

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perbankan menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, Bank disebutkan sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat (Otoritas Jasa Keuangan, 2017b). Menurut Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan tentang Jenis dan Usaha Bank, Jenis bank dibagi menjadi dua yakni Bank Umum dan Bank Perkreditan rakyat (BPR).

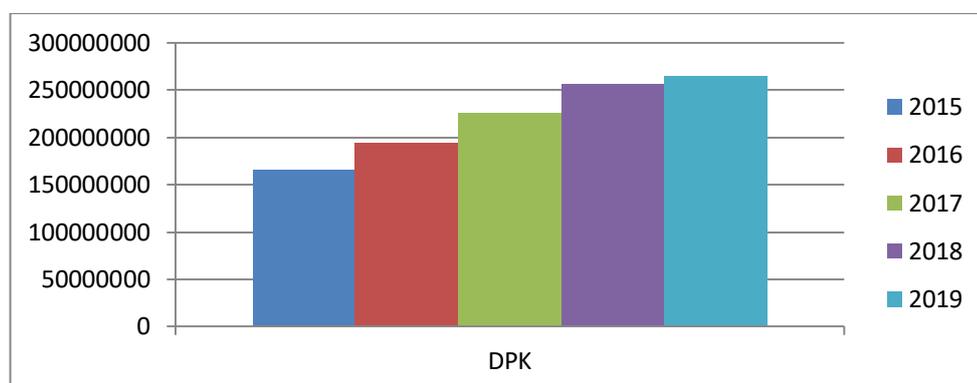
BPR merupakan bank yang bertugas dalam ruang lingkup terbatas dalam melayani dan memberikan jasa dan lalu lintas pembayaran, BPR hanya memberikan layanan intermediary (Otoritas Jasa Keuangan, 2013). Kegiatan operasional BPR jauh lebih sempit dibandingkan dengan kegiatan bank umum karena BPR dilarang menerima simpanan berupa giro, kegiatan valas, dan perasuransian. Kegiatan usaha yang dapat dilakukan oleh BPR berupa menghimpun dana dari masyarakat (tabungan, deposito dan atau lainnya yang dipersamakan dengan itu), menyalurkan kredit, menyediakan pembiayaan dan penempatan dana berdasarkan Prinsip Syariah sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Bank Indonesia dan menempatkan dana dalam bentuk

Sertifikat Bank Indonesia (SBI), deposito berjangka, sertifikat deposito, dan atau tabungan pada bank lain. (Otoritas Jasa Keuangan, 2017a).

PT. BPR TID merupakan Bank Perkreditan Rakyat yang bertujuan untuk dapat mengembangkan kesempatan kerja yang mengarah kepada pendapatan masyarakat desa. BPR TID dibentuk pada tahun 1996 yang berlokasi di Serang Banten dengan modal awal sebesar Rp.250.000.000, sedangkan Aset BPR TID tahun 2019 sebesar Rp.561.126.843.000 dengan aset tersebut BPR TID termasuk ke dalam golongan BPR buku 3. Saat ini BPR TID memiliki 21 kantor dimana kantor pusat, 6 kantor cabang dan 14 kantor kas, BPR TID memiliki beragam jenis produk antara lain dari sisi penghimpunan dana terdapat 3 jenis tabungan yakni TAMASA, TAPENA dan TAS, dan Deposito PIKAT. Sedangkan dari sisi penyaluran dana BPR TID memiliki beragam jenis kredit: kredit mikro banten, multiguna dan multiusaha. (PT. BPR TID, 2021).

Berikut adalah gambaran DPK BPR TID dari tahun 2015-2019 yang digambarkan dalam Bar Chart (dalam ribuan):

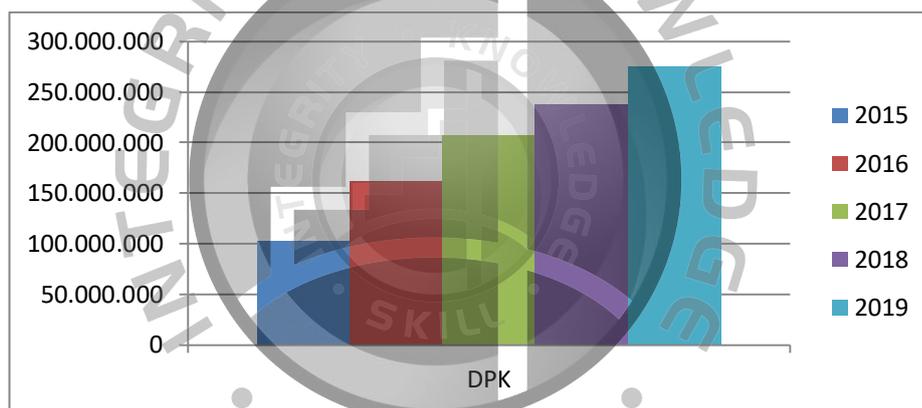
**Grafik 1: Grafik penerimaan DPK BPR TID (2015-2019)**



