

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Bank merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa. Perkembangan dunia perbankan saat ini menimbulkan persaingan yang sangat ketat antar bank untuk berkompetisi menarik nasabah dengan memberikan produk yang beraneka ragam. Untuk memenangkan persaingan, setiap organisasi atau penyedia jasa harus memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen atau para nasabah. Dengan berusaha memenuhi harapan mereka, hal tersebut bisa memberikan dampak positif terhadap loyalitas nasabah pada sebuah Bank. Loyalitas nasabah yang berkelanjutan akan memberikan dampak positif bagi pertumbuhan ekonomi sebuah Bank.

Menurut (Kotler and Armstrong, 2012 : 42) kualitas produk (*product quality*) merupakan senjata strategi potensial untuk mengalahkan pesaing. Kemampuan dari kualitas produk untuk menunjukkan berbagai fungsi termasuk di dalamnya ketahanan, handal, ketepatan dan kemudahan dalam penggunaan menyadari pentingnya ketepatan yang di butuhkan dalam suatu perusahaan, maka BPR Dana Nusantara harus lebih teliti dalam menginput data nasabah agar meningkatkan loyalitas nasabah. Produk-produk yang ditawarkan oleh sebuah Bank, menjadi salah satu kunci utama agar para nasabah memilih untuk tetap bertahan menjadi nasabah dari sebuah Bank. Sebab, kualitas produk yang dimiliki

oleh sebuah Bank berbeda dari Bank yang lainnya. Dengan adanya produk-produk yang hanya dapat dinikmati di Bank tersebut, nasabah tentunya tidak akan mengalihkan perhatian mereka ke Bank lain. Sebab segala sesuatu yang mereka perlukan telah disediakan oleh Bank tersebut dalam bentuk produk-produk yang ditawarkan. Terlebih lagi produk yang dihasilkan bisa disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan nasabah. Produk-produk ini berupa produk kredit ataupun produk tabungan. Apabila Bank dapat memberikan informasi yang maksimal mengenai kualitas produk yang ditawarkan, tentu saja bukan hal yang mustahil apabila banyak nasabah yang mau menempatkan dana mereka ataupun meminjam dana dari Bank tersebut.

Menurut (Tjiptono, 2014 : 83) arti promosi adalah bentuk komunikasi pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/ membujuk dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Dalam hal ini Bank Dana Nusantara kurang meningkatkan kreatifitas dalam memasarkan produk dan juga kurang mengikuti kebutuhan pada masa dini.

Secara umum, kualitas bukan hanya melekat pada produk nyata yang dihasilkan oleh suatu perusahaan, tetapi juga pada pelayanan atau jasa yang diberikan oleh pihak perusahaan kepada konsumennya. Kualitas pelayanan yang baik dapat menghasilkan kepuasan konsumen yang merupakan faktor penting bagi suatu perusahaan untuk bertahan bahkan memenangkan persaingan. (Wibowo, 2017). Dengan adanya masalah pergantian karyawan setiap tahunnya, maka

adanya kurang cepat umpan balik dari *staff* ke pelanggan yang akan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Keberadaan BPR Dana Nusantara sebagai lembaga keuangan yang berdiri sejak tahun 2002 yang telah memiliki jutaan nasabah dan aset yang mencapai Rp. 1.400.000.000.000,- ( Satu Triliun Empat Ratus Milyar Rupiah ) tentunya sudah dikenal oleh banyak masyarakat di kota Batam. Dalam hal ini, bisa dilihat bahwa begitu besar loyalitas nasabah terhadap BPR Dana Nusantara sehingga aset yang dimiliki oleh Bank tersebut pun terbilang sangat besar.

