Christopher H. Lovelock, 2007).

Pelanggan yang setia dapat menjadi partner dalam mengembangkan produk baru, karena mereka mempertahankan dan membela bahkan menggunakan pelayanan perusahaan yang ada. Tabel 1.1 berikut ini menyajikan pemegang kartu kredit Visa dan Master yang tercatat menjadi nasabah Bank Rakyat Indonesia Cabang Lampung selama tahun 2013

Tabel 1.1 Pemegang Kartu Kredit Visa dan Master di BRI Lampung Tahun 2013

Bulan	Jenis Kartu Kredit					
	Visa			Master		
	Target	Realisasi	Pencapaian	Target	Realisasi	Pencapaian
Januari	200	152	76%	200	186	93%
Februari	200	168	84%	200	175	88%
Maret	200	177	89%	200	158	79%
April	200	140	70%	200	146	73%
Mei	200	129	65%	200	120	60%
Juni	200	130	65%	200	156	78%
Juli	200	160	80%	200	179	90%
Agustus	200	195	98%	200	185	93%
Sept	200	188	94%	200	179	90%
Oktober	200	167	84%	200	185	93%
Jumlah		1060			1669	

Sumber : BRI Cabang teluk, 2013

Berdasarkan Tabel 1.1 terlihat jumlah pemegang kartu kredit baik Visa maupun Master yang ditargetkan oleh BRI tidak mencapai target yang ditetapkan. Visa 84%. Master pada periode yang sama juga baru mencapai 88% dari target yang ditetapkan. Target yang tidak dicapai tentunya akan mengganggu kinerja BRI sebagai bank yang menyediakan layanan perbankan kepada nasabahnya.

Tabel diatas menunjukan bahwa pencapaian realisasi penjualan visa pada kartu kredit Bank BRI belum mencapai target yang ditentukan. Realisasi sebesar 195

terdapat pada bulan Agustus dengan pencapaian 98% menunjukkan penjualan terbesar dan hampir memenuhi target yang ditentukan yaitu sebanyak 200 kartu kredit. Sedangkan pada kartu kredit jenis master pencapaian target sebesar 200, Realisasi terbesar terdapat pada bulan januari yaitu dengan penjualan 186 dengan pencapaian 93%.

Rendahnya pencapaian realisasi kartu kredit Bank Rakyat Indonesia terdapat pada bulan Mei yaitu 129 untuk realisasi jenis visa, dan 120 realisasi jenis master pada pengguna kartu kredit BRI. Jumlah pencapaian rata-rata pada jenis kartu kredit visa sebesar 65% sedangkan pada jenis kartu kredit master sebesar 60%.

Tabel 1.2 survey pada 20 nasabah pengguna kartu kredit BRI di Bandar Lampung

Hasil survey	Persepsi pelanggan	Kualitas produk	Kepuasan
Respon baik	20	12	11
Respon buruk	0	8	9

Pada Tabel 1.1 dan Tabel 1.2 diatas adalah pelaksanaan survey kepada nasabah BRI pengguna kartu kredit visa maupun master pada Bank Rakyat Indonesia. 20 orang pengguna kartu kredit BRI di Bandar Lampung yang telah diminta pendapat tentang persepsi, kualitas produk dan kepuasan memberikan tanggapan yang berbeda-beda.

Hasil survey 20 orang nasabah kartu kredit yang diminta persepsi mempunyai anggapan baik terhadap kartu kredit diantaranya; memberikan bunga yang ringan, mempermudah transaksi pembayaran secara *cash* maupun *credit* dimana saja dan kapanpun, proses penerimaan nasabah baru sangat cepat, tidak mempersulit nasabah, banyaknya tawaran yang menarik para nasabah dan promo promo yang dikeluarkan oleh kartu kredit BRI. Sedangkan beberapa nasabah hasil survey memberikan respon buruk pada persepsi kartu kredit BRI diantaranya; bunga yang diberikan lebih besar dari kartu kredit lainnya, lamanya dan sulit proses awal

pembuatan kartu kredit, sedikitnya limit saldo awal, banyaknya persyaratan diawal pendaftaran menjadi nasabah.

