

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan industri perbankan Indonesia telah mengalami peningkatan persaingan yang signifikan. Munculnya berbagai macam produk dan layanan perbankan baru telah membuat persaingan semakin ketat di antara bank-bank besar maupun kecil. Ketatnya persaingan perbankan memiliki peluang yang sangat besar bagi para nasabah untuk mendapatkan produk atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, sebuah bank harus mampu memberikan produk dengan mutu yang lebih baik, biaya yang lebih murah, informasi yang lebih cepat dan pelayanan yang lebih baik dibandingkan dengan para pesaingnya.

Munculnya pesaing yang menawarkan produk dan jasa sejenis dengan cara yang berbeda, misalnya seperti pelayanan yang lebih bermutu atau biaya yang lebih rendah, dimana dapat menyebabkan nasabah dapat berpindah ke bank yang lain. Ini merupakan permasalahan yang terjadi di lapangan tempat penelitian yaitu di bank BNI KCP Universitas Siliwangi, hal itu terlihat jelas banyak bermunculnya bank-bank kompetitor dimana mereka berlomba-lomba memberikan layanan yang kian beragam dan menarik. Upaya memenangkan persaingan tidaklah mudah mengingat nasabah bank bersifat heterogen sehingga menyebabkan perbedaan dalam motif dan pola pikirnya.

Kepuasan nasabah menjadi faktor penting bagi bank untuk mencapai keuntungan dan mulai memperhatikan sektor potensial yang dapat

mempertahankan atau meningkatkan pendapatan sehingga kepentingan nasabah menjadi pilihan utama. Apabila nasabah sudah merasakan kepuasan atas apa yang diberikan oleh pihak bank, nasabah akan melakukan transaksi secara berulang-ulang dengan kata lain membentuk sebuah loyalitas nasabah. Loyalitas diartikan dengan “komitmen”, dimana komitmen adalah keinginan untuk secara terus-menerus melakukan hubungan, konsep perilaku loyal tersebut fokus pada perilaku pembelian secara ulang dan sikap untuk membeli kembali. Loyalitas nasabah tidak hanya berarti mereka tetap menggunakan layanan perbankan dari satu bank, tetapi juga melakukan berbagai transaksi dan mengambil berbagai produk tambahan yang ditawarkan oleh bank tersebut. Loyalitas nasabah adalah aset berharga bagi bank, karena nasabah yang loyal cenderung lebih stabil dan cenderung memberikan pendapatan jangka panjang. Loyalitas nasabah merupakan tujuan akhir semua bank karena dengan loyalitas nasabah, bank akan mendapatkan keuntungan karena dapat meraih pangsa pasar dan profitabilitas yang tinggi.

Salah satu cara dalam membantu terciptanya loyalitas nasabah yaitu dengan menerapkan *Customer Relationship Management* (CRM). Konsep CRM dikembangkan dengan landasan pemikiran bahwa bank dapat “hidup” karena adanya nasabah yang membeli produk atau jasanya sehingga aktivitas menjalin hubungan dengan nasabah adalah hal krusial yang harus diperhatikan secara sungguh-sungguh. Target dari dijalinnya hubungan yang kuat dengan nasabah tidak hanya berhenti pada tercapainya profit bagi bank.

Aktivitas CRM bertujuan agar bank dapat mengenali nasabah secara lebih detail, melayani mereka sesuai dengan kebutuhannya, agar nasabah yang dimaksud dapat terpuaskan oleh bank, inti dari CRM adalah tercapainya suatu relasi yang membuat nasabah merasa diperlakukan secara istimewa oleh perusahaan.

Melalui penerapan CRM bank diharapkan sanggup membangun komunikasi dan hubungan baik dengan para nasabahnya sehingga dalam menghasilkan produk bank tidak hanya menjual dan memasarkan suatu produk dengan kualitas yang baik atau harga yang bersaing akan tetapi juga akan menjawab keinginan dan kebutuhan nasabah.

Namun, dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh pratiwi (2022) mendapatkan hasil bahwa *customer relationship management* tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Penjelasan ini menunjukkan adanya ketidakselarasan, penelitian ini dilakukan di BSI KC Malang Soetta. Berdasarkan fenomena ini penulis tertarik melakukan penelitian karena masih adanya perbedaan hasil penelitian dalam variabel tersebut.

