

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Industri perbankan di Indonesia mengalami transformasi yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, terutama dengan munculnya berbagai inovasi produk dan layanan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan nasabah yang semakin beragam (ojk, 2023). Salah satu inovasi yang menarik yaitu dengan adanya fitur Tabungan cerdas yang diperkenalkan oleh PT. Bank Woori Saudara 1906 Tbk. Kantor Cabang Pembantu Kabupaten Ciamis. Fitur ini dirancang untuk memberikan kemudahan dan keuntungan lebih bagi nasabah dalam mengelola keuangan mereka, serta mendorong budaya menabung yang lebih baik di kalangan masyarakat. PT. Bank Woori Saudara 1906 Tbk. Kantor Cabang Pembantu Kabupaten Ciamis menyadari bahwa untuk tetap bersaing di pasar yang lebih ketat, penting bagi mereka untuk memperkenalkan produk-produk inovatif yang sesuai dengan kebutuhan nasabah. Sebagai salah satu jawaban dari kebutuhan nasabah PT. Bank Woori Saudara 1906 Tbk. Kantor Cabang Pembantu Kabupaten Ciamis meluncurkan fitur tabungan cerdas untuk berusaha menarik perhatian.

kepuasan nasabah terhadap layanan tersebut.

Fitur ini dirancang untuk memberikan kemudahan dalam mengelola keuangan pribadi melalui sistem *auto-debit*, pelaporan saldo dan grafik pertumbuhan tabungan, serta target keuangan yang dapat diatur sesuai kebutuhan nasabah. Inovasi ini selaras dengan prinsip *green banking*, yakni pendekatan perbankan yang mengedepankan efisiensi, digitalisasi, serta pengurangan jejak

lingkungan, seperti minimnya penggunaan kertas dan kunjungan fisik ke kantor cabang (Ullah, M. A., Harwood, I. A., & Jamali, 2014).

Menurut Arifin (Arifin, 2020), generasi muda saat ini membutuhkan layanan keuangan yang tidak hanya cepat dan mudah digunakan, tetapi juga yang mampu mendidik dan mendorong mereka untuk menabung secara terencana. Tabungan Cerdas menjawab tantangan tersebut melalui antarmuka aplikasi yang informatif dan transparan, serta fitur pelaporan keuangan digital yang memungkinkan nasabah mengevaluasi kebiasaan menabung mereka sendiri secara mandiri.

Namun demikian, keberhasilan sebuah fitur digital tidak hanya bergantung pada kecanggihan teknologinya, tetapi juga pada persepsi nasabah terhadap manfaat, kemudahan, dan nilai tambah yang dirasakan. Seperti yang dikemukakan oleh (Setiawan, D., & Haryanto, 2021), persepsi positif nasabah terhadap layanan digital sangat berperan dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas mereka terhadap produk perbankan.

Cepatnya informasi yang masuk akibat majunya teknologi sektor informasi telah menjadikan masyarakat semakin cerdas. Dampak lain bagi produsen adalah ketatnya persaingan antar produsen untuk memanfaatkan kemajuan teknologi ini. Oleh karena itu, kemajuan teknologi ini dimanfaatkan sebesar-besarnya untuk merebut hati konsumen agar membeli dan mengonsumsi produknya hanya melalui pemahaman pemasaran secara utuh dengan menjalankan strategi pemasaran yang tepat. Bank sebagai lembaga keuangan yang menghasilkan jasa keuangan juga membutuhkan strategi pemasaran untuk memasarkan produknya. Dampak dari perubahan teknologi juga berdampak positif terhadap perkembangan dunia

perbankan. (Kasmir, 2018)

Persepsi nasabah merupakan sebuah keadaan dimana para nasabah menginterpretasikan, menentukan dan memilih informasi yang berguna pada saat menentukan tindakan yang akan ditentukan setelahnya. Selain itu persepsi nasabah juga dapat diartikan sebagai perspektif yang berkaitan dengan penilaian terhadap produk maupun layanan perbankan (Dan & Image, 2022). Dalam hal ini, cukup banyak faktor yang memengaruhi, diantaranya adalah pengalaman pribadi nasabah, interaksi nasabah dengan *customer service*, serta informasi tentang fitur yang mereka terima. Namun, untuk melihat seberapa besar seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi dapat dengan mudah diakses tanpa membutuhkan *efforts* yang banyak. (Meileny, Findy dan Wijaksana, 2020)

