

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 LATAR BELAKANG

Tabungan merupakan salah satu jenis dana murah yang berasal dari masyarakat. Selain lebih menguntungkan menghimpun dana dari masyarakat, dana pihak ketiga (DPK) juga mencerminkan tingkat kepercayaan masyarakat kepada bank. Dalam menjalankan fungsi sebagai lembaga intermediasi yaitu menghimpun dana berupa simpanan dari pihak ketiga dan menyalurkan dalam bentuk kredit kepada pihak yang membutuhkan. Pada tahun 2016 bank BRI menerima Rekor MURI (Museum Rekor Dunia Indonesia) yang mencatatkan pembukaan lebih dari 2.000 rekening tabungan dalam satu hari dan pada tahun 2021 mendapatkan rekor MURI pengguna E-banking yang melibatkan lebih dari 30 juta pengguna aktif dalam setahun. Penghargaan ini membuktikan bahwa BRI berupaya melakukan transformasi digital untuk menarik minat masyarakat bertransaksi melalui produk tabungan.

Karakteristik tabungan terdiri atas, penarikannya hanya dapat dilakukan dengan syarat tertentu yang disepakati. Umumnya bank akan memberikan buku tabungan yang berisi informasi seluruh transaksi yang telah dilakukan dan kartu ATM lengkap dengan nomor pribadi (PIN). Karakteristik lain dari tabungan yaitu adanya setoran awal minimal pada saat pembukaan rekening baru, nominal besarnya ditentukan oleh masing-masing bank. Penarikan oleh nasabah dilakukan setiap saat namun bank dapat memperkirakan. (Mukharomah, 2020)

Tabungan Simpedes merupakan salah satu produk simpanan PT.Bank Rakyat Indonesia yang dimana Tabungan simpedes (simpan pinjam pedesaan) yang dirancang untuk membantu memfasilitasi kegiatan ekonomi ditingkat pedesaan, khususnya untuk mendukung usaha mikro dan kecil serta memenuhi kebutuhan finansial rumah tangga di daerah pedesaan. Produk ini menggabungkan fungsi pinjaman dan simpanan dalam satu rekening. Nasabah

dapat menyimpan dana mereka dalam bentuk simpanan di bank, kemudian bank menggunakan dana tersebut untuk memberikan pinjaman kepada masyarakat yang membutuhkan. (Yessinta, 2021)

Tabungan simpedes memiliki ciri khas tersendiri seperti memiliki biaya administrasi yang relatif lebih rendah dan dapat bebas dari biaya bulanan jika memenuhi syarat tertentu seperti saldo minimum yang dipertahankan, saldo minimum untuk membuka rekening tabungan cukup terjangkau cukup dengan Rp 50.000, Nasabah yang memiliki saldo dalam jumlah tertentu atau melakukan transaksi rutin berkesempatan untuk memenangkan hadiah menarik dalam undian yang diselenggarakan oleh BRI, Selain undian, tabungan Simpedes sering kali memiliki program tabungan berhadiah di mana nasabah dapat memperoleh hadiah seperti mendapatkan perhiasan emas, barang elektronik, diskon belanja atau hadiah lainnya tergantung pada program yang berlaku, menyediakan berbagai pilihan akses seperti layanan ATM, internet banking/mobile banking yang mempermudah nasabah untuk melakukan transaksi memantau saldo dan mengelola rekening lebih mudah, tabungan simpedes dirancang untuk menjangkau berbagai kalangan, termasuk masyarakat di daerah terpencil dengan menyediakan berbagai fasilitas dan keuntungan yang terjangkau.

Akan tetapi keunggulan tabungan simpedes kurang dapat menciptakan loyalitas nasabah, dapat dilihat dari data jumlah nasabah produk tabungan simpedes yang mengalami sedikit penurunan pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Batu 1 per 3 bulan terakhir periode tahun 2024 berikut :

Tabel 1.1 Data Jumlah Nasabah Tabungan Simpedes Per 3 Bulan.

