

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Bank merupakan lembaga keuangan yang berfungsi sebagai penghimpun dana dari masyarakat, menyalurkan kembali dana tersebut berupa kredit dan berupa lainnya. Pada era globalisasi saat ini, dengan adanya minat masyarakat yang semakin tinggi terhadap jasa keuangan pada sektor perbankan, dapat mempengaruhi perkembangan dan persaingan antar sektor perbankan. Hal ini dapat dilihat melalui pertumbuhan jumlah bank di Indonesia ([bps.go.id](http://bps.go.id)) berdasarkan data yang tersedia pada tahun 2019 tercatat jumlah jaringan kantor bank umum sebanyak 31.127, sedangkan tahun 2020 jumlah kantor bank sebanyak 30.733 dan pada tahun 2021 jumlah kantor bank mengalami kenaikan sehingga jumlah kantor bank sebanyak 32.366 unit. Terbukti bahwa semakin meningkatnya jumlah bank maka persaingan antar bank juga akan semakin meningkat. Berdasarkan peningkatan yang terjadi mengakibatkan nasabah menjadi cenderung kritis dan sangat mempertimbangkan kualitas dimana penyedia layanan keuangan yang memiliki banyak manfaat bagi calon nasabah.

Pada saat ini di Indonesia memiliki berbagai jenis bank yang tersedia, sesuai dengan kebutuhan dan permintaan nasabah, bank juga menyediakan berbagai produk dengan atribut-atribut yang dapat menarik perhatian nasabah atau calon nasabah. Salah satu jenis bank yang tersedia ialah Bank Perkreditan Rakyat merupakan bank yang melaksanakan kegiatan usahanya secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah, kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas

layanan (ojk.go.id). Kompleksitas persaingan yang dialami oleh sektor perbankan terutama pada BPR tercermin dari data (bps.go.id) bahwa pada tahun 2019 BPR memiliki kantor bank sebanyak 6.562, sedangkan pada tahun 2020 mengalami penurunan menjadi 6.540 dan penurunan terus terjadi pada tahun 2021 dengan jumlah 6.530 kantor bank BPR di Indonesia. Penurunan jumlah kantor BPR dan BPRS terjadi diakibatkan karena adanya korporasi berupa penggabungan atau merger dan konsolidasi (money.kompas.com).

Provinsi Jawa Tengah menduduki provinsi dengan total nominal simpanan dan jumlah rekening terbanyak per akhir tahun 2021, yakni dengan total simpanan sebesar Rp35,2 triliun dari 3.966.790 rekening (lps.go.id). Dari angka tersebut tercermin bahwa pangsa pasar terbesar BPR berada di provinsi Jawa Tengah dan sejalan dengan hal tersebut persaingan yang terjadi di provinsi Jawa Tengah sangatlah ketat, tidak hanya bersaing dengan perbankan sejenis akan tetapi, BPR juga harus menghadapi persaingan dengan perbankan umum.

Tak terkecuali kondisi BPR di Kabupaten Kudus Jawa Tengah salah satunya adalah BPR PT BPR Bank Daerah Kudus merupakan salah satu lembaga bank perkreditan rakyat yang memiliki fungsi menghimpun dana dan bertujuan untuk mendapatkan keuntungan, dimana keuntungan tersebut diperoleh dari *spread effect* dan pendapatan bunga. PT BPR Bank Daerah Kudus digemari oleh masyarakat karena memberikan kemudahan bagi masyarakat pedesaan sebagai penyalur dana kredit mikro guna ikut serta dalam memajukan UMKM. Namun seiring dengan minat masyarakat terhadap PT BPR Bank Daerah Kudus, ada permasalahan yang sedang dihadapi yakni, semakin meningkatnya persaingan

antar lembaga bank yang mengharuskan pihak bank berusaha untuk mempertahankan loyalitas pelanggan agar tidak berpindah ke penyedia jasa keuangan lain, dan bank dituntut untuk dapat meningkatkan jumlah nasabah. Terjadinya penurunan jumlah nasabah bank, dapat dilihat melalui data jumlah nasabah PT BPR Bank Daerah Kudus dan jumlah nasabah yang menutup rekening, data tersebut disediakan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Nasabah di PT BPR Bank Daerah Kudus Tahun 2019-2021**

<b>Jenis Simpanan</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
<b>Tabungan</b>	8.508	8.713	8.676
<b>Kredit</b>	1.801	1.662	1.436
<b>Deposito</b>	562	675	619
<b>Total Nasabah</b>	10.871	11.050	10.731

Sumber: Data jumlah nasabah PT BPR Bank Daerah Kudus Tahun 2019-2021

Pada tabel 1.2 terjadinya pertumbuhan jumlah nasabah yang fluktuatif selama tahun 2019-2021, namun cenderung menurun. Terlihat total nasabah pada tahun 2019 menunjukkan angka 10.871, kemudian pada tahun 2020 menunjukkan peningkatan total nasabah sebesar 11.050 dan penurunan terjadi di tahun 2021, dengan total nasabah 10.731 yang menggunakan ketiga produk bank tersebut.

