PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI PT. BPR CENTRAL SEJAHTERA

SKRIPSI

LISA CLAUDIA

NIM: 19612247

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN

TANJUNGPINANG

2024

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan ekonomi Indonesia tentunya didukung oleh berbagai sektor bisnis dan usaha, salah satunya Lembaga keuangan. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 1967, Lembaga keuangan adalah semua badan yang melalui kegiatan- kegiatan dibidang keuangan, menarik uang dari dan menyalurkan ke dalam masyarakat. Bank adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya adalah memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalu-lintas pembayaran dan peredaran uang.

Berdasarkan pasal 5 (Undang Undang RI nomor 10 tahun, 1998) tentang perubahan UU Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan terdapat dua jenis bank yaitu bank umum dan bank perkreditan rakyat. Bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usahanya beroperasi secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang kegiatannya menyediakan jasa lalu lintas pembayaran.

Bank Perkreditan Rakyat (BPR) adalah bank yang menjalankan usahanya berdasarkan prinsip tradisional atau syariah dan tidak menawarkan jasa transaksi pembayaran. Operasi BPR jauh lebih sempit daripada bank umum, karena BPR tidak diperbolehkan menerima giro, transaksi valuta asing, dan asuransi. Secara resmi BPR berganti nama menjadi Bank Perekonomian Rakyat dari yang sebelumnya Bank Perkreditan Rakyat. Pergantian nama tersebut ditandai dengan

disahkannya RUU tentang Pengembangan dan Penguatan Sektor Keuangan (RUU P2PSK) oleh Presiden menjadi UU Nomor 4 Tahun 2023 pada tanggal 12 Januari 2023.

Perubahan nama tersebut dilakukan atas usulan Perhimpunan Bank Perkreditan Rakyat Indonesia, yang telah berganti nama menjadi Perhimpunan Bank Perekonomian Rakyat Indonesia (PERBARINDO). Dengan berubahnya nama menjadi Bank Perekonomian Rakyat, secara harfiah akan menjalankan fungsi sebagai penerima simpanan, tidak hanya menyalurkan kredit.

Sebagai bank, BPR tetap memiliki fungsi utama untuk menjalankan fungsi intermediasi atau perantara keuangan, yaitu mengumpulkan dana masyarakat dan menyalurkan kembali ke masyarakat baik dalam bentuk kredit atau dalam bentuk lainnya dengan tujuan mendorong kegiatan usaha masyarakat. Terutama untuk disalurkan pada usaha retail dan kredit kecil. Praktiknya, kegiatan BPR memang tak seluas kegaiatan bank umum. Karena khittahnya, BPR memang ditujukan sebagai institusi keuangan mikro. Oleh karena itu, BPR juga identik sebagai bank yang melayani pengusaha mikro, kecil, dan menengah yang lokasinya tak jauh dari jangkauan BPR.

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), nasabah adalah individu atau badan usaha yang mempunyai rekening simpanan maupun pinjaman pada bank. Nasabah terbagi menjadi dua tipe, yaitu nasabah penyimpan dan nasabah debitur. Nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dana atau simpanannya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan, Sementara nasabah debitur adalah nasabah yang memperoleh

fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.

Era globalisasi yang didukung oleh kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan memberikan dampak yang besar terhadap perubahan pola pikir serta perilaku masyarakat. Kemudahan yang muncul akibat globalisasi membuat masyarakat mengedepankan kemudahan, efisiensi, dan fleksibilitas dalam segala hal termasuk transaksi perbankan. Bank dituntut untuk selalu memberikan pelayanan prima dan optimal terhadap nasabah. Semakin meningkatnya persaingan antar bank dalam menarik minat konsumen, menjadikan faktor kepuasan pelanggan sebagai hal yang perlu diperhatikan.

Kepuasan pelanggan adalah tolak ukur seberapa berhasil perusahaan dalam memenuhi ekspektasi atau harapan pelanggan atas produk atau jasa yang ditawarkan (Tjiptono, 2014). Jadi, kepuasan pelanggan berhubungan dengan tanggapan emosional, seperti perasaan senang atau kecewa yang dirasakan nasabah saat menggunakan produk atau jasa. Perasaan senang akan mendorong nasabah untuk menggunakan produk secara berulang dan berkepanjangan. Sebaliknya, rasa kecewa akan membuat nasabah enggan menggunakan produk atau jasa dikemudian hari.

Kepuasan pelanggan erat kaitannya dengan kualitas karena dianggap sebagai faktor penting untuk mencapai keunggulan kompetitif. Semakin tinggi kualitas suatu produk atau jasa maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan. Kualitas layanan diartikan sebagai segala bentuk upaya yang dilakukan perusahaan guna memenuhi ekspektasi nasabah seperti kemudahan transaksi,

kecepatan transaksi, dan fleksibilitas. Kepuasan Pelanggan merupakan faktor yang sangat menentukan keberhasilan suatu perusahaan dalam mewujudkan visi dan misi, demikian pula dengan PT. BPR Central Sejahtera.

Salah satu dari sekian banyak Bank Perekonomian Rakyat (BPR) yang beroperasi di Tanjungpinang adalah PT. BPR Central Sejahtera (BCS) yang berdiri pada tanggal 15 Juli 2008 dan secara resmi beroperasi pada tanggal 12 Januari 2009 dengan alamat kantor pusat yang berada di Jl.Brigjen Katamso No.99/101 Tanjungpinang.

PT. BPR Central Sejahtera (BCS) berusaha untuk selalu menjaga kepercayaan dan harapan nasabah serta *stakeholder*, demi tercapainya pertumbuhan yang berkesinambungan dan mampu bersaing di dunia perbankan. Melalui beragam produk dan layanan yang berkualitas dan tepat sasaran, solusi finansial PT. BPR Central Sejahtera (BCS), mendukung perkembangan setiap jenis usaha yang dimiliki para nasabah. Memenangkan kepercayaan untuk memberikan solusi terbaik bagi kebutuhan finansial para nasabah dan terus berupaya memberikan layanan dan solusi terbaik bagi nasabah.

Atas hasil kerjasama segenap karyawan serta dukungan penuh para nasabah menjadikan PT. BPR Central Sejahtera (BCS) semakin berkembang dan menjadi BPR terbaik selama 5 tahun berturut – turut dari *Infobank Awards* dalam kelompok total Aset diatas Rp.100 miliar. PT. BPR Central Sejahtera (BCS) juga mendapat predikat bank “Sehat” dari Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan selama 6 tahun berturut – turut. Selain itu, BPR Central Sejahtera juga meraih posisi ke 27 untuk *Top* 100 BPR 2023 versi *The Finance*.

Melihat potensi yang ada, maka pada Tahun 2011 PT. BPR Central Sejahtera (BCS) memperluas jaringan kantor dengan menambah 1 (satu) kantor cabang di Jl. Hang Jebat No.81 Barek Motor – Kijang pada tanggal 13 Oktober 2011, dimana saat ini telah terhubung secara *real time online* dengan kantor pusat.

Dengan komitmen "Kepuasan Anda Merupakan Kebanggaan Kami" PT. BPR Central Sejahtera selalu berusaha untuk memberikan pelayanan terbaik demi kepuasan nasabah. Namun, berdasarkan tanggapan dari kotak saran yang diisi oleh nasabah, masih banyak nasabah yang belum merasa puas dengan PT. BPR Central Sejahtera.

Dari 54 tanggapan nasabah, ditemukan 31 diantaranya merasa kurang puas karena PT. BPR Central Sejahtera belum memiliki ATM dan pembayaran angsuran untuk nasabah kredit hanya terbatas pada bank tertentu. Selain itu, 18 diantaranya merasa kurang puas dengan lahar parkir yang kecil dan area ruang tunggu yang terbatas. Sedangkan, 5 diantaranya merasa perusahaan belum memiliki keunggulan asosiasi merek seperti perusahaan pesaing lainnya, diantaranya seperti: suku bunga kredit dan pinalti pelunasan kredit dipercepat tinggi.

Berdasarkan tanggapan nasabah, dapat dilihat bahwa beberapa permasalahan yang dikeluhkan adalah kurangnya kepuasan pelanggan karena fasilitas yang belum memadai dan rendahnya keunggulan merek perusahaan. Berdasarkan permasalahan tersebut, peneliti melakukan survei pra penelitian untuk mengetahu lebih lanjut terkait permasalahan-permasalahan yang menyebabkan kurangnya kepuasan pelanggan di PT. BPR Central Sejahtera seperti yang terlihat dalam tabel survei pra penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

Tabel 1.1
Tabel Survei Pra Penelitian

No	Pernyataan	Jumlah nasabah setuju	Jumlah nasabah tidak setuju
1	PT. BPR Central Sejahtera sudah terkenal di masyarakat	16	14
2	PT. BPR Central Sejahtera memiliki logo yang khas dan mudah diingat	16	14
3	PT. BPR Central Sejahtera memberikan kesan positif kepada nasabah	23	7
4	PT. BPR Central Sejahtera memiliki proses kredit yang mudah dan cepat	24	6
5	PT. BPR Central Sejahtera memberikan informasi secara jelas dan mudah dipahami	27	3
6	PT. BPR Central Sejahtera memberikan pelayanan yang baik dan memuaskan	26	4
7	PT. BPR Central Sejahtera memiliki fasilitas pelayanan yang lengkap	15	15
8	Saya memperoleh pelayanan yang sesuai / melebihi harapan saya	18	12
9	Saya berminat untuk terus menjadi nasabah PT. BPR Central Sejahtera	18	12
10	Saya bersedia merekomendasikan PT. BPR Central Sejahtera kepada teman atau keluarga saya	18	12

Sumber: Survei Pra Penelitian Nasabah, 2023

Berdasarkan survei pra penelitian yang dilakukan, dapat dilihat bahwa 16 nasabah setuju bahwa PT. BPR Central Sejahtera sudah terkenal di masyarakat serta memiliki logo khas yang mudah diingat. 23 nasabah setuju bahwa PT. BPR Central Sejahtera memberikan kesan positif kepada nasabah. Selanjutnya, 24 nasabah setuju bahwa PT. BPR Central Sejahtera memiliki proses kredit yang mudah dan

cepat, serta 27 orang setuju informasi yang diberikan oleh PT. BPR Central Sejahtera jelas dan mudah dipahami. 26 nasabah juga menganggap pelayanan yang diberikan sudah baik dan memuaskan. Namun, sebagian nasabah tidak setuju pada butir pernyataan PT. BPR Central Sejahtera memiliki fasilitas pelayanan yang lengkap. Selain itu, 18 nasabah menilai bahwa pelayanan yang diberikan oleh PT. BPR Central Sejahtera sudah sesuai harapan dan berminat untuk terus menjadi nasabah serta merekomendasikan PT. BPR Central Sejahtera kepada teman atau keluarga.

Dari tabel 1.1, dapat dilihat bahwa salah satu penyebab kurangnya kepuasan pelanggan adalah karena PT. BPR Central Sejahtera belum memiliki citra merek yang signifikan di mata nasabah. Selain kepuasan pelanggan, citra merek juga merupakan determinan penting dalam mempertahankan eksistensi perusahaan di persaingan pasar.

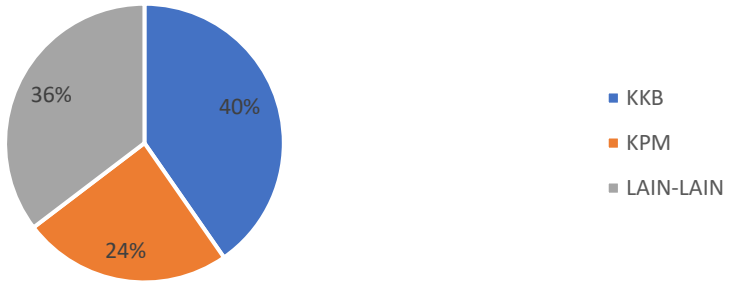
Citra merek adalah gambaran yang dimiliki konsumen melalui informasi dan ekspektasi yang diharapkan pada suatu produk atau jasa (Kotler & Armstrong, 2016). Citra merek juga disebut sebagai kesan pertama konsumen terhadap suatu *brand* atau perusahaan.

Citra merek yang positif akan memberi nilai tambah bagi perusahaan sedangkan citra merek yang negatif akan sangat merugikan perusahaan. Jika suatu produk atau jasa tidak memilki nilai tambah maka perusahaan tidak akan bisa bersaing dengan produk atau jasa serupa milik perusahaan lain. Nilai ini yang akan berpengaruh terhadap cara konsumen berpikir dan bertindak dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk atau menggunakan suatu jasa.

Citra merek yang positif akan memberi kepuasan kepada pelanggan karena pelanggan menganggap produk atau jasa yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik dan berbeda dari produk atau jasa serupa yang dihasilkan perusahaan kompetitor. Penciptaan citra merek tidak hanya mampu menumbuhkan loyalitas pelanggan tetapi juga membuat produk unggul di pasar sehingga perusahaan dapat mencapai tujuan pemasarannya.

Salah satu visi dari PT. BPR Central Sejahtera adalah "Menciptakan loyalitas nasabah dan sumber daya manusia dengan meningkatkan kinerja dan *brand image* perusahaan". Namun, berdasarkan hasil wawancara tidak terstruktur dengan salah satu responden mengungkapkan bahwa nasabah tidak mengetahui keberadaan lokasi PT. BPR Central Sejahtera dan baru pertama kali mendengar nama BPR tersebut. Nasabah juga mengungkapkan bahwa alasan mengajukan kredit di PT. BPR Central Sejahtera, adalah karena *dealer* mobil yang memproses pembelian dan menginformasikan nasabah bahwa pembiayaan kredit akan dialihkan ke PT. BPR Central Sejahtera yang memiliki perjanjian kerja sama dengan *dealer* tersebut.

Tabel 1.2
Tabel Grafik Jumlah Nasabah Kredit PT. BPR Central Sejahtera



Sumber: PT. BPR Central Sejahtera

Dari Grafik diatas, dapat dilihat bahwa fasilitas KKB (Kredit Kendaraan Bermotor) memiliki persentase lebih besar dari fasilitas KPM (Kredit Pemilikan Mobil). Dari 662 nasabah, 267 orang merupakan nasabah dari fasilitas KKB. 161 orang merupakan nasabah fasilitas KPM dan 234 orang merupakan nasabah fasilitas lain-lain.

KKB adalah fasilitas yang diberikan kepada nasabah yang membeli kendaraan melalui *dealer* yang memiliki perjanjian kerja sama dengan PT. BPR Central Sejahtera. Sedangkan KPM adalah fasilitas yang diberikan kepada nasabah yang membeli kendaraan selain melalui *dealer* yang memiliki perjanjian kerja sama dengan PT. BPR Central Sejahtera. Sedangkan lain-lain, merupakan fasilitas kredit yang diperoleh nasabah seperti KPR (Kredit Pemilikan Rumah), KMG (Kredit Multi Guna), KI (Kredit Investasi), KMK (Kredit Modal Kerja), dan lainnya.

Tanpa citra positif yang kuat, perusahaan akan sulit menarik konsumen baru dan mempertahankan konsumen lama. Semakin kuat citra merek maka semakin besar peluang bank mendapatkan kepercayaan, pengakuan dan loyalitas nasabah.

Ketika perusahaan mampu membentuk citra merek positif, konsumen akan menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan secara terus-menerus karena merasa puas dan bangga sehingga mampu mendatangkan keuntungan bagi perusahaan. Dengan demikian, muncul ikatan emosional antara pelanggan dan perusahaan yang meningkatkan daya tarik produk atau jasa.

Ikatan emosional pelanggan tentu harus dijaga dengan senantiasa meningkatkan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan adalah tolak ukur

mutu pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Kualitas pelayanan dikatakan baik apabila kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan konsumen. Kualitas pelayanan sangat baik adalah ketika kinerja yang dirasakan melebihi harapan konsumen. Kualitas pelayanan dianggap buruk ketika kinerja yang dirasakan kurang dari harapan konsumen (Keegan, 2015).

Berdasarkan survei pra penelitian yang telah dilakukan juga dapat dilihat bahwa salah satu penyebab kurangnya kepuasan pelanggan adalah karena poin fasilitas yang belum memadai. Salah satu bentuk fasilitas kurang memadai yang dimaksud adalah keterbatasan lahan parkir dan juga keterbatasan area tunggu di *banking hall*. Hal ini dapat terlihat pada gambar area atau lahan parkir di PT. BPR Central Sejahtera sebagai berikut:

Gambar 1.1
Area Parkir di PT. BPR Central Sejahtera



Sumber: Data yang Diolah Oleh Peneliti (2023)

Berdasarkan gambar 1.1 dapat dilihat bahwa area parkir sangat terbatas dengan lingkup area yang kecil. Hal ini terlihat dari area parkir yang hanya dapat

memarkirkan dua hingga tingga mobil, sedangkan sisa lahannya dapat digunakan untuk memarkirkan kendaraan bermotor roda dua. Meskipun PT. BPR Central Sejahtera sudah menyewa lahan parkir khusus karyawan di daerah pertokoan MOS, tetapi lahan parkir nasabah masih tergolong kecil dan sempit. Hal ini mengganggu kenyamanan nasabah karena jika parkiran mobil penuh maka nasabah terpaksa memarkirkan kendaraannya di pinggir jalan atau di area parkir yang jauh dari kantor. Hal ini juga menyita waktu karena nasabah harus mencari lahan parkir jika ingin bertransaksi serta mengganggu kenyamanan dan keamanan nasabah serta pengguna jalan lain dalam berlalu lintas. Hal ini bisa berdampak pada kenyamanan nasabah yang mana sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Selain itu, terdapat permasalahan lain yaitu ruang tunggu di *banking hall* yang terbatas, dimana hal tersebut juga menjadi hal yang dikeluhkan oleh nasabah. Hal ini dapat terlihat dari gambar berikut:

Gambar 1.2
Area *Banking Hall* di PT. BPR Central Sejahtera



Sumber: Data yang Diolah Oleh Peneliti (2023)

Berdasarkan gambar 1.2 area ruang tunggu *banking hall* di PT. BPR Central Sejahtera terlihat cukup kecil. Hal ini diperparah ketika terdapat promo suku bunga deposito dan kredit yang mengakibatkan kelonjakan jumlah nasabah yang datang ke kantor untuk bertransaksi. Sebagian nasabah terpaksa berdiri atau menunggu di luar karena kursi area tunggu sudah penuh. Hal ini mengganggu kenyamanan nasabah dan dapat menjadi perhatian PT. BPR Central sejahtera untuk mengoptimalkan tata ruang area tunggu *banking hall* demi mencapai kepuasan dan kenyamanan nasabah.

Selain itu, belum tersedianya ATM juga menjadi poin yang dikeluhkan oleh nasabah. Hal ini karena nasabah kredit PT. BPR Central Sejahtera umumnya melakukan pembayaran dengan cara setoran tunai langsung melalui *teller* atau melakukan transfer ke rekening *Virtual Account* bank Danamon.

Hal ini perlu menjadi perhatian, karena tidak semua nasabah menggunakan ATM Bank Danamon. Sedangkan sebagaimana diketahui, transfer *online* antar bank akan dikenakan biaya Rp 6.500 dan transfer menggunakan BI *Fast* dikenakan biaya Rp 2.500.

Secara umum, terdapat beberapa permasalahan terkait kepuasan pelanggan yang dapat dioptimalkan demi memberikan pelayanan prima kepada nasabah. PT. BPR Central Sejahtera juga harus terus berinovasi dalam meningkatkan citra merek serta kualitas pelayanan demi mencapai kepuasan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di PT. BPR Central Sejahtera”.

1.2 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penyusunan skripsi ini adalah penelitian mengenai Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di PT. BPR Central Sejahtera terbatas pada nasabah kredit. Hal ini dilakukan permasalahan yang dialami perusahaan dominan terjadi pada debitur atau nasabah kredit. Berdasarkan tanggapan nasabah di kotak saran dan survei pra penelitian yang dilakukan, fenomena yang terjadi yaitu kurangnya kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kurangnya fasilitas yang memadai terutama bagi nasabah kredit dan rendahnya citra merek perusahaan di mata nasabah terkhusus debitur.

1.3 Rumusan Masalah

Adapun yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut, yaitu untuk mengetahui:

1. Apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di PT. BPR Central Sejahtera?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di PT. BPR Central Sejahtera?
3. Apakah citra merek dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di PT. BPR Central Sejahtera?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas dapat dijelaskan tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut, yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap kepuasan nasabah di PT. BPR Central Sejahtera.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di PT. BPR Central Sejahtera.
3. Untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di PT. BPR Central Sejahtera.

1.5 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Praktis: Diharapkan dapat menjadi salah satu sumber informasi untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kepuasan nasabah di PT. BPR Central Sejahtera serta diharapkan dapat menjadi saran yang bermanfaat dan dapat diimplementasikan bagi PT. BPR Central Sejahtera.
2. Kegunaan Teoritis: Sebagai salah satu bahan kajian pemasaran terutama berkenaan dengan pengaruh citra merek dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan kerangka penulisan rencana penelitian atau kegiatan yang meliputi beberapa elemen penting mulai dari judul, isi, hingga daftar pustaka.

Adapun sistematika penulisan adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang masalah yang menjadi penelitian, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang landasan teori yang berisi teori-teori pendapat para ahli yang dapat menunjang penelitian, baik yang bersumber dari buku, jurnal, karya tulis ilmiah, review penelitian terdahulu, kerangka pemikiran penelitian dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang ruang lingkup dan objek penelitian, motode penelitian yang digunakan, operasional variabel penelitian, metode menentukan populasi dan sampel, prosedur pengumpulan data, dan metode analisis.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil analisis atau observasi data, serta hasil dari penelitian yang dilakukan serta pembahasan menyeluruh mengenai penelitian yang dilakukan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan serta saran bagi peneliti selanjutnya.