Kualitas produk memiliki 12 tanggapan baik dan 8 tanggapan buruk. Tanggapan baik diungkapkan nasabah pengguna kartu kredit BRI tentang kualitas produk diantaranya; promo promo kartu kredit BRI sangat menarik tiap tahunnya, variasi produk kartu kredit BRI banyak jenisnya, membantu mempermudah memenuhi *lifestyle* pengguna, memanfaatkan kartu kredit pada layanan hotel, restoran, *airlines*, membantu memudahkan transaksi pembayaran saat berbelanja di supermarket ataupun mall yang mempunyai fasilitas kartu kredit BRI, dapat melakukan transaksi dalam mata uang asing. Adapun tanggapan nasabah yang menunjukan respon buruk tentang kualitas produk kartu kredit BRI diantaranya; proses terlalu banyak persyaratan, minimnya limit saldo untuk nasabah baru, untuk menjadi nasabah baru terlalu rumit, terjadinya kesalahan saat nasabah tidak melakukan transaksi tetapi tercatat pada kartu tagihan.

Kepuasan para nasabah pengguna kartu kredit BRI, tercatat 11 orang memberikan respon baik yang menunjukkan bahwa nasabah merasa puas. Respon baik dari nasabah-nasabah berupa kepuasan tersedianya fasilitas saat berbelanja di Supermarket atau toko lainnya, promo promo yang diinfokan kepada nasabah dijalankan sangat sesuai dan menberikan kemudahan yang nyata, dengan adanya variasi berbagai jenis kartu kredit yang ada di BRI, nasabah bisa menyesuaikan limit pinjaman sesuai kemampuan. Kemudahan saat membayar cicilan bisa melalui *call center* BRI 24 jam.

Respon buruk para nasabah pada kartu kredit BRI diantaranya; besarnya suku bunga sering kali berubah, ketentuan pada kartu kredit BRI sering berubah tanpa pemberitahuan sebelumnya. Terjadinya kesalahan transaksi seringkali terjadi Tujuan survey ini adalah dapat mengetahui apakah persepsi pelanggan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan mempengaruhi loyalitas pada pengguna kartu kredit BRI di Bandar Lampung, pada tabel diatas telah menunjukkan bahwa adanya loyalitas pengguna kartu kredit pada Bank Rakyat Indonesia.

Pola yang meningkat diperlihatkan pada loyalitas nasabah kartu kredit yang menunjukkan peningkatan realisasi penjualan dari penjualan sebelumnya.
Persaingan dalam industri kartu kredit di Indonesia khususnya pihak kartu kredit Bank Rakyat Indonesia harus berusaha untuk fokus pada konsumen dengan terus berusaha untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan nasabahnya, kepuasan konsumen hal yang sangat penting yang bertujuan untuk mendapatkan nasabah baru, mempertahankan konsumen yang sudah ada dan membuat loyal konsumen yang ada, serta proses kinerja karyawan dalam memberi pelayanan yang berkualitas sangat penting bagi BRI.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian "**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pengguna Kartu Kredit Bank Rakyat Indonesia Di Bandar Lampung".**

1.2 Perumusan Masalah

Sejak tahun 2013, jika dilihat dari data pemegang kartu kredit Visa rata-rata baru mencapai 80,3% dari total 100% target pemegang kartu visa yang baru. Rata-rata pemegang kartu master yang baru dibuka selama tahun 2013 baru mencapai 83,5%. Jika dikaitkan hal ini, pemegang kartu Visa dan Master BRI belum mencapai target yang diharapkan, sehingga BRI perlu berkerja keras lagi agar target dapat tercapai Jika dibandingkan data pemegang kartu kredit secara nasional seperti yang dilakukan oleh khoe 2012, terlihat meningkatnya persaingan antar penyedia jasa kartu kredit, sehingga BRI baru mencapai 850ribu pemegang kartu kredit. Angka ini jauh dibawah Bank Mandiri yang mempunyai nasabah (2 juta orang), BNI (1,6 juta orang), Citibank (1,5 juta orang), dan CIMB Niaga (1 juta orang).

