

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan global saat ini telah menjadi hal yang tak dapat dihindari dalam industri di seluruh dunia. Hal ini ditandai oleh perubahan yang cepat dalam bidang komunikasi, informasi, dan teknologi. Di era komunikasi, informasi, dan teknologi, baik dalam sektor manufaktur maupun jasa, diperlukan kemampuan baru agar perusahaan dapat berhasil secara kompetitif. Syarat yang harus dipenuhi oleh satu perusahaan agar tetap bertahan dan mencapai kesuksesan dalam persaingan adalah usaha menciptakan dan mempertahankan pelanggan karena pelanggan merupakan faktor terpenting bagi perkembangan suatu perusahaan.

Menurut Cindiana (2020), semakin banyaknya bank di sektor perbankan berpotensi untuk mendorong perbankan menjadi lebih bersaing, meningkatkan efisiensi, dan meningkatkan kesehatan perbankan. Persaingan perusahaan industri sampai dirasakan oleh perusahaan yang bergerak dibidang jasa keuangan seperti bank di Kota Bogor yang terlihat pada tabel berikut ini.

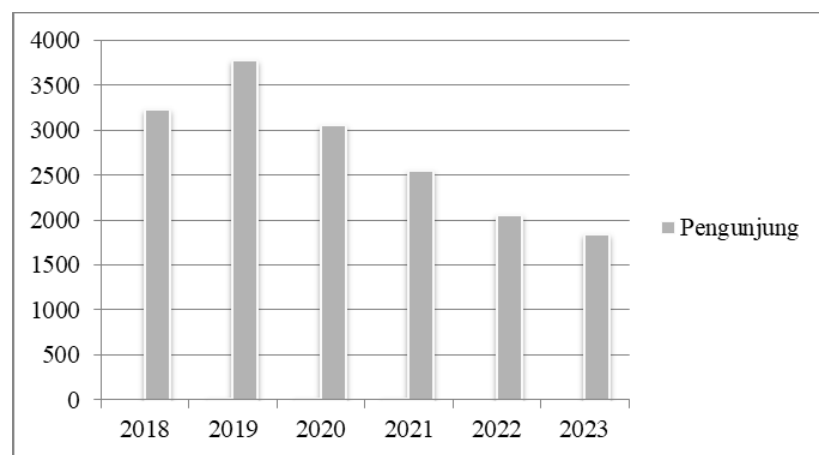
Tabel 1
Bank Terbaik di Kota Bogor

No	Nama	Google Ranking	Alamat
1	Bank Negara Indonesia (BNI)	4,5	Jl. Pajajara No.22, RT.03/RW.01, Cibuluh, Bogor Utara
2	Bank Syariah Indonesia (BSI)	4,2	Jl, Raya Pajajaran No.256 B, RT.05/RW.02,Bantarjati, Bogor Utara
3	CIMB Niaga	4,1	Jl, Raya Pajajaran No.35, RT.02/RW.01, Babakan , Bogor Tengah
4	Bank Mandiri	4,0	Jl. Ir. H.Juanda No.12, RT.01/RW.01,Pabaton,Bogor Tengah
5	Bank Permata	3,9	Jl. Dewi Sartika No.46/48 blok D 01RT.01/RW.04 ,Pabaton, Bogor Tengah
6	Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN)	3,9	Jl. Raya Pajajaran No.63, RT.03/RW.13, Bantarjati, Bogor Utara
7	Bank Central Asia (BCA)	3,8	Jl. Raya Pajajaran No.5 & 6,RT.008/RW.009, Bantarjati, Bogor Utara
8	Bank Rakyat Indonesia (BRI)	3,4	Jl. Dewi Sartika No.6 , RT.01/RW.01, Pabaton, Bogor Tengah
9	Maybank	3,4	Jl. Raya Pajajaran No.81 H, RT.1/RW.5, Bantarjati, Bogor Utara

Sumber: Website, (2023)

