

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Industri perbankan adalah cerminan sebuah bisnis jasa yang sangat kompleks, dinamis dengan tingkat persaingan yang tinggi, *highly regulated* dengan tingkat *compliances* yang tinggi, *prudence* seiring dengan fungsinya sebagai lembaga kepercayaan masyarakat. Bank harus senantiasa memelihara posisi bersaingnya melalui pemeliharaan *sustainability* di industri perbankan. Bank harus memiliki strategi pemasaran yang baik dan diimplementasikan melalui bauran pemasaran yang handal kemudian dieksekusi dengan nilai-nilai dan budaya perusahaan yang kuat, sehingga *value* yang dihasilkan dapat terhanantar dengan optimal kepada *stakeholder* (Thompson & Strickland, 2003, David, 2007).

Seiring dengan semakin dinamisnya persaingan dan dinamika lingkungan bisnis perbankan saat ini dan dipicu oleh nasabah yang semakin “*bank minded*”, maka bank dituntut untuk selalu memperbaharui strategi pemasaran untuk menjamin penguasaan pangsa pasar. Semakin dinamis strategi pemasaran, maka implementasinya akan menuntut budaya yang semakin berorientasi kepada pelanggan. Orientasi pelanggan adalah salah satu karakteristik budaya berorientasi pasar (Yoon & Lee, 2005).

Dengan semakin banyaknya usaha perbankan saat ini, menjadikan nasabah memiliki kesempatan untuk memilih bank mana yang mereka percayai untuk menyimpan dananya. Menurut Kotler (2005) terdapat enam alasan untuk institusi perlu mendapatkan loyalitas pelanggan. Pertama pelanggan yang ada lebih

prospektif, maksudnya pelanggan loyal akan memberi keuntungan besar kepada institusi. Kedua, biaya mendapatkan pelanggan baru jauh lebih besar dibandingkan menjaga dan mempertahankan pelanggan yang ada. Ketiga pelanggan yang sudah percaya kepada institusi dalam suatu urusan maka akan percaya juga dalam urusan lainnya. Keempat biaya operasi institusi akan menjadi lebih efisien jika memiliki banyak pelanggan loyal. Kelima institusi dapat mengurangi biaya psikologis serta sosial dikarenakan pelanggan lama telah mempunyai banyak pengalaman positif dengan institusi. Keenam pelanggan yang loyal akan selalu membela institusi bahkan berusaha pula menarik dan memberi saran kepada orang lain untuk menjadi pelanggan institusi tersebut.

Menurut Supranto (2001) mengatakan bahwa aspek kepuasan konsumen adalah ketanggapan pelayanan (*responsiveness of service*), kecepatan transaksi (*speed of transaction*), keberadaan pelayanan (*availability of service*), profesionalisme (*profesionalisme*), kepuasan menyeluruh dengan jasa atau pelayanan (*over all satisfaction with service*). Dengan tercapainya kepuasan nasabah Kantor Cabang Payakumbuh akan produk Tabungan Sikoci Bank Nagari maka akan timbul juga loyalitas nasabah tersebut ke Bank Nagari Cabang Payakumbuh.

Bank Nagari adalah sebuah bank yang dimiliki Pemerintah Daerah berhadapan secara *head-to-head* dengan bank-bank kelas nasional dan asing diwilayah operasionalnya di Sumatera Barat. Pada awal berdirinya, Bank Nagari mempunyai nama PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat. Bank Nagari didirikan pada tanggal 12 Maret 1962. Semenjak berdirinya dan sampai saat ini

PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat terus melakukan penambahan modal, perubahan struktur organisasi serta kegiatan usaha yang disesuaikan dengan kebutuhan dan perkembangan bank dari tahun ke tahun.

Bank Nagari memiliki tugas melayani nasabah, menawarkan produk jasa perbankan, serta menghimpun dan menyalurkan dana pada masyarakat. Bank Nagari dalam melakukan kegiatan usahanya menawarkan beberapa produk simpanan kepada masyarakat seperti Giro, Tabungan Sikoci, Tabungan Simpeda, Tabunganku, Tabungan Tahari, dan Deposito Berjangka.