No	Bulan	Jumlah nasabah	Perkembangan Nasabah
1.	April	21.835	April- Mei 0,48%
2.	Mei	21.941	
3.	Juni	22.020	Mei- Juni 0,36%

Sumber : PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Batu 1 (2024)

$$\frac{T1-T0}{T0} = \frac{21.941-21.835}{21.835} = \frac{106}{21.835} = 0,48\%$$

$$\frac{T2-T1}{T1} = \frac{22.020-21.941}{21.941} = \frac{79}{21.941} = 0,36\%$$

Berdasarkan data perkembangan nasabah pada periode April-Mei 2024, perkembangan jumlah nasabah tabungan simpedes pada PT. BRI Unit Batu 1 mengalami kenaikan sebesar 0,48% pada bulan Mei dan 0,36% pada bulan Juni, jika dilihat pergerakannya presentase jumlah nasabah mengalami penurunan sebesar 0,12%. Kondisi ini akan berdampak pada fungsi bank pada sisi funding sehingga potensi bank untuk mendapatkan dana murah di masyarakat (DPK) akan semakin berkurang. Untuk itu PT.BRI Unit Batu 1 perlu meningkatkan program loyalitas nasabah dengan diberikan program undian berhadiah agar nasabah lebih sering untuk menabung dan menjadi loyal.

Berdasarkan fenomena diatas Penulis tertarik untuk melakukan kajian mengenai **“Upaya Meningkatkan Loyalitas Nasabah Tabungan Simpedes Melalui Program BRIMO FSTVL Pada PT.Bank Rakyat Indonesia Unit Batu 1”**

## 1.2 RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana mekanisme pelaksanaan program loyalitas nasabah tabungan simpedes pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Batu 1?
2. Bagaimana pelaksanaan program loyalitas nasabah tabungan simpedes dalam kegiatan operasional pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Batu 1?

## 1.3 TUJUAN PENULISAN

1. Untuk mengetahui mekanisme pelaksanaan program loyalitas nasabah tabungan simpedes pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Batu 1.
2. Untuk mengetahui program loyalitas nasabah tabungan simpedes dalam kegiatan operasional pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Batu 1.

## 1.4 MANFAAT PENULISAN

### a. Manfaat Bagi Perusahaan

Hasil penulisan tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan masukan dan evaluasi bagi PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Batu 1 khususnya dalam meningkatkan loyalitas nasabah tabungan simpedes melalui program BRImo FSTVL.

### b. Manfaat Bagi Penulis

Hasil penulisan tugas akhir ini diharapkan dapat membantu proses pembelajaran dan penerapan ilmu pengetahuan serta menjadi referensi bagi penulis selanjutnya mengenai Upaya Meningkatkan Loyalitas Nasabah Tabungan Simpedes Melalui Program BRImo FSTVL pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Batu 1.

### c. Manfaat Bagi Nasabah

Hasil penulisan tugas akhir ini diharapkan dapat membantu nasabah untuk memahami mekanisme pelaksanaan dari program

loyalitas nasabah melalui program BRImo FSTVL pada PT.Bank Rakyat Indonesia Unit Batu 1.

## 1.5 DEFINISI ISTILAH

### a. Pengertian Tabungan

Menurut UU Perbankan No 10 tahun 1998 pasal 1 ayat 5 tentang perbankan adalah simpanan yang pada penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang telah disepakati, namun tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro atau alat lainnya yang serupa.

Menurut N.Lapoliwa dan Daniel S.Kuswandi (2000 : 73) dalam bukunya “akuntansi Perbankan”, tabungan adalah simpanan masyarakat yang penarikannya dapat dilakukan oleh sipenabung sewaktu-waktu dikehendaki.

Menurut (Syaiful Hakim, 2022) tabungan (Saving account), yaitu simpanan masyarakat pada bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu. Tabungan, yaitu simpanan nasabah perorangan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan withdrawal slip (slip penarikan) dan anjungan tunai mandiri. Frekuensi aliran dana keluar masuk simpanan ini tidak setinggi simpanan giro, oleh karena itu penggunaan dana yang mengendap bagi bank dapat lebih diharapkan.

Tabungan merupakan simpanan pihak ketiga yang dapat ditambah dan diambil sewaktu-waktu melalui sarana perbankan yang ada (Dabella dan Kurniasih, 2020).