Dari tabel 1 di atas, persaingan pada bank di Kota Bogor semakin ketat. Tidak dapat dipungkiri bahwa setiap bank harus mengadopsi berbagai strategi untuk menarik minat masyarakat. Kegiatan usaha suatu perusahaan tidak dapat berjalan tanpa adanya pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan harus memiliki kemampuan untuk memberikan perhatian berharga dan memberikan kesan positif kepada pelanggan. Bank BTPN merupakan salah satu penyedia layanan

rekening Jenius, hasil dari penggabungan antara Bank Tabungan Pensiunan Nasional Tbk (BTPN) dan PT Bank Sumitomo Mitsui Indonesia (SMBCI). Bank ini fokus melayani berbagai segmen, termasuk pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), pensiunan, komunitas prasejahtera, kelas konsumen, hingga korporasi masyarakat. Produk yang di tawarkan oleh Bank BTPN yaitu diantaranya, *wholesale banking business*, BTPN sinaya, BTPN purna bakti, BTPN mitra usaha rakyat, BTPN mitra bisnis, BTPN wow!, dan jenius, (<https://flip.id/blog/bank-btpn>, 15 juli 2021). Salah satu faktor yang sangat berharga dalam persaingan dan dapat memberikan kesan yang signifikan kepada pelanggan adalah memberikan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan bank BTPN memberikan dampak pada penurunan jumlah nasabah bank BTPN seperti pada gambar berikut ini.



Sumber: Bank BTPN, (2023)

Gambar 1
Data Nasabah Bank BTPN Tahun 2018-2023

Sejak pada tahun 2018, Bank BTPN seketika menarik perhatian warga Kota Bogor dengan dapat dilihat bahwa Bank BTPN mengalami fluktuasi pada data jumlah konsumen dari pada data jumlah pelanggan dari tahun 2018-2023.

Penurunan jumlah konsumen pertahun lebih banyak terjadi dibandingkan dengan kenaikan jumlah konsumen. Penurunan yang beruntun terjadi pada tahun 2020 sampai dengan tahun 2022 dan terjadi juga pada tahun 2023. Bank BTPN mengalami penurunan yang signifikan pada tahun 2020, karena pada saat itu mengalami pandemi Covid-19, banyak yang meninggal, banyak pelunasan pinjaman di *take over* bank lain, pelanggan ambil gaji di bank lain seperti (ATM, kantor pos yang berkerjasama dengan Bank BTPN) sehingga jumlah pelanggan menurun lebih banyak dibandingkan tahun sebelumnya.

Kepuasan pelanggan merupakan hal pokok yang tidak boleh diabaikan bagi suatu perusahaan yang bergerak dibidang jasa Perbankan. Kepuasan pelanggan yang sudah dirasakan akan dapat menyebabkan kepercayaan yang disusul keputusan pembelian kembali dari pelanggan, ketika seorang pelanggan sudah percaya pada produk atau jasa tertentu. Menurut Suryati (2015:87), kepuasan pelanggan merupakan persepsi atas kinerja dan harapan pelanggan terhadap produk atau jasa yang digunakan. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan akan merasa puas begitupun sebaliknya jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan akan merasa tidak puas. Kepuasan pelanggan bermakna perbandingan antara apa yang diharapkan konsumen dengan apa yang dirasakan konsumen ketika menggunakan produk tersebut. Menurut Aswad et al., dalam Meryanti & Purba (2020:86), bahwa ada beberapa indikator yang dipakai untuk menilai kepuasan pelanggan yaitu kinerja, harga, dan ekspektasi. Untuk mengetahui nasabah merasa puas atau tidak, maka

dilakukan prasurvey mengenai kepuasan pelanggan Bank BTPN Kota Bogor.

