

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bank di berbagai wilayah Indonesia meningkat drastis, termasuk di Kota Padang. Hal ini berdasarkan realita banyaknya kemunculan bank baik milik pemerintah, swasta, maupun asing yang hadir di tengah masyarakat. Setiap bank berupaya untuk mengoptimalkan peluang pada pangsa pasar yang ditargetkan. Selain itu, Muslim, et al. (2020) menyatakan bahwa, semakin berkembangnya industri perbankan maka hal ini tentu menunjukkan persaingan pada industri tersebut menjadi lebih kompetitif.

Perekonomian negara secara signifikan dipengaruhi atas bagaimana kinerja serta peranan industri perbankan di segala aktivitas ekonomi. Sebagai lembaga keuangan, bank secara strategis mampu menopang pertumbuhan perekonomian negara. Di saat kondisi negara dengan berbagai ketidakpastian, intermediasi keuangan oleh perbankan tetap tumbuh progresif dan positif. Industri perbankan secara garis besar merupakan salah satu lembaga keuangan yang memiliki izin serta kewenangan untuk menerima tabungan, giro, deposito, serta memberikan pinjaman kepada nasabahnya. Bank menyediakan tempat yang aman bagi nasabah serta pemilik usaha untuk menyimpan uang. Pasalnya, bank memainkan peranan penting dalam menjaga stabilitas ekonomi, sebagian besar yurisdiksi menerapkan peraturan tingkat tinggi atas bank.

Persaingan tidak hanya dalam dunia perbankan, namun juga terhadap lembaga keuangan bukan bank, sebagai contoh pada *leasing*, lembaga asuransi, koperasi maupun pegadaian. Hadirnya banyak bank serta lembaga keuangan bukan bank, tentu saja berdampak terhadap munculnya berbagai opsi atau alternatif bagi masyarakat untuk memilih institusi mana yang dikehendaki untuk menghimpun dana mereka lalu menanamkannya dalam bentuk aset lainnya. Persaingan pada produk serta pelayanan yang ditawarkan bank semakin hari kian kompleks dengan kualitas juga inovasi yang beragam.

Di Kota Padang, kebutuhan masyarakat atas aktivitas serta pelayanan perbankan mengalami peningkatan, seperti pembukaan rekening tabungan, transfer, digitalisasi melalui fitur *mobile banking* dan aplikasi berbasis teknologi serta penerapan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* dalam bertransaksi. Salah satu bank Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang ada di Kota Padang adalah Bank Rakyat Indonesia (BRI). BRI dikenal sebagai bank terbesar, serta menjadi yang tertua milik BUMN di Indonesia. BRI hingga saat ini telah memiliki banyak unit kerja seperti kantor wilayah dan cabang yang tersebar hingga pelosok wilayah, merata dari perkotaan hingga pedesaan. Sebagai salah satu perusahaan perbankan yang hadir ditengah masyarakat Kota Padang, BRI membuka beberapa kantor cabang serta unit kerja, sehingga tahun 2023, BRI telah menyebarkan sebanyak 27 Kantor cabang di Kota Padang. BRI telah banyak melakukan perubahan serta menerbitkan pilihan produk serta layanan yang dapat dinikmati dan dirasakan oleh nasabah, salah satunya produk berupa tabungan. Berbagai

jenis tabungan yang dapat dipilih nasabah, di antaranya seperti BRI Simpedes, BRI Simpedes TKI bagi Tenaga Kerja Indonesia sebagai penyaluran gaji TKI serta mempermudah transaksi, BritAma, BritAma Bisnis untuk pelaku bisnis, BritAma Muda (BritAma X) untuk target pasar anak muda, BritAma Rencana untuk investasi, BritAma Valas untuk transaksi valuta asing, BRI Simple yang ditujukan untuk anak-anak, Tabungan Haji BRI, BritAma Junior, dan TabunganKu. Salah satu produk tabungan yang cukup populer dipilih oleh nasabah BRI adalah BritAma. Hal ini dibuktikan dengan beberapa perolehan yang berhasil diraih BRI dalam *Top Brand Index* pada *Top Brand Award* tahun 2023 pada tabel berikut :

Tabel 1.1
Kategori *Banking* dan *Finance* – Produk Tabungan

Brand	TBI	Ket
Tabungan BCA	33,60%	TOP
BritAma	17,50%	TOP
Tabungan Mandiri	13,30%	TOP
BNI Taplus	7,30%	
Simpedes	7,10%	

Sumber: Top Brand Index (Top Brand Award), 2023

Dari informasi tabel 1.1, tabungan BritAma pada *Top Brand Index* tahun 2023 dalam kategori *banking* dan *finance* produk tabungan menduduki posisi kedua dengan TBI sebesar 17,50% yang diikuti dengan produk tabungan BRI lainnya yaitu Simpedes pada posisi kelima dengan TBI sebesar 7,10%.