**Tabel 1.1** Jumlah nasabah deposito baru di PT BPR Dana Nusantara Agustus 2019 – Desember 2019

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Nasabah</b>
Agustus 2019	80
September 2019	77
Oktober 2019	74
November 2019	71
Desember 2019	66

Sumber : PT BPR Dana Nusantara tahun 2019

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat pola atau kecenderungan jumlah nasabah deposito pada PT BPR Dana Nusantara cabang Batam memiliki trend terus menurun. Tentu saja hal ini menjadikan kinerja bank atau performance manajemen dianggap tidak baik. Ujung akhir dari peristiwa ini tentu saja karena tidak terpenuhinya kepuasan nasabah. Sebagai sebuah proses atau perjalanan maka titik akhir dari sebuah ketidakpuasan adalah terjadi pilihan lain bagi nasabah

dalam hal mana mereka akan bertransaksi dengan sebuah bank, maka mereka akan cenderung untuk memilih layanan dan memilih produk yang sama yang ditawarkan oleh bank lain. Dengan demikian ini merupakan kemenangan bagi competitor.

Permasalahan yang sering muncul dalam loyalitas nasabah terhadap sebuah Bank tidak terlepas dari bagaimana cara Bank melayani nasabah dalam berbagai macam bentuk pelayanan. Yang pertama, apabila kita melihat dari segi produk, tentu produk yang memiliki kualitas yang baik, yang akan dipilih dan diminati oleh nasabah. Apabila kualitas produk yang ditawarkan oleh sebuah Bank kepada nasabah tidak memiliki standar atau tidak memenuhi kebutuhan serta keinginan nasabah, maka kualitas produk tersebut tidak akan diminati oleh nasabah dikarenakan bunga dan biaya yang tinggi. Yang kedua, dari sisi pelayanan, apabila pelayanan yang tidak sepenuh hati maka nasabah tidak akan merasa puas dan loyalitas nasabah pun tidak akan terbentuk.

Dari sisi produk yang diberikan oleh BPR Dana Nusantara cabang Batam, sebenarnya relative sama dengan bank perkreditan rakyat yang lain. Seperti layanann tabungan, dan deposito dan pinjamam kepada nasabah. Namun demikian setelah dianalisis dalam laporan bulanan rupanya nasabah nasabah deposito dengan termin deposito lebih dari satu tahun memiliki kecendrungan menurun, Menurunnya ini dilihat dari angka statistik dimana deposan tidak mendepositokan kembali dan tidak adanya deposan baru untuk pilihan jangka waktu satu tahun yang diambil oleh deposan baru tersebut.

Problem atau masalah ini dipelajari oleh manajemen dan hasil sementara disimpulkan ternyata karean kualitas produk deposito kurang kompetitif disbanding dengan produk sejenis yang ditawarkan oleh bank lain, misalnya dari sisi suku bunga perolehan bagi nasabahnya. Hal ini nampak karena BPR Dana Nusantara memberikan suku bunga simpan lebih rendah. Kedua dari sisi kualitas produk, deposito di BPR Dana Nusantara tidak memberikan fasilitas perpanjangan otomatis atau perpanjangan dengan menggunakan teknologi informasi wa atau email misalnya, hal ini berbeda dengan kualitas produk yang dilakukan oleh BPR lainnya. Tentu saja hal ini memberikan ketidakpuasan nasabah yang dapat berujung pada ketidakloyalan nasabah. Aspek lain yang menjadikan nasabah tidak aware terhadap produk dari BPR Dana Nusantara adalah kegiatan promosi.

Promosi menjadi bagian penting lain dari penyampaian produk produk yang dimiliki oleh sebuah bank. Sarana promosi yang tidak bisa digapai atau tidak bisa dipahami oleh calon nasabah pun menjadi permasalahan penting terhadap loyalitas nasabah pada sebuah Bank. Apabila sebuah Bank ingin mempromosikan produk yang mereka miliki kepada calon nasabah, tetapi tidak mencantumkan informasi yang jelas maka hal tersebut dapat dipastikan gagal diterima oleh calon nasabah. Sebab informasi yang jelas dan berkualitas saja yang dapat diterima oleh calon nasabah.

Kajian lain problem yang ada pada PT BPR Dana Nusantara adalah bank telah melakukan promosi melalui pembuatan *leaflet*. Namun *leaflet* ini diletakan terbatas pada meja konter kasir dan layanan *sales representatif* di *indoor office*. Bentuk promosi ini merupakan masalah bagi capaian jumlah nasabah yang

diinginkan. Perusahaan atau bank dalam hal ini BPR belum melakukan model promosi menggunakan perangkat elektronik atau videotorne, juga belum melakukan ekspansi melalui google store dengan maksimum. Hal ini lah yang menjadi faktor pemicu atau penyebab nasabah potensial tidak banyak tahu produk produk apa saja yang dimiliki oleh BPR Dana Nusantara cabang Batam dan kualitas lebih apa yang dimilikinya yang membedakan dengan produk dari bank lain.

Disamping apa yang disebutkan di atas permasalahan dari sisi promosi juga masih ada dengan indikator nasabah yang menjadi deposan rata rata tidak mengetahui besaran suku bunga sebelum merek sampai di kantor cabang BPR Dana Nusantara terdekat. Hal ini berarti dalam hal promosi untuk menyampaikan nilai nilai positif sebagai keunggulan sebuah produk yang dimiliki oleh BPR Dana Nusantara tidak diketahui di awal jauh sebelum mereka ke kantor cabang, hal ini tentu saja merupakan kerugian bagian BPR Dana Nusantara dalam hal untuk merebut sebanyak mungkin deposan potensial yang ada. Sehingga jumlah deposan bisa lebih dimaksimalkan seandainya promosi cukup baik dan banyak dalam penggunaan teknologi informasi, Hal ini yaitu pemanfaat teknologi dalam promosi produk BPR masih menjadi masalah yang perlu diberikan solusi.

Disamping masalah kedua hal tersebut di atas, masalah lain yang didapati adalah tentang tanggapan karyawan dari bank terhadap nasabah, atau yang lebih dikenal sebagai pelayanan. Dalam aspek ini perusahaan mengalami penurunan dari sisi kualitas pelayanan. Dilihat dari kotak saran dan email pengaduan yang masuk, perusahaan dianggap oleh nasabah belum menerapkan pola kerja yang

responsive atau kurang tanggap terhadap kebutuhan nasabah, misalnya antrian yang tergolong lama karena karyawan dianggap memberikan basa basi kepada nasabah lain dalam layanan per pelanggan yang dilayani sehingga menyebabkan waktu tunggu yang lama.

Hal lain lagi yang dirasakan adalah kurangnya empati terhadap kebutuhan nasabah, sebagai contoh untuk beberapa persyaratan yang dianggap kurang karyawan tidak cukup sigap dan berimprovisasi untuk dilengkapi pada pertemuan mendatang, namun memiliki karyawan memiliki tidak prinsip tidak lengkap maka tidak dilengkapi. Hal ini tentu saja menjadi faktor penghambat bagi nasabah untuk merasa puas, dan hal ini telah menyebabkan tumbuhnya ketidakloyalan nasabah untuk bertransaksi kembali di masa mendatang jika mereka berhubungan dengan perbankan. Masalah ini tentu saja cukup serius untuk ditangani dan ditanggapi terlebih lagi BPR Dana Nusantara selain bersaing dengan BPR lain juga bersaing dengan bank bank lain seperti bank devisa dan bank umum konvensional yang lain.

Dilihat dari banyaknya lembaga keuangan yang ada di Batam saat ini, juga menjadi kendala dalam persaingan bisnis yang ketat, terlebih lagi dari sektor Bank Umum yang memiliki kualitas produk, sarana promosi serta kualitas pelayanan yang prima menjadi salah satu kendala dalam memperoleh loyalitas nasabah pada BPR Dana Nusantara.

