

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perbankan modern dituntut untuk tidak hanya menyediakan layanan transaksi dasar, tetapi juga menciptakan produk yang relevan dengan kebutuhan segmen tertentu. Salah satu segmen yang menjadi perhatian adalah kelompok pegawai, baik dari instansi pemerintah maupun swasta. Dalam menjawab kebutuhan tersebut, PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk menawarkan produk BNI Taplus Pegawai, yakni produk tabungan yang dirancang khusus untuk pegawai dengan fitur pemotongan gaji otomatis, kemudahan transaksi, serta biaya administrasi rendah.

Menurut Kasmir (2020), produk tabungan yang berbasis segmentasi seperti ini dapat meningkatkan loyalitas nasabah dan memperkuat posisi dana pihak ketiga (DPK) bank. Produk seperti BNI Taplus Pegawai juga berfungsi sebagai alat penetrasi pasar ke lembaga-lembaga formal melalui pendekatan kolektif (*payroll-based marketing*).

Meski demikian, implementasi di lapangan tidak selalu berjalan mulus, kondisi di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Ciawi menunjukkan bahwa pemanfaatan produk BNI TAPPA (Taplus Pegawai) masih belum optimal. Berdasarkan data internal terbaru, dari total 25 target pemasaran produk BNI TAPPA pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Ciawi hanya 5 instansi mitra yang telah bekerja sama dan 3000 nasabah aktif menggunakan rekening ini untuk keperluan *payroll*.

Di tengah upaya PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Ciawi untuk memperluas penggunaan produk BNI Taplus Pegawai, muncul berbagai fenomena menarik yang menunjukkan adanya hambatan dalam implementasi di lapangan. Hasil observasi awal dan wawancara informal dengan beberapa pegawai instansi mitra mengungkapkan bahwa masih terdapat persepsi yang kurang utuh terhadap manfaat produk ini. Sebagian pegawai menganggap bahwa fitur yang ditawarkan oleh BNI Taplus Pegawai tidak jauh berbeda dengan tabungan reguler lainnya, sehingga tidak memiliki nilai tambah yang signifikan. Selain itu, proses pembukaan rekening secara kolektif dinilai oleh sebagian responden sebagai kurang efisien, terutama ketika dilakukan dalam kegiatan sosialisasi massal yang waktunya terbatas. Beberapa nasabah juga menyampaikan keraguan terhadap kejelasan potongan biaya administrasi dan ketentuan suku bunga yang berlaku. Fenomena-fenomena ini menggambarkan adanya kesenjangan informasi dan komunikasi antara pihak bank dan nasabah potensial.

Hal ini sejalan dengan teori perilaku konsumen yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2016), bahwa persepsi terhadap produk jasa dipengaruhi oleh pengalaman individu, tingkat pemahaman, serta kualitas interaksi antara penyedia layanan dan pengguna. Oleh karena itu, penting untuk menggali lebih dalam bagaimana persepsi, pemahaman, dan pengalaman nasabah terbentuk dalam konteks penggunaan BNI Taplus Pegawai di lingkungan kerja mereka.

Studi-studi sebelumnya umumnya menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menilai tingkat kepuasan atau pengaruh layanan terhadap loyalitas nasabah, seperti penelitian oleh Dewi dan Anugrah (2020). Namun, belum banyak penelitian

yang mengeksplorasi produk BNI Taplus Pegawai secara kualitatif, terutama dari sudut pandang pengalaman dan persepsi nasabah serta strategi komunikasi pihak bank. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji lebih dalam **“Analisis Kualitas Produk BNI TAPPA di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Ciawi”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas produk BNI TAPPA di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Ciawi?
2. Bagaimana hambatan/kekurangan produk BNI TAPPA di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Ciawi?
3. Bagaimana solusi untuk mengatasi hambatan/kekurangan produk BNI TAPPA di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Ciawi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui bagaimana kualitas produk BNI TAPPA di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Ciawi;
2. Mengetahui bagaimana hambatan/kekurangan produk BNI TAPPA di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Ciawi;

3. Mengetahui bagaimana solusi untuk mengatasi hambatan/kekurangan produk BNI TAPPA di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Ciawi.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khasanah ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang pemasaran jasa perbankan. Penelitian ini dapat menjadi bahan literatur tambahan yang membahas mengenai analisis kualitas produk tabungan BNI TAPPA, terutama yang dikaitkan dengan perilaku konsumen, strategi pemasaran, serta faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat minat dan kepuasan nasabah. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian serupa pada objek, lokasi, atau konteks yang berbeda, sehingga dapat mengembangkan teori-teori pemasaran perbankan yang lebih aplikatif.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat nyata bagi berbagai pihak yang berkepentingan, di antaranya:

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pihak manajemen PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Ciawi dalam melakukan evaluasi terhadap kinerja produk BNI TAPPA. Temuan dari penelitian ini dapat digunakan untuk merumuskan

strategi pengembangan produk, memperbaiki kelemahan yang ada, meningkatkan kualitas layanan, serta merancang strategi promosi yang lebih tepat sasaran sesuai dengan karakteristik nasabah di wilayah Ciawi dan sekitarnya. Dengan demikian, diharapkan produk BNI TAPPA dapat lebih dikenal, diminati, dan memberikan kontribusi optimal terhadap perolehan Dana Pihak Ketiga (DPK) bank.

b. Bagi Penulis

Penelitian ini memberikan manfaat bagi penulis sebagai sarana penerapan ilmu dan teori yang telah diperoleh selama masa perkuliahan. Selain itu, penelitian ini juga melatih kemampuan penulis dalam berpikir kritis, analitis, serta meningkatkan keterampilan dalam mengidentifikasi masalah, mengumpulkan data, dan menarik kesimpulan secara ilmiah. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bekal pengalaman bagi penulis dalam menghadapi permasalahan serupa di dunia kerja khususnya di sektor perbankan.

c. Bagi Institusi Pendidikan

Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pihak institusi pendidikan sebagai bahan referensi perpustakaan. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat membantu mahasiswa lain yang sedang atau akan melakukan penelitian dengan topik sejenis.

1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu (KCP) Ciawi yang terletak di Jl. Raya Ciawi No. 123, Pakemitan, Ciawi, Kabupaten Tasikmalaya, Jawa Barat.

1.5.2 Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan mengikuti tahapan-tahapan yang telah dirancang secara sistematis untuk memastikan proses penelitian sesuai dengan tahapan yang direncanakan. Adapun rincian waktu pelaksanaan dari setiap tahapan kegiatan disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 1. 1 Jadwal Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Bulan				
		Jun	Jul	Ags	Sep	Okt
1.	Pengajuan judul Proposal Tugas Akhir					
2.	Proses bimbingan proposal Proposal Tugas Akhir					
3.	Seminar proposal Tugas Akhir					
4.	Revisi Proposal Tugas Akhir dan persetujuan akhir					
5.	Pengumpulan dan pengolahan data					
6.	Proses bimbingan Tugas Akhir					
7.	Ujian Tugas Akhir					
8.	Revisi dan pengesahan Tugas Akhir					