

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Laju perkembangan dunia dewasa ini sangat pesat disegala bidang, terutama meningkatnya perkembangan teknologi dalam dunia industri. Dengan adanya laju perkembangan yang pesat tersebut menimbulkan persaingan ketat dalam usaha perebutan pangsa pasar. Ditambah dengan kompleksitas kebutuhan dan keinginan konsumen yang mengalami perubahan dan perkembangan selaras dengan pola pikir dan gaya hidup mereka.

Komitmen akan kualitas pelayanan yang berorientasi pada pelanggan merupakan prasyarat utama dalam menunjang keberhasilan bisnis, terutama bisnis jasa. Produk industri jasa mempunyai sifat tidak tahan lama dan akan langsung habis saat jasa itu diterima pelanggan. Kualitas jasa sangat bergantung dari siapa dan bagaimana diberikan. Pelanggan jasa dalam hal ini terlibat langsung dalam proses produksi jasa itu sendiri.

Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan, memuaskan nasabahnya adalah hal pokok yang tidak boleh diabaikan. Kepuasan nasabah merupakan aspek strategis dalam memenangkan persaingan dan mempertahankan citra perusahaan di masyarakat (publik) yang luas. Untuk memenangkan persaingan

dalam suatu perusahaan perbankan sangat sulit. Ditambah dengan cara pandang nasabah terhadap produk dan pelayanan suatu perusahaan semakin terdidik, sehingga nasabah semakin tahu akan hak-haknya dan lebih selektif dalam memilih produk-produk yang ditawarkan perusahaan dan pada perusahaan yang menjadi pilihan mereka.

Perbankan sebagai lembaga keuangan mempunyai peran penting bagi aktivitas perekonomian. Peran strategis bank tersebut sebagai lembaga yang berfungsi menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat secara efektif dan efisien ke arah peningkatan taraf hidup rakyat. Oleh karena itu bank merupakan lembaga perantara keuangan (*financial intermediaries*) sebagai prasarana pendukung yang amat vital untuk menunjang kelancaran perekonomian. Sebagai lembaga intermediasi bank berupaya agar masyarakat bersedia menyimpan dananya, antara lain dalam bentuk tabungan, giro atau deposito, untuk kemudian menyalurkannya dalam bentuk kredit. Selain menjalankan fungsi sebagai lembaga intermediasi, bank juga memiliki peran lain yaitu sebagai pusat pelayanan jasa transaksi keuangan.

Bank dituntut harus jeli melihat setiap peluang dan memahami betul kebutuhan nasabah. Selain fokus pada produk yang dapat menghasilkan pendapatan bunga, saat ini bank mulai berupaya mencari sumber pendapatan dari biaya. Pada awalnya bank hanya menawarkan produk tabungan dan pinjaman secara konservatif. Namun seiring dengan terjadinya perubahan gaya hidup dan kebutuhan masyarakat, disikapi dengan munculnya berbagai macam produk dan layanan perbankan yang inovatif dan variatif.

Berbagai alternatif investasi banyak dirancang bank untuk nasabahnya, mulai dari tabungan rupiah dan dolar, giro, deposito, obligasi, sampai reksadana. Bank berusaha memberikan modifikasi dan tawaran yang menarik kepada nasabahnya. Pada dasarnya semua produk yang ditawarkan bank adalah sama, yaitu menyangkut *interest* (suku bunga) dan *service* (jasa layanan). Yang membedakan adalah modifikasi produk yang dilakukan sehingga sesuai dengan kebutuhan nasabah, misalnya dengan menambahkan fitur asuransi jiwa pada produk tabungan. Merancang sebuah produk perbankan bukanlah hal yang mudah, karena semakin banyak produk investasi lain diluar perbankan yang menarik.

Seiring dengan perkembangan produk dan layanan perbankan, berbagai strategi pemasaran pun dilakukan untuk menarik nasabah sebanyak mungkin. Faktor pemilihan lokasi juga menjadi faktor utama bagi perbankan dalam memberikan kemudahan bagi nasabah untuk bertransaksi. Sedangkan, konsep layanan prima adalah suatu pola layanan terbaik dalam manajemen modern yang mengutamakan kepedulian terhadap pelanggan. layanan prima, *customer service*, dan *customer care* pada dasarnya adalah sama, hanya berbeda pada konsep pendekatannya saja. Namun yang paling penting dalam jasa perbankan ialah memberikan pelayanan kepada pelanggan dan juga menumbuhkan rasas loyalitas nasabah. Minimal harus ada tiga hal pokok yang menjadi pilar utama pihak bank dalam menjalankan konsep layanan prima, yakni: peduli pada pelanggan, melayani dengan tindakan terbaik, dan memuaskan pelanggan dengan berorientasi pada standar layanan tertentu. Jadi,

keberhasilan program pelayanan prima tergantung pada penyelarasan kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan tanggungjawab dalam pelaksanaannya.

