

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini *leasing* dihadapkan dengan tingkat persaingan yang tinggi, baik itu persaingan antar *leasing*. Bagi *Mega Finance*, sejumlah permasalahan yang terjadi antara lain ketidakpercayaan nasabah dapat berpengaruh terhadap citra *leasing* tersebut. Kepercayaan nasabah menjadi berkurang dengan mulai bertanya-tanya atas keamanan dan jaminan di suatu pembiayaan.

Persaingan yang ketat di sektor pembiayaan/*Leasing* juga terjadi di Kabupaten Jombang. *Mega Finance* adalah salah satu perusahaan di Jombang yang bergerak dalam bidang pembiayaan/*Leasing*. Kepercayaan nasabah *Mega Finance* menjadi berkurang dengan mulai bertanya-tanya atas keamanan. Nasabah akan mempertimbangkan kembali apakah akan terus menggunakan jasa atau memilih jenis jasa pembiayaan/*leasing* lain, sehingga secara langsung dapat berpengaruh terhadap menurunnya keuntungan *Mega Finance*.

Semua *leasing* hanya berfokus pada pelayanan nasabah, dengan begitu nasabah dapat akan membedakan *leasing* berdasarkan pada produk jasa antara lain: suku bunga, biaya, dan manfaat lain yang ditawarkan. Pihak *Leasing* perlu menentukan strategi yang tepat untuk tetap dapat mempertahankan nasabahnya (*customer retention*) sehingga *leasing* mampu menjaga eksistensinya dalam persaingan.

Retensi pelanggan pada sektor pembiayaan sangat ditentukan oleh intensitas pelanggan dalam menggunakan layanan yang diberikan oleh *leasing*. Semakin sering pelanggan menggunakan layanan dari suatu leasing, pelanggan akan semakin merasa puas dengan layanan yang diberikan pihak *leasing*. Keunggulan yang diberikan pihak leasing menjadi dasar bagi pelanggan untuk lebih mengutamakan menggunakan suatu jasa dibandingkan dengan leasing lainnya juga menjadi dasar bagi pelanggan untuk lebih mengutamakan menggunakan jasa dibandingkan dengan *leasing* lain.

PT. Mega Finance sejak awal 2016 hingga Desember sudah menyalurkan dana sebesar Rp 45 miliar. Dana itu untuk membiayai sekitar 3.000 unit kendaraan roda dua, baik baru maupun bekas dan PT. Adira Finance sebagai perusahaan *leasing* terbesar di Indonesia, pembiayaan kendaraan bermotor yang disalurkan mencapai Rp. 34,1 triliun (bisnis. com, 2017)

PT. Mega Finance Jombang selama ini untuk meningkatkan retensi pelanggan dilakukan dengan melakukan kunjungan nasabah secara berkala, pihak PT. Mega Finance Jombang juga berusaha memperbaiki hubungan dengan nasabah dengan melakukan interaksi dengan pelanggan misalnya dengan via telfon atau sms, whastapp. PT. Mega Finance Jombang dalam upaya mempertahankan nasabah dengan memberikan potongan bunga. PT. Mega Finance memberikan layanan pembayaran di berbagai lokasi misalnya Indomaret, Kantor Pos, atau melalui Bank –

bank, selain itu kemudahan pelayanan pembayaran melalui mobile banking.

Switching cost telah diidentifikasi sebagai faktor yang berkontribusi dalam mempertahankan hubungan (Colgate dan Lang, 2001). Pemahaman terhadap *switching cost* dapat membantu nasabah untuk menghitung risiko dan beban yang akan mereka terima ketika mereka memutuskan untuk pindah ke *leasing* lain.

Pelanggan yang telah menggunakan jasa pada PT. Mega Finance kembali mengalami peningkatan selama 3 bulan terakhir, berikut data penjualan selama bulan Januari s/d Maret 2017 :

Tabel 1.1

Jumlah pelanggan PT. Mega Finance bulan Januari – Maret 2017

Bulan	Jumlah Pelanggan	Prosentase
Januari	255	-
Februari	296	16,1%
Maret	368	24,3%

Sumber : PT. Mega Finance, 2017

Berdasarkan Tabel 1.1 menunjukkan bahwa selama 3 bulan yaitu Januari sampai Maret 2017 menunjukkan adanya peningkatan pelanggan pada bulan februari meningkat 16,1% dari bulan Januari dan bulan Maret mencapai 24,3% dari bulan februari, hal ini menunjukkan adanya kepercayaan nasabaha kepada PT. Mega Finance.

Berdasarkan hasil interview dengan beberapa nasabah PT. Mega Finance, penulis memperoleh informasi dari beberapa pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan karyawan PT. Mega Finance.

Pelanggan menyebutkan kinerja dari karyawan PT. Mega Finance yang sopan dalam menyampaikan jasa produk. selain itu karyawan langsung responsif terhadap pelanggan yang datang.

Perusahaan perlu berusaha untuk menciptakan loyalitas pelanggan. Namun perusahaan perlu menyadari bahwa sikap loyal saja tidak cukup untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan, karena sikap loyal tidak banyak mempengaruhi angka penjualan maupun profit. Perlu adanya tindakan nyata sebagai bukti bahwa pelanggan benar-benar loyal terhadap perusahaan, yaitu adanya *customer retention*. Oleh karena itu, banyak perusahaan telah menyimpulkan untuk semakin mengadaptasi teknik *customer retention* guna meningkatkan kinerja perusahaan (Hennig-Thurau dan Klee, 1997 dalam Bakar, 2010).

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul : **Pengaruh *Customer Satisfaction* Dan *Switching Cost* Terhadap *Customer Retention* Pada Nasabah PT. Mega Finance Jombang**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh *customer satisfaction* terhadap *customer retention* pada nasabah PT. Mega Finance Jombang?
2. Apakah terdapat pengaruh *Switching Cost* terhadap *customer retention* pada nasabah PT. Mega Finance Jombang?

3. Apakah terdapat pengaruh *customer satisfaction* dan *Switching Cost* terhadap *customer retention* pada nasabah PT. Mega Finance Jombang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini antara lain :

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *customer satisfaction* terhadap *customer retention* pada nasabah PT. Mega Finance Jombang
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *Switching Cost* terhadap *customer retention* pada nasabah PT. Mega Finance Jombang
3. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *customer satisfaction* dan *Switching Cost* terhadap *customer retention* pada nasabah PT. Mega Finance Jombang

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan akan mempunyai manfaat, yaitu:

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi tentang *customer satisfaction* dan *Switching Cost* terhadap *customer retention* pada nasabah PT. Mega Finance Jombang.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini merupakan suatu kesempatan bagi peneliti untuk melihat dan memahami penerapan teori - teori dan literatur yang peneliti peroleh dibangku perkuliahan, dan mencoba membandingkannya dengan praktek yang ada di lapangan. Dengan demikian akan

menambah pemahaman penulisan dalam bidang manajemen,
khususnya dibidang pemasaran.