Produk Tabungan Sikoci merupakan salah satu unggulan Bank Nagari yang ditawarkan baik oleh Kantor Cabang Payakumbuh, Kantor Cabang Pembantu Pasar Ibu dan Kantor Cabang Pembantu Dangung-Dangung yang telah terintegrasi ke dalam jaringan sistem *real time online*. Setiap nasabah dari Tabungan Sikoci ini akan memperoleh buku tabungan sebagai bukti kepemilikan tabungan dan mendapatkan kartu serba guna yang berfungsi sebagai kartu ATM dan kartu debit. Tabungan Sikoci ini mulai dikenalkan pada masyarakat sejak tanggal 10 Oktober 2001 dalam rangka menghimpun dana dari masyarakat.

Peningkatan penguasaan pangsa pasar dan peningkatan posisi bersaing di Kota Payakumbuh dan Kabupaten Lima Puluh Kota adalah sasaran strategis utama yang harus dicapai Bank Nagari Cabang Payakumbuh melalui implementasi strategi pemasaran dalam mengeksekusi Visi Bank Nagari untuk menjadi Bank Pembangunan Daerah terkemuka dan terpercaya di Indonesia serta mengeksekusi misi Bank Nagari yaitu memberikan kontribusi dalam mendorong

pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat serta memenuhi dan menjaga kepentingan *stakeholder* secara konsisten dan seimbang.

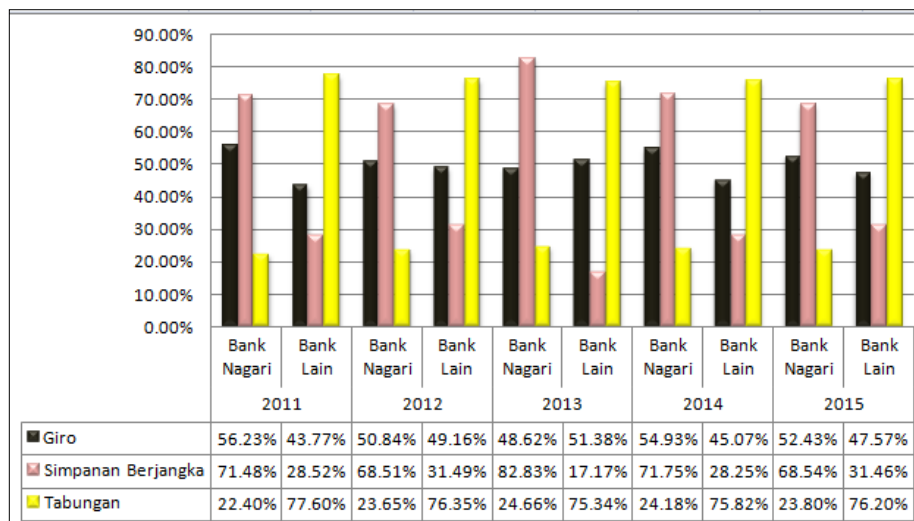
Berdasarkan fenomena yang diperoleh melalui observasi diketahui bahwa penguasaan pangsa pasar Bank Nagari Cabang Payakumbuh di Kota Payakumbuh dan Kabupaten Lima Puluh Kota untuk posisi simpanan masyarakat memiliki kecenderungan menurun meskipun Bank Nagari masih mampu mempertahankan posisi pangsa pasar untuk simpanan masyarakat dikisaran 24% sampai dengan 27%, sebagaimana terlihat pada tabel 1.1.

**Tabel 1.** Perkembangan *market share* Bank Nagari Cabang Payakumbuh Terhadap Dana Simpanan Masyarakat di Kota Payakumbuh dan Kabupaten Lima Puluh Kota

|                     | (dalam %)    |              |              |              |              |
|---------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| <b>Market Share</b> | <b>2011</b>  | <b>2012</b>  | <b>2013</b>  | <b>2014</b>  | <b>2015</b>  |
| Giro                | 73,37        | 78,78        | 86,12        | 77,61        | 66,03        |
| Simpanan            | 10,75        | 11,00        | 13,56        | 10,89        | 21,11        |
| Tabungan            | 19,15        | 18,93        | 20,07        | 20,63        | 20,05        |
| <b>Total</b>        | <b>26,04</b> | <b>25,38</b> | <b>27,92</b> | <b>24,33</b> | <b>24,88</b> |