Salah satu faktor yang mempengaruhi persepsi nasabah adalah pengalaman mereka dalam menggunakan produk tersebut. Pengalaman positif dapat meningkatkan kepuasan nasabah, sedangkan pengalaman negatif dapat menurunkan minat nasabah untuk menggunakan produk (Akbar & Siregar, 2020:709). Hal yang cukup memengaruhi dasar percaya nasabah dalam berinteraksi dengan bank lainnya adalah tingkat pengetahuan yang bersangkutan memiliki berkenaan dengan fitur yang ada. Sangat mungkin jika penggunaan tabungan cerdas akan berimbas positif bagi nasabah yang lebih paham mengenai fitur tabungan cerdas sebaliknya, dalam hal ketidakpahaman bisa berimbas pada keraguan dan ketidakpercayaan.

Dalam hal ini, penting untuk melakukan evaluasi bagaimana kantor cabang pembantu Kabupaten Ciamis merasakan manfaat dari fitur tabungan cerdas yang

ditawarkan oleh PT. Bank Woori Saudara 1906 Tbk.

Selain faktor teknologi dan demografi, persepsi nasabah juga dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti kondisi ekonomi makro, inflasi, dan perubahan suku bunga. Dalam situasi ekonomi yang tidak stabil, nasabah mungkin akan lebih berhati-hati dalam pengelolaan keuangan dan cenderung lebih selektif dalam menggunakan produk perbankan (Yusuf, M., & Fauziah, 2023). Oleh karena itu, penting bagi pihak bank untuk menyusun strategi edukasi yang efektif agar fitur seperti Tabungan Cerdas dapat dipahami secara menyeluruh oleh seluruh segmen nasabah.

Pemahaman mendalam terhadap persepsi nasabah memungkinkan bank untuk mengidentifikasi kelemahan layanan, meningkatkan pengalaman pengguna, dan mengembangkan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran. Bank juga harus mampu mengkomunikasikan nilai tambah dari produk mereka, seperti manfaat edukasi finansial, transparansi transaksi, dan fitur otomatisasi, guna meningkatkan minat dan loyalitas nasabah.

Dalam konteks persaingan industri perbankan yang semakin ketat, memahami persepsi nasabah terhadap fitur-fitur layanan digital seperti Tabungan Cerdas sangat penting untuk mempertahankan daya saing dan loyalitas nasabah. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya untuk menganalisis persepsi nasabah terhadap fitur Tabungan Cerdas dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang memengaruhinya, seperti kemudahan teknologi, tingkat edukasi produk, serta karakteristik demografis nasabah.

Namun, keberhasilan suatu produk perbankan tidak hanya ditentukan oleh

fitur-fitur yang dikeluarkan. Akan tetapi bagaimana nasabah mempersepsikan produk tersebut. Masih belum begitu jelas dan hal tersebut membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Persepsi Nasabah Terhadap Fitur Tabungan Cerdas Pada PT. Bank Woori Saudara 1906 Tbk. Kantor Cabang Pembantu Kabupaten Ciamis”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran dan edukasi fitur Tabungan cerdas yang dilakukan oleh PT. Bank Woori Saudara 1906 Tbk. Kantor Cabang Pembantu Kabupaten Ciamis
2. Bagaimana persepsi nasabah terhadap fitur Tabungan cerdas di PT. Bank Woori Saudara 1906 Tbk. Kantor Cabang Pembantu Kabupaten Ciamis
3. Bagaimana hambatan yang muncul dalam membentuk persepsi nasabah terhadap fitur tabungan cerdas di PT. Bank Woori Saudara 1906 Tbk. Kantor Cabang Pembantu Kabupaten Ciamis
4. Bagaimana Solusi dari hambatan yang muncul dalam membentuk persepsi nasabah terhadap fitur tabungan cerdas di PT. Bank Woori Saudara 1906 Tbk. Kantor Cabang Pembantu Kabupaten Ciamis

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian tersebut untuk mengetahui dan menganalisis sebagai berikut:

1. Dapat menganalisis strategi pemasaran dan edukasi yang dilakukan oleh PT.

Bank Woori Saudara 1906 Tbk. Kantor Cabang Pembantu Kabupaten Ciamis terkait fitur Tabungan Cerdas.