Selain dari data di atas berdasarkan hasil observasi lapangan yang dilakukan penulis di bank BNI KCP UNSIL untuk jumlah nasabah tabungan taplus adanya penurunan selama 4 tahun, sebagai berikut:

Tabel 1.1 Penurunan jumlah nasabah Tabungan Taplus

Tahun	2020	2021	2022	2023
Jumlah Nasabah Taplus	454 orang	438 orang	420 orang	400 orang

Sumber data: BNI KCP UNSIL Tasikmalaya

Selama 4 tahun terakhir bank BNI KCP UNSIL Tasikmalaya mengalami penurunan jumlah nasabah Tabungan Taplus, salah satu penyebabnya diduga karena fokus dari bank BNI KCP Unsil sendiri yaitu di bidang pelayanan saja. Namun pelayanan di bank BNI KCP Unsil cenderung terhambat dikarenakan jam operasional, faktor pelayanan serta kerjasama dengan beberapa instansi termasuk sekolah & perguruan tinggi di sekitar lingkungan bank BNI KCP Unsil Tasikmalaya. Sehingga menjadi kendala dalam pelayanan bagi nasabah umum di luar instansi yang bekerjasama, yang menjadikan ketidakpuasan bagi mereka yaitu karena harus menunggu lama, keterbatasan pelayanan dan antrean yang begitu banyak dengan jumlah *Customer Service* dan Teller masing-masing hanya 2 orang, hal itu memungkinkan nasabah merasa tidak nyaman, tidak efektif sehingga menurunkan loyalitas dan kecenderungan nasabah umum reguler pindah ke bank lain.

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan usulan penelitian, dengan judul **“Pengaruh *Customer Relationship Management* Terhadap Loyalitas Nasabah (Survei pada Nasabah Tabungan Taplus di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor cabang pembantu Unsil Tasikmalaya)”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *Customer Relationship Management* di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk KCP Unsil Tasikmalaya.
2. Bagaimana loyalitas nasabah pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk KCP Unsil Tasikmalaya.
3. Bagaimana pengaruh *Customer Relationship Management* terhadap loyalitas nasabah di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk KCP Unsil Tasikmalaya.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. *Customer Relationship Management* di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk KCP Unsil Tasikmalaya.
2. Loyalitas nasabah di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk KCP Unsil Tasikmalaya.
3. Pengaruh *Customer Relationship Management* terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk KCP Unsil Tasikmalaya.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Pengembangan Ilmu

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat dijadikan salah satu upaya pengembangan ilmu manajemen pemasaran bank dan diharapkan dapat memberikan informasi mengenai hubungan *Customer Relationship Management* sebagai strategi pemasaran yang dilakukan oleh bank untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.2.1 Bagi Penulis

Hasil dari penelitian ini adalah sebagai salah satu syarat penyelesaian Tugas Akhir Jurusan D-3 Perbankan dan Keuangan Universitas Siliwangi, memberikan pengalaman dan menambah pengetahuan serta wawasan mengenai dunia kerja khususnya di Lembaga Keuangan yaitu Sektor Perbankan serta dapat mengimplementasikan secara langsung teori dan praktik yang telah diberikan saat perkuliahan ketika dilaksanakannya penelitian.

1.4.2.2 Bagi Lembaga

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai salah satu sumber informasi dan referensi yang berhubungan dengan ilmu pengetahuan untuk seluruh mahasiswa Jurusan D-3 Perbankan dan Keuangan.

1.4.2.3 Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan masukan atau perbaikan bagi perusahaan PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Unsil Tasikmalaya mengenai pengaruh *Customer Relationship Management* terhadap loyalitas nasabah.

1.4.2.4 Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber atau bahan referensi dan informasi dalam penyusunan laporan tugas akhir.

1.5 Lokasi dan Jadwal

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu UNSIL Tasikmalaya yang beralamat di Jalan Siliwangi No.51, Kahuripan, Kecamatan Tawang, Kabupaten Tasikmalaya, Jawa Barat 46115, Indonesia.

1.5.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan dari mulai Febuari 2024 - Mei 2024 dengan jadwal penelitian yang akan direncanakan sebagai berikut

Table 1.2 Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Tahun 2024																
		Bulan																
		Februari				Maret				April				Mei				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Pengajuan outline dan rekomendasi pembimbing																	
2	Konsultasi awal dan menyusun rencana kegiatan																	
3	Proses bimbingan untuk menyelesaikan proposal																	
4	Seminar Proposal Tugas Akhir																	
5	Revisi Proposal Tugas Akhir dan persetujuan revisi																	
6	Pengumpulan dan pengolahan data																	
7	Proses bimbingan untuk menyelesaikan Tugas Akhir																	
8	Ujian Tugas Akhir, revisi Tugas Akhir, dan pengesahan Tugas Akhir																	

Sumber: Data diolah penulis, 2024