

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam perkembangan ekonomi suatu negara tentunya tidak lepas dari perbankan atau lembaga keuangan lainnya, dalam kehidupan manusia perkembangan ekonomi Islam ditandai dengan banyaknya berdiri lembaga-lembaga keuangan syariah salah satunya perbankan syariah.¹ Perbankan syariah semakin hari terus mengalami perkembangan yang cukup pesat. Sehingga setiap bank diuntut untuk terus mengembangkan produk unggulannya yang banyak memberikan kemudahan dalam fasilitas layanan.

Kehadiran dan fungsi perbankan di Indonesia baik untuk masyarakat, industri besar, menengah atau bawah mempunyai peranan dan pengaruh yang sangat signifikan. Hal ini terjadi karena kebutuhan akan Bank baik untuk penguatan modal atau penyimpanan uang oleh masyarakat sudah menjadi hal yang biasa. Dalam mengantisipasi kebutuhan masyarakat serta memberikan rasa aman, nyaman dalam transaksi perbankan, kehadiran Bank

¹ Thohir. *Pengembangan Ekonomi Islam Berbasis Kependudukan Di Perdesaan*. Jurnal Ilmu dakwah, Vol 34 No.2 (2014), hal.220

Syariah merupakan salah satu solusi untuk menambah kepercayaan masyarakat terhadap kegiatan perbankan khususnya di Indonesia.²

Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang berbasis syariah Islam, dalam artian luas merupakan lembaga keuangan yang menjamin seluruh aktivitas atau kegiatan usahanya sesuai dengan prinsip Islam termasuk produk dan jasa yang di tawarkannya.³ Dalam UU No 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Dengan semakin banyaknya minat dan keinginan masyarakat akan perbankan syariah di Indonesia menyebabkan setiap perusahaan dituntut untuk menggunakan berbagai cara dalam menarik minat masyarakat. Adapun cara yang terjadi adalah dengan menciptakan dan mempertahankan kepuasan serta loyalitas nasabah yang menjadi faktor penting dalam keberlangsungan industri perbankan.

² Agus marimin, abdul haris romdhoni , dan tira nur fitria “*perkembangan bank syariah di indonesia*” jurnal ilmiah ekonomi islam - vol. 01, no. 02. Issn : 2477-6157 (2015) hal.76

³ Ascarya, Akad dan produk bank syariah, (jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007)

Perbankan syariah berkompetisi dalam memberikan pelayanan terbaik, menciptakan produk dan jasa unggulan disertai fitur-fitur yang memberikan kemudahan bagi nasabah. Perbankan syariah berusaha mencari cara yang menguntungkan dan mendiferensiasikan diri dengan tujuan memenangkan persaingan.⁴ Kepuasan pelanggan mencerminkan penilaian komparatif seseorang yang merupakan hasil dari kinerja (atau hasil) yang dirasakan dari produk dalam hubungan dengan harapannya. Jika kinerja jauh dibawah harapan, pelanggan tidak puas dan kecewa. Jika kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melampaui harapan, pelanggan sangat puas. Salah satu pendekatan yang sesuai dengan usaha dalam memberi kepuasan dan mempertahankan loyalitas pelanggan adalah *relationship marketing*.⁵

Relationship marketing merupakan penciptaan nilai dan pemeliharaan hubungan tahan lama antara perusahaan dengan pelanggan sehingga tercipta kepuasan bagi kedua belah pihak.⁶ Pada dasarnya *relationship marketing* adalah hubungan dan ikatan

⁴ Rohendi, Acep. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Bank Syariah Terhadap Nilai, Kepuasan Serta Loyalitas nasabah di Kota Bandung". Jurnal Ecodemica. Vol. 2. No. 2. (2014)

⁵ Kotler, P & Keller K.L. Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT. Prehalindo (2007)

⁶ Rizkiyanti. "Pengaruh Relationship Marketing terhadap Loyalitas Nasabah dengan Keputusan sebagai variabel Intervening." 2013.

jangka panjang antara produsen, konsumen dan pemasok serta pelaku lainnya. Esensi *relationship marketing* paling tidak menyangkut hubungan yang langgeng dan pertukaran yang terus menerus dan dituntut untuk saling kepercayaan dan ketergantungan.

