

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemasaran adalah suatu proses organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingan [1]. Dengan adanya pemasaran maka diharapkan dapat memberikan kepuasan kepada nasabah melalui kualitas produk yang diciptakan dan pelayanan yang berkualitas kepada nasabah sesuai dengan yang dibutuhkan dan diharapkan oleh nasabah itu sendiri. Manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan dari perwujudan, pemberian harga, promosi dan distribusi dari barang-barang, jasa dan gagasan untuk menciptakan pertukaran dengan kelompok sasaran yang memenuhi tujuan pelanggan dan organisasi [2]. Manajemen pemasaran sebagai salah satu kegiatan pokok yang harus dilakukan oleh sebuah perusahaan guna untuk mempertahankan kelangsungan perusahaan dan untuk memperoleh laba dengan memberikan kepuasan kepada nasabah .

Dunia perbankan saat ini khususnya pada perusahaan swasta semakin berkembang dan meningkat setiap tahunnya di Indonesia. Berkembangnya bisnis ini mengakibatkan terjadinya persaingan antar perusahaan sejenis semakin ketat, sehingga tingkat persaingan untuk mendapatkan nasabah baru dan bahkan untuk mempertahankan nasabah lama menjadi semakin sulit. Oleh karena itu sebuah perusahaan perbankan harus mempunyai strategi dalam mempertahankan dan meningkatkan jumlah nasabahnya. Strategi dapat berupa memberikan pelayanan yang berkualitas, (seperti melayani nasabah dengan baik, dan memenuhi kebutuhan serta keinginan dalam melayani nasabah) dan menciptakan suatu kualitas produk unggul yang benar-benar memberikan manfaat sesuai dengan kebutuhan nasabah sehingga dapat memberikan kepuasan kepada nasabah. Dengan adanya kualitas pelayanan yang optimal dan kualitas produk yang unggul maka perusahaan perbankan akan mampu memenuhi harapan dari nasabahnya, dan mampu memenangkan persaingan yang pada akhirnya akan memperoleh laba yang maksimal.

Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan yang untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat [2]. Kualitas pelayanan adalah sebagai alat ukur seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekpektasi pelanggan [3]. Kenyataan ini bisa dilihat, bahwa ada beberapa hal yang dapat memberikan kepuasan pelanggan yaitu nilai total yang dipersepsikan pelanggan yang terdiri dari total manfaat pelanggan dengan manfaat produk, manfaat pelayanan, manfaat personel, manfaat citra dan biaya total pelanggan yang terdiri dari biaya moneter, biaya waktu, biaya tenaga, dan biaya pikiran [2]. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh setiap perusahaan tentunya memiliki tujuan yang merupakan untuk meningkatkan keunggulan bersaing dibidang pelayanan agar dapat membangun loyalitas dan profitabilitas perusahaan dalam jangka panjang, serta menciptakan komunikasi yang efektif kepada nasabah untuk membangun *image* sebagai perusahaan yang berfokus pada nasabah. Maka dari itu perusahaan harus menjaga kualitas pelayanan yang ditawarkan sehingga apa yang didapatkan nasabah melebihi dari harapannya.

Selain kualitas pelayanan, Kualitas produk juga berperan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas produk merupakan faktor utama dalam perusahaan, salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk yang harus memberikan kepuasan kepada pelanggan yang melebihi atau yang tidak sama dengan kualitas produk dari pesaing. Kualitas Produk adalah pemahaman subjektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan dari organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar [4]. Kualitas produk mengacu kepada keseluruhan karakteristik dari produk yang memungkinkan untuk berjalan sesuai dengan yang diharapkan untuk memuaskan kepuasan pelanggan [5]. Dimana suatu produk tersebut memiliki kualitas yang telah ditentukan dan dikondisikan selalu berubah karena selera dan harapan nasabah pada suatu produk selalu berubah. Semakin bertambah dewasa pemikiran nasabah dalam mempertimbangkan kualitas suatu produk yang dipilihnya, sehingga menuntut perusahaan untuk selalu memperbaiki kualitas produk mereka. Oleh karena itu tingkat kepuasan nasabah sangat bergantung pada kualitas suatu produk. Tingkat kualitas produk yang tinggi akan menghasilkan kepuasan nasabah yang tinggi. karena kepuasan nasabah secara

individu sangat sulit untuk dicapai karena keanekaragaman keinginan nasabah, hal ini memerlukan diadakannya pendekatan untuk mendapatkan solusi optimal yang sesuai dengan masing-masing kebutuhan dari nasabah itu sendiri.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka [2]. Oleh sebab itu jika suatu perusahaan ingin bertahan dalam jangka panjang maka perusahaan tersebut harus selalu berinovasi untuk memberikan kualitas pelayanan dan menciptakan produk yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan nasabah.

PT Bank Central Asia Tbk merupakan perusahaan yang bergerak di bidang usaha perbankan yang memiliki jaringan elektronik terbesar dan paling tersebar luas di Indonesia. PT Bank Central Asia telah beroperasi selama 61 tahun, adapun misi dari PT Bank Central Asia Tbk adalah memahami berbagai kebutuhan nasabah dan memberikan layanan finansial yang tepat demi tercapainya kepuasan optimal bagi nasabah, sehingga PT Bank Central Asia Tbk terus menerus bekerja untuk memperluas dan mengembangkan ragam produk dan jasa yang selalu mempertimbangkan kebutuhan nasabah yang selalu berubah.