Sumber: Bank Nagari Cabang Payakumbuh dan Statistik Ekonomi Keuangan Daerah Bank Indonesia

Produk tabungan Sikoci dipilih dalam penelitian ini karena Tabungan Sikoci merupakan produk tabungan unggulan yang hanya ditawarkan oleh Bank Nagari, sedangkan produk tabungan lainnya merupakan produk tabungan umum yang juga ditawarkan oleh Bank Pembangunan Daerah (BPD) lainnya di Indonesia. Menurunnya trend penguasaan pangsa pasar Bank Nagari Cabang Payakumbuh dalam posisi simpanan dana masyarakat dalam kurun waktu 2011 sampai dengan 2015 memberikan indikasi awal bahwa terdapat permasalahan dalam implementasi strategi pemasaran Bank Nagari Cabang Payakumbuh.



**Gambar 1.** Market Share Bank Nagari dan Bank Lain Dibandingkan Pertumbuhan Dana Pihak Ketiga (DPK) di Sumatera Barat

Jika dilihat pada Gambar 1, terlihat bahwa *market share* tabungan Bank Nagari lebih kecil dibandingkan bank lain, dan cenderung menurun dari Tahun 2014. sedangkan untuk simpanan berjangka (deposito), Bank Nagari memiliki *market share* yang lebih besar. Hal ini tentunya berkaitan dengan strategi marketing mix yang dilakukan oleh Bank Nagari (*Product, Price, Promotion, Place, People, Process* dan *Physical Evidence*).

Persaingan perbankan pada daerah Kota Payakumbuh dan Kabupaten Lima Puluh Kota cukup unik, hal ini dikarenakan banyaknya bank nasional dan swasta seperti BNI, BNI Syariah, BRI, BRI Syariah, Mandiri, BSM, BCA, BTPN, Bank Danamon, Bank Bukopin, Bank Bukopin Syariah, Bank CIMB Niaga, dan lain sebagainya. Selainnya itu persaingan yang dihadapi oleh Bank Nagari juga dengan Bank Perkreditan Rakyat (BPR) seperti BPR Harau, BPR Tambun Ijuk, BPR Rangkiang Denai, BPR Gema Ampek Koto Sejahtera, BPR Dharma Pejuang Empat Lima, dan BPR Suliki Gunung Mas.



Tabungan Sikoci merupakan *product* (produk) unggulan Bank Nagari yang berorientasi pada kepuasan nasabah, maka dalam melaksanakan strategi pemasaran jasa, Bank Nagari memberikan dan menawarkan berbagai fasilitas dan keuntungan pada masyarakat. Dari segi *Price* (harga) Tabungan Sikoci memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam pembukaan rekening Tabungan Sikoci dengan mewajibkan nasabahnya melakukan setoran awal hanya sebesar Rp.25.000,- (dua puluh lima ribu rupiah). Setiap bulannya yang masih terjangkau oleh nasabah. Selain itu tingkat suku bunga yang menarik dan dihitung berdasarkan saldo harian sehingga memotivasi mereka untuk membuka Tabungan Sikoci di Bank Nagari.

Dalam konsep *promotion* (promosi), Bank Nagari melakukan serangkaian promosi dari produk Tabungan Sikoci melalui berbagai media seperti media iklan di radio, membuat spanduk, baliho dan brosur yang banyak disebarakan pada institusi-institusi seperti perkantoran, sekolah dan perguruan tinggi serta menjadi sponsor dalam berbagai acara juga dilakukan Bank Nagari untuk menawarkan dan mengenal tabungan Sikoci ini. Selain itu nasabah Tabungan Sikoci Bank Nagari diikutsertakan pada program undian dengan minimal saldo Rp.100.000,- (seratus ribu rupiah) yang dilaksanakan dua kali dalam setahun dengan penawaran hadiah yang sangat menarik bagi Nasabah. Fasilitas lainnya yang dapat dipromosikan kepada nasabah yaitu Tabungan Sikoci dapat dijadikan sarana pembayaran rekening listrik, rekening telpon rekening air, uang kuliah, PBB dan pajak lainnya, kiriman uang, dan lain sebagainya.

