

BAB I **PENDAHULUAN**

I.1 Latar Belakang

Lanskap perbankan Indonesia semakin meningkat, tetapi persaingan yang dihadapinya juga semakin tajam dan efisien. Hal ini karena baik bank lokal maupun bank internasional dijalankan oleh beberapa bank di Indonesia. Bank IBK, Indonesia, adalah salah satu bank yang menghadapi masalah ini. Bank ini terlibat dalam lembaga keuangan yang memainkan peran besar dalam perekonomian saat ini. Fungsi bank terutama sebagai lembaga penggalangan dana dan penyalur dana masyarakat. Dalam mengembangkan kesejahteraan dan fasilitas, posisi ini sangat membantu masyarakat dan dunia usaha. Bank IBK Indonesia juga bertujuan untuk meningkatkan kepuasan konsumen agar produknya terus digunakan oleh konsumen..

Bagian dari strategi Bank IBK Indonesia untuk meningkatkan loyalitas nasabah. Loyalitas nasabah Bank IBK Indonesia menurun terlihat dari terjadinya penurunan pembukaan rekening yaitu : tabungan, giro dan deposito yang dapat dilihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1
Data Jumlah Nasabah pada Bank IBK Indonesia

Lama Nasabah	Jumlah nasabah yang membuka tabungan	Jumlah nasabah yang membuka giro	Jumlah nasabah yang membuka deposito
< 1 tahun	118	49	41
1-2 tahun	225	66	32
> 3 tahun	284	73	58

Sumber : Bank IBK Indonesia (2019)

Berdasarkan Tabel 1.1 perkembangan nasabah penabung khususnya pada Bank IBK Indonesia, maka terlihat bahwa nasabah yang < 1 tahun untuk tabungan sebesar 118 orang lebih sedikit jumlahnya dibandingkan nasabah 1-2 tahun bahkan nasabah > 3 tahun terjadinya penurunan nasabah < 1 tahun untuk tabungan. Nasabah yang membuka giro < 1 tahun sebesar 49 orang lebih sedikit jumlahnya dibandingkan nasabah 1-2 tahun bahkan nasabah > 3 tahun terjadinya penurunan nasabah giro untuk < 1 tahun. Nasabah yang membuka deposito < 1 tahun sebesar 41 orang lebih banyak dari nasabah 1-2 tahun terjadinya peningkatan nasabah membuka deposito < 1 tahun.

Bank IBK Indonesia adalah lembaga jasa keuangan; layanan yang unggul juga mengejar keunggulan kompetitif. Salah satu aspek terpenting yang mempengaruhi keunggulan kompetitif adalah pendekatan yang benar dan spesifik untuk kualitas layanan. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen, pelayanan yang menyenangkan oleh pegawai bank sangatlah penting. Untuk dapat bersaing secara setara dengan bank lain, Bank IBK Indonesia merupakan salah satu bank yang secara berkala melakukan perubahan kualitas layanan untuk meningkatkan kualitas layanan, terutama pada layanan teller, customer service, ATM dan

security. Dalam setiap tugas operasionalnya, Bank IBK Indonesia seringkali mengutamakan customer support; Seorang pegawai bank diharapkan selalu memberikan pelayanan yang prima kepada nasabah. Karyawan harus menawarkan layanan yang luar biasa, baik itu teller, layanan pelanggan, atau keamanan; Personil bank harus pandai mengetahui karakteristik nasabahnya. Dalam menawarkan layanan kepada klien, karyawan perusahaan dan perlindungan Bank IBK Indonesia sangat bersahabat. Layanan yang ditawarkan oleh organisasi, bagaimanapun, hanyalah layanan yang diberikan di depan distributor dan dukungan pelanggan. Karena bank ini tidak memiliki ATM sendiri, masalah yang terkadang dihadapi Bank IBK Indonesia adalah tingkat layanan yang buruk.

Pelayanan untuk kebutuhan nasabah menggunakan mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM) yang dimiliki Bank IBK Indonesia ini belum ada. Bank IBK Indonesia tidak menyediakan pelayanan mesin ATM bank sendiri tetapi menggunakan pelayanan ATM bersama sehingga nasabah agak kecewa. Nasabah hanya hanya memiliki limit Rp. 10.000.000 untuk penarikan tunai yang tidak dikenakan biaya. Untuk melakukan transaksi lain dengan menggunakan ATM bersama biasanya nasabah akan dikenakan biaya seperti : transfer dana ke bank lain maupun melakukan transfer sesama Bank IBK Indonesia juga dikenakan biaya sebesar Rp. 6.500, karena nasabah menggunakan ATM bersama dan nasabah yang mengecek saldo melalui ATM juga dikenakan biaya sebesar Rp. 4.500. Padahal mesin ATM ini sangat penting bagi nasabah untuk memudahkan nasabah bertransaksi kapanpun dan nasabah sering ingin melakukan transaksi melalui ATM yang bebas biaya jika transaksi nasabah terjadi di sesama bank sendiri. Nasabah sulit mencari ATM bersama, tidak semua ATM yang berada di dekat tempat tinggal nasabah ada ATM bersama. Jika mesin ATM bukan ATM bersama nasabah tidak dapat menggunakan mesin ATM tersebut untuk melakukan transaksi.

