

IBAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dunia perbankan telah berhasil mengubah cara pandang masyarakat dari yang hanya menyimpan uang di rumah menjadi memiliki rekening bank pribadi. Persaingan di sektor perbankan Indonesia sangat ketat, baik dalam hal produk maupun layanan, sehingga masyarakat kini tidak hanya menabung, tetapi juga berinvestasi. Meningkatnya persaingan menuntut bank untuk menawarkan berbagai produk agar dapat bersaing dan memberikan pelayanan berkualitas kepada nasabah.

Kegiatan utama perbankan di Indonesia adalah menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat serta mendukung pelaksanaan pembangunan nasional guna meningkatkan pemerataan pembangunan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional demi peningkatan taraf hidup rakyat. Selain itu, bank juga menyediakan layanan seperti pinjaman, asuransi jiwa, penukaran mata uang, penerimaan pengiriman uang dan simpanan, serta produk dan layanan yang memfasilitasi pembayaran listrik, air, pajak, dan lainnya. Oleh karena itu, bank harus memperhatikan keinginan dan kebutuhan nasabah serta berupaya memenuhi harapan mereka melalui pelayanan yang memuaskan. Namun, dunia perbankan menghadapi berbagai masalah dalam menjalankan aktivitas utamanya dan menawarkan produknya. Selain suku bunga pinjaman, ada masalah ketersediaan produk, karena tidak semua bank menyediakan produk yang sama yang dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat. Masalah lain termasuk fasilitas umum di gedung bank dan kompetensi Sumber Daya Manusia (SDM) dalam pelayanan nasabah.

PT. Bank Central Asia adalah salah satu bank swasta terbesar di Indonesia, didirikan pada tahun 1957 dan dikelola oleh Djarum Group. BCA berkembang pesat dengan banyak cabang di seluruh Indonesia, termasuk di Medan, salah satu kota besar di negara ini. Perkembangan BCA di Medan sangat signifikan sehingga diperlukan pembukaan beberapa cabang pembantu untuk menyediakan fasilitas yang dibutuhkan masyarakat, salah satunya adalah Bank Central Asia KCP Pusat Pasar Medan.

Tabel 1.1
Data Nasabah PT. Bank Central Asia KCP Pusat Pasar Medan
Periode 2021 s.d. 2023

Tahun	Jumlah Nasabah
2021	193 Nasabah
2022	152 Nasabah
2023	114 Nasabah

Sumber: PT. Bank Central Asia KCP jalan Surabaya Medan, 2021

Pada observasi awal ditemukan bahwa sejumlah nasabah BCA KCP Pusat Pasar Medan merasa kurang puas dengan layanan yang diberikan oleh perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh keluhan nasabah terkait penawaran dari marketing saat personal selling, kualitas pelayanan, dan kepercayaan.

Masalah dalam personal selling yang mempengaruhi kepuasan nasabah seringkali berkaitan dengan kualitas interaksi antara staf bank dan nasabah. Staf penjualan kadang-kadang tidak memiliki pengetahuan yang memadai tentang produk atau layanan yang ditawarkan, atau kurang memahami kebutuhan nasabah, sehingga interaksi menjadi tidak efektif dan mengecewakan. Pendekatan yang terlalu agresif atau tidak etis dalam personal selling juga dapat menimbulkan ketidaknyamanan dan ketidakpercayaan. Kurangnya tindak lanjut setelah penjualan dapat membuat nasabah merasa diabaikan dan tidak dihargai. Selain itu, ada karyawan yang kurang mampu melakukan penawaran dengan baik dan tidak menjaga hubungan baik dengan nasabah, sehingga nasabah sering mengeluhkan kualitas penawaran.

Masalah kualitas pelayanan di bank sangat mempengaruhi kepuasan nasabah karena mencakup aspek-aspek penting seperti kecepatan, ketepatan, dan keramahan dalam memberikan layanan. Nasabah sering mengalami pelayanan yang lambat, tidak akurat, atau kurang ramah, sehingga merasa tidak dihargai dan tidak puas. Kesalahan dalam transaksi, informasi yang tidak lengkap atau salah, serta ketidakmampuan staf untuk menangani keluhan atau masalah nasabah dengan efektif juga mengurangi tingkat kepuasan. Fasilitas fisik yang tidak memadai, seperti ruang tunggu yang tidak nyaman atau sistem antrian yang buruk, juga memperburuk pengalaman nasabah.