Tempat atau lokasi (*place*) yang strategis menjadi salah satu keuntungan bagi Bank Nagari Cabang Payakumbuh karena mudah dijangkau oleh nasabah sehingga untuk pengembalian dan penyetoran serta pemindah bukuan Tabungan Sikoci dapat dilakukan disemua Kantor Bank Nagari (*System On-line*). Saat ini Bank Nagari Payakumbuh memiliki Kantor Basis di pusat kota, di Jl. Sudirman No. 17A Kota Payakumbuh, dan sudah membukan dua Kantor Cabang Pembantu di daerah Pasar Ibul serta Dangung-dangung, selain itu Bank Nagari Cabang Payakumbuh juga memiliki tga kantor kas yaitu di Kantor Bupati Kabupaten Lima Puluh Kota di daerah Sarilamak, di RSUD Adnan WD, serta di daerah Lareh Sago Halaban. Jika dilihat dari lokasi Kantor Cabang Pembantu dan Kantor Kas yang didirikan, sudah mudah menjangkau masyarakat di Kota Payakumbuh dan Kabupaten Lima Puluh Kota. Selain lokasi kantor, untuk mempermudah transaksi keuangan melalui Tabungan Sikoci, penarikan uang melalui ATM dapat dilakukan pada semua gerai ATM Bank Nagari atau melalui ATM bersama diseluruh Indonesia.

*People* (orang) merupakan aset utama dalam industri jasa perbankan dalam hal ini adalah karyawan dan karyawan Bank Nagari yang berada pada posisi depan (*front liner*) yaitu pihak keamanan dan *Front Office* yaitu *Customer Service* dan *Teller*, yang langsung bertemu dan memberikan *service* kepada nasabahnya, baik untuk menangani keluhan nasabah, pemberian informasi maupun pelayanan nasabah dalam transaksi keuangan yang dilakukan dengan pelayanan yang ramah, baik, cepat dan tepat. Selainnya itu juga ada *Back Officer* serta *Funding Officer* juga memegang peranan penting dalam meningkatkan pelayanan terhadap

nasabah. Karyawan yang bekinerja tinggi akan menyebabkan nasabah puas dan loyal terhadap Bank Nagari. Oleh sebab itu untuk mempersiapkan karyawan yang berkualitas yang nantiya menjadi ujung tombak Bank Nagari, maka pihak manajemen Bank Nagari terus meningkatkan pelatihan dan kreativitas karyawan melalui adanya pelatihan dan pengembangan karyawan yang diberikan pada setiap karyawan Bank Nagari. Dengan demikian akan memberikan rasa percaya dan aman untuk setiap nasabah Bank Nagari dalam bertransaksi di Bank Nagari.

Untuk *process* (proses) diimplementasikan Bank Nagari dengan persyaratan yang diberikan kepada calon nasabah untuk membuka Tabungan Sikoci yang tidak sulit, cukup mengisi formulir permohonan, memberikan foto copy KTP, SIM atau Pasport (WNA) dan melakukan setoran awal Rp.25.000,- (dua puluh lima ribu rupiah). Bagi seluruh nasabah Tabungan Sikoci otomatis langsung mendapatkan pertanggungan asuransi jiwa. Sehingga terciptanya rasa aman dan transparan bagi setiap nasabah Tabungan Sikoci yang menabung di Bank Nagari.

Sebagai Bank Pembangunan Daerah yang berada di Kota Payakumbuh, Kantor Basis Bank Nagari Cabang Payakumbuh berada di jalan utama Kota Payakumbuh serta Kantor Cabang Pembantu dan Kantor Kas yang tersebar di Kabupaten Lima Puluh Kota, saat ini telah mendirikan gedung dengan desain yang menarik baik untuk tatanan bangunan maupun tata ruang pelayanan dengan desain yang menarik, luas, bersih dan nyaman, ditambah dengan penampilan seluruh karyawan dan personel yang menarik yaitu dengan menggunakan seragam dengan nuansa warna yang cerah, menarik dan berbeda pada hari-hari kerja.

