

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pertumbuhan dunia perbankan pada saat ini sangat pesat dan semakin berkembang di Indonesia. Hal ini dinyatakan karena banyaknya Bank-Bank swasta yang berdiri. Dengan cukup pesatnya pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Masing-masing Bank berusaha menarik nasabah sebanyak-banyaknya.

Bank adalah lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk pemberian kredit atau pinjaman. Hubungan antara pihak bank dengan nasabah menyangkut kebutuhan para nasabah terhadap jasa-jasa bank dan kesanggupan serta ketersediaan bank untuk dapat memenuhi kebutuhan nasabah. Tujuan utama bank adalah guna menciptakan dan mempertahankan nasabahnya. Dengan semakin meningkatnya persaingan dalam bisnis perbankan menuntut setiap bank untuk selalu berusaha memperhatikan kebutuhan dan keinginan nasabah. Di samping itu, bank juga berusaha memenuhi apa yang mereka harapkan dengan cara-cara yang lebih memuaskan dari yang dilakukan perusahaan pesaing (Yuniningsih, 2007) dalam skripsinya (Frieda Ellena,2011;4)

Bank adalah salah satu kebutuhan bagi masyarakat, dengan begitu hendaknya perusahaan perbankan memberikan pelayanan terbaik guna mendapatkan nasabah yang diinginkan yang nantinya akan menjadi nasabah yang loyal dan menjadi asset yang berharga bagi perusahaan.

Rangkuti (2006;318) mengemukakan bahwa: Nasabah adalah orang yang mengkonsumsi atau menggunakan produk atau jasa. Seseorang bisa disebut nasabah tanpa perlu membeli produk atau jasa, melainkan cukup hanya mengkonsumsi atau menggunakan produk.

*Customer Relationship Management* (CRM) adalah aktivitas, usaha dan strategi yang melibatkan seluruh sumber daya untuk menjalin, mengelola, dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan yang ada, untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan. (Anton dan Goldenbery, 2002;20).

CRM adalah salah satu strategi yang digunakan oleh Bank Syari'ah Amanah Sejahtera GKB Gresik untuk menjalin, mengelola dan mempertahankan nasabah yang nantinya akan menjadi nasabah yang loyal, karena nasabah yang loyal akan menjadi aset yang terbesar bagi perusahaan.

Yuang dan Chang (2001) dalam (ragam jurnal pengembangan, Humaniora dan Rustomo Vol.10 No 3, 2010) mengemukakan bahwa pengetahuan akan pelanggan merupakan kunci kesuksesan CRM. Tanpa pengetahuan akan pelanggan yang disebarluaskan ke seluruh perusahaan, perusahaan bisa gagal memenuhi keinginan pelanggan. Upaya memahami pelanggan dan memperkuat hubungan dengan pelanggan sangat penting dalam perekonomian yang dikendalikan oleh permintaan saat ini.

Mengetahui keinginan nasabah suatu hal yang sangat penting bagi perusahaan. Dan untuk mengetahui keinginan tersebut Bank Syari'ah Amanah Sejahtera GKB menyediakan tempat pusat layanan yaitu *customer service*, disitulah tempat mereka bertransaksi Tanya jawab antara pelanggan dan pihak

perusahaan, dan juga dilakukan dengan cara bersilaturahmi ketempat nasabah. Hal tersebut dilakukan untuk mempertahankan nasabah untuk tetap memakai produk yang telah disediakan dan menjadi nasabah yang loyal. Salah satu produk Bank Syari'ah Amanah Sejahtera adalah Tabungan Wadiah yang dikelola secara tepat dan syari'ah, simpanan aman dan menguntungkan dan insyaAllah menentramkan dan barokah. Dengan produk tersebut diharapkan masyarakat akan semakin tertarik untuk menggunakan produk yang telah disediakan.

Kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk bertingkah laku tertentu karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang ia harapkan dan suatu harapan yang umumnya dimiliki seseorang bahwa kata, janji atau pernyataan orang lain dapat dipercaya (Barnes,2003;148).

Sebelum seorang nasabah memutuskan untuk bertransaksi atau melakukan hubungan jangka panjang dengan perusahaan perbankan hendaknya nasabah itu harus mempercayainya terlebih dahulu. Sebelum nasabah mempercayainya perusahaan harus terlebih dahulu memberi kepercayaan kepada nasabahnya.

Untuk menjaga rasa kepercayaan nasabah pada perusahaan maka yang dilakukan perusahaan adalah memenuhi kewajibannya terhadap nasabah dengan cara Bank konsisten dalam memberikan pelayanan yang berkualitas, memberikan rasa aman dalam melakukan transaksi, memberikan rasa nyaman terhadap nasabahnya menyangkut dana yang disimpan atau yang dikelola oleh bank tersebut, karyawan Bank menunjukkan rasa hormat kepada nasabah. Bank tidak pernah mengingkari janji-janji yang di berikan pada nasabah dan janji tersebut

dapat di andalkan. Semua itu dilakukan perusahaan semata-mata supaya nasabah tetap loyal.

Komunikasi adalah proses yang digunakan konsumen dan organisasi pemasaran untuk saling membagi informasi guna mencapai pengertian bersama. Komunikasi penting sekali bagi penerimaan yang menyebar luas akan produk baru. (Engel, dkk., 1994;382).