Sumber: (Otoritas Jasa Keuangan, 2021)

PT. BPR ABC merupakan Bank Perkreditan Rakyat yang beroperasi di Provinsi Banten tepatnya di Kota Tangerang Selatan, pada tahun 2017 BPR ABC memiliki total aset Rp. 305.000.000.000 dengan aset ini BPR ABC menjadi aset terbesar ketiga di Banten, selain itu pada tahun 2017 juga BPR ABC memiliki 7 kantor layanan. BPR ABC memiliki banyak macam produk baik dari sisi simpanan yakni deposito universal, deposito peduli, tabungan universal dan SimPel, atau dari sisi pinjaman berupa kredit modal kerja, kredit multiguna, dan kredit deposito (PT. BPR ABC, 2021).

**Grafik 2: Grafik penerimaan DPK BPR ABC (2015-2019)**



Sumber (Otoritas Jasa Keuangan, 2021)

Kenaikan DPK antara BPR TID dan BPR ABC memiliki kesenjangan dimana BPR TID memiliki kenaikan DPK yang tidak terlalu tinggi jika dibandingkan dengan BPR ABC, salah satu contohnya kenaikan DPK tahun 2018- 2019 dimana BPR TID mengalami kenaikan sebesar Rp.7.897.844.000, dimana pada tahun 2018 DPK BPR TID sebesar Rp.256.471.552.000 sedangkan pada tahun 2019 sebesar Rp. 264.369.395.000. Sedangkan BPR ABC mengalami peningkatan sebesar Rp37.960.478.000, di mana pada tahun 2018 DPK yang ada

di PT. BPR ABC sebesar Rp.237.648.363.000 dan pada tahun 2019 sebesar Rp.275.608.841.000 (Otoritas Jasa Keuangan, 2021), dapat di lihat dari kenaikan DPK BPR TID lebih rendah dibanding dengan BPR ABC. Hal ini menunjukkan bahwa BPR TID jumlah nasabahnya lebih sedikit dibandingkan dengan jumlah nasabah BPR ABC. Jumlah nasabah di sebuah bank dapat menunjukan DPK yang dihimpun oleh bank tersebut menjadi sedikit atau keinginan calon nasabah rendah kemungkinan mereka belum memiliki minat beli untuk bergabung di BPR TID.

Minat beli disebabkan oleh beberapa hal, di antaranya adalah kualitas pelayanan yang kurang baik, tingkat suku bunga yang tidak menarik, citra merek (brand image), komunikasi yang minim (kurangnya iklan dalam berbagai media: TV, Koran, Medsos, dll) , lokasi bank yang kurang strategis, penggunaan teknologi informasi (ATM, Mbanking, SMS Banking, Internet Banking, promosi online, website dll), serta kualitas produk, dan sebagainya.

Kualitas pelayanan menurut (Sinambow & Trang, 2015) dapat mempengaruhi minat beli sebesar 0.208, kualitas yang baik bukan dilihat dari persepsi pemberi jasa melainkan dari persepsi pelanggan tentang inti pelayanan. Maka dari itu dalam merumuskan strategi dan program pelayanan harus berorientasi dari sisi pelanggan dan hal ini akan menaikkan minat beli pelanggan. (Fure, 2013).

Dalam penelitian (Novita Aprilya Lestarie et al, 2020) mendapatkan nilai thitung > ttabel atau  $6,02 > 1,987$  dengan ini menyatakan bahwa perceived ease of use memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, dan perceived ease of use berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar t hitung > ttabel atau 3,15

> 1,987. Teknologi merupakan salah satu upaya pemasaran yang belum banyak dilakukan oleh BPR lain di Provinsi Banten, namun terdapat salah satu BPR yang sudah menggunakannya antara lain BPR ABC, dengan menggunakan sosial media sebagai media promosi dan menggunakan Rhenal Kasali sebagai *brand ambassador*. Penggunaan teknologi informasi ini membantu BPR ABC memperoleh DPK yang berlimpah dari masyarakat, sebenarnya BPR TID sudah menggunakan sosial media sebagai media komunikasi dan promosi namun belum terlihat hasilnya.

Citra merek dipandang penting dalam kualitas pelayanan, karena dengan citra merek yang positif secara signifikan akan meningkatkan kualitas pelayanan dan minat beli pelanggan, di dukung oleh penelitian terdahulu menurut (Purnomo, 2018) citra merek dapat mempengaruhi minat beli sebesar 0.464, citra merek dapat membantu calon pelanggan dalam menentukan pilihan, karena pelanggan akan memilih perusahaan yang memiliki citra merek yang baik. Uraian diatas menjadi pertimbangan penulis untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, penggunaan teknologi informasi, citra merek terhadap minat beli (Perbandingan Antara Calon Nasabah dan Nasabah PT. BPR TID).