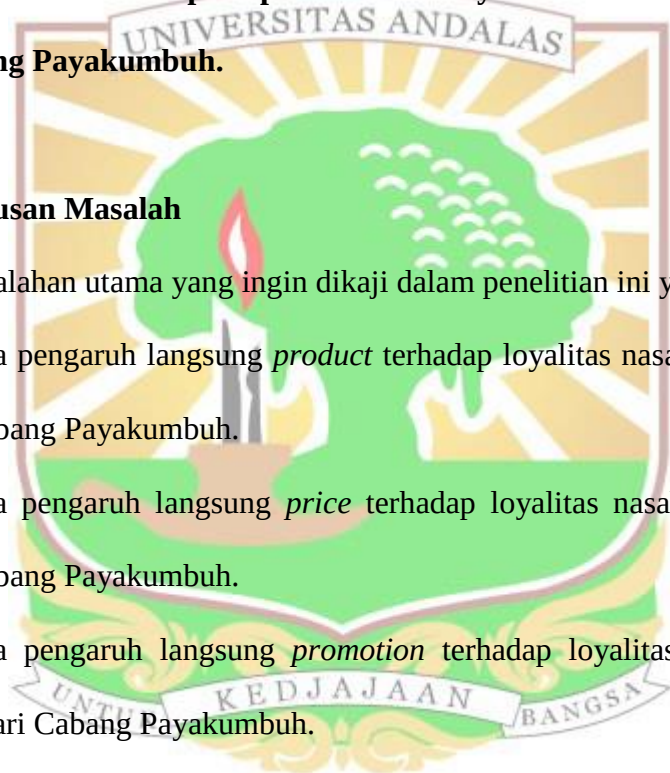


Indikasi dari strategi pemasaran Tabungan Sikoci tersebut diharapkan dapat terciptanya kepuasan yang dirasakan oleh nasabah sehingga akan membuat nasabah menjadi loyal ke Bank Nagari. Berdasarkan uraian diatas, maka penulis bermaksud untuk mengetahui pengaruh implementasi strategi pemasaran Tabungan Sikoci yang telah di lakukan terhadap loyalitas nasabah. Hasil penelitian akan dituliskan dalam tesis berjudul **Analisis Strategi Marketing Mix Tabungan Sikoci Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Pada Bank Nagari Cabang Payakumbuh.**