Adapun hasil yang didapat, dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 2
Hasil Jawaban Kuesioner Prasurvey Kepuasan Pelanggan

No	Pernyataan	Presentase	
		Setuju	Tidak Setuju
1	Apakah kinerja Bank BTPN sesuai dengan harapan anda?	43,3%	56,7%
2	Apakah anda merasa puas dengan harga yang ditetapkan Bank BTPN?	36,7%	63,3%
3	Apakah Bank BTPN sesuai dengan informasi yang anda dapatkan?	30%	70%

Sumber: Data Primer Penelitian, 2023

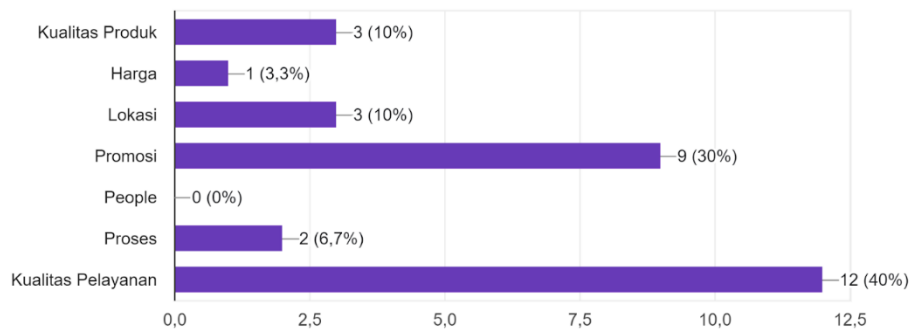
Dari tabel 2 di atas, dapat dilihat bahwa seluruh indikator dinilai tidak memuaskan menurut nasabah Bank BTPN. Sebanyak 17 nasabah menilai bahwa kinerja Bank BTPN masih kurang sesuai dengan harapan nasabah. Selain itu, sebanyak 19 nasabah menilai bahwa harga yang ditetapkan Bank BTPN pada biaya transfer, admin bulanan, dan sebagainya masih terbilang mahal, sehingga nasabah merasa kurang puas. Lalu sebanyak 21 nasabah menilai bahwa Bank BTPN tidak sesuai dengan informasi yang nasabah dapatkan dari kerabat maupun pemasar. Menurut Lupiyoadi dalam Adhari (2021:46), mengatakan bahwa faktor-faktor yang mendorong kepuasan konsumen terdiri dari produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses, layanan konsumen.

Untuk menentukan faktor apa saja yang paling mempengaruhi kepuasan nasabah Bank BTPN Kota Bogor, maka peneliti melakukan

prasurvey kepada 30 nasabah Bank BTPN Kota Bogor. Adapun hasil yang didapatkan dapat dilihat pada gambar berikut ini.

menurut anda, faktor apa yang membuat anda merasa puas menjadi nasabah Bank BTPN Kota Bogor?

30 jawaban



Sumber: Data Primer Penelitian, Diolah 2023

Gambar 2
Hasil prasurvey faktor yang mempengaruhi

Dari hasil prasurvey yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa sebanyak 12 nasabah memilih kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan mereka. Kemudian sebanyak 9 nasabah memilih promosi yang mempengaruhi kepuasan mereka. Maka dari teori dan hasil prasurvey yang sudah dikumpulkan, peneliti memilih kualitas pelayanan dan promosi sebagai variabel bebas dalam penelitian ini.

Menurut Nasution dalam Maskuri (2018:184), kualitas Pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Pada dasarnya kualitas pelayanan berperan penting untuk memuaskan harapan dan keinginan yang dimiliki pelanggan. Karakteristik dari suatu pelayanan menurut Maskuri (2018:185), meliputi keandalan, daya tanggap, kepastian, empati, dan berwujud. Untuk mengetahui

penilaian nasabah terhadap kualitas pelayanan yang diberikan Bank BTPN Kota Bogor, maka dilakukan prasurvey kepada nasabah Bank BTPN Kota Bogor. Adapun hasil yang didapatkan, dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 3
Hasil Jawaban Kuesioner Prasurvey Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	Presentase	
		Setuju	Tidak Setuju
1	Apakah Bank BTPN memberikan fasilitas yang baik terhadap nasabah?	70%	30%
2	Apakah pelayanan yang diberikan sudah sesuai yang diharapkan?	36,7%	63,3%
3	Apakah karyawan Bank BTPN memberikan penyampaian informasi dengan jelas?	80%	20%
4	Apakah karyawan Bank BTPN memberikan penanganan keluhan dengan baik?	26,7%	73,3%
5	Apakah karyawan Bank BTPN memberikan perhatian secara pribadi pada nasabah?	40%	60%