Selain *relationship marketing* strategi yang dilakukan perusahaan dalam mempertahankan loyalitas adalah menjaga kualitas pelayanan. Perusahaan yang bergerak di bidang jasa harus mampu memberikan pelayanan yang berkualitas agar tidak kehilangan pelanggan dalam jangka panjang. Pelayanan yang berkualitas bisa diwujudkan dalam bentuk kemampuan manajemen dalam mengelola aset perbankan serta dapat dipercaya, pelayanan yang ramah, jenis/variasi produk simpanan dan pinjaman sesuai keinginan dan kebutuhan nasabah.⁷ Artinya, kualitas pelayanan yang baik dapat mempengaruhi seseorang dalam memilih dan bertahan menjadi bagian dari Bank tersebut begitupula sebaliknya. Dengan demikian, baik buruknya kualitas pelayanan yang diberikan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

⁷ Wijayanto, Kusuma. " Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank". Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya. Vol. 17. No. 1. (2015)

Keunggulan bersaing dalam situasi yang penuh persaingan adalah kemampuan perusahaan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Kesetiaan pelanggan akan menjadi kunci sukses dan keunggulan bersaing perusahaan tidak hanya dalam jangka pendek tapi juga dalam jangka panjang. Mempertahankan nasabah yang setia harus mendapatkan prioritas yang lebih dibandingkan berusaha untuk mendapatkan pelanggan baru. Oleh karena itu, loyalitas pelanggan merupakan salah satu aset terbesar yang mungkin didapat oleh perusahaan.

Relationship marketing merupakan strategi yang tepat bagi pihak Bank BNI syariah dalam memperbesar perkembangan perusahaannya. Menciptakan hubungan yang baik dan nyaman sangat dibutuhkan oleh nasabah karena keberadaan mereka kunci kesuksesan suatu perusahaan yang bergerak di sektor jasa. Khususnya Bank BNI Syariah kantor cabang Palembang yang kita ketahui bersama ada puluhan bahkan lebih lembaga keuangan syariah yang berdiri, ini menjadi perhatian yang serius supaya nasabah tidak akan beralih ke bank lain.

Tabel 1.1
Data jumlah nasabah Bank BNI Syariah
kantor cabang Palembang

Tahun	Jumlah Nasabah
2018	39.686
2019	42.158
2020	43.680

Sumber : Bank BNI Syariah kantor cabang Palembang, 2021

Dilihat dari tabel jumlah nasabah pada Bank BNI Syariah kantor cabang Palembang dapat kita tarik kesimpulan bahwa dalam perkembangan Bank BNI Syariah setiap tahunnya terjadi peningkatan jumlah nasabah, kualitas pelayanan yang baik menjadi kunci keberhasilan tersebut nasabah akan merasa puas dengan pelayanan yang di berikan sehingga mempengaruhi tingginya tingkat loyalitas nasabah.

Salah satu Bank yang unggul dalam aspek *engagement* atau mampu menumbuhkan rasa keterkaitan emosional para nasabahnya kepada Bank adalah Bank BNI Syariah. Hal ini dibuktikan dengan diraihnya penghargaan yang didapat di acara Info bank *Satisfaction Loyalty Engagement (SLE) Awards 2019*. Bank BNI Syariah berusaha untuk meningkatkan *engagement* dengan nasabah dan senantiasa mengajak nasabah untuk menjunjung tinggi nilai-nilai

kebaikan yang tidak hanya mengutamakan keuntungan dunia, melainkan juga memberikan kebaikan (Hasanah) untuk kehidupan akhirat. Selain itu BNI Syariah juga berupaya memberikan akses yang mudah, cepat dan tepat tanpa harus berkunjung ke bank misalnya melalui *official social media* dan *website* resmi BNI Syariah yang terintegrasi dengan BNI.⁸

Berdasarkan penelitian terdahulu, mengindikasikan adanya *research gap* dari variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*) yang mempengaruhi loyalitas, yaitu sebagai berikut :

Tabel 1.2
Research Gap
Pengaruh Relationship Marketing terhadap Loyalitas Nasabah

<i>Research Gap</i>	Penelitian	Hasil Penelitian
Pengaruh <i>relationship marketing</i> terhadap loyalitas nasabah	Inggit stacia gabriella (2017)	<i>Relationship marketing</i> berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah