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, permasalahan dari penelitian ini adalah:

1. Apakah persepsi pelanggan berpengaruh pada loyalitas pada pengguna kartu kredit BRI di Bandar Lampung

2. Apakah kualitas produk berpengaruh pada loyalitas pada pengguna kartu kredit BRI di Bandar Lampung
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh pada loyalitas pada pengguna kartu kredit BRI di Bandar Lampung

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

1. **Ruang Lingkup Subjek**

   Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan kartu kredit BRI di Bandar Lampung
2. **Ruang Lingkup Objek**

   Objek dalam penelitian ini adalah persepsi pelanggan, kualitas produk dan keputusan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna kartu kredit BRI di Bandar Lampung
3. **Ruang Lingkup Tempat**

   Pada penelitian ini tempat melaksanakan penelitian di PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk (BRI) Bandar Lampung
4. **Ruang Lingkup Waktu**

   Waktu yang ditentukan pada penelitian ini adalah waktu yang berdasarkan kebutuhan penelitian yang direncanakan dilaksanakan dari bulan Maret sampai dengan Juni 2014
5. **Ruang Lingkup Ilmu Penelitian**

   Ruang lingkup penelitian adalah manajemen pemasaran, yang meliputi kualitas produk khususnya terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada PT. BRI di Bandar Lampung

1.4 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh faktor persepsi pelanggan, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan secara parsial maupun simultan terhadap loyalitas pengguna kartu kredit dari BRI.

1.4.2 Manfaat penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat yaitu :

1. **Bagi Penulis**

   Untuk mengetahui penerapan teori yang diperoleh dibangku kuliah dengan realita yang terjadi di lapangan, mengenai masalah-masalah yang ada dalam pemasaran khususnya tentang variabel persepsi pelanggan, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap loyalitas pelanggan.

2. **Bagi Perusahaan**

   Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai bahan masukan dan tambahan informasi yang dapat dipertimbangkan oleh perusahaan sehingga dapat digunakan dalam menentukan kebijakan dan memecahkan masalah kualitas produk yang dihadapi perusahaan.

3. **Bagi Peneliti Lain**

   Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi atau acuan bagi peneliti berikutnya dan menindaklanjuti dengan penelitian yang baru

1.5 Sistematika Penulisan

1. **BAB I PENDAHULUAN**

   Dalam ban ini tercantum latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

2. **BAB II LANDASAN TEORI**

   Dalam bab ini memuat teori-teori yang mendukung penelitian yang akan dilakukan oleh penulis/peneliti. Apabila penelitian memerlukan analisa statistik maka pada bab ini dicantumkan juga teori statistika yang digunakan dan hipotesia (bila diperlukan).

3. **BAB III METODE PENELITIAN**

   Dalam bab ini metode-metode pendekatan penyelesaian permasalahaan yang dinyatakan dalam perumusan masalah.

4. **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini, mahasiswa mendemonstrasikan pengetahuan akademis yang dimiliki dan ketajaman daya pikir dalam menganalisis persoalan yang dibahasnya, dengan berpedoman pada teori-teori yang dikemukakan pada Bab II. Mahasiswa diharapkan dapat mengemukakan suatu gagasan/ rancangan/model/alat/teori baru untuk memecahkan masalah yang dibahas sesuai dengan tujuan penelitian.

5. **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Simpulan merupakan rangkuman dari pembahasan, yang sekurang-kurangnya terdiri dari:

(1) jawaban terhadap rumusan masalah dan tujuan penelitian serta hipotesis

(2) hal baru yang ditemukan dan prospek temuan

(3) pemaknaan teoritik dari hal baru yang ditemukan.

Saran merupakan implikasi hasil penelitian terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dan penggunaan praktis. Sekurang-kurangnya memberi saran bagi perusahaan (obyek penelitian) dan penelitian selanjutnya, sebagai hasil pemikiran penelitian atas keterbatasan penelitian yang dilakukan