

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bank konvensional saat ini memiliki pertumbuhan yang cukup pesat dibandingkan dengan Bank syariah, Bank di Indonesia masih mengandalkan kredit sebagai salah satu pemasukan utama dalam membiayai kehidupannya atau operasionalnya. Namun tidak semua kredit bebas dari resiko, Dari sebagian besar memiliki resiko yang cukup tinggi. Untuk itu, strategi promosi haruslah sangat diperhatikan agar tidak merugikan bank itu sendiri. Maka dari itulah memilih Bank konvensional dipilih sebagai objek penelitian.

Implikasi yang banyak disarankan untuk menjadikan pemasaran berhasil adalah kenalilah nasabah anda, berilah apa yang mereka inginkan, gunakan media yang tepat, puaskan dengan Produk yang prima, tajamkan promosi. Untuk memahami konsumen dan mengembangkan strategi yang tepat kita harus memahami apa yang mereka pikirkan (kognisi) dan mereka rasakan (pengaruh), apa yang mereka lakukan (perilaku), apa yang mempengaruhi keputusan nasabah.

Premis tersebut perlu mendapat perhatian, sebab bila premis ini diabaikan, konsekuensinya perusahaan akan gagal. Implementasi strategi organisasi yang sukses pada umumnya tergantung pada kemampuan manajemen dalam

mempromosikan suatu produk atau jasa, selain itu untuk menjaring nasabah perusahaan harus menentukan lokasi yang strategis untuk menentukan perusahaan harus melakukan survei lokasi. Menyangkut proses perbankan yang bertujuan untuk memuaskan nasabahnya ada beberapa hal dalam bentuk kualitas yang harus diperhatikan yaitu kecepatan, ketepatan daya tanggap terhadap keluhan, kemudahan prosedur dalam transaksi, respon, jaminan, dan perhatian yang diberikan oleh perusahaan perbankan yang bertujuan memuaskan nasabah dengan kualitas yang baik. Salah satu strategi yang dapat menunjang keberhasilan bisnis dalam sektor perbankan adalah berusaha mempertahankan kualitas produk dengan kualitas promosi tinggi untuk menarik nasabah.

PT. Bank Central Asia Tbk adalah salah satu bank swasta terkemuka di Indonesia yang sudah dikenal oleh masyarakat luas diantara sekian banyak bank yang ada di Kota Bekasi, tim manajemen yang sangat profesional serta jaringan yang luas. Bank BCA sebagai bank transaksional yang menawarkan rangkaian jasa perbankan yang memiliki ATM Tunai maupun Non Tunai yang disediakan di berbagai lokasi strategis di seluruh Indonesia untuk memenuhi beragam kebutuhan para nasabah. Bank BCA juga menawarkan berbagai macam produk tabungan dan biaya administrasinya diantaranya :

Tabel 1. 1 Biaya Administrasi Produk BCA

Jenis Kartu	GPN	Mastercard
Tahapan BCA <i>Blue</i>	14.000	15.000
Tahapan BCA Gold	16.000	17.000
Tahapan BCA Platinum	19.000	20.000
Tabunganku	Bebas Biaya	Bebas Biaya
Tahapan Xpresi BCA	7.500	10.000
Tapres	17.000	17.000

Sumber : Finansial.bisnis.com 2024

Berdasarkan finansial.bisnis.com, Tabel 1.1 Menunjukkan bahwa biaya admin BCA naik per-19 Januari 2024. Penyesuaian biaya admin bulanan BCA ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas produk dan kenyamanan transaksi nasabah. Penyesuaian tak hanya dilakukan pada biaya administrasi, tetap juga pada limit transaksi harian atau batas transaksi harian berupa tarik tunai, transfer, dan transaksi debit. Biaya admin BCA Xpresi contohnya naik dari Rp 7.500 menjadi Rp 10.000. Selain itu, untuk limit tarik tunai Tahapan Xpresi BCA juga naik dari Rp 7 juta menjadi Rp 10 juta per hari.

Selain itu, pada survei yang dilakukan oleh Top Brand, pada tahun 2024 produk BCA yang paling digemari masyarakat yaitu Tahapan BCA dengan persentasi 40,40% seperti pada Tabel 1.2 berikut ini :

Tabel 1. 2 Top Brand Index Produk

Produk Tabungan	2024
Tahapan BCA	40,40%
Tahapan Xpresi BCA	7,40%
Tahapan Gold	5,80%
Tahapan Prestasi BCA	2,00%

Sumber : Top Brand Index (TBI) 2024

Berdasarkan data pada Tabel 1.2 di atas menunjukkan bahwa Keputusan menabung nasabah pada Bank BCA (yang dipublikasikan tahun 2024) Tabungan yang paling diminati nasabah BCA yaitu Tahapan BCA. Hal tersebut tentunya dapat dipengaruhi oleh berbagai hal seperti Promosi yang dilakukan Bank BCA yang sangat menarik, Lokasi yang sangat strategis dan mudah ditemukan dimana-mana,