Langkah-langkah strategis dalam persaingan antar perusahaan jasa khususnya jasa perbankan telah dilaksanakan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. dalam peningkatan kualitas layanan demi meningkatkan efisiensi kinerja operasional serta dalam pemasaran produk-produknya serta memberikan fasilitas perbankan seperti mesin unit kerja hingga mesin ATM untuk memudahkan nasabah dalam bertransaksi. Bentuk pemasaran dan pelayanan yang saling terintegrasi merupakan satu program yang dijalankan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. yaitu dalam memilih lokasi dan menjalankan layanan prima.

Perbandingan jumlah unit kerja perbankan dengan bermacam lokasi yang dipilih dapat dilihat pada gambar berikut ini :



*Sumber : www.alamatbank.com

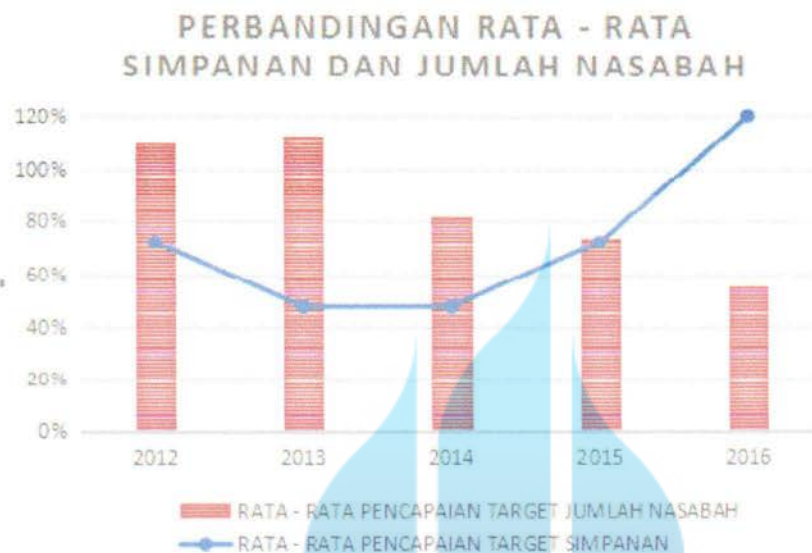
GAMBAR 1.1 PERBANDINGAN JUMLAH UNIT KERJA 3 BANK BUMN SE-KABUPATEN BEKASI

Pada gambar diatas, dapat terlihat perbandingan jumlah unit kerja Bank BRI yang lebih banyak dibandingkan kedua bank BUMN lain yaitu Bank Mandiri dan Bank BNI. Berikut ini adalah data - data pemilihan lokasi unit kerja yang dilakukan oleh pihak manajemen BRI Kantor Cabang Tambun :

TABEL 1.1 DATA ALAMAT UNIT KERJA SUPERVISI BANK BRI KANTOR CABANG TAMBUN

Unit Kerja Supervisi BRI Kantor Cabang Tambun	Alamat Unit Kerja
Unit Tambun	Kecamatan Tambun Selatan
Unit Cibitung	Kecamatan Cibitung
Unit Mangun Jaya	Kecamatan Mangun Jaya
Unit Sukadanau	Kecamatan Sukadanau
Unit Grand Wisata	Kecamatan Grand Wisata
Unit Pondok Timur	Kecamatan Pondok Timur
Unit Padurenan	Kecamatan Padurenan
Unit Sukadanau	Kecamatan Sukadanau
Unit Telaga Asih	Kecamatan Telaga Asih
Unit Pamor	Kecamatan Pamor
Unit Setu	Kecamatan Setu

Dari tabel tersebut, dapat dilihat bahwa Bank BRI memiliki unit kerja terbanyak dan tersebar diberbagai kecamatan pada areal kabupaten Bekasi. Terdapat juga data jumlah nasabah yang dimiliki ketiga bank BUMN yang terdapat di kabupaten Bekasi. Berikut ini data perbandingan jumlah nasabah yang dimiliki ketiga bank BUMN tersebut pada areal kabupaten Bekasi:



**Sumber: Data BRI Kanwil Jakarta 2 Bagian Dana Jasa*

**GAMBAR 1.2 PERBANDINGAN RATA-RATA SIMPANAN DAN
JUMLAH NASABAH**

Dari gambar diatas, menerangkan bahwa, dari setiap target pencapaian setiap tahunnya yaitu 100%, BRI Kantor Cabang Tambun telah berhasil dalam meningkatkan jumlah rata - rata pencapaian volume simpanan namun belum berhasil meningkatkan pencapaian jumlah *outstanding* nasabah yang menunjukkan penurunan dari tahun ke tahun.