Berdasarkan uraian di atas, nasabah seringkali mempertimbangkan kembali apakah mereka akan tetap setia atau loyal di sebuah Bank dibandingkan mereka pindah ke Bank lain. Untuk itu penulis tertarik mengambil judul penelitian

“Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT BPR Dana Nusantara”.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas maka identifikasi masalah yang dapat dituliskan sebagai berikut: perusahaan.

1. Kurangnya kualitas produk di BPR Dana Nusantara disebabkan oleh bunga dan biaya yang tinggi.
2. Kurangnya promosi yang dilakukan oleh PT BPR Dana Nusantara disebabkan oleh masih minim penggunaan platform digital di era teknologi dewasa ini.
3. Kurangnya kualitas pelayanan yang dilakukan oleh PT BPR Dana Nusantara disebabkan oleh kurang memahami konsep *service quality* dari karyawan *front desk*.
4. Rendahnya loyalitas nasabah pada sebuah BPR Dana Nusantara yang disebabkan kualitas produk yang belum terpenuhi, kurang kreatifitas dalam segi promosi dan kualitas pelayanan yang belum meyakinkan.

## **1.3 Batasan Masalah**

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah terbatas pada penelitian pada aspek kualitas produk, promosi dan kualitas pelayanan sedangkan variabel dependennya adalah loyalitas. Sedangkan waktu penelitian di batasi pada serial waktu dari Agustus 2019 sampai dengan Desember 2019 dan dilakukan terbatas pada deponan dengan minimal waktu mendepositokan dananya minimal 1 tahun di PT BPR Dana Nusantara.

#### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka rumusan masalah yang dapat dihadirkan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada BPR Dana Nusantara ?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada BPR Dana Nusantara ?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada BPR Dana Nusantara ?
4. Apakah kualitas produk, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah pada BPR Dana Nusantara

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas nasabah pada BPR Dana Nusantara.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap loyalitas nasabah pada BPR Dana Nusantara.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada BPR Dana Nusantara.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, promosi dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap loyalitas nasabah pada BPR Dana Nusantara.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

Beberapa manfaat yang diharapkan dari terlaksananya penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1.6.1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini dapat bermanfaat sebagai bahan referensi kepada pembaca atau peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian yang sama di masa mendatang, sebagai tambahan ilmu pengetahuan bagi pembaca, menambah wawasan secara ilmiah dalam bidang ilmu manajemen dan mengimplementasikan teori yang sudah diterima ke dalam dunia bisnis yang nyata serta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana.

### **1.6.2. Secara Praktis**

Memberikan masukan-masukan pada perusahaan bahwa pengaruh kualitas produk, promosi dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dapat membuat sebuah perusahaan harus menghadapi resiko yang tidak memungkinkan di masa yang akan datang dan untuk mengetahui sejauh mana kualitas ataupun kemampuan mahasiswa dalam mengimplementasikan teori yang ditelitinya ke dalam dunia bisnis yang sebenarnya.

#### **1. Bagi Perusahaan**

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang mendalam bagi pihak perusahaan mengenai faktor-faktor yang memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah beserta hubungan antara variabel-variabel dalam penelitian ini sehingga perusahaan tersebut dapat mengambil keputusan yang tepat dalam rangka mempertahankan loyalitas nasabah itu sendiri.

## 2. Bagi Karyawan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan bagi karyawan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan promosi bagi masyarakat sehingga nasabah terus menggunakan produk BPR Dana Nusantara dan mereferensikan nasabah baru.

## 3. Bagi Masyarakat

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan agar masyarakat dapat merasakan produk dan pelayanan yang baik dari BPR Dana Nusantara sehingga tetap menggunakan fasilitas mitra dari bank dengan jangka panjang.

## 4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, wawasan, dan pengalaman secara langsung dalam menghadapi permasalahan yang ada dalam dunia kerja serta dapat digunakan untuk latihan menerapkan antara teori yang didapat dari bangku kuliah dengan dunia kerja atau kenyataan.