Bank BCA Kantor Cabang Pondok Ungu Bekasi dituntut untuk melakukan penyesuaian secara terus menerus searah dengan perubahan-perubahan yang terjadi

dalam lingkungan bisnis, sehingga jasa perbankan seperti halnya Bank BCA Kantor Cabang Pondok Ungu Bekasi harus mampu berperan sebagai lembaga yang memberikan kualitas produk perbankan kepada masyarakat yang memerlukannya. Disamping itu dituntut untuk meningkatkan Penjualan. serta fasilitas penunjang yang modern mengikuti persaingan antar Bank yang sangat pesat dan ketat, juga peran Bank akan berhasil bila semua upaya pemasaran diorientasikan kepada konsumen melalui keputusan yang tepat sasaran agar dapat tercapai bila ditunjang dengan pemasaran jasa yang tepat. (Azka et al., 2024) kualitas produk juga menjadi fokus utama. Dalam pasar yang didorong oleh inovasi, produk yang memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi konsumen dapat menjadi daya tarik utama.

Nasabah dihadapkan dengan banyak pilihan untuk setiap keputusan membeli produk yang mereka butuhkan, sehingga dibutuhkan konsep pemasaran dengan membangun hubungan yang kuat dengan para konsumen, memberikan nilai yang tinggi kepada pelanggan merupakan kunci sukses dalam persaingan pasar yang semakin meningkat. Peluang yang tersedia dalam era globalisasi dan sekarang banyak dilirik oleh dunia bisnis salah satunya adalah bidang perbankan. Salah satu usaha yang bergerak dalam bidang perbankan ini yang telah lama memanfaatkan kesempatan yang ada tersebut adalah Bank BCA Kantor Cabang Pondok Ungu Bekasi. Persaingan perbankan tidak hanya berasal dari faktor-faktor fisik tetapi, perubahan-perubahan pola pikir masyarakat yang selain menginginkan jasa perbankan, tetapi strategi dan program-program pemasaran yang tepat harus memanfaatkan peluang yang ada dan mengungguli para pesaingnya, sehingga pihak

manajemen Bank perlu memahami faktor-faktor apa saja yang dapat mengganggu keputusan nasabah menabung.

Agar dapat memenangkan persaingan pasar yang semakin kompetitif tersebut, tuntutan akan kebutuhan dan kepuasan yang diinginkan nasabah haruslah diwujudkan dalam bentuk promosi yang baik dan memuaskan. Hal itu merupakan salah satu kunci penting keberhasilan Bank, dimana manajemen pihak Bank harus selalu memonitor dan mengetahui apakah nasabah telah memperoleh kesesuaian antara yang diharapkan dengan Penjualan yang diberikan. Tuntutan ini berlaku secara umum termasuk pada Bank yang telah lama berdiri dan terkenal, terutama Promosi terhadap nasabah perbankan, untuk menempuh hal tersebut Bank harus mengadakan analisis pasar.

Situasi persaingan tidak dapat dihindari, karena hal ini berlaku dalam perkembangan perusahaan, begitu juga Bank. Langkah yang dilakukan oleh Bank dalam melayani nasabah akan selalu diperhatikan oleh pesaingnya. Oleh karena itu tiap perusahaan harus memperhatikan, menelusuri, mengikuti dan bahkan mengetahui segala perkembangan pesaingnya. Strategi Promosi merupakan inti dari kegiatan pemasaran, jika Bank menginginkan pencapaian terhadap tujuan Bank, maka diperlukan perencanaan yang matang terhadap bauran pemasaran tersebut, salah satu yang sangat berperan adalah promosi.

Setiap Bank pasti mempunyai permasalahan masing-masing, selama Bank itu masih menjalankan usahanya maka selama itu pula persoalan tersebut masih akan selalu timbul, baik itu dari segi Pelayanan, fasilitas ataupun kinerjanya. PT. Bank Central Asia Cabang Pondok Ungu Bekasi dituntut untuk mampu bersaing

dengan melakukan promosi dan memberikan Kualitas produk perbankan secara maksimal.

Tabel 1. 3 Keluhan Nasabah

No	Jenis Keluhan
1	Antrian transaksi di CSO memakan waktu lama
2	Mesin ATM yang tersedia di BCA KCP Pondok Ungu sering mengalami <i>crash</i> dan gangguan (offline)
3	Lokasi pada Bank BCA Pondok Ungu berdekatan dengan pabrik industry sehingga sering terjadi kemacetan
4	Promosi yang dilakukan kurang banyak yang mengetahui

Sumber: BCA Pondok Ungu (2024)

Selain Fenomena di atas yang ada bahwa masih terdapat banyak nasabah yang komplain pada PT.Bank Central Asia Pondok Ungu Bekasi, antara lain biaya untuk ganti kartu pada tahapan Xpresi terbilang mahal daripada tahapan BCA, bahan pada nomor kartu terbilang mudah pudar dibanding atm sebelumnya.

