

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan perbankan di Indonesia saat ini mengalami peningkatan yang cukup pesat. Perbankan merupakan salah satu lembaga yang menunjang pertumbuhan perekonomian di suatu negara. Bank merupakan aspek penting yang terdapat dalam perekonomian negara. Demikian mengindikasikan sistem perbankan dari negara dapat menjadi penentu berfungsinya ekonomi di negara itu, serta kekacauannya pada perbankan yang menyebabkan kekacauan pada bidang ekonomi (Darmawi,2016).

Bank Indonesia sebagai Bank Sentral berusaha melakukan pengawasan dan pembinaan Bank-bank dengan tujuan tercapainya sistem perbankan yang sehat dan efisien dalam arti dapat memelihara kepentingan masyarakat, berkembang secara wajar dan bermanfaat bagi perkembangan ekonomi Indonesia (Raflus,1996). Bank merupakan lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa lainnya.

Bank bukanlah suatu hal yang asing bagi masyarakat di negara maju. Masyarakat di negara maju sangat membutuhkan keberadaan bank. Bank dianggap sebagai suatu lembaga keuangan yang aman dalam melakukan berbagai macam aktivitas keuangan. Aktivitas keuangan yang sering dilakukan masyarakat antara lain aktivitas menyimpan dana, investasi, pengiriman uang dari satu tempat ke tempat lain, serta aktivitas keuangan lainnya. Bank juga merupakan salah satu lembaga yang mempunyai peran sangat penting dalam mendorong pertumbuhan perekonomian suatu negara, bahkan pertumbuhan bank di suatu negara dipakai sebagai ukuran pertumbuhan perekonomian negara tersebut.

Di dunia modern, peran bank sangat besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara. Hampir semua sektor usaha, yang meliputi sektor industri, perdagangan, pertanian, perkebunan, jasa, dan

perumahan sangat membutuhkan bank sebagai mitra dalam melakukan transaksi keuangan. Semua sector usaha maupun individu saat ini dan masa yang akan datang tidak akan lepas dari sektor perbankan, bahkan menjadi kebutuhan dalam menjalankan aktivitas keuangan dalam mendukung kelancaran usaha (Ismail,2018)

Loyalitas pelanggan merupakan salah satu aspek penting dalam manajemen pemasaran. Penelitian menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan dapat mempengaruhi tingkat pendapatan dan mengurangi biaya pemasaran suatu perusahaan. Beberapa variabel yang memiliki hubungan dengan loyalitas pelanggan seperti kepuasan pelanggan, relationship marketing, customer bonding, nilai pelanggan dan kepercayaan. Salah satu tujuan akhir suatu perusahaan adalah memiliki pelanggan yang setia, yang akan memastikan bahwa keberlangsungan hidup suatu perusahaan akan bertahan. Pelanggan yang setia diperoleh melalui proses pemasaran yang mulai dengan program pemuasan, pengikatan, dan adopsi terhadap produk. Untuk mendapatkan pelanggan yang setia, Perusahaan harus mengambil langkah-langkah yang tepat untuk jangka panjang (Zulkarnain, 2012).

Sekarang pelanggan semakin cerdas, sangat menuntut, dan sangat dimanjakan dengan berbagai pilihan merek dan produk. Hampir semua kategori produk adanya puluhan bahkan ratusan merk yang menawarkan produk yang hampir identik dari segi model maupun harga. Membangun loyalitas pelanggan bukanlah tugas yang mudah karena banyaknya pilihan pelanggan membuatnya semakin sulit bagi bisnis untuk mempertahankan loyalitas pelanggan.