Bank IBK Indonesia memiliki sejumlah produk yang ditawarkan kepada nasabahnya seperti tabungan Bank IBK Indonesia < 100 juta, ≥ 150 juta dan $< 1,5$ miliar. Produk yang tersedia di Bank IBK Indonesia pada tabel berikut.

Tabel 1.2
Data Produk pada Bank IBK Indonesia
Periode Tahun 2017 s.d. tahun 2019

Tahun	Tabungan Bank IBK Indonesia < 100 Juta	Tabungan Bank IBK Indonesia ≥ 150 Juta	Tabungan Bank IBK Indonesia Plus $< 1,5$ Miliar
2017	375	320	66
2018	350	308	55
2019	343	295	48

Sumber : Bank IBK Indonesia (2019)

Berdasarkan produk yang ditawarkan oleh Bank IBK Indonesia pada tabungan Bank IBK Indonesia < 100 juta tahun 2017 dengan nasabah sebanyak 375 sedangkan pada tahun 2018 tabungan Bank IBK Indonesia < 100 juta dengan nasabah sebanyak 350 dan pada tahun 2019 bulan November memiliki nasabah sebanyak 343. Nasabah tabungan Bank IBK Indonesia < 100 Juta pada tahun 2018 mengalami penurunan dibandingkan tahun 2017. Tabungan Bank IBK

Indonesia ≥ 150 juta pada tahun 2017 sebanyak 320 nasabah, tahun 2018 sebanyak 308 nasabah dan pada bulan November tahun 2018 memiliki nasabah sebanyak 295. Tabungan Bank IBK Indonesia Plus $< 1,5$ Miliar pada tahun 2017 sebanyak 66 nasabah, pada tahun 2018 sebanyak 55 nasabah dan pada November tahun 2019 sebanyak 48 nasabah.

Adapun beberapa jenis produk Bank IBK Indonesia di tahun 2017 hingga tahun 2019 sebagai berikut :

Tabel 1.3
Jenis Produk Bank IBK Indonesia

TABUNGAN Bank IBK Indonesia		
Tipe	Saldo Rata-rata Bulanan (Rp)	Nominal Hadiah (Rp)
PU 1	40 Juta - < 100 Juta	80 ribu
PU 2	100 Juta - < 150 Juta	200 Ribu
PU 3	≥ 150 Juta	400 Ribu
TABUNGAN Bank IBK Indonesia PLUS		
Tipe	Saldo Rata-rata Bulanan (Rp)	Nominal Hadiah (Rp)
PU PLUS 1	500 Juta - $< 1,5$ Miliar	500 Ribu
PU PLUS 2	1,5 Miliar - < 6 Miliar	1 Juta
PU PLUS 3	≥ 6 Miliar	2 Juta

Sumber : Bank IBK Indonesia (2019)

Berdasarkan Tabel 1.3 jenis produk yang ditawarkan Bank IBK Indonesia mencakup tabungan Bank IBK Indonesia dan tabungan Bank IBK Indonesia Plus. Dari ketiga produk Bank IBK Indonesia ini produk tabungan Bank IBK Indonesia < 100 juta lebih banyak diminati oleh nasabah khususnya nasabah kalangan ekonomi menengah.

Bank IBK Indonesia juga melakukan promosi produk perbankannya agar nasabah lebih mengenal produknya. Namun pelaksanaan promosi produk Bank IBK Indonesia hanya melalui brosur yang diberikan kepada nasabah yang berkunjung ke Bank IBK Indonesia sehingga banyak nasabah yang kurang mengenal produknya. Promosi produk yang dilakukan Bank IBK Indonesia per bulan dan brosur tidak diberikan kepada pengunjung bank secara keseluruhan namun hanya nasabah tertentu.

Berdasarkan latar belakang di atas yang mampu mendorong peneliti untuk membahas lebih mendalam mengenai **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Promosi terhadap Loyalitas Nasabah Bank IBK Indonesia Cabang Palang Merah Medan”**.

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat diidentifikasi masalah penelitian sebagai berikut :

1. Karyawan perusahaan dan *security* Bank IBK Indonesia cukup ramah dalam memberikan pelayanan kepada nasabah namun pelayanan yang diberikan perusahaan hanya pelayanan di depan *teller* dan *customer service* sedangkan kualitas pelayanan yang rendah diakibatkan perbankan ini tidak memiliki mesin ATM sendiri.

2. Adanya keterbatasan produk yang dimiliki Bank IBK Indonesia mencakup tabungan Bank IBK Indonesia dan tabungan Bank IBK Indonesia Plus.
3. Promosi produk yang dilakukan Bank IBK Indonesia per bulan dan brosur tidak diberikan kepada pengunjung bank secara keseluruhan namun hanya nasabah tertentu.
4. Loyalitas nasabah Bank IBK Indonesia menurun terlihat dari terjadinya penurunan pembukaan rekening yaitu : tabungan, giro dan deposito.