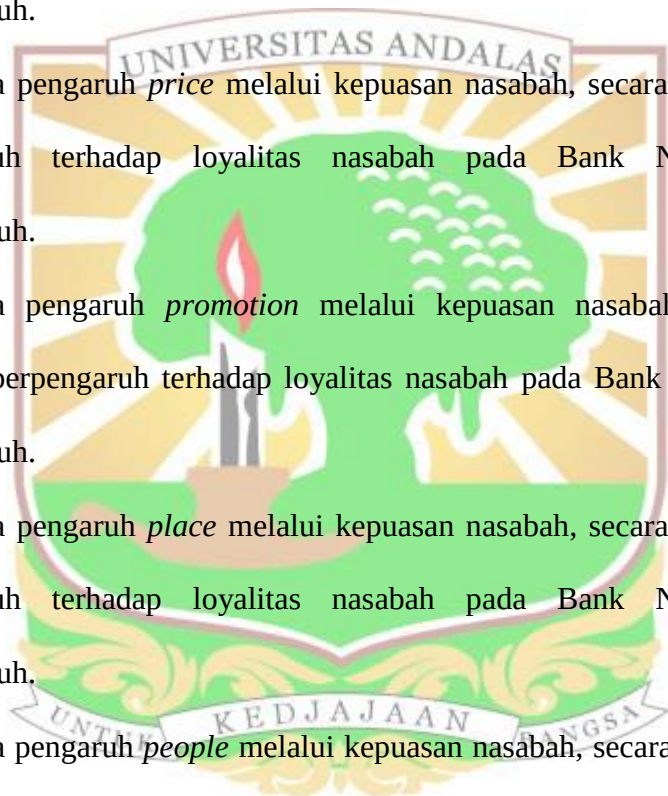
## 1.2 Perumusan Masalah

Permasalahan utama yang ingin dikaji dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana pengaruh langsung *product* terhadap loyalitas nasabah pada Bank Nagari Cabang Payakumbuh.
2. Bagaimana pengaruh langsung *price* terhadap loyalitas nasabah pada Bank Nagari Cabang Payakumbuh.
3. Bagaimana pengaruh langsung *promotion* terhadap loyalitas nasabah pada Bank Nagari Cabang Payakumbuh.
4. Bagaimana pengaruh langsung *place* terhadap loyalitas nasabah pada Bank Nagari Cabang Payakumbuh.
5. Bagaimana pengaruh langsung *people* terhadap loyalitas nasabah pada Bank Nagari Cabang Payakumbuh.
6. Bagaimana pengaruh langsung *process* terhadap loyalitas nasabah pada Bank Nagari Cabang Payakumbuh.



7. Bagaimana pengaruh langsung *physical evidence* terhadap loyalitas nasabah pada Bank Nagari Cabang Payakumbuh.
8. Bagaimana pengaruh langsung kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada Bank Nagari Cabang Payakumbuh.
9. Bagaimana *product* melalui kepuasan nasabah, secara tidak langsung berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank Nagari Cabang Payakumbuh.
10. Bagaimana pengaruh *price* melalui kepuasan nasabah, secara tidak langsung berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank Nagari Cabang Payakumbuh.
11. Bagaimana pengaruh *promotion* melalui kepuasan nasabah, secara tidak langsung berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank Nagari Cabang Payakumbuh.
12. Bagaimana pengaruh *place* melalui kepuasan nasabah, secara tidak langsung berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank Nagari Cabang Payakumbuh.
13. Bagaimana pengaruh *people* melalui kepuasan nasabah, secara tidak langsung berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank Nagari Cabang Payakumbuh.
14. Bagaimana pengaruh *process* melalui kepuasan nasabah, secara tidak langsung berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank Nagari Cabang Payakumbuh.



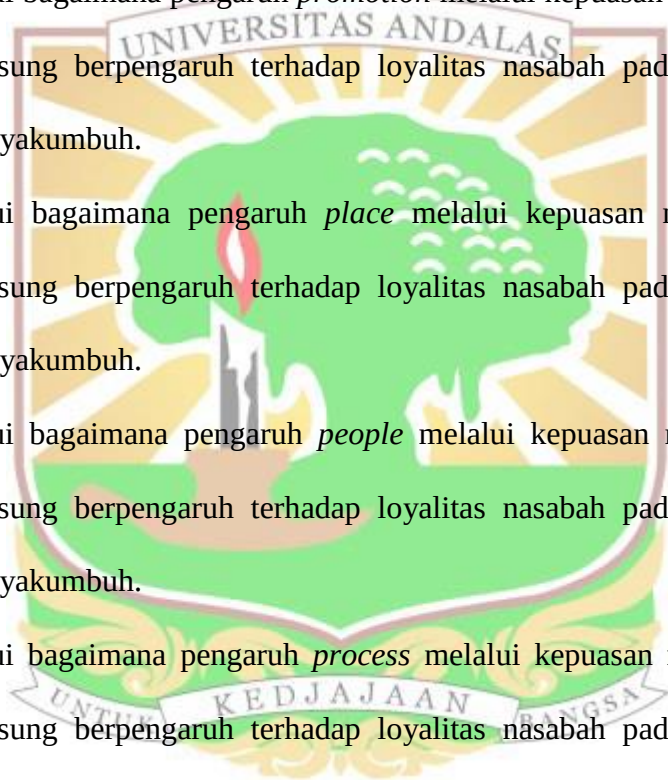
15. Bagaimana pengaruh *physical evidence* melalui kepuasan nasabah, secara tidak langsung berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank Nagari Cabang Payakumbuh.