## 1.2 Ruang Lingkup Masalah

Penelitian ini memiliki ruang lingkup masalah sebagai berikut:

1. Jenis penelitian: merupakan penelitian kuantitatif deskriptif yang bertujuan memperkaya informasi, konsep, teori, di dalam ilmu pengetahuan

terutama tentang kualitas pelayanan, penggunaan teknologi informasi, citra merek dan minat beli.

2. Penggunaan variabel: variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini berjumlah 4 variabel yang berisi kualitas layanan, penggunaan teknologi informasi dan citra merek merupakan variabel independent dan minat beli merupakan variabel dependent.
3. Objek: yang akan menjadi objek dalam penelitian ini adalah nasabah dan calon nasabah PT. BPR TID.

### **1.3 Identifikasi Masalah**

Penelitian ini memiliki identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli calon nasabah dan nasabah PT. BPR TID?
2. Seberapa besar pengaruh penggunaan teknologi informasi terhadap minat beli calon nasabah dan nasabah PT. BPR TID ?
3. Seberapa besar pengaruh citra merek terhadap minat beli calon nasabah dan nasabah PT. BPR TID?

### **1.4 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah penelitian ini diawali dari kurangnya minat beli nasabah dan calon nasabah PT. BPR TID, hal ini kemungkinan disebabkan oleh beberapa hal namun terdapat tiga variabel yang sesuai dengan kondisi BPR TID dan dapat

mempengaruhi minat beli yaitu kualitas layanan, penggunaan teknologi informasi, dan citra merek oleh karena itu akan dirumuskan penelitian tentang seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, penggunaan teknologi informasi, dan citra merek terhadap minat beli PT. BPR TID.

### **1.5 Pembatasan Masalah**

Pada penelitian ini masalah yang akan diteliti hanya ada empat variabel yaitu kualitas layanan, penggunaan teknologi informasi, citra merek dan minat beli. Walaupun sebenarnya variabel yang dapat mempengaruhi minat beli di antaranya adalah kualitas produk, persepsi harga, komunikasi pemasaran, keramahan pegawai dalam melayani, dan lokasi yang strategis dari PT. BPR TID. Variabel- variabel diluar penelitian dapat di teliti lebih lanjut oleh peneliti selanjutnya, selain itu waktu penelitian yang dilakukan terbatas pada bulan maret sampai mei 2021.

### **1.6 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan identifikasi masalah yang dibahas, maka tujuan penelitian yang penulis harapkan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli calon nasabah dan nasabah PT. BPR TID

2. Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh penggunaan teknologi informasi terhadap minat beli calon nasabah dan nasabah PT. BPR TID
3. Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh citra merek terhadap minat beli calon nasabah dan nasabah PT. BPR TID.

### **1.7 Manfaat Penelitian**

Manfaat teoritis : menambah wawasan pengetahuan tentang ilmu manajemen pemasaran khususnya yang berkaitan dengan kualitas layanan, penggunaan teknologi informasi, citra merek dan minat beli di lembaga keuangan umumnya dan PT. BPR TID khususnya.

Manfaat praktis : Memberikan sumbangan sebagai implikasi managerial bagi manajemen PT. BPR TID untuk meningkatkan minat beli melalui peningkatan kualitas pelayanan, penggunaan teknologi informasi, dan citra perusahaan agar meningkatkan minat beli nasabah dan calon nasabah sehingga kedepannya PT. BPR TID mendapatkan keuntungan yang lebih besar.

## 1.8 Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan dilakukan dengan urutan sebagai berikut :

### BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis membahas mengenai pendahuluan yang mencakup latar belakang masalah, ruang lingkup masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, pembahasan masalah, tujuan masalah, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini penulis membahas mengenai teori-teori yang memiliki keterkaitan dengan penelitian, serta teori yang berhubungan dengan variabel dan hipotesis yang akan di teliti, kerangka pemikiran serta hipotesis.

### BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

Pada bab ini penulis membahas mengenai objek penelitian, design penelitian, metode yang akan digunakan dalam pengumpulan data, variabel dan operasional variabel, serta teknik pengolahan data dan teknik pengujian hipotesis

### BAB IV PEMBAHASAN MASALAH

Pada bab ini penulis membahas hasil yang penulis peroleh pada uji hipotesis dan analisis hasil penelitian beserta dengan teori pendukung, serta implikasi manajerial.

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini penulis membahas mengenai kesimpulan yang berasal dari bab-bab sebelumnya, implikasi penelitian, saran penelitian serta keterbatasan penelitian yang dapat dilakukan penelitian ulang di masa yang akan datang