Suatu perusahaan harus meningkatkan kualitas pelayanannya guna membangun loyalitas nasabah, oleh karena itu suatu produk atau jasa yang memiliki kualitas rendah akan sangat berpengaruh menjadi nasabah yang tidak setia. Menurut *American Society for Quality Control*, kualitas adalah keseluruhan ciri serta karakteristik dari suatu produk ataupun jasa dalam hal kemampuan guna memenuhi kebutuhan yang telah ditetapkan. Adapun

beberapa indikator kualitas menurut (Hardiyansyah, 2018) adalah sebagai berikut :

1. *Tangibel* (Berwujud)
2. *Reability* (Kehandalan)
3. *Responsiveness* (Ketanggapan)
4. *Assurance* (Jaminan)
5. *Empathy* (Empati)

Membangun loyalitas pelanggan tidak ada yang lebih menantang dibandingkan dengan hanya memuaskan pelanggan. Untuk memuaskan pelanggan bank cukup memberikan benefit fungsional sesuai ekspektasi dasar mereka dan lebih teknis yang ditentukan waktu pencapaian untuk memuaskan pelanggan. Karena adanya persaingan perbankan, bank melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Bank harus memiliki strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan loyalitas nasabah.

Ibu Sri Meliati selaku Pemsis Dana & Umum menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan bank kepada masyarakat merupakan suatu tantangan dalam dunia perbankan. Maka, strategi secara signifikan yang dilakukan oleh Bank Nagari Capem UNP yakni dengan cara memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah atau mitra.

Berdasarkan hasil observasi dengan Ibu Sri Meliati selaku Pemsis Dana PT. Bank nagari Capem UNP diperoleh fakta bahwa:

Loyalitas nasabah yang ada pada PT. Bank Nagari Capem UNP sangat tinggi, seperti yang ditunjukkan oleh jumlah nasabah yang terus melakukan transaksi setiap tahunnya. Berikut dilampirkan data jumlah nasabah pada PT. Bank Nagari Capem UNP.

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah pada PT. Bank Nagari Capem UNP

Tahun	Jumlah Nasabah	Saldo Tabungan
2021	62.xxx	217.xxx.xxx.xxx
2022	71.xxx	226.xxx.xxx.xxx
2023	77.xxx	228.xxx.xxx.xxx
2024 (Jan-Mar)	155.xxx	408.xxx.xxx.xxx

Strategi yang diterapkan oleh PT Bank Nagari Capem UNP dalam meningkatkan loyalitas nasabah dilakukan melalui *costomer banding*, pelayanan prima, dan menjaga hubungan baik dengan nasabah merupakan pendekatan yang komprehensif dan efektif.

PT. Bank Nagari Capem UNP harus mengikat pelanggan untuk terus melakukan transaksi dan memperlakuka pelanggan pelanggan seperti rekan kerja, sehingga membuat pelanggan merasa dihargai. Pola layanan prima yaitu suatu pola layanan terbaik yang mengutamakan kepedualian kepada pelanggan. Untuk meningkatkan kualitas layanan pelanggan, seorang pegawai harus dituntut untuk memberikan layanan yang prima kepada pelanggan. Agar layanan yang diberikan berkualitas, pegawai harus menerapkan dasar-dasar layanan yang baik. Bank harus mampu menumbuhkan kepercayaan nasabah lama agar mereka tetap percaya pada bisnisnya dengan menjaga hubungan baik dengan nasabahnya.

Dengan mempertimbangkan latar belakang tersebut penulis melakukan penelitian dengan judul **“Tantangan dan Strategi Pelayanan PT. Bank Nagari Capem UNP dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian sebelumnya, masalah penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Apa masalah yang dihadapi oleh Bank Nagari Capem UNP dalam meningkatkan loyalitas nasabah?
- b. Bagaimana strategi yang dilakukan Bank Nagari Capem UNP untuk meningkatkan loyalitas nasabah?

1.3 Tujuan Penulisan

Berdasarkan batasan dan perumusan masalah yang dibuat oleh penulis, tujuan dari tulisan ini adalah:

- a. Untuk menjelaskan masalah yang dihadapi oleh Bank Nagari Capem UNP dalam meningkatkan loyalitas nasabah.
- b. Untuk menemukan metode paling efektif untuk meningkatkan loyalitas nasabah Bank Nagari Capem UNP.