Sumber: Data Primer Penelitian, 2023

Dari tabel 3 di atas, dapat dilihat bahwa sebanyak 63,3% nasabah menilai pelayanan yang diberikan oleh karyawan Bank BTPN Kota Bogor belum sesuai dengan yang diharapkan. Selain itu sebanyak 73,3% nasabah menilai bahwa karyawan Bank BTPN Kota Bogor belum memberikan penanganan keluhan dengan baik. Dan sebanyak 60% nasabah menilai karyawan Bank BTPN Kota Bogor kurang memberikan perhatian secara pribadi kepada nasabah.

Menurut Lupiyoadi dalam Suryani et al., (2022:48), promosi merupakan salah satu variabel yang terdapat dalam bauran pemasaran yang memiliki peranan penting untuk mengkomunikasikan keberadaan dan nilai

produk kepada calon pelanggan. Cara memperkenalkan produk kepada pelanggan dan calon pelanggan melalui periklanan, penjualan perorangan, promosi penjualan dan pemasaran langsung. Menurut Kotler dalam Suryani et al., (2022:157), promosi memiliki lima indikator yaitu frekuensi promosi, kualitas promosi, kuantitas promosi, waktu promosi, dan kesesuaian sasaran promosi. Untuk mengetahui penilaian nasabah mengenai promosi yang dilakukan oleh Bank BTPN Kota Bogor, maka dilakukan prasurvey mengenai promosi. Adapun hasil dari prasurvey yang dilakukan dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4
Hasil Jawaban Kuesioner Prasurvey Promosi

No	Pernyataan	Presentase	
		Setuju	Tidak Setuju
1	Bank BTPN melakukan banyak promosi produk di berbagai media sosial.	43,3%	56,7%
2	Promosi Bank BTPN sangat baik dalam penyampaian pesan.	36,7%	63,3%
3	Bank BTPN melakukan promosi sebanyak 5 kali dalam sebulan di sosial media.	60%	40%
4	Waktu promosi yang dilakukan Bank BTPN sangat singkat	30%	70%
5	Promosi yang dilakukan Bank BTPN sudah sesuai dengan sasaran pasar.	60%	40%

Sumber: Data Primer Penelitian, 2023

Berdasarkan hasil data Prasurvey tabel 4 pada variabel promosi, menunjukan ada beberapa masalah terkait promosi yang masih perlu mendapat perhatian dalam layanan Bank BTPN. Dapat dilihat bahwa sebanyak 17 nasabah menilai bahwa frekuensi promosi Bank BTPN di media sosial masih sedikit. Selain itu sebanyak 19 nasabah menilai bahwa promosi yang dilakukan

Bank BTPN masih kurang baik dalam menyampaikan pesan. Dan juga sebanyak 21 nasabah menilai bahwa waktu dalam promosi yang dilakukan Bank BTPN sangat singkat untuk sebuah iklan promosi.

Era globalisasi yang kian berkembang dan pertumbuhan penduduk di Indonesia yang sangat pesat, mendorong perusahaan-perusahaan industri yang bergerak dibidang jasa untuk terus berkembang guna dapat memenuhi segala kebutuhan masyarakat. maka, diperlukan kajian pembahasan penelitian mengenai kepuasan pelanggan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Berdasarkan dari latar belakang yang ada dan fenomena yang ditemukan, peneliti bermaksud membuat penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Bank BTPN Cabang Kota Bogor”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijabarkan di atas, maka peneliti dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut.