Tabungan merupakan media penyimpanan uang yang disukai oleh lapisan masyarakat. Simpanan tabungan merupakan salah satu bentuk penyimpanan uang yang sangat efektif karena jenis penyimpanan dapat dibuka dengan persyaratan dan ketentuan yang sangat mudah. (Verny, 2023)

## **b. Pengertian Loyalitas Pelanggan**

Loyalitas adalah suatu komitmen yang mendalam untuk membeli kembali atau berlangganan suatu produk dan jasa secara konsisten dimasa yang akan datang sehingga dapat menyebabkan pengulangan pembelian merek yang sama walaupun ada pengaruh situasi dan berbagai usaha pemasaran yang berpotensi untuk menyebabkan tindakan perpindahan merek. (Haryanti and Baqi, 2019)

Menurut (Dara Oktavia and Setya Marwati, 2022) Loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai “komitmen yang dipegang teguh untuk membeli kembali atau berlangganan kembali produk atau layanan yang diminati secara konsisten di masa depan, meskipun pengaruh situasional dan upaya pemasaran berpotensi menyebabkan perilaku beralih” , derajat loyalitas sejati dimulai dengan penilaian yang sangat puas terhadap apa yang diterima pelanggan dari perusahaan, Penyebab utama menjadi pelanggan yang loyal adalah mereka sangat puas dengan pelayanan yang diterima dari perusahaan.

Menurut (Srisusilawati et al., 2023) Loyalitas pelanggan mengekspresikan perilaku yang dimaksudkan berkaitan dengan produk atau jasa untuk perusahaan. Loyalitas pelanggan, sebagai salah satu mentalitas pelanggan, memiliki kesan yang baik terhadap perusahaan, berkomitmen untuk membeli kembali produk atau jasa perusahaan, dan merekomendasikan produk atau jasa kepada orang.

loyalitas pelanggan dapat diartikan sebuah komitmen untuk tetap melakukan pembelian ulang atau berlangganan di masa depan pada produk atau jasa yang disukai (Arnas and Wiyadi, 2024) . Ini terjadi meskipun ada pengaruh situasional dan upaya pemasaran yang dapat berpotensi mengubah perilaku konsumen. Loyalitas konsumen menjadi faktor krusial yang berkontribusi pada peningkatan profit perusahaan. Hal ini dikarenakan konsumen yang memiliki loyalitas cenderung

bersedia mengeluarkan biaya lebih tinggi untuk produk yang mereka sukai, serta lebih toleran terhadap masalah yang mungkin muncul terkait pelayanan dan kinerja suatu produk.

Adapun indikator loyalitas pelanggan menurut (Halimah and Yanti, 2020)) ciri-ciri pelanggan yang loyal sebagai berikut:

1. Melakukan pembelian ulang secara teratur (*Repeat Buying*).
2. Membeli antar lini produk dan jasa (*Purchase Across*).
3. Mereferensikan kepada orang lain (*Refers to Other*).
4. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari para pesaing (*Immunity to other*).



## 1.6 UNJUK KERJA

Unjuk Kerja Ini Mengacu Pada Keputusan Menteri Tenaga Kerja Republik Indonesia No 170 Tahun 2016 Tentang Penetapan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia Kategori Jasa Profesional, Ilmiah dan Teknis Golongan Pokok Kegiatan Kantor Pusat Dan Konsultasi Manajemen Bidang Manajemen Hubungan Pelanggan (*Customer Relationship Management*).

**KODE UNIT** : M.702093.015.01

**JUDUL UNIT** : Mengelola Program Loyalitas Pelanggan.

**DESKRIPSI UNIT** : Kompetensi Ini Mencakup Pengetahuan, Keterampilan Dan Sikap Kerja Yang Dibutuhkan Dalam Mengelola Program Loyalitas Pelanggan.

Tabel : 1.2 SKKNI mengenai mengelola program loyalitas pelanggan.

<b>ELEMEN KOMPETENSI</b>	<b>KRITERIA UNJUK KERJA</b>
Melaksanakan program loyalitas pelanggan	1.1 Mekanisme pelaksanaan program loyalitas pelanggan ditentukan sesuai dengan ketentuan yang ada. 1.2 Program loyalitas pelanggan dilaksanakan dalam kegiatan operasional perusahaan.

Sumber : SKKNI 2016 no 170