Dalam *customer relationship management* diperlukan komunikasi antara perusahaan dengan pihak-pihak terkait yang mendukung perusahaan dalam menjalankan usahanya. Komunikasi yang terjalin bukanlah monolog atau satu arah, namun diperlukan adanya dialog yaitu melibatkan dua pihak atau lebih dalam proses saling memberi dan menerima informasi. Selain itu, perusahaan dewasa ini harus melakukan *direct communication* yaitu komunikasi secara langsung. Hal ini diperlukan mengingat semakin kompleksnya kebutuhan, keinginan dan standar kualitas yang diinginkan konsumen terhadap produk-produk yang dibutuhkan. (Switf, 2001) dalam (ragam jurnal pengembangan, Humaniora dan Rustomo Vol.10 No 3, 2010).

Komunikasi merupakan hal yang sangat penting untuk perusahaan selain untuk mempertahankan nasabah yang ada juga untuk menarik nasabah yang baru. Dengan komunikasi perusahaan yang baik akan mudah untuk membaca karakter masing-masing nasabah sarannya dan sebaliknya nasabah juga akan mendapatkan informasi yang diinginkan sehingga nasabah akan merasa aman dan percaya terhadap kredibilitas bank tersebut dan dapat menciptakan hubungan jangka panjang dengan perusahaan dan loyalitas nasabah terhadap bank.

Loyalitas pelanggan menurut Kotler (2009; 138) merupakan komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih.

Konsumen merupakan aset yang sangat penting karena tidak ada satupun lembaga atau perusahaan yang akan mampu bertahan hidup bila ditinggalkan oleh pelanggannya (Barata, 2004:22).

Menurut Darsono (2004) seorang pelanggan yang loyal menjadi aset yang sangat bernilai bagi perusahaan. Pelanggan yang loyal akan mengurangi usaha mencari pelanggan baru, memberikan umpan balik positif kepada perusahaan. Loyalitas nasabah merupakan aset yang sangat berharga bagi perusahaan dan akan membawa banyak keuntungan bagi perusahaan. Ketika nasabah sudah merasa loyal terhadap perusahaan maka disadari atau tanpa disadari mereka akan mempromosikan perusahaan kepada orang lain untuk ikut mengkonsumsi produk perusahaan bahkan menjadi pelanggan perusahaan.

Loyalitas pelanggan tidak akan pernah terjadi tanpa adanya pembelian atau pengkonsumsian terlebih dahulu karena mereka tak akan pernah tau apa yang terjadi dan pengalaman apa yang didapat. Pengalaman menggunakan suatu produk merupakan salah satu faktor terbentuknya loyalitas pelanggan.

Dari latar belakang yang dijelaskan di atas maka judul penelitian ini adalah “Pengaruh Kepercayaan Dan Komunikasi Terhadap *Customer Relationship Management* (CRM) dan Loyalitas Nasabah Pada Bank Syari’ah Amanah Sejahtera GKB Gresik”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap *Customer Relationship Management* (CRM) pada Bank Syari'ah Amanah Sejahtera GKB Gresik?
2. Apakah komunikasi berpengaruh terhadap *Customer Relationship Management* (CRM) Pada Bank Syari'ah Amanah Sejahtera GKB Gresik?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syari'ah Amanh Sejahtera GKB Gresik?
4. Apakah komunikasi berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syari'ah Amanh Sejahtera GKB Gresik?
5. Apakah *Customer Relation Managemen* (CRM) berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syari'ah Amanh Sejahtera GKB Gresik?
6. Apakah kepercayaan berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas nasabah melalui *Customer Relation Managemen* (CRM) pada Bank Syari'ah Amanh Sejahtera GKB Gresik?
7. Apakah komunikasi berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas nsabah melalui *Customer Relation Managemen* (CRM) pada Bank Syari'ah Amanh Sejahtera GKB Gresik?

### **1.3 Tujuan Peneliti**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan yang hendak dicapai adalah:

1. Untuk menguji dan membuktikan pengaruh kepercayaan terhadap *Customer Relationship Management* (CRM) Pada Bank Syari'ah Amanah Sejahtera GKB Gresik.
2. Untuk menguji dan membuktikan pengaruh komunikasi terhadap *Customer Relationship Management* (CRM) Pada Bank Syari'ah Amanah Sejahtera GKB Gresik.
3. Untuk menguji dan membuktikan pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syari'ah Amanh Sejahtera GKB Gresik.
4. Untuk menguji dan membuktikan pengaruh komunikasi terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syari'ah Amanh Sejahtera GKB Gresik.
5. Untuk menguji dan membuktikan pengaruh *Customer Relation Managemen* (CRM) terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syari'ah Amanh Sejahtera GKB Gresik.
6. Untuk menguji dan membuktikan pengaruh secara tidak langsung kepercayaan terhadap loyalitas nasabah melalui *Customer Relation Managemen* (CRM) pada Bank Syari'ah Amanh Sejahtera GKB Gresik.
7. Untuk menguji dan membuktikan pengaruh secara tidak langsung komunikasi terhadap loyalitas nasabah melalui *Customer Relation Managemen* (CRM) pada Bank Syari'ah Amanh Sejahtera GKB Gresik.

#### **1.4 Manfaat Peneliti**

Hasil dari penelitian ini diharapkan akan mempunyai manfaat, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu penelitian dalam bidang Manajemen Pemasaran kaitannya dengan kepercayaan, komunikasi, *Customer Relation Managemen* (CRM) dan loyalitas pelanggan.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan Bagi Bank Syari'ah Amanah Sejahtera GKB Gresik dapat digunakan sebagai acuan dalam melakukan pengelolaan dan pengembangan kepercayaan, komunikasi, CRM yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah dalam melakukan transaksi, sehingga mendapatkan nasabah baru dan mempertahankan nasabah.