

BAB I PENDAHULUAN

L1 Latar Belakang

Persaingan bisnis sangat kompetitif pada saat ini menuntut tiap perusahaan jasa seperti perbankan mulai menyadari betapa sentralnya para nasabah dalam bisnis mereka. Oleh karena itu, kebanyakan perusahaan perbankan mempertahankan pasar melalui program pengembangan loyalitas nasabah. Loyalitas nasabah memberikan manfaat bersifat jangka panjang dan kumulatif, sehingga semakin lama nasabah semakin loyal terhadap produk perbankan.

Masalah ini dihadapi oleh PT. Bank Mestika Dharma, Tbk Kcp Tomang Elok Medan. Pihak bank sangat mengharapkan mempertahankan nasabah dalam jangka panjang, bahkan jika mungkin untuk selamanya. Loyalitas nasabah beberapa bulan terakhir ini menurun dibandingkan bulan sebelumnya. Hal ini terjadi dimana nasabah merasa kekurangan atas produk yang ditawarkan pihak bank.

Berdasarkan permasalahan di atas dapat disajikan fenomena penelitian yang dilihat dari jumlah nasabah menabung dan jumlah nasabah yang berhenti menggunakan tabanas mulai dari Januari hingga Desember 2019 sebagai berikut :

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah Menabung dan Jumlah Nasabah Yang Berhenti
Periode Januari hingga Desember 2019

No	Bulan	Jumlah Nasabah Menabung	Jumlah Nasabah Yang Berhenti	Jumlah Nasabah Yang Masuk
1	Januari	55	-	3
2	Februari	58	-	4
3	Maret	62	-	3
4	April	65	-	7
5	Mei	72	-	10
6	Juni	82	-	-
7	Juli	75	7	2
8	Agustus	77	5	1
9	September	73	2	2
10	Oktober	73	-	-
11	November	73	4	-
12	Desember	69	3	3

Sumber : PT. Bank Mestika Dharma, Tbk Kcp Tomang Elok Medan

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa nasabah yang berhenti menggunakan tabanas termasuk tinggi terjadi di bulan Juli 2019. Namun nasabah yang berhenti tidak diimbangi dengan jumlah nasabah yang masuk menabung menggunakan produk tabanas. Hal ini menunjukkan jumlah keseluruhan nasabah yang menabung mengalami penurunan dan kurang loyalitas nasabah dalam menggunakan produk tabanas. Loyalitas nasabah menurun diakibatkan biaya administrasi bulanan (*dormant*) yang tinggi harus dibayarkan nasabah sebesar Rp 10.000 jika saldo bulanan nasabah rata-rata < Rp 500.000.

PT. Bank Mestika Dharma, Tbk Kcp Tomang Elok Medan menawarkan produk Tabanas kepada masyarakat dengan setoran awal yang rendah sebesar Rp 10.000 dan setoran minimum dapat dilakukan sebesar Rp 10.000 dengan biaya administrasi bulanan bebas. Tabanas Bank Mestika Dharma dapat digunakan auto Debet untuk pembayaran PLN dan Telkom dengan biaya auto debet yang rendah. Setoran awal yang rendah dapat mendorong nasabah ingin menggunakan tabanas. Namun beberapa bulan ini nasabah Tabanas mengeluh kepada pihak perbankan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 1.2 sebagai berikut :

Tabel 1.2
Jumlah Nasabah Yang Berhenti dan Keluhan Nasabah
Periode Januari hingga Desember 2019

No	Bulan	Jumlah Nasabah Yang Berhenti	Deskripsi Keluhan Nasabah
1	Januari	-	-
2	Februari	-	-
3	Maret	-	-
4	April	-	-
5	Mei	-	-
6	Juni	-	-
7	Juli	7	<ul style="list-style-type: none"> 1. Tidak ada pemberitahuan kepada nasabah bahwa tabanas nasabah akan memasuki masa dormant. 2. Nasabah tidak dapat melakukan penarikan uang di ATM karena tabanas tidak memiliki ATM. 3. Tabanas dormant dikenakan biaya Rp 10.000 per bulan jika saldo bulan rata-rata < Rp 500.000
8	Agustus	5	<ul style="list-style-type: none"> 1. Tidak memiliki ATM sehingga transaksi tidak dapat dilakukan pada hari libur Bank Mestika Dharma. 2. Transaksi keuangan harus dilakukan dihadapan teller. 3. Buku Tabanas hilang maka nasabah harus menutup rekening di kantor asal pembukaan rekening. 4. Penutupan buku Tabanas hilang akan dikenakan biaya sebesar Rp 10.000.
9	September	2	Tidak ada pemberitahuan kepada nasabah bahwa tabanas nasabah akan memasuki masa dormant.
10	Okttober	-	-
11	November	4	<ul style="list-style-type: none"> 1. Transaksi keuangan harus dilakukan dihadapan teller. 2. Buku Tabanas hilang maka nasabah harus menutup rekening di kantor asal pembukaan rekening.
12	Desember	7	<ul style="list-style-type: none"> 1. Nasabah mendapatkan bunga yang dihitung akhir bulan namun rendah bunganya. 2. Buku Tabanas hilang maka nasabah harus menutup rekening di kantor asal pembukaan rekening. 3. Penutupan buku Tabanas hilang akan dikenakan biaya sebesar Rp 10.000. 4. Semua transaksi keuangan baik auto debet harus dilakukan di depan teller.