Masalah kepercayaan terlihat dari beberapa nasabah yang belum sepenuhnya mempercayai layanan yang ditawarkan oleh bank. Isu seperti deposito yang sulit dicairkan dan kabar angin tentang kebocoran data atau penipuan yang melibatkan bank merusak kepercayaan nasabah. Kurangnya transparansi dalam biaya atau syarat produk menimbulkan perasaan bahwa bank tidak jujur, yang mengikis kepercayaan nasabah. Inkonsistensi dalam komunikasi atau kegagalan bank dalam memenuhi janji-janji kepada nasabah juga berkontribusi pada hilangnya kepercayaan. Ketika kepercayaan terganggu, nasabah cenderung merasa tidak puas dan mungkin mencari layanan dari institusi keuangan lain yang dianggap lebih dapat diandalkan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas membuat penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian yang berjudul: **“Pengaruh Penjualan Personal, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Central Asia KCP Pusat Pasar Medan.”**

1.2 Perumusan Masalah

Adapun perumusan masalah di dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Penjualan Personal berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Central Asia KCP Pusat Pasar Medan?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Central Asia KCP Pusat Pasar Medan?
3. Apakah Kepercayaan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Central Asia KCP Pusat Pasar Medan?
4. Apakah Penjualan Personal, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Central Asia KCP Pusat Pasar Medan?

1.3 Tinjauan Pustaka

Pengertian Penjualan Personal

Menurut Handini, dkk (2019:138), penjualan personal melibatkan interaksi langsung antara tenaga penjual dan calon konsumen, di mana tenaga penjual menjelaskan manfaat produk perusahaan. Dibandingkan dengan elemen lain dalam bauran promosi, penjualan personal adalah metode komunikasi yang paling efektif karena langsung ditujukan kepada konsumen prospektif.

Menurut Prasetyo, dkk (2018:186), penjualan personal adalah komunikasi lisan dalam suatu percakapan dengan satu atau lebih konsumen untuk mencapai tujuan perusahaan, yaitu meningkatkan volume penjualan. Penjualan personal memainkan peran penting dalam membina hubungan antara perusahaan dan konsumennya.

Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono dan Chandra (2019:101), kualitas pelayanan adalah perbandingan antara tingkat layanan yang diberikan perusahaan dengan ekspektasi konsumen. Ini diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian layanan yang mampu mengimbangi atau melampaui harapan konsumen.

Menurut Sudarso (2016:57), kualitas pelayanan adalah hasil perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual pelayanan. Ini juga merupakan salah satu elemen penting yang menjadi pertimbangan pelanggan dalam membeli suatu produk.

Pengertian Kepercayaan

Menurut Rizal (2020:70), kepercayaan adalah kesediaan untuk mengandalkan kemampuan, integritas, dan motivasi pihak lain untuk bertindak demi memenuhi kebutuhan dan kepentingan seseorang sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat, baik secara implisit maupun eksplisit.

Menurut Sumarwan, dkk (2018:192), kepercayaan konsumen adalah pengetahuan konsumen mengenai suatu objek, atributnya, dan manfaatnya.

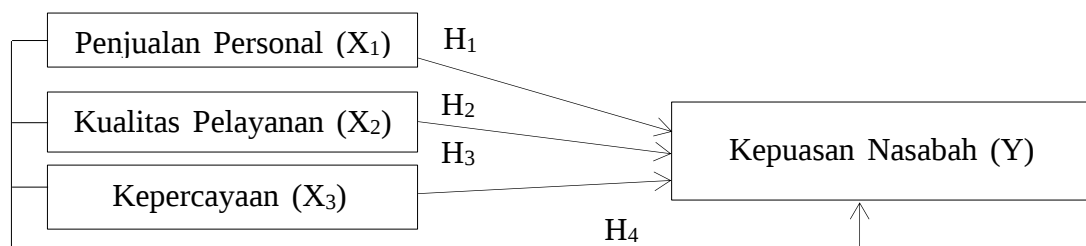
Pengertian Kepuasan

Menurut Djunaidi (2020:31), kepuasan konsumen adalah hasil perbandingan antara kinerja produk dengan harapan konsumen setelah pembelian. Jika produk sesuai atau melebihi harapan konsumen, maka konsumen akan merasa puas. Sebaliknya, jika produk tidak sesuai dengan harapan, maka konsumen tidak akan merasa puas.

Menurut Indahningwati (2019:4), kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil suatu produk dengan yang diharapkan. Jika kinerja di bawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen sangat puas atau senang.

1.4 Kerangka Konseptual

Berikut ini adalah gambar kerangka konseptual dalam penelitian ini yang menggambarkan hubungan antara variable bebas dengan variable terikat dengan gambar kerangka sebagai berikut:



Gambar 1.1
Kerangka Konseptual

1.5 Hipotesis

Hipotesis dari penelitian ini yaitu:

- H₁ : Penjualan Personal berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Central Asia KCP Pusat Pasar Medan.
- H₂ : Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Central Asia KCP Pusat Pasar Medan.
- H₃ : Kepercayaan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Central Asia KCP Pusat Pasar Medan.
- H₄ : Penjualan Personal, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Central Asia KCP Pusat Pasar Medan.