I.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah ada sebelumnya dapat dirumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah Bank IBK Indonesia?
2. Bagaimana pengaruh produk terhadap loyalitas nasabah Bank IBK Indonesia?
3. Bagaimana pengaruh promosi terhadap loyalitas nasabah Bank IBK Indonesia?
4. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, produk dan promosi terhadap loyalitas nasabah Bank IBK Indonesia?

I.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian di atas dapat dirumuskan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah Bank IBK Indonesia Cabang Palang Merah Medan
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh produk terhadap loyalitas nasabah Bank IBK Indonesia Cabang Palang Merah Medan
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi terhadap loyalitas nasabah Bank IBK Indonesia Cabang Palang Merah Medan
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, produk dan promosi terhadap loyalitas nasabah Bank IBK Indonesia Cabang Palang Merah Medan

I.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dapat diperoleh berbagai pihak yaitu:

1. Bagi Bank IBK Indonesia
Sebagai dasar meningkatkan loyalitas nasabah dengan memperhatikan kualitas pelayanan, produk dan promosi Bank IBK Indonesia
2. Bagi Universitas Prima Indonesia
Sebagai tambahan studi kepustakaan mengenai pengaruh kualitas pelayanan, produk dan promosi terhadap loyalitas nasabah Bank IBK Indonesia
3. Bagi Peneliti
Bermanfaat sebagai tambahan pengetahuan untuk peneliti mengenai pengaruh kualitas pelayanan, produk dan promosi terhadap loyalitas nasabah Bank IBK Indonesia, selain itu sebagai wahana dalam mempraktikkan ilmu yang telah dipelajari pada bangku perkuliahan.
4. Bagi Peneliti Selanjutnya
Bermanfaat sebagai bahan referensi apabila hendak melakukan penelitian yang sama maupun yang berkaitan dengan judul penelitian ini.

1.6 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah

Heriyanto dan Nurtjahjani (2017:318), untuk meningkatkan kepuasan konsumen diharapkan perusahaan dapat menawarkan kualitas terbaik.

Sigit dan Soliha (2014:161), loyalitas pelanggan mengidentifikasi kontribusi pelanggan terhadap potensi penggunaan kembali layanan yang diberikan.

Ismail (2014:181), jika kualitas klien adalah yang tertinggi, klien akan senang, yang akan berkontribusi pada kepuasan pelanggan..

1.7 Pengaruh Produk Terhadap Loyalitas Nasabah

Sigit dan Soliha (2014:161), kualitas produk baik menimbulkan keinginan konsumen menggunakan produk akhirnya tercipta loyalitas nasabah yang tinggi.

Siregar dan Fadillah (2017:88), konsistensi interaksi dengan keunggulan, kegunaan, dan fungsi produk. Agar konsumen setia kepada produsen, barang yang dapat diandalkan harus memenuhi keinginan, keinginan dan kebutuhan konsumen.

Widiyatma (2018:28), konsumen yang menggunakan produk selalu melihat mutunya dan tetap setia pada produk bermutu sehingga menimbulkan loyalitas.

1.8 Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Nasabah

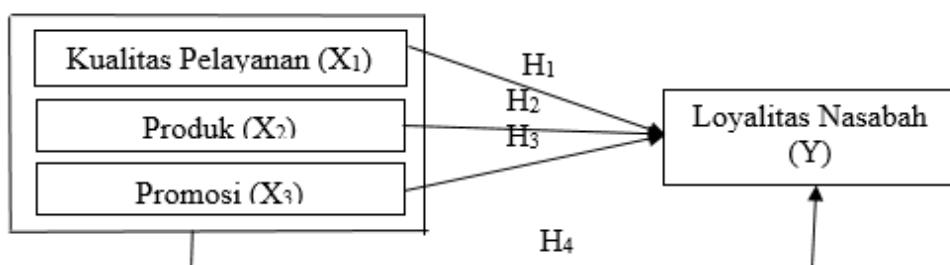
Astuti dan Respati (2015:149) Peranan promosi membentuk *awareness* masyarakat bahkan menciptakan loyalitas nasabah.

Rosalina, Qomariah, Sari (2019:163), perusahaan menggunakan promosi sebagai alat untuk mempertahankan nasabah dengan memberikan informasi produk dimana nasabah dapat memilih produk sehingga nasabah telah memiliki dan merasa sesuai dengan produk tersebut maka terciptalah loyalitas nasabah.

Soraya (2015:12), loyalitas nasabah terwujud dari informasi promosi yang diberikan perusahaan kepada nasabah sehingga nasabah mengetahui produk, nilai produk dan mutu produk yang ditawarkan.

1.9 Kerangka Konseptual

Berdasarkan pendapat di atas dapat digambarkan kerangka konseptual penelitian ini sebagai berikut :



I.10 Hipotesis

Berdasarkan penjelasan yang telah ada sebelumnya dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H₁ : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank IBK Indonesia

H₂ : Produk berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank IBK Indonesia

H₃ : Promosi berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank IBK Indonesia

H₄ : Kualitas pelayanan, produk dan promosi berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank IBK Indonesia