Sumber : PT. Bank Mestika Dharma, Tbk Kcp Tomang Elok Medan

Berdasarkan Tabel 1.2 menunjukkan produk Tabanas memiliki keunggulan yang menarik perhatian nasabah terutama setoran awal rendah hanya sebesar Rp 10.000 sehingga banyak nasabah dapat melakukan pembukaan tabanas. Tabanas ini juga memberikan beberapa keunggulan seperti nasabah juga mendapatkan bunga yang dihitung pada setiap akhir bulan dan dikreditkan ke saldo tabungan pada awal bulan berikutnya, nasabah juga dikenakan pajak pendapatan atas bunga akan dikenakan sesuai peraturan pemerintah yang berlaku, nasabah dapat melakukan auto debet untuk melakukan pembayaran PLN, Telkom. Namun beberapa keluhan nasabah sering terjadi yang mengakibatkan nasabah ingin berhenti menggunakan tabanas seperti Tidak ada pemberitahuan kepada nasabah bahwa tabanas nasabah akan memasuki masa dormant. Nasabah tidak dapat melakukan penarikan uang di ATM karena tabanas tidak memiliki ATM. Tabanas dormant dikenakan biaya Rp 10.000 per bulan jika saldo bulan rata-rata < Rp 500.000

Bank Mestika Dharma telah menetapkan strategi komunikasi pemasaran yang diharapkan nasabah dapat merasa puas setelah menggunakan produk Tabanas dan membentuk loyalitas nasabah. Penerapan strategi komunikasi pemasaran untuk memasarkan produk Tabanas melalui penerbitan brosur dan pemasaran komunikasi langsung antara customer service dengan nasabah. Namun pelaksanaan komunikasi pemasaran ini masih kurang efektif disebabkan kebanyakan masyarakat tidak mengetahui produk Tabanas Bank Mestika yang memberikan kemudahan dalam bertransaksi walaupun Tabanas ini tidak memiliki ATM tetapi dapat melakukan transaksi di hadapan teller.

Berdasarkan latar belakang yang telah ada sebelumnya maka mendorong peneliti untuk membahas ke dalam skripsi yang berjudul **“Pengaruh Keunggulan Produk, Kepuasan dan Komunikasi Pemasaran Produk Tabanas Terhadap Loyalitas Nasabah Menabung di PT. Bank Mestika Dharma Tbk, Kcp Tomang Elok Medan.”**

I.2 Identifikasi Masalah

Dari uraian yang telah ada maka peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Tabanas memiliki keunggulan yang menarik perhatian nasabah terutama setoran awal rendah namun pelaksanaannya terdapat beberapa keluhan nasabah sering terjadi yang mengakibatkan nasabah ingin berhenti menggunakan tabanas.
2. Nasabah merasa kurang puas sehingga ada beberapa nasabah yang berhenti menjadi nasabah Tabanas diakibatkan karyawan Bank Mestika Dharma tidak melakukan follow up atas tabanas nasabah yang memasuki masa dormant..
3. Pelaksanaan komunikasi pemasaran ini masih kurang efektif disebabkan kebanyakan masyarakat tidak mengetahui produk Tabanas Bank Mestika yang memberikan kemudahan dalam bertransaksi walaupun Tabanas ini tidak memiliki ATM tetapi dapat melakukan transaksi di hadapan teller.
4. Loyalitas nasabah menurun diakibatkan biaya administrasi bulanan (*dormant*) yang tinggi harus dibayarkan nasabah sebesar Rp 10.000 jika saldo bulanan nasabah rata-rata < Rp 500.000.

I.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi di atas, maka dapat dirumuskan masalahnya yaitu :

1. Bagaimana pengaruh keunggulan produk terhadap loyalitas nasabah menabung di PT. Bank Mestika Dharma Tbk, Kcp Tomang Elok Medan?
2. Bagaimana pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah menabung di PT. Bank Mestika Dharma Tbk, Kcp Tomang Elok Medan?
3. Bagaimana pengaruh komunikasi pemasaran produk tabanas terhadap loyalitas nasabah menabung di PT. Bank Mestika Dharma Tbk, Kcp Tomang Elok Medan?
4. Bagaimana pengaruh keunggulan produk, kepuasan dan komunikasi pemasaran produk tabanas terhadap loyalitas nasabah menabung di PT. Bank Mestika Dharma Tbk, Kcp Tomang Elok Medan?