Perbandingan jumlah rekening BriAma di Kota Padang dapat dilihat pada tabel 1.2 berikut :

Tabel 1.2
Perbandingan Jumlah Rekening BritAma di Kota Padang

Mata Anggaran	Tahun	Jumlah Rekening
BritAma (posisi per Desember)	2021	77.390
BritAma (posisi per Desember)	2022	94.385
BritAma (posisi Desember)	2023	106.510

Sumber: Data Internal BRI Regional Office di Kota Padang, 2021-2023

Berdasarkan data di atas, dapat dilihat bahwa selama 2021 – 2023 jumlah nasabah BritAma Kota Padang mengalami peningkatan. Hal ini memberikan gambaran bahwa BRI dalam hal produk tabungan BritAma di Kota Padang memiliki peluang besar untuk memperoleh nasabah lebih banyak dan dapat memobilisasikan dana yang dihimpun. Namun demikian, terjadi penurunan pertumbuhan nasabah posisi tahun 2023 jika dibandingkan tahun 2022. Tahun 2022, nasabah BritAma bertambah sebanyak 16.995 nasabah, sedangkan pada tahun 2023, BRI hanya memperoleh tambahan nasabah BritAma sebanyak 12.125 nasabah.

Selain itu, peneliti melakukan observasi lebih lanjut bagaimana pengalaman nasabah BRI di Kota Padang. Peneliti memperoleh informasi berupa keluhan yang nasabah rasakan di BRI Kantor Cabang Pemantu Pasar Baru Padang yang terdapat pada tabel 1.3 berikut :

Tabel 1.3
Keluhan Nasabah BRI Unit Pasar Baru Padang

No	Jenis Keluhan	Frekuensi	
		Tahun 2022	Tahun 2023
1	Pelayanan <i>Customer Service</i> yang tidak memuaskan	57	61
2	Keluhan tidak ditangani segera	53	56
3	Sulitnya nasabah memperoleh fasilitas kartu ATM BritAma	51	40
4	Aplikasi BRIMO bermasalah	42	36
5	Sistem ATM BRI sering bermasalah	43	41

Sumber: Data Internal BRI Unit Pasar Baru Padang, 2022-2023

Berdasarkan data di atas, terdapat beberapa keluhan yang nasabah rasakan. Pada posisi pertama, nasabah kerap merasakan pelayanan yang diberikan belum maksimal serta masih ada keluhan yang tidak ditangani dengan cepat. Kondisi yang sama juga terjadi pada BRI Unit Belimbing dan memperoleh informasi berupa keluhan nasabah pada tabel 1.4 berikut :

Tabel 1.4
Keluhan Nasabah BRI Unit Belimbing

No	Jenis Keluhan	Frekuensi	
		Tahun 2022	Tahun 2023
1	Sistem ATM BRI bermasalah	32	34
2	Setor tunai yang tidak sesuai dengan jumlah uang	32	35
3	Pelayanan <i>Frontliner</i> belum memuaskan	30	36
4	Aplikasi BRIMO bermasalah	28	31
5	Adanya kegagalan saat <i>transfer</i> namun terjadi debet	27	25

Sumber: Data Internal BRI Unit Belimbing, 2022-2023

Berdasarkan data di atas, terdapat keluhan yang dialami nasabah pada BRI Unit Belimbing, salah satunya nasabah masih merasakan pelayanan yang diberikan oleh *frontliner* bank yaitu *customer service* maupun *teller*

belum maksimal yang disebabkan jumlah *frontliner* yang tidak banyak yang berdampak terhadap kurangnya efisiensi waktu dalam hal menangani keluhan yang dialami nasabah. Hal ini tentu memengaruhi kepuasan nasabah atas layanan yang dirasakan.