Selain data perbandingan rata - rata simpanan beserta jumlah nasabah yang terdapat pada keterangan gambar diatas, terdapat juga data peringkat penilaian layanan prima yang dilakukan secara internal oleh *Service Ambassador* BRI Kantor

Wilayah Jakarta 2 selaku pembina BRI Kantor Cabang Tambun dalam rangka monitoring pelayanan setiap unit kerja sebagai berikut :

TABEL 1.2 DATA PERINGKAT LAYANAN PRIMA BANK BRI KANTOR CABANG TAMBUN

Tahun	Peringkat Layanan Kanca Tambun di Kanwil BRI Jakarta 2 <i>*dari 99 unit kerja</i>	Nilai
2012	48	92,62
2013	55	90,23
2014	58	89,97
2015	62	87,86
2016	69	86,91

Pada tabel diatas, dapat dilihat bahwa Bank BRI Kantor cabang Tambun mengalami penurunan peringkat dari tahun ke tahun dengan nilai yang beragam.

Dapat disimpulkan bahwa latar belakang penulis melakukan penelitian dikarenakan melihat penurunan yang dialami Kantor Cabang tambun baik dari segi jumlah

nasabah dri tahun ke tahun dan juga penurunan peringkat yang cukup signifikan pada bidang pelayanan yang diterapkan Bank BRI Kantor Cabang Tambun. Dari uraian tersebut, penulis tertarik untuk mengangkat judul dalam penulisan laporan ini yaitu

“Pengaruh Lokasi dan Layanan Prima Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jasa Perbankan Nasabah Bank Rakyat Indonesia”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka masalah pokok yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah :

1. “Apakah penentuan lokasi yang diterapkan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Kantor Cabang Tambun dalam pemasaran produk jasa perbankan dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada nasabah?”
2. “Apakah layanan prima yang diterapkan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Kantor Cabang Tambun dalam pemasaran produk jasa perbankan dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada nasabah?”

C. Tujuan dan Kontribusi Penulisan

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penulis dalam melakukan penelitian ini antara lain :

- a. Untuk mengetahui keefektifan penentuan lokasi dan layanan prima yang diterapkan dalam pemasaran produk perbankan pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Tambun.
- b. Untuk mengetahui peningkatan jumlah nasabah pengguna produk jasa perbankan dari segi lokasi dan taraf loyalitas nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Tambun dengan adanya penentuan lokasi dan penerapan layanan prima.

2. Kontribusi Penelitian

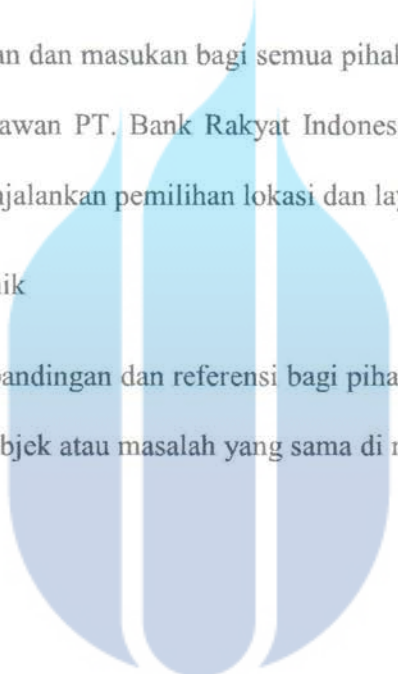
Kontribusi yang penulis sampaikan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Kontribusi Praktik

Sebagai bahan kajian dan masukan bagi semua pihak manajemen, khususnya pimpinan dan karyawan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kanca Tambun dalam menjalankan pemilihan lokasi dan layanan prima.

b. Kontribusi Akademik

Sebagai bahan perbandingan dan referensi bagi pihak-pihak yang melakukan penelitian dengan objek atau masalah yang sama di masa yang akan datang.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA