

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era persaingan industri perbankan yang semakin ketat, setiap lembaga keuangan dituntut untuk mampu mempertahankan nasabah yang dimilikinya. Tidak hanya bank umum, Bank Perkreditan Rakyat (BPR) juga menghadapi tantangan yang sama dalam menjaga keberlangsungan usahanya. Loyalitas pelanggan menjadi salah satu faktor penting yang harus diperhatikan, karena nasabah yang loyal cenderung akan terus menggunakan jasa bank serta merekomendasikannya kepada orang lain, (Komalasari, 2015)

Berbeda dengan bank umum yang telah didukung oleh berbagai fasilitas berbasis teknologi modern, BPR cenderung lebih mengandalkan pendekatan pelayanan secara langsung kepada nasabah. Oleh karena itu, keberhasilan BPR dalam mempertahankan pelanggan sangat bergantung pada kemampuan dalam membangun hubungan yang baik dengan nasabah. Salah satu strategi yang dapat digunakan adalah melalui penerapan *Customer Relationship Management (CRM)*, yang berfokus pada upaya membangun hubungan jangka panjang melalui komunikasi yang efektif, pelayanan yang berkualitas, serta pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan. Pelanggan bagi perusahaan adalah aset terpenting bagi kelangsungan hidup perusahaan agar mampu bertahan menghadapi persaingan global seiring perkembangan zaman, (Wardani et al., 2018)

Namun, berdasarkan kondisi di lapangan pada PT BPR Bandung Kidul masih ditemukan beberapa permasalahan yang berkaitan dengan penerapan CRM.

Hasil observasi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh staf belum optimal. Hal ini terlihat dari kurangnya sikap ramah dalam melayani nasabah, seperti tidak adanya sambutan ketika nasabah datang, kurangnya senyuman selain itu, terdapat pula keluhan dari nasabah yang disampaikan melalui ulasan pada platform digital seperti Google Maps, yang menunjukkan adanya ketidakpuasan terhadap pelayanan yang diberikan. Salah satu keluhan yang muncul adalah terkait kondisi antrean yang tidak tertib karna tidak adanya no antrean, sehingga menimbulkan ketidaknyamanan bagi nasabah. Situasi ini tidak hanya mencerminkan kurangnya sistem pelayanan, tetapi juga menunjukkan belum optimalnya pengelolaan hubungan dengan nasabah dalam menciptakan pengalaman layanan yang baik.

Permasalahan-permasalahan tersebut menunjukkan bahwa penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) di PT BPR Bandung Kidul masih perlu ditingkatkan, khususnya dalam aspek pelayanan, komunikasi, dan perhatian terhadap kebutuhan nasabah. Jika kondisi ini terus berlangsung, maka dapat berdampak pada menurunnya tingkat kepuasan yang pada akhirnya akan memengaruhi loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, penerapan CRM yang efektif menjadi sangat penting bagi BPR dalam menciptakan hubungan yang baik dengan nasabah, meningkatkan kepuasan, serta membangun loyalitas pelanggan. Dengan adanya hubungan yang kuat antara bank dan nasabah, diharapkan BPR mampu bertahan dan bersaing di tengah kondisi industri perbankan yang semakin kompetitif. Hubungan pelanggan yang kuat tidak terbentuk secara instan,

melainkan melalui serangkaian interaksi yang konsisten, pengalaman positif yang berulang, dan kepercayaan yang dibangun dari waktu ke waktu, (Hasan et al, 2023)

Kebaruan dalam penelitian ini terletak pada objek penelitian yang berfokus pada Bank Perkreditan Rakyat (BPR), khususnya PT BPR Bandung Kidul. Berdasarkan kajian penelitian terdahulu, masih sangat terbatas penelitian yang mengkaji pengaruh Customer Relationship Management (CRM) terhadap customer loyalty pada konteks BPR, karena sebagian besar penelitian dilakukan pada bank umum atau perusahaan lain. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut.

Berdasarkan fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap *customer loyalty* studi pada nasabah PT BPR Bandung Kidul”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas, terdapat 3 pokok permasalahan yang akan di identifikasikan oleh penulis sebagai berikut:

1. Bagaimana *Customer Relationship Management* (CRM) di PT BPR Bandung Kidul?
2. Bagaimana *customer loyalty* di PT BPR Bandung Kidul ?
3. Bagaimana Pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) Terhadap *customer loyalty* di PT BPR Bandung Kidul

1.3 Tujuan Penelitian

Mengacu pada identifikasi masalah yang telah disebutkan di atas, adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. untuk mengetahui *Customer Relationship Management* (CRM) pada PT BPR Bandung Kidul.
2. untuk mengetahui *customer loyalty* pada PT BPR Bandung Kidul.
3. untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap *customer loyalty* pada PT BPR Bandung Kidul.

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

1.4.1 Kegunaan Pengembangan Ilmu

Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan wawasan baru di bidang manajemen perbankan, khususnya mengenai pengaruh hubungan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Lebih jauh lagi, penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian lebih lanjut yang berfokus pada strategi peningkatan hubungan pelanggan dengan tujuan meningkatkan loyalitas pelanggan. Hal ini sangat relevan bagi bank koperasi (BPR), khususnya PT. BPR Bandung Kidul.

1.4.2 Kegunaan Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini memberikan pengalaman dalam melakukan metode penelitian kuantitatif, termasuk pengumpulan, analisis, dan interpretasi data tentang hubungan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Selain itu, hasil penelitian ini menjadi dasar pemahaman penulis tentang bagaimana hubungan pelanggan

dapat berkontribusi pada loyalitas pelanggan, yang akan bermanfaat di dunia profesional, khususnya di sektor perbankan dan jasa keuangan.

b. Bagi Program Studi

Penelitian ini dapat melengkapi koleksi referensi akademis yang tersedia bagi mahasiswa lain yang ingin mengeksplorasi topik serupa di bidang perbankan dan loyalitas pelanggan.

c. Untuk PT. Bank BPR Bandung Kidul Kantor Pusat

Temuan penelitian juga diharapkan dapat membantu bank mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, sehingga dapat dijadikan dasar untuk mengembangkan strategi guna meningkatkan hubungan pelanggan. Hal ini akan memungkinkan manajemen PT. BPR Bandung Kidul untuk mengambil keputusan yang lebih tepat guna mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah persaingan yang semakin ketat di sektor perbankan.

1.5 Lokasi dan jadwal penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Kantor Pusat PT. BPR Bandung Kidul berlokasi di Jl. Raya Pangalengan No. 340, Desa Pangalengan, Kec. Pangalengan, Bandung 40378

1.5.2 Jadwal Penelitian

Waktu penelitian yang dibutuhkan untuk penelitian dimulai dari bulan ferbruari sampai dengan bulan mei 2026.

Tabel 1. 1 Jadwal Penelitian

No	kegiatan	Bulan															
		febuari				Maret				april				mei			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan judul ke pembimbing 1																
2	Acc oleh judul pembimbing 1																
3	Acc judul oleh pembimbing 2																
4	Peroses bimbingan Untuk menyelesaikan Proposal Tugas Akhir																
5	Seminar Proposal Tugas Akhir																
6	Revisi Proposal Tugas Akhir Dan Persetujuan Revisi																
7	Pengumpulan Dan Pengelolahan Data																
8	Proses Bimbingan Untuk Menyelesaikan Tugas																
9	Revisi Tugas Akhir Dan Pengesahan Tugas Akhir																

sumber:diolah penulis,2026