Experiential marketing adalah strategi pemasaran yang berfokus pada menciptakan pengalaman langsung yang menarik bagi konsumen, bertujuan untuk menciptakan hubungan emosional yang mendalam antara konsumen dan merek. Dalam konteks perbankan, *experiential marketing* digunakan untuk meningkatkan keterlibatan nasabah, membangun loyalitas, dan menciptakan diferensiasi kompetitif melalui pengalaman yang positif dan berkesan (Schmitt, 1999). Hal ini didukung oleh penelitian Nur (2022), yang menyatakan bahwa *experiential marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Berbeda halnya dengan hasil penelitian Mariza Ajeng., (2019) yang menyatakan bahwa *experiential marketing* tidak berpengaruh terhadap *customer loyalty*.

Service quality didasari dengan dimensi *SERVQUAL* untuk mengukur kualitas suatu pelayanan yang terdiri dari dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Berdasarkan data keluhan nasabah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka terdapat permasalahan jika dikaitkan dengan *SERVQUAL*. Salah satu penunjang keberhasilan suatu perusahaan perbankan dilihat dari bagaimana perusahaan mampu menawarkan *service quality* yang baik untuk nasabah yang akan membuat nasabah menjadi puas dan terciptalah loyalitas terhadap perusahaan perbankan

tersebut. Hal ini didukung oleh penelitian Yulianingsih dan Sugiarto (2022), yang menyatakan bahwa *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Apabila nasabah merasakan pengalaman menabung dengan *service quality* yang diberikan telah optimal, maka *customer satisfaction* yang dirasakan nasabah akan muncul dan meningkat, di mana nasabah menjadi puas akan layanan yang diberikan. *Customer satisfaction* selalu berkaitan dan sejalan dengan *service quality* (Rajasulochana, *et al.*, 2022). Selain itu, *customer satisfaction* dianggap sebagai aspek penting dari sebuah bisnis dalam memaksimalkan tujuan yang ingin diraih (Pangeiko & Romeo, 2022). Jika nasabah telah merasa puas, maka nasabah akan menjadi loyal untuk terus menggunakan produk dan layanan tabungan yang telah dipilih. Hal ini didukung oleh hasil penelitian Vani fabiola dan Iqbal (2023), yang menyatakan bahwa *customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang telah di jabarkan, peneliti tertarik untuk mendalami serta melakukan penelitian terhadap loyalitas nasabah bank pada produk tabungan yang ditawarkan, dengan judul: **Pengaruh *Experiential Marketing*, *Service Quality*, dan *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty*. (Studi kasus Pada Nasabah Tabungan BritAma Bank BRI di Kota Padang).**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah disampaikan, maka dapat dikemukakan rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah *experiential marketing* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah tabungan BritAma Bank Rakyat Indonesia (BRI) di Kota Padang?
2. Apakah *service quality* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah tabungan BritAma Bank Rakyat Indonesia (BRI) di Kota Padang?
3. Apakah *customer satisfaction* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah tabungan BritAma Bank Rakyat Indonesia (BRI) di Kota Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah untuk membuktikan dan menganalisis :

1. Pengaruh *experiential marketing* terhadap loyalitas nasabah tabungan BritAma Bank Rakyat Indonesia (BRI) di Kota Padang
2. Pengaruh *service quality* terhadap loyalitas nasabah tabungan BritAma Bank Rakyat Indonesia (BRI) di Kota Padang
3. Pengaruh *customer satisfaction* terhadap loyalitas nasabah tabungan BritAma Bank Rakyat Indonesia (BRI) di Kota Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

Secara umum, penelitian ini dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis. Kedua manfaat tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan serta dapat dijadikan referensi untuk penelitian yang akan datang. Selanjutnya dalam hal pengembangan dibidang penelitian khususnya terkait dengan *Experiential marketing*, *service quality* dan *customer satisfaction* terhadap loyalitas nasabah.

2. Manfaat praktis

Bagi nasabah, penelitian ini diharapkan menjadi sumber informasi tambahan atau referensi terkhusus dengan loyalitas nasabah. Sedangkan bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan sebagai masukan, informasi dan evaluasi mengenai tingkat kepuasan, pelayanan dan loyalitas nasabah, dan sebagai bahan pertimbangan dalam proses pengambilan keputusan.