**Tabel 1.2**  
**Penutupan Rekening oleh Nasabah PT BPR Bank Daerah Kudus Tahun**  
**2019-2021**

<b>Jenis Simpanan</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
<b>Tabungan</b>	331	181	10
<b>Kredit</b>	1.327	1.152	1.150
<b>Deposito</b>	570	137	24
<b>Total Nasabah</b>	2.228	1.470	1.364

Sumber: Data jumlah nasabah PT BPR Bank Daerah Kudus Tahun 2019-2021

Pada tabel 1.2 menunjukkan jumlah nasabah yang melakukan penutupan rekening pada PT BPR Bank Daerah Kudus. Hal ini menunjukkan adanya penurunan jumlah nasabah yang berhenti menggunakan layanan PT BPR Bank Daerah Kudus yang berarti loyalitas nasabah diragukan. Terjadinya penurunan nasabah diduga karena nasabah berpindah ke layanan bank lain, dengan menarik saldo hingga menutup rekening tabungan di PT BPR Bank Daerah Kudus. Tentunya, penurunan jumlah nasabah akan mengganggu likuiditas bank serta terjadi kekurangan dana. Sehingga, berakibat menurunnya minat transaksi kembali oleh nasabah PT BPR Bank Daerah Kudus. Hal ini terindikasi adanya pelayanan yang belum memadai dan kepuasan yang tidak sesuai dengan yang diharapkan oleh nasabah. Dalam hal ini bank perlu meningkatkan strategi yang tepat, hingga menciptakan nasabah yang loyal.

Banyak penelitian empiris yang melakukan analisis terhadap faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan pada suatu perusahaan. Menurut Kaur & Soch (2018), berpendapat jika citra perusahaan memungkinkan untuk meningkatkan alternatif merek yang dapat menciptakan loyalitas pelanggan

dan dapat meminimalisir tingkat kerentanan pada persaingan aktivitas pemasaran. Makadari itu, citra perusahaan mampu meningkatkan daya saing dengan menunjukkan pembeda antara sektor perbankan satu dan yang lainnya, dilihat dari kualitas bahkan kepercayaan pelanggan terhadap suatu jasa yang akan digunakan atau bagaimana suatu perusahaan memberikan kesan dibenak pelanggan.

Kepercayaan pelanggan yang dibangun oleh suatu perusahaan dengan kualitas pelayanan yang baik dan membuat pelanggan merasa puas, maka pelanggan akan bertahan dan tetap menggunakan jasanya. Menurut Utami, Handayani & Pusporini (2018) dalam penelitiannya menunjukkan hasil, apabila tercipta rasa percaya pada jasa yang ditawarkan berdasarkan syariat islam dari Bank Syariah maka akan memperoleh loyalitas pada nasabah.

Umumnya sebagai pelanggan yang menggunakan jasa layanan keuangan, akan lebih selektif dalam memilih bank yang akan digunakannya, karena pelanggan lebih memilih bank yang dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik. Jika pelayanan jasa yang diberikan pada pelanggan memuaskan, maka pelanggan akan bertahan menggunakan pelayanan jasa bank tersebut dan merekomendasikan pada orang disekitarnya. Omoregie at al. (2019) dalam penelitiannya menjelaskan kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penggerak loyalitas pelanggan.

Pelanggan kerap kali mempertimbangkan segala hal yang dapat merugikannya entah kualitas pelayanan yang buruk dan biaya yang cukup mahal dibandingkan penyedia jasa keuangan lain, pelanggan akan berpindah

menggunakan jasa bank lain atau bisa disebut juga dengan *switching*. Apabila biaya perpindahan tinggi maka pelanggan akan loyal pada satu jasa bank dan begitupun sebaliknya, apabila biaya perpindahan *affordable* maka pelanggan akan berpindah menggunakan jasa bank lainnya (Sumarwan, 2018).

