

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Bank adalah bisnis jasa keuangan, dimana yang dijual belikan adalah produk keuangan. Sumber dana bank adalah usaha bank dalam penghimpunan dana dari masyarakat. Dikaitkan dengan penelitian yang penulis teliti adalah produk tabungan pada PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Daya Artha Mentari Cabang Lawang di Kabupaten Malang. Tabungan merupakan salah satu produk perbankan yang perolehan dananya bersumber dari masyarakat luas. Sumber dana ini merupakan sumber dana terpenting bagi kegiatan operasi bank dan merupakan ukuran keberhasilan bank jika mampu membiayai operasinya dari sumber dana tabungan. Lembaga perbankan merupakan salah satu perusahaan jasa terpenting dalam perekonomian suatu daerah harus bisa menentukan atribut-atribut jasa yang paling berpengaruh dalam pembelian jasa perbankan untuk memenangkan persaingan. Bank sadar bahwa menarik nasabah mungkin mudah namun membuat nasabah setia menggunakan jasa bank sulit. *Account Officer, teller*, karyawan bank dan satpam harus selalu senyum ramah terhadap nasabah sehingga diharapkan dapat nilai positif yang dirasakan oleh calon pelanggan dan nasabah.

Nasabah adalah orang yang menggunakan produk jasa bank baik itu jasa tabungan ataupun pembiayaan pada PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Daya Artha Mentari Cabang Lawang di Kabupaten Malang yang terletak di Jalan Panglima Sudirman No. 48 Lawang yang menerapkan berbagai strategi khususnya untuk penghimpunan dana nasabah yang rata-rata pedagang, strategi yang dilakukan yaitu dengan cara penghimpunan langsung tabungan dari nasabah yang ada di pedesaan maupun pedagang yang berjualan dipasar Lawang. Strategi

tersebut sesuai dengan salah satu misi PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syaria'ah (BPRS) Daya Artha Mentari Cabang Lawang di Kabupaten Malang yaitu dapat dipercaya oleh masyarakat dengan menciptakan dan memelihara hubungan kerja sama yang baik dengan penyimpanan dana dan nasabah pembiayaan serta pengguna jasa bank sesuai ketentuan.

Dalam hal pelayanan Sumber Daya Manusia (SDM) memainkan peranan penting dalam produk atau jasa sehingga dapat mempengaruhi pembeli. Semua perilaku dan sikap maupun cara berpakaian dan penampilan akan mempengaruhi terhadap persepsi konsumen, itu berarti *Account Officer* salah satu sumber daya manusia yang ada pada lembaga jasa keuangan yang harus mempunyai skill, sikap membina, disiplin dan membina hubungan baik terhadap konsumen<sup>1</sup>

*Account Officer* adalah salah satu dari Sumber Daya Manusia (SDM) di bank yang memiliki tugas mencari nasabah baru untuk meningkatkan jumlah nasabah dan menarik angsuran pembiayaan. Untuk mendapatkan *Account Officer* yang berkualitas diperlukan pendidikan yang memadai agar bisa berinteraksi dengan baik terhadap semua nasabah. Seorang *Account Officer* harus mampu menginformasikan kepada konsumen tentang berbagai produk dan jasa yang di pasarkan. Informasi yang diberikan kepada nasabah harus jelas sesuai dengan akad yang ada di bank dan mudah dipahami nasabah. *Account Officer* salah satu bagian pelayanan yang berinteraksi langsung dengan nasabah diharapkan mampu memberikan pelayanan yang baik, sopan, ramah, cepat, teliti, dan akurat sehingga dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Tidak kalah penting dalam hal penanganan *komplain* konsumen, pelayanan yang diberikan harus optimal. Adanya *komplain* dari konsumen menunjukkan bahwa konsumen masih

---

<sup>1</sup> Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: ALFABETA, 2015), 62

memberikan peluang bank untuk melakukan perbaikan, jika bank mampu memberikan bimbingan dan solusi dengan senantiasa melihat kebutuhan konsumen, maka ini justru akan menjadi nilai plus yang dapat membangun citra positif dan keperluan manajemen pemasaran yang baik pada pihak bank.