1.4 Manfaat Penulisan

Salah satu manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

- a. Secara teoritis penelitian ini diharapkan untuk meningkatkan pemahaman kita tentang praktik perbankan khususnya tentang masalah dan strategi dihadapi oleh Bank Nagari Capem UNP untuk meningkatkan loyalitas nasabah.
- b. Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada pembaca dan penulis sendiri tentang masalah dan strategi yang dihadapi oleh Bank Nagari Capem UNP untuk meningkatkan loyalitas nasabah.

1.5 Tempat dan Waktu Magang

Penelitian ini dilakukan di Bank Nagari Capem UNP. Waktu pelaksanaan magang adalah selama 40 hari kerja. Dimulai dari tanggal 22 Januari 2024 s.d 21 Maret 2024.

1.6 Metode Pengumpulan data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode sebagai berikut; a. Wawancara atau interview

a. Wawancara

Wawancara adalah cara pengumpulan data melalui komunikasi, yaitu melalui hubungan pribadi atau kontak langsung antara pengumpul data (pewawancara) dan sumber data (responden) baik langsung maupun tidak langsung. Dalam kasus ini penulis melakukan wawancara kepada karyawan dan pejabat yang berkepentingan di Bank Nagari capem UNP untuk mendapatkan informasi tentang tantangan yang dihadapi Bank Nagari dalam meningkatkan loyalitas nasabah dan strategi yang digunakan oleh Bank Nagari dalam menghadapi tantangan tersebut.

b. Metode Dokumentasi

Dokumentasi adalah proses pencarian data tentang objek atau variable seperti catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, agenda, dll. Penulis mengumpulkan, membaca, dan mempelajari berbagai jenis data tertulis yang ada dilapangan, serta data tambahan yang dapat digunakan untuk menganalisis penelitian ini.

1.7 Teknik Analisa Data

Teknik analisa data dalam penelitian ini menggunakan analisis kualitatif. Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola,

mencari dan menemukan pola, menentukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Penulis menggunakan cara berfikir induktif untuk menganalisa data. Proses berfikir induktif yakni pengambilan kesimpulan dimulai dari pertanyaan atau fakta-fakta khusus menuju pada kesimpulan yang bersifat umum. Data dan fakta hasil pengamatan empiris disusun, diolah, dikaji, untuk kemudian ditarik maknanya dalam bentuk pernyataan atau kesimpulan yang bersifat umum.

1.8 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembahasan dalam tugas akhir, penulis menyusunnya ke dalam V (lima) bab. Dimana setiap babnya terdiri dari beberapa sub bab tersendiri. Bab-bab tersebut secara keseluruhan saling berkaitan satu sama lain. Dimana diawali dengan pendahuluan dan diakhiri dengan bab penutup yang berupa kesimpulan dan saran.

Adapun gambaran sekilas mengenai bab-bab tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Mencakup pendahuluan terdiri dari latar belakang, rumusan serta tujuan dilakukan magang, waktu pelaksanaan, metode untuk mengumpulkan data, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: Pada bab ini akan dipaparkan mengenai teori dasar dari penelitian. Pemaparan ini dimaksudkan untuk memberitahu pembaca bahwa penelitian ini memiliki landasan awal sehingga pembaca mengetahui landasan teori penelitian ini yang nantinya memudahkan pembaca dalam memahami hasil penelitian. Landasan teori ini terdiri dari pembahasan tentang peningkatan loyalitas nasabah.

BAB III : GAMBARAN UMUM BANK NAGARI

Dalam bab ini berisi tentang penjelasan mengenai profil, sejarah Bank Nagari, visi misi, dan struktur organisasi.

BAB IV : PEMBAHASAN

Dalam bab ini terdiri dari masalah dan teknik untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Penulis akan membahas seluruh temuan penelitian dan memberikan berbagai macam jawaban untuk pernyataan rumusan masalah.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini penulis menarik kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan. kesimpulan ini didasarkan pada data dan analisis yang diberikan penulis, yang merupakan jawaban atas masalah yang telah dirumuskan dalam penelitian. Selain itu penulis memberikan rekomendasi untuk penelitian lanjutan tentang subjek dan langkah-langkah yang dapat diambil untuk mengembangkan topik tersebut.