PT Bank Central Asia Tbk Cabang Tomang Elok Medan merupakan salah satu kantor cabang pembantu yang beralamat di jalan Gatot Subroto komplek Tomang Elok blok B no 113-115b. PT Bank Central Asia Tbk Cabang Tomang Elok Medan selalu berupaya meningkatkan kualitas pelayanannya dengan cara memenuhi apa yang dibutuhkan dan dianggap penting oleh nasabah. Hal ini dikarenakan adanya keluhan kualitas pelayanan yang dialami nasabah terhadap *Service quality* yang berupa sistem antrian yang selalu panjang setiap harinya. Nasabah yang ingin melakukan transaksi cenderung harus menunggu lama apabila ingin bertransaksi yang mengakibatkan nasabah bosan dan memilih kembali pulang daripada menunggu antrian tersebut. Selain dari segi kualitas pelayanan hal lain yang juga harus diperhatikan Oleh PT Bank Central Asia Tbk Cabang Tomang Elok Medan adalah kualitas produknya yaitu salah satu produk BCA yang berupa ATM (*automatic teller machine*) atau sering disebut anjungan tunai mandiri/mesin setoran tunai. Produk ini memiliki keterbatasan yaitu rendahnya limit setoran tunai. Berdasarkan observasi yang saya lakukan, antrian panjang tersebut sering terjadi pada saat tutupnya jam

layanan teller yaitu dari jam 08.00-15.00 WIB sehingga nasabah yang ingin melakukan transaksi penyetoran tunai harus melakukan secara manual sendiri di mesin ATM. Berdasarkan tabel 1.1 dapat diketahui bahwa batas setoran minimal yang dapat disetor nasabah melalui ATM sesuai jenis kartu yaitu 15 juta sampai 50 juta per hari. Namun terdapat keluhan nasabah yaitu terdapat batas per transaksi untuk sekali setor hanya bisa sebanyak 50 lembar saja. Nasabah merasa harus membutuhkan waktu lama untuk menyetorkan uang ke rekeningnya. Dengan lamanya transaksi yang memakan waktu tersebut nasabah merasa terganggu dengan hal lain karena terdapat antrian nasabah lain yang ingin melakukan transaksi yang sama. Hal tersebut disebabkan karena keterbatasan mesin ATM yang tersedia dengan banyak nasabah yang ingin bertransaksi sehingga nasabah merasa tidak nyaman untuk melakukan penyetoran tunai melalui ATM BCA dan lebih memilih alternatif lain yaitu menyetor uang tunai dengan menggunakan ATM bank lainnya karena di ATM bank lainnya batas per transaksi untuk sekali setor sebanyak 99 lembar.

Tabel 1.1 Limit Transaksi Tunai dan Non Tunai per bulan Februari 2016

Jenis Transaksi	Silver	Gold	Platinum	Tapres	BCA Dollar
Tarik Tunai	7 Jt	10 Jt	10 Jt	10 Jt	10 Jt
Transfer Sesama	25 jt	50 Jt	100 Jt	50 Jt	-
Transfer beda bank	10 Jt	15 Jt	25 Jt	15 Jt	-
Transfer Rp - FC	15 Jt	15 Jt	15 Jt	15 Jt	-
Transfer FC - Rp	-	-	-	-	25 Jt
Setor tunai	15 Jt	30 Jt	50 Jt	30 Jt	-
Debit	25 Jt	50 Jt	100 Jt	50 Jt	-

Sumber : PT Bank Central Asia Tbk per Februari (2016)

Berdasarkan uraian dan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Central Asia Tbk Cabang Tomang Elok Medan“**

1.2 Rumusan masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain:

- a. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah di PT Bank Central Asia Tbk cabang Tomang Elok Medan?

- b. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah di PT Bank Central Asia Tbk cabang Tomang Elok Medan?
- c. Apakah Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah di PT Bank Central Asia Tbk cabang Tomang Elok Medan?

1.3 Ruang Lingkup

Adapun ruang lingkup penelitian ini antara lain :

- a. Variabel Terikat dalam penelitian ini adalah Kepuasan Nasabah.
- b. Variabel Bebas dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk
- c. Objek penelitian atau responden yang akan diteliti adalah nasabah yang bertransaksi di PT Bank Central Asia Cabang Tomang Elok Medan.
- d. Periode penelitian di mulai dari tahun 2018.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di PT Bank Central Asia Tbk cabang Tomang Elok Medan.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah di PT Bank Central Asia Tbk cabang Tomang Elok Medan.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah di PT Bank Central Asia Tbk cabang Tomang Elok Medan.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

- a. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak PT Bank Central Asia Tbk khususnya kantor cabang Tomang Elok dan perusahaan perbankan lain tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk dimasa yang akan datang.

b. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya keilmuan bidang pemasaran dan berguna dalam pengembangan ilmu manajemen serta sebagai bahan kajian bagi peneliti selanjutnya mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah.

1.6 Originalitas

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian terdahulu dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada AL PT BPR Balidana Niaga Denpasar (studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Udayana (UNUD) [6].

Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini :

- a. Penelitian sebelumnya menggunakan variabel Kualitas Pelayanan Sedangkan pada penelitian ini penulis menambahkan variabel Kualitas Produk. Alasan menggunakan variabel kualitas produk yaitu karena Konsumen akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas [7]. Kualitas produk harus diperhatikan oleh perusahaan sebab nasabah cenderung akan membandingkan kualitas produk dengan perusahaan pesaing lainnya untuk mencari mana yang tepat dan merasa puas sesuai dengan kebutuhan nasabah itu sendiri .
- b. Pada penelitian terdahulu, objek penelitian adalah AL PT BPR Balidana Niaga Denpasar, sedangkan peneliti meneliti pada PT Bank Central Asia Tbk cabang Tomang Elok Medan.
- c. Tahun yang diteliti oleh penelitian sebelumnya dilakukan pada tahun 2015, sedangkan penelitian ini dimuali dari tahun 2018 (periode bulan Februari – bulan Agustus).