

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan bisnis sektor perbankan saat ini sangat ketat, ditandai dengan banyaknya bentuk kreativitas dan inovasi yang dilakukan bank, baik bank milik pemerintahan maupun bank swasta. Kompleksitas persaingan pada jasa layanan perbankan menyebabkan setiap bank harus selalu berusaha meningkatkan produk dan pelayanan agar keinginan nasabah dapat terwujud. Kualitas pelayanan merupakan prioritas utama dalam jaminan mutu yang memiliki piranti handal mengenai konsumen terhadap perusahaan. Mutu pelayanan merupakan bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*Perceived Services*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*Expected Services*)

Loyalitas nasabah merupakan salah satu bukti bahwa bank tersebut telah mampu bersaing dalam memberikan pelayanan yang prima kepada nasabah. Manajemen perbankan berperan dalam menciptakan loyalitas nasabah dengan menekankan pada mutu pelayanan kepada nasabahnya. Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah *Customer Relationship Management (CRM)*.

*Customer Relationship Management* merupakan salah satu pendekatan bisnis yang berbasis pengelolaan hubungan atau relasi dengan nasabah. *CRM* lebih memfokuskan pada apa yang dinilai nasabah, bukan kepada produk yang ingin dijual oleh pihak bank. Melalui penerapan *CRM* pihak perbankan

diharapkan dapat membangun komunikasi dan hubungan yang baik dengan para nasabahnya sehingga dalam menghasilkan suatu produk, bank tidak hanya menjual dan memasarkan suatu produk dengan kualitas yang baik atau harga yang bersaing tetapi juga dapat menjawab keinginan dan kebutuhan nasabah. Terdapat banyak manfaat yang akan diperoleh pihak bank dengan mengimplementasikan CRM. Dengan implementasi CRM yang baik, terhadap pelayanan dunia perbankan akan semakin baik.

*Customer value* adalah persepsi nasabah terhadap manfaat yang diterima dari suatu layanan dibanding dengan biaya yang harus dikeluarkan. CRM dapat membangun relasi yang erat antara pihak bank dengan nasabahnya. CRM dapat menjadi dasar untuk memperoleh nasabah, melayani, mempertahankan dan mengembangkan nasabah. CRM dapat menjadi sebuah cara yang kuat bagi pihak perbankan untuk memastikan bahwa nasabah tetap setia atau loyal. Pelayanan sangat berhubungan dengan loyalitas konsumen. Pelayanan yang baik dan berkualitas merupakan bagian dari penilaian konsumen terhadap variabel penjualan. Pelayanan yang baik meliputi kecepatan dalam melayani, keramahan petugas yang melakukan penjualan, kemudahan dalam melakukan transaksi perdagangan dan lain sebagainya.

Kualitas pelayanan merupakan atribut global perusahaan dan merupakan pertimbangan pelanggan terhadap keberhasilan atau superioritas perusahaan secara menyeluruh (Ariani 2009). Menurut Zeithaml & Bitner (2008) kepuasan pelanggan sebagai respon pelanggan terhadap evaluasi

ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan dan kinerja aktual jasa. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh CRM Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah yang dilakukan oleh PT Bank BRI Cabang Bumiayu.

PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) merupakan bank pemerintah pertama di Indonesia. Pada tahun 2012, Bank BRI menduduki peringkat ke 5 peraih *best bank service excellent* berdasarkan survei MRI. Survei ini merupakan pengukuran kualitas pelayanan prima perbankan. Ada beberapa performa yang diukur MRI, diantaranya kantor cabang, ATM, *phone banking*, *SMS banking*, *mobile banking*, internet, satpam, toilet, peralatan *banking hall*, *customer service teller*, kenyamanan ruangan, dan *ATM centre*. Hasil survey MRI untuk bank peraih *Best Service Excellence* tahun 2012 secara lengkap tersaji pada tabel berikut ini

**Tabel 1.1 Peringkat bank peraih Best Bank Service Excellence 2012**

No	Nama Bank
1	Bank Mandiri
2	Bank Permata
3	Bank BII
4	Bank Negara Indonesia
5	<b>Bank BRI</b>
6	Bank NISP
7	Bank CIMB Niaga
8	Bank Danamon
9	Bank BCA
10	Bank BTN

Sumber: [www.infobanknews.com](http://www.infobanknews.com)

Saat ini BRI Cabang Bumiayu mempunyai unit kerja yang berjumlah 12 kantor unit, yang terbagi menjadi 6 kecamatan yaitu Kecamatan Sirampog, Kecamatan Tonjong, Kecamatan Bumiayu, Kecamatan Paguyangan,

Kecamatan Bantarkawung, Kecamatan Salem. Jumlah nasabah BRI cabang Bumiayu berjumlah 19.000 nasabah. Dari sisi kualitas pelayanan dalam bank bri sangat ramah, sementara dari sisi kepuasan nasabah pada Bank BRI cabang Bumiayu rata-rata nasabah puas terhadap BRI Cabang Bumiayu, terbukti semakin banyak nasabah yang menabung di BRI Cabang Bumiayu.

Sementara untuk Loyalitas nasabah pada BRI Cabang Bumiayu kebanyakan nasabah sangat loyal terhadap BRI dikarenakan Bank BRI merupakan salah satu bank yang memiliki kantor dan Mesin ATM di setiap kecamatan. Fokus jangka panjang Bank BRI menawarkan semua aktifitas pemasaran mulai dari pendirian, pengembangan, dan pemeliharaan serta memperoleh dan menggunakan informasi nasabah.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah *Customer Relationship Management* Berpengaruh positif secara parsial terhadap Loyalitas Nasabah ?
2. Apakah Kualitas Pelayanan Berpengaruh positif secara parsial terhadap Loyalitas Nasabah ?
3. Apakah Kepuasan Nasabah Berpengaruh positif secara parsial terhadap Loyalitas Nasabah ?
4. Apakah *Customer Relationship Management*, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah secara simultan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah ?

### 1.3 Pembatasan Masalah

Agar permasalahan yang diteliti tidak meluas, maka penulis membatasi:

1. Variabel yang diteliti adalah : CRM, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah.
2. Obyek penelitian pada PT. Bank BRI Cabang Bumiayu
3. Waktu penelitian pada bulan Juni-Juli 2016.

### 1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh positif *Customer Relationship Management* secara parsial terhadap Loyalitas Nasabah ?
2. Untuk mengetahui pengaruh positif Kualitas Pelayanan secara parsial terhadap Loyalitas Nasabah ?
3. Untuk mengetahui pengaruh positif Kepuasan Nasabah secara parsial terhadap Loyalitas Nasabah ?
4. Untuk mengetahui pengaruh positif *Customer Relationship Management* , Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah ?

### 1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu berkontribusi dalam pengembangan teori terutama yang menyangkut masalah Customer

Relationship Management, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, dan Loyalitas Nasabah.

## 2. Bagi Peneliti

Untuk mengembangkan hubungan pemasaran dan juga sebagai bahan acuan penelitian dimasa yang akan datang dan akan diketahui faktor mana yang paling berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Selain itu untuk mendapatkan derajat Sarjana S-1 yang sedang ditempuh.

## 3. Bagi Perbankan (BRI)

Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan rekomendasi tentang pembuatan kebijakan manajemen untuk meningkatkan dan memberikan hasil yang lebih komprehensif tentang pengaruh *customer relationship management*, kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada Bank BRI Cabang Bumiayu.