Sumber : Diolah dari berbagai sumber, 2021

WIB ⁸www.bnisyariah.co.id diakses pada tgl 3 februari 2021 pada pukul 10:30

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Inggit Stacia Gabriella mengatakan bahwa *relationship marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Tabel 1.3
Research Gap
Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah

<i>Research Gap</i>	Penelitian	Hasil Penelitian
Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah.	Aris Irnandha (2016)	Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas Nasabah
	Falla Ilhami Saputra (2011)	Kualitas layanan yang tinggi tidak meningkatkan loyalitas Nasabah.

Sumber : Diolah dari berbagai sumber, 2021

Penelitian yang dilakukan oleh Arris Irnandha, mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Falla Ilhami Saputra mengatakan dalam penelitiannya bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hasil ini memberikan makna bahwa kualitas pelayanan yang baik tidak menjamin seseorang menjadi loyal.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas dan *research gap* penelitian sebelumnya, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Relationship Marketing* dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Palembang”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Seberapa besar pengaruh *relationship marketing* terhadap loyalitas nasabah pada Bank BNI Syariah kantor cabang Palembang ?
2. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BNI Syariah kantor cabang Palembang ?
3. Seberapa besar pengaruh *relationship marketing* dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BNI Syariah kantor cabang Palembang ?

C. Tujuan

Berdasarkan pada perumusan masalah diatas, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *relationship marketing* terhadap loyalitas nasabah pada Bank BNI Syariah kantor cabang Palembang.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BNI Syariah kantor cabang Palembang.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *relationship marketing* dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BNI Syariah kantor cabang Palembang.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan mampu menjadi sumbangsih ide, gagasan, dan pemikiran bagi perkembangan keilmuan tentang manajemen pemasaran perbankan syariah mengenai pengetahuan dan kualitas

pelayanan serta acuan dalam melakukan penelitian yang akan dilakukan.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi penulis, penelitian ini sebagai bahan informasi yang dapat meningkatkan wawasan penulis dalam menghadapi permasalahan yang akan terjadi, dan sebagai alat untuk mengaplikasikan teori yang diperoleh selama studi di perkuliahan.
- b. Bagi akademisi, penelitian ini diharapkan dapat menyajikan informasi dan sebagai bahan referensi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengetahuan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung di bank syariah melalui variabel minat.
- c. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan serta wawasan yang lebih luas dan mendalam tentang perbankan syariah dan dapat dijadikan sebagai salah satu pengambilan keputusan dalam memilih bank syariah.
- d. Bagi perusahaan perbankan syariah, penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh perusahaan sebagai masukan dan bahan evaluasi dalam meningkatkan

pengambilan keputusan konsumen dan memajukan sektor perbankan syariah.

E. Sistematika Penelitian

Perumusan sistematika penulisan ini untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai pembahasan dalam penelitian sehingga dapat mempermudah pembaca untuk mengetahui maksud dilakukannya penelitian ini.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang masalah penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini akan membahas tentang telaah pustaka yang memuat informasi dari penelitian sejenis yang telah dilakukan oleh penelitian sebelumnya yang bersumber dari jurnal ilmiah (internasional/nasional) dan hasil penelitian lainnya. Bab ini juga membahas landasan teori dengan menguraikan konsep, prinsip, teori, dan berbagai uraian lainnya, juga membahas tentang hipotesis yang menjelaskan jawaban sementara dari persoalan dan kemudian membahas tentang kerangka pemikiran

yang dimana menjelaskan tentang gambaran sistematis dari serangkaian masalah.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas dan menjelaskan tentang jenis penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data yaitu jenis dan sumber data, variabel penelitian, metode analisis.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini yang akan dibahas merupakan hasil dari pengujian analisis data dan pembahasan dari hasil penelitian yang merupakan jawaban dari rumusan masalah.

BAB V PENUTUP

Merupakan bab penutup yang juga menyajikan secara singkat mengenai apa yang telah diperoleh dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan dalam bagian simpulan, dan dalam bab ini juga ditutup dengan keterbatasan penulis dan saran yang dapat dipertimbangkan terhadap hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