### 1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah yang dikemukakan di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui bagaimana pengaruh langsung *product* terhadap loyalitas nasabah pada Bank Nagari Cabang Payakumbuh.
2. Mengetahui bagaimana pengaruh langsung *price* terhadap loyalitas nasabah pada Bank Nagari Cabang Payakumbuh.
3. Mengetahui bagaimana pengaruh langsung *promotion* terhadap loyalitas nasabah pada Bank Nagari Cabang Payakumbuh.
4. Mengetahui bagaimana pengaruh langsung *place* terhadap loyalitas nasabah pada Bank Nagari Cabang Payakumbuh.
5. Mengetahui bagaimana pengaruh langsung *people* terhadap loyalitas nasabah pada Bank Nagari Cabang Payakumbuh.
6. Mengetahui bagaimana pengaruh langsung *process* terhadap loyalitas nasabah pada Bank Nagari Cabang Payakumbuh.
7. Mengetahui bagaimana pengaruh langsung *physical evidence* terhadap loyalitas nasabah pada Bank Nagari Cabang Payakumbuh.
8. Mengetahui bagaimana pengaruh langsung kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada Bank Nagari Cabang Payakumbuh.

9. Mengetahui bagaimana *product* melalui kepuasan nasabah, secara tidak langsung berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank Nagari Cabang Payakumbuh.
10. Mengetahui bagaimana pengaruh *price* melalui kepuasan nasabah, secara tidak langsung berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank Nagari Cabang Payakumbuh.
11. Mengetahui bagaimana pengaruh *promotion* melalui kepuasan nasabah, secara tidak langsung berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank Nagari Cabang Payakumbuh.
12. Mengetahui bagaimana pengaruh *place* melalui kepuasan nasabah, secara tidak langsung berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank Nagari Cabang Payakumbuh.
13. Mengetahui bagaimana pengaruh *people* melalui kepuasan nasabah, secara tidak langsung berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank Nagari Cabang Payakumbuh.
14. Mengetahui bagaimana pengaruh *process* melalui kepuasan nasabah, secara tidak langsung berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank Nagari Cabang Payakumbuh.
15. Mengetahui bagaimana pengaruh *physical evidence* melalui kepuasan nasabah, secara tidak langsung berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank Nagari Cabang Payakumbuh.



#### 1.4 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat :

1. Untuk menambah pengetahuan dan wawasan penulis tentang Strategi Marketing Mix Tabungan Sikoci Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Pada Bank Nagari Cabang Payakumbuh.
2. Untuk bahan masukan bagi Bank Nagari Cabang Payakumbuh dalam pengembangan Loyalitas Nasabah.
3. Sebagai bahan referensi ataupun acuan bagi pihak manajemen perusahaan dalam membuat pertimbangan untuk pengambilan keputusan yang berhubungan dengan keputusan manajemen pemasaran dan strategik.

#### 1.5 Ruang Lingkup Pembahasan

Ruang lingkup pembahasan thesis ini meliputi pengaruh tidak langsung variable *product, price, promotion, place, people, process* dan *physical evidence* terhadap kepuasan nasabah, dan pengaruh langsung variabel *product, price, promotion, place, people, process, physical evidence* dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah.

#### 1.6 Sistematika Penulisan

Tesis ini secara garis besar disusun secara berurutan dalam lima bab, sebagai berikut :



## **BAB I           Pendahuluan**

Terdiri dari latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup pembahasan dan sistematika penulisan.

## **BAB II           Landasan teoritis**

Terdiri dari Strategi Pemasaran, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, Implementasi Strategi Pemasaran Pada Bank Nagari, Review Penelitian Terdahulu, Pengembangan Hipotesis, Kerangka Konseptual Penelitian.

## **BAB III          Metodologi Penelitian**

Terdiri dari Desain Penelitian, Lokasi dan Objek Penelitian, Populasi dan Sampel Penelitian, Definisi Operasional Variabel Penelitian, Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data, Pengukuran dan Alat Ukur, dan Metode Analisis Data.

## **BAB IV          Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Terdiri dari Hasil Penelitian dan Pembahasan.

## **BAB V           Kesimpulan dan Saran**

Terdiri dari Kesimpulan, Implikasi, Keterbatasan Penelitian dan Saran.