Loyalitas pelanggan sangat penting bagi perusahaan, untuk menjaga kelangsungan usaha dalam jangka panjang. Pelanggan yang loyal adalah pelanggan yang puas terhadap produk atau jasa yang digunakannya, sehingga pelanggan tidak akan segan memberikan rekomendasi kepada orang terdekatnya. Menurut Normasari dkk. dalam Marlius (2018) berpendapat, bahwa loyalitas pelanggan adalah aset dan peranan penting bagi suatu perusahaan, karena akan memberikan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka penulis tertarik untuk malukan penelitian yang berjudul “Pengaruh *corporate image*, kepercayaan pelanggan, kualitas pelayanan, *relationship marketing* dan *switching cost* terhadap loyalitas pelanggan pada nasabah PT BPR Bank Daerah Kudus ”.

## **1.2. Ruang Lingkup**

1. Masalah penelitian yang akan diteliti merupakan pengaruh *corporate image*, kepercayaan pelanggan, kualitas pelayanan, *switching cost* dan *relationship marketing* terhadap loyalitas pelanggan PT BPR Bank Daerah Kudus.
2. Objek penelitian: PT BPR Bank Daerah Kudus.

3. Data yang diambil pada penelitian ini adalah jumlah rekening nasabah dari tahun 2019-2021 dan jumlah penutupan rekening nasabah dari tahun 2019-2021.
4. Responden penelitian: nasabah PT BPR Bank Daerah Kudus.
5. Pada penelitian ini menguji hipotesis secara parsial.

### **1.3. Perumusan Masalah**

PT BPR Bank Daerah Kudus berusaha mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah, akan tetapi pada kenyataannya hingga per tahun 2021 terjadi penutupan rekening yang dilakukan oleh nasabah PT BPR Bank Daerah Kudus, maka dari itu peneliti melakukan penelitian pengaruh *corporate image*, kepercayaan pelanggan, kualitas pelayanan, *switching cost* dan *relationship marketing* terhadap loyalitas nasabah.

Berdasarkan uraian diatas, maka ditemukan beberapa pertanyaan penelitian pada PT BPR Bank Daerah Kudus, adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana variabel *corporate image* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada nasabah PT BPR Bank Daerah Kudus?
2. Bagaimana variabel kepercayaan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada nasabah PT BPR Bank Daerah Kudus?
3. Bagaimana variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada nasabah PT BPR Bank Daerah Kudus?
4. Bagaimana variabel *switching cost* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada nasabah PT BPR Bank Daerah Kudus?

5. Bagaimana variabel *relationship marketing* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada nasabah PT BPR Bank Daerah Kudus?

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

1. Menganalisis pengaruh *corporate image* pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada nasabah PT BPR Bank Daerah Kudus.
2. Menganalisis pengaruh variabel kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada nasabah PT BPR Bank Daerah Kudus.
3. Menganalisis pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada nasabah PT BPR Bank Daerah Kudus.
4. Menganalisis pengaruh variabel *switching cost* terhadap loyalitas pelanggan pada nasabah PT BPR Bank Daerah Kudus.
5. Menganalisis pengaruh variabel *relationship marketing* terhadap loyalitas pelanggan pada nasabah PT BPR Bank Daerah Kudus.

#### **1.5. Manfaat Penelitian**

Suatu penelitian tentunya memiliki kegunaan yang dicapai untuk memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang terkait:

1. Bagi perusahaan

Penelitian ini dapat digunakan sebagai arahan dan masukan bagi PT BPR Bank Daerah Kudus untuk menciptakan keunggulan dalam bersaing dengan memaksimalkan potensi perusahaan.

2. Bagi masyarakat

Memberikan gagasan bagi pihak terkait masalah serupa yang sedang dihadapi mengenai peningkatan produktivitas perusahaan dengan

mempertahankan loyalitas pelanggan melalui analisa *corporate image*, kepercayaan pelanggan, kualitas pelayanan *switching cost* dan *relationship marketing*.

### 3. Bagi peneliti yang akan datang

Menambah pengetahuan dan pengalaman terkait proses pada penelitian, yang dapat bermanfaat bagi peneliti untuk hal akademis maupun hal lain pada masa yang akan datang mengenai pengaruh *corporate image*, kepercayaan pelanggan, kualitas pelayanan *switching cost* dan *relationship marketing* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada nasabah PT BPR Bank Daerah Kudus. Selain itu bagi penelitian dimasa yang akan datang berdasarkan penelitian ini, adanya penambahan variabel-variabel yang berbeda.