Pemasaran adalah suatu keseluruhan sistem dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Dalam menetapkan pasar sasaran yang dapat dilayani oleh bank secara baik guna merancang produk, pelayanan dan program yang tepat untuk melayani pasar dan mengajak setiap orang dalam organisasi berfikir tentang pelayanan.<sup>2</sup>

Begitu pentingnya pelayanan yang baik dalam industri perbankan, jika pelayanan yang diberikan kurang optimal, asal-asalan dan tidak melihat kebutuhan konsumen maka bisa jadi hal ini justru akan merusak citra baik bank. Ada kemungkinan konsumen akan pergi dan menggunakan penyedia jasa kompetitor lain. Baik buruknya pelayanan akan mempengaruhi kepuasan konsumen. Jika pelanggan puas, maka mereka akan tetap bertahan untuk terus menggunakan produk/ jasa bank. Dalam pemasaran pelayanan perlu juga melakukan pendekatan kultural seperti ketika berinteraksi dengan nasabah penuh dengan keramahan, misalnya ketika bertemu dengan nasabah berjabat tangan dan ketika menyapa calon nasabah menyapa dengan ramah sekalipun tanya kabar.

Pendekatan kultural/ budaya adalah pendekatan yang dilakukan dengan cara menyesuaikan dengan budaya, budaya dapat melengkapi seseorang dengan rasa identitas dan pengertian akan perilaku yang dapat diterima di dalam masyarakat. Sikap dan perilaku yang dipengaruhi oleh budaya yakni

---

<sup>2</sup> Danang Sunyoto, *Prilaku Konsumen*, (Yogyakarta: CAP, 2013), 194.

berkomunikasi dengan bahasa yang mudah dipahami atau mengikuti bahasa yang ada di masyarakat setempat, berpakaian dan penampilan serapi mungkin dan harus tepat waktu ketika berinteraksi terhadap nasabah.

*Account Officer* sebagai jembatan penghubung antara nasabah dengan PT. Bank Perkreditan Rakyat Syari'ah (BPRS) Daya Artha Mentari mempunyai tanggung jawab yang sangat penting untuk melakukan pendekatan terhadap nasabah. Dalam hal ini penulis ingin mengetahui sejauh mana "Pengaruh Pendekatan Pelayanan Kultural Oleh *Account Officer* Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada Tabungan *At-Tiin*".

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **Pengaruh Pendekatan Pelayanan Kultural *Account Officer* (AO) Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Tabungan *At-Tiin* (Tabungan Industri, Investasi Dan Niaga) Pada PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah (Bprs) Daya Artha Mentari Cabang Lawang Di Kabupaten Malang.**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut?

- 1 Apakah pendekatan pelayanan kultural *Account Officer* berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah tabungan *At-Tiin*?
- 2 Berapa besar pengaruh pendekatan pelayanan kultural *Account Officer* terhadap peningkatan jumlah nasabah tabungan *At-Tiin*?

### C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan pelayanan kultural *Account Officer* berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah tabungan *At-Tiin*.
2. Untuk menjelaskan pengaruh pendekatan pelayanan kultural *Account Officer* terhadap peningkatan jumlah nasabah tabungan *At-Tiin*.

#### D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis berasal dari kata *hypo* yang artinya dibawah dan *thesa* berarti kebenaran. Hipotesis adalah jawaban sementara yang sebenarnya masi harus diuji atau rangkuman yang diperoleh dari tinjauan pustaka.<sup>3</sup>

H1 : Peran *Account Officer* mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah

H0 : Peran *Account Officer* tidak mempengaruhi pendapatan peningkatan jumlah nasabah.

#### E. Kegunaan penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Bagi Universitas Yudharta Pasuruan, sebagai pengembangan keilmuan khususnya diprogram ekonomi syari'ah.
2. Menambah wawasan serta pengetahuan penulis mengenai pengaruh pendekatan pelayanan kultural *Account Officer* terhadap peningkatan jumlah nasabah tabungan *At-Tiin*.
3. Sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi Ekonomi Syari'ah dan mendapatkan gelar S1 di Universitas Yudharta Pasuruan.

---

<sup>3</sup> Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, , 2016), 67.