2. Melakukan penilaian persepsi nasabah terhadap fitur Tabungan Cerdas di PT. Bank Woori Saudara 1906 Tbk. Kantor Cabang Pembantu Kabupaten Ciamis.
3. Mengidentifikasi hambatan-hambatan yang muncul dalam membentuk persepsi nasabah terhadap fitur Tabungan Cerdas di PT. Bank Woori Saudara 1906 Tbk. Kantor Cabang Pembantu Kabupaten Ciamis.
4. Dapat menyusun solusi untuk mengatasi hambatan-hambatan yang ditemukan dalam membentuk persepsi nasabah terhadap fitur Tabungan Cerdas di PT. Bank Woori Saudara 1906 Tbk. Kantor Cabang Pembantu Kabupaten Ciamis.

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan atau manfaat baik kegunaan pengembangan ilmu dan kegunaan praktis adalah sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan Pengembangan Ilmu

Dari hasil penelitian ini dapat memberikan kegunaan pengembangan ilmu adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi nasabah terhadap produk perbankan, khususnya produk Tabungan inovatif seperti Tabungan cerdas. Hal ini dapat memperkaya literatur dan teori terkait persepsi konsumen dalam konteks industri perbankan
2. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pengembangan konsep

strategi pemasaran dan edukasi yang efektif dalam meningkatkan pemahaman dan minat nasabah terhadap produk perbankan. Hal ini berkontribusi pada pengembangan ilmu pemasaran jasa keuangan dan komunikasi pemasaran.

3. Penelitian ini dapat memberikan insight baru tentang bagaimana persepsi nasabah mempengaruhi minat, Keputusan, dan loyalitas mereka terhadap produk perbankan. Hal ini dapat memperkaya kajian tentang perilaku konsumen dalam konteks layanan keuangan.
4. Penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi dalam memahami bagaimana penerapan teknologi dalam produk perbankan, seperti Tabungan cerdas, memengaruhi persepsi dan keputusan nasabah. Hal ini relevan dengan pengembangan ilmu teknologi perbankan dan inovasi layanan keuangan

1.4.2 Kegunaan Praktis

Dari hasil penelitian ini dapat memberikan kegunaan pengembangan ilmu adalah sebagai berikut:

- a. Kegunaan Praktis untuk Penulis
 1. Penelitian ini memberikan kesempatan bagi penulis untuk memperdalam pemahaman tentang persepsi nasabah, strategi pemasaran perbankan, serta penerapan teknologi dalam industry keuangan. Hal ini dapat menjadi bekal pengetahuan yang berharga untuk pengembangan karir di masa depan
 2. Proses penelitian ini melatih penulis dalam mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasikan data, serta Menyusun rekomendasi yang relevan
 3. Penulis akan memperoleh pengalaman praktis dalam merancang dan melaksanakan penelitian yang dapat meningkatkan kemampuan karya

ilmiah yang berkualitas.

b. Kegunaan Praktis untuk Universitas

1. Penelitian ini dapat menjadi salah satu bentuk kontribusi universitas dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen perbankan dan pemasaran jasa keuangan. Hal ini dapat meningkatkan reputasi universitas sebagai institusi yang peduli terhadap perkembangan industri.
2. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi atau bahan studi bagi mahasiswa lain yang tertarik meneliti topik serupa, seperti persepsi konsumen, strategi pemasaran, atau inovasi produk perbankan.
3. Penelitian ini dapat menjadi sumber inspirasi bagi fakultas dan staf universitas dalam mengembangkan kurikulum yang relevan dan memperkaya materi pengajaran.

c. Kegunaan Praktis untuk Perusahaan

1. Hasil penelitian ini dapat membantu perusahaan memahami bagaimana nasabah mempersepsikan fitur Tabungan Cerdas, termasuk kelebihan dan kekurangan yang dirasakan. Hal ini dapat menjadi dasar untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan.
2. Rekomendasi dari penelitian ini dapat digunakan perusahaan untuk merancang strategi pemasaran dan program edukasi yang lebih efektif, sehingga dapat meningkatkan minat dan adopsi produk Tabungan Cerdas.
3. Penelitian ini dapat membantu perusahaan mengidentifikasi segmen pasar yang paling potensial untuk produk Tabungan Cerdas, sehingga strategi pemasaran dapat lebih terfokus dan efisien.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi penelitian

Pelaksanaan kegiatan observasi dilaksanakan di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Pembantu Ciamis, Jl. Letnan Samuji, Ciamis, Kec. Ciamis, Kabupaten Ciamis, Jawa Barat 46211. Berikut merupakan lokasi Bank Woori Saudara Kantor Cabang Pembantu Kabupaten Ciamis