1. Terjadi penurunan jumlah pelanggan pada Bank BTPN Cabang Kota Bogor.
2. Pelayanan yang diberikan oleh karyawan Bank BTPN Cabang Kota Bogor belum sesuai dengan yang diharapkan.
3. Karyawan Bank BTPN Cabang Kota Bogor belum memberikan penanganan keluhan dengan baik.

4. Karyawan Bank BTPN Cabang Kota Bogor kurang memberikan perhatian secara pribadi kepada nasabah.
5. Kurangnya promosi di media sosial yang dilakukan Bank BTPN Cabang Kota Bogor.
6. Kurang baiknya penyampaian pesan pada promosi yang dilakukan Bank BTPN Cabang Kota Bogor.
7. Kurangnya durasi waktu pada promosi yang dilakukan Bank BTPN Cabang Kota Bogor.
8. Kinerja Bank BTPN Cabang Kota Bogor tidak sesuai dengan harapan nasabah.
9. Harga yang ditetapkan Bank BTPN Cabang Kota Bogor tidak sesuai dengan keinginan nasabah.
10. Informasi mengenai Bank BTPN Cabang Kota Bogor tidak sesuai dengan informasi yang didapatkan nasabah.

C. Batasan Masalah

Dalam setiap penelitian terdapat batasan-batasan masalah, hal ini bertujuan agar perusahaan mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen sehingga dapat memberikan kepuasan pada konsumen. Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, banyak kemungkinan hubungan yang dapat dipilih sebagai kajian dalam penelitian ini. Dari kajian teoritis dan dilakukannya prasurvey faktor yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan kepada nasabah Bank BTPN Cabang Kota Bogor yang hasilnya

kualitas pelayanan dan promosi menjadi variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Bank BTPN Cabang Kota Bogor. Oleh karena itu, batasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Lokasi penelitian dilakukan di Bank BTPN Cabang Kota Bogor.
2. Objek penelitian adalah nasabah Bank BTPN Cabang Kota Bogor.
3. Penelitian ini hanya dibatasi pada pengaruh kualitas pelayanan dan promosi sebagai variabel bebas dan kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, dan batasan masalah maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Bank BTPN di Kota Bogor?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Bank BTPN di Kota Bogor?
3. Apakah kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Bank BTPN di Kota Bogor?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan batasan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Bank BTPN di Kota Bogor.

2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan Bank BTPN di Kota Bogor.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan pelanggan Bank BTPN di Kota Bogor.

F. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan yang dapat diperoleh dari pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Peneliti dapat memahami, mempelajari dan menambah ilmu pengetahuan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan pelanggan dan dapat mempraktikkan teori yang diperoleh selama perkuliahan didalam dunia kerja.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak perusahaan yaitu sebagai masukan dan bahan pertimbangan dalam mengembangkan dan menyempurnakan kebijakan perusahaan, terutama yang berhubungan dengan kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan pelanggan di Bank BTPN di Kota Bogor.

3. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pembaca untuk mendapatkan informasi tambahan dan ilmu yang bermanfaat sebagai referensi untuk mempelajari masalah-masalah mengenai manajemen

pemasaran serta mengenai kualitas pelayanan dan promosi dalam perusahaan yang bergerak dibidang keuangan yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

G. Sistematika Penelitian

Untuk memberikan gambaran yang menyeluruh mengenai penelitian ini, terdapat susunan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini peneliti menguraikan latar belakang masalah penelitian, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian yang akan dicapai dalam melakukan penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini diuraikan mengenai landasan teori yang berkenaan dengan permasalahan yang akan dibahas pada penelitian seperti pengertian kualitas pelayanan, definisi promosi, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan mengenai metode penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, variabel

penelitian, operasional variabel, jenis dan sumber data, serta metode analisis data yang digunakan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dijelaskan tentang data yang selanjutnya dianalisis dengan teknik-teknik statistis dan juga untuk menjawab secara pasti permasalahan yang sudah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan dijelaskan tentang kesimpulan dari hasil pembahasan dari analisis data yang telah diuraikan serta saran-saran untuk menunjang penelitian selanjutnya.