Tabel 1. 4 Biaya Ganti Kartu

Produk Tabungan	Harga
Tahapan BCA Blue	10.000
Tahapan BCA Gold	15.000
Tahapan BCA Platinum	20.000
Tahapan Xpresi BCA	25.000

Sumber : BCA Pondok Ungu (2024)

Masalah lainnya pada PT.Bank Central Asia Cabang Pondok Ungu Bekasi, adanya nasabah yang kurang memahami produk-produk yang ditawarkan oleh PT.Bank Central Asia Cabang Pondok Ungu Bekasi akibat dari promosi yang dilakukan masih kurang memadai. Dengan kurangnya pemahaman nasabah terhadap produk-produk Bank Central Asia Pondok Ungu Bekasi maka akan menyebabkan penurunan nilai pelanggan sehingga berdampak pada penurunan kepuasan nasabah.

Selain itu, (Handayani, 2015) Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa keputusan nasabah untuk membuka rekening atau membuka tabungan merupakan efek akhir dari suatu pembelian yang dapat diartikan sebagai suatu sikap dan niat untuk berperilaku di masa depan, dan di ekspresikan melalui hal-hal seperti komitmen untuk membeli dan menggunakan produk dari perusahaan, komitmen untuk memberikan rekomendasi kepada orang lain, dan niat untuk memberikan hal-hal positif kepada perusahaan. Keputusan membuka rekening dipengaruhi beberapa faktor yaitu berbagai macam produk yang bervariasi yang ditawarkan oleh Bank, kualitas produk yang diberikan dengan berbagai promosi yang ditawarkan oleh suatu Bank, dan lokasi strategis yang menjadi pemilihan keputusan pembelian. Tidak sedikit nasabah yang memiliki rekening dua atau lebih Bank, dikarenakan adanya kebutuhan produk atau jasa yang tidak terpenuhi dari salah satu Bank tersebut yang mengakibatkan persaingan antar Bank dalam menghimpun dana dari masyarakat melalui bermacam-macam cara antara lain mengeluarkan jenis-jenis tabungan yang dilengkapi sejumlah atribut yang dapat merangsang minat masyarakat untuk membuka rekening.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti memilih untuk mengambil judul tersebut, untuk meneliti dan membuat suatu karya ilmiah berupa skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Lokasi Strategis Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank BCA (Studi Kasus Pada Bank BCA Pondok Ungu Bekasi)”**. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank BCA Pondok Ungu Bekasi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikansi terhadap keputusan nasabah menabung di Bank BCA Pondok Ungu Bekasi?
2. Apakah promosi berpengaruh signifikansi terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank BCA Pondok Ungu Bekasi?
3. Apakah lokasi strategis berpengaruh signifikansi terhadap keputusan nasabah menabung di Bank BCA Pondok Ungu Bekasi?
4. Apakah kualitas produk, promosi dan lokasi strategis secara simultan berpengaruh terhadap kepada keputusan nasabah menabung di Bank BCA Pondok Ungu Bekasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, tujuan yang diharapkan pada penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji signifikansi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan membuka rekening Tahapan BCA Pondok Ungu Bekasi.
2. Untuk menguji signifikansi pengaruh kualitas promosi terhadap keputusan membuka rekening Tahapan BCA Pondok Ungu Bekasi.
3. Untuk menguji signifikansi pengaruh lokasi strategis terhadap keputusan membuka rekening Tahapan BCA BCA Pondok Ungu Bekasi.

4. Untuk menguji kualitas produk, promosi dan lokasi strategis secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan membuka rekening Tahapan BCA Pondok Ungu Bekasi

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tentang pengaruh pengaruh kualitas produk, promosi dan lokasi strategi yang dapat menimbulkan keputusan nasabah menabung. Adapun manfaat penelitian diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak, diantaranya untuk:

- a. Bagi Peneliti

Peneliti ini diharapkan menjadi wawasan baru, sebagai bahan informasi dan pengembangan dalam berbagai penelitian mahasiswa/mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Bhayangkara Jakarta Raya khususnya jurusan S1 Manajemen apabila melanjutkan penelitian untuk lebih mengetahui strategi-strategi marketing yang dibutuhkan perusahaan.

- b. Bagi Masyarakat Umum

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan bacaan bagi masyarakat untuk memahami kualitas pada produk Bank BCA.

- c. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai pengembangan ilmu pengetahuan, kemampuan dan kreativitas berpikir secara ilmiah, selain itu mampu mengaplikasikan ilmu yang telah didapat ke dalam dunia kerja atau ke dalam kehidupan sehari-hari.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang literatur yang mendasari topik penelitian, kerangka konseptual, hipotesis, dan kajian empiris.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang desain penelitian, tahapan penelitian, model konseptual penelitian, operasionalisasi variabel, waktu dan tempat penelitian, metode pengambilan sampel, dan metode analisis data.

BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian dan hasil penelitian yaitu uji data validitas, uji reabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linier berganda, kemudian uji hipotesis yaitu uji T, uji F dan uji *R square* serta pembahasan variabel mengenai hasil dari uji penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang bahasan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah diteliti, keterbatasan dan juga saran penelitian yang diperuntukan untuk penelitian selanjutnya.