I.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Menguji dan menganalisis pengaruh keunggulan produk terhadap loyalitas nasabah menabung di PT. Bank Mestika Dharma Tbk, Kcp Tomang Elok Medan.
2. Menguji dan menganalisis pengaruh kepuasan produk tabanas terhadap loyalitas nasabah menabung di PT. Bank Mestika Dharma Tbk, Kcp Tomang Elok Medan.
3. Menguji dan menganalisis pengaruh komunikasi pemasaran produk tabanas terhadap loyalitas nasabah menabung di PT. Bank Mestika Dharma Tbk, Kcp Tomang Elok Medan.
4. Menguji dan menganalisis pengaruh keunggulan produk, kepuasan dan komunikasi pemasaran produk tabanas terhadap loyalitas nasabah menabung di PT. Bank Mestika Dharma Tbk, Kcp Tomang Elok Medan.

I.5 Manfaat Penelitian

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain :

1. Bagi perusahaan
Dapat memberikan gambaran dan informasi yang berguna bagi perusahaan dalam melakukan kebijakan dan strategi pemasaran yang berkaitan dengan pengaruh keunggulan produk, kepuasan dan komunikasi pemasaran produk tabanas terhadap loyalitas nasabah menabung di PT. Bank Mestika Dharma Tbk, Kcp Tomang Elok Medan.
2. Bagi Universitas Prima Indonesia (UNPRI)
Hal ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran pada rekan-rekan mahasiswa lainnya.
3. Bagi peneliti Selanjutnya
Sebagai bahan referensi dan informasi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut terutama yang berhubungan dengan pengaruh keunggulan produk, kepuasan dan komunikasi pemasaran produk tabanas terhadap loyalitas nasabah.

TINJAUAN PUSTAKA

II.1 Pengaruh Keunggulan Produk Terhadap Loyalitas Nasabah

Menurut Adisaputro (2014:64) Bilamana perusahaan menginginkan konsumen bersangkutan untuk setia dan membeli kembali produk, maka perusahaan harus membuat konsumen memperoleh kepuasan atas penggunaan produk yang dibelinya. Bilamana konsumen tidak memperoleh kepuasan sesuai dengan harapan, maka dia tidak akan loyal dan melakukan pembelian kembali.

II.2 Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah

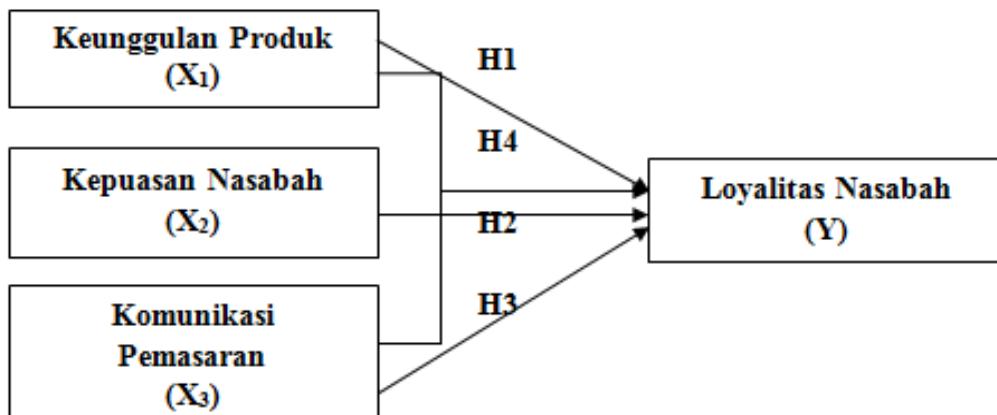
Menurut Priansa (2017:211) terciptanya kepuasan di hati konsumen sangat bermanfaat bagi tumbuhnya loyalitas/kesetiaan merek. Konsumen akan setia manakala produk sejenis yang dimilikinya sudah mewakili kemudahan kebutuhannya. Perusahaan harus mampu menciptakan, mengembangkan dan mengelola suatu sistem terpadu yang dapat menciptakan kepuasan bagi konsumen.

II.3 Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah

Menurut Malau (2018:269) sasaran komunikasi bukan saja mendorong pembelian produk atau jasa yang ditawarkan tetapi juga lanjutan kepuasan pasca pembelian yang mendorong kepada pembelian ulang.

II.4 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual yang dapat disajikan dalam gambar 1.



II.5 Hipotesis

Adapun hipotesis penelitian ini sebagai berikut :

- H₁ : Keunggulan produk berpengaruh terhadap loyalitas nasabah menabung di PT. Bank Mestika Dharma Tbk, Kcp Tomang Elok Medan.
- H₂ : Kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah menabung di PT. Bank Mestika Dharma Tbk, Kcp Tomang Elok Medan.
- H₃ : Komunikasi pemasaran produk tabanas berpengaruh terhadap loyalitas nasabah menabung di PT. Bank Mestika Dharma Tbk, Kcp Tomang Elok Medan.
- H₄ : Keunggulan produk, kepuasan dan komunikasi pemasaran produk tabanas berpengaruh terhadap loyalitas nasabah menabung di PT. Bank Mestika Dharma Tbk, Kcp Tomang Elok Medan.