

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di zaman modern sekarang ini, peranan perbankan dalam memajukan perekonomian suatu negara sangatlah besar. Perbankan semakin mendominasi perkembangan ekonomi dan bisnis suatu negara, tidak hanya di negara maju tetapi juga di negara berkembang. Hampir semua sektor yang berhubungan dengan berbagai kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa bank.

Bagi suatu negara bank dapat diartikan sebagai darahnya perekonomian suatu negara. Oleh karena itu, peranan perbankan sangat memengaruhi kegiatan ekonomi suatu negara. Dengan kata lain kemajuan suatu bank di suatu negara dapat pula dijadikan ukuran kemajuan negara yang bersangkutan. Semakin maju suatu negara, maka semakin besar peranan perbankan dalam mengendalikan negara tersebut. Artinya, keberadaan dunia perbankan semakin dibutuhkan pemerintah dan masyarakatnya.

Bank bagi masyarakat yang hidup di negara-negara maju, seperti negara-negara di Eropa, Amerika, dan Jepang sudah merupakan kebutuhan dasar yang harus dipenuhi. Bank merupakan mitra dalam rangka memenuhi semua kebutuhan

keuangan seperti, tempat mengamankan uang, melakukan investasi, pengiriman uang, melakukan pembayaran, atau melakukan penagihan.¹

Berbeda dengan di negara-negara berkembang, seperti Indonesia, pemahaman tentang bank di negeri ini belum utuh. Sebagian masyarakat hanya memahami bank sebatas tempat menyimpan dan meminjam uang belaka. Bahkan terkadang sebagian masyarakat sama sekali belum memahami fungsi bank seutuhnya, sehingga tidak heran jika pandangan mereka tentang bank sering diartikan secara keliru. Selebihnya banyak masyarakat yang tidak paham sama sekali tentang dunia perbankan. Semua ini tentu dapat dipahami karena pengenalan dunia perbankan secara utuh terhadap masyarakat belumlah optimal terutama melalui ilmu pemasaran bank.

Kemudian menurut undang-undang nomor 10 tahun 1998 yang dimaksud dengan Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.²

Di Indonesia saat ini terdapat beberapa jenis perbankan seperti yang diatur dalam Undang-Undang Perbankan. Perbedaan jenis perbankan dapat dilihat dari segi fungsi, serta kepemilikannya. Dari segi fungsi perbedaan yang terjadi terletak pada luasnya kegiatan atau jumlah produk yang dapat di tawarkan serta jangkauan wilayah operasinya. Sedangkan kepemilikan perusahaan dilihat dari segi

¹ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2004), hlm.7

² Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2004), hlm.3

kepemilikan sahamnya. Perbedaan lainnya adalah dilihat dari segi siapa nasabah yang mereka layani apakah masyarakat luas atau masyarakat dalam lokasi tertentu (kecamatan). Jenis perbankan juga dibagi ke dalam bagaimana caranya menentukan harga jual dan harga beli atau dengan kata lain caranya mencari keuntungan.³

Sejak digulirkannya sistem perbankan syariah pada awal tahun 1990-an, sudah terdapat dua bank yang beroperasi penuh sebagai bank syariah yaitu PT Bank Muamalat Indonesia dan PT Bank Syariah Mandiri. Bank Syariah merupakan suatu bentuk sistem perbankan yang mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam yang bersumber dari Al Qur'an dan Hadis⁴

Seiring dengan perkembangan perbankan yang berlandaskan prinsip syariah, Bank Sumsel membuka Unit Usaha baru yaitu Bank Sumsel Syariah yang mulai beroperasi pada tanggal 2 Januari 2006 atas izin Bank Indonesia mengenai izin operasional No. 7/158/DP/P/Prz/Pg tanggal 7 Desember 2005. PT Bank Pembangunan Daerah Sumatera Selatan dan Bangka Belitung Unit Usaha Syariah atau yang dikenal dengan Bank Sumsel Babel Syariah didirikan dan mulai operasional pada tanggal 2 Januari 2006.⁵

Visi Bank Sumsel Babel Syariah adalah menjadi bank sehat yang tumbuh secara berkesinambungan dengan mengutamakan kepuasan nasabah. Dengan visi

³ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2004), hlm. 17

⁴ Dahlan Siamat, *Manajemen Lembaga Keuangan Kebijakan Moneter dan Perbankan*, (Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2005), hlm. 410

⁵<https://www.banksumselbabel.com/Syariah/TentangKami?ID=1> (Diakses pada 24 juni 2019)

ini, diharapkan PT. Bank SumselBabel akan dapat terus meningkatkan kualitas dan kepuasan nasabah khususnya di bidang pelayanan. Hal ini dapat dilihat dari upaya-upaya yang telah dilakukan, antara lain melakukan perluasan jaringan kantor dan pelayanan ATM, peluncuran produk dan jasa pelayanan baru, peningkatan pembiayaan dan pendanaan, pengawasn dan pengelolaan risiko, serta meningkatkan kepatuhan sehingga kegiatan operasi dan usaha berjalan di atas prinsip kehati-hatian dan kehalalan sesuai dengan fatwa Dewan Nasional Syariah.⁶

Dengan adanya persaingan yang ketat antara bank terjadi perubahan dalam bisnis perbankan. Perubahan ini disebabkan adanya perubahan permintaan pelayanan dari nasabah, perubahan teknologi, inovasi produk dan adanya pesaing baik dari antara bank maupun dari perusahaan keuangan non bank lainnya yang mengharuskan bank mengembangkan strategi pertahanan untuk menghindari kehilangan nasabah.

Kualitas pelayanan merupakan suatu fenomena yang unik, sebab dimensi dan indikatornya dapat berbeda diantara orang-orang yang terlihat dalam pelayanan. Menurut Azwar untuk mengatasi perbedaan diatas seharusnya yang dipakai sebagai pedoman adalah hakikat dasar dari penyelenggaraan pelayanan yaitu memenuhi kebutuhan dan tuntutan para pemakai jasa pelayanan (Azwar, 1996). Kualitas pelayanan menunjukkan pada tingkat kesempurnaan pelayanan dalam

⁶ <https://www.banksumselbabel.com/Syariah/TentangKami?ID=1>(Diakses pada 24 juni 2019)

memenuhi kebutuhan dan tuntutan setiap nasabah. Azwar juga menjelaskan bahwa terpenuhi tidaknya kebutuhan dan tuntutan pemakaian jasa pelayanan. Dengan demikian yang dimaksud dengan kualitas pelayanan adalah menunjukkan pada tingkat kesempurnaan pelayanan dalam menimbulkan rasa puas pada diri setiap nasabah.⁷

Tabel 1.1

Research Gap Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah

	Hasil Penelitian	Penelitian
Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah	Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah	1. Heny (2008) 2. Muhammad zakiy dan evrita putri(2017)
	Tidak terdapat pengaruh antara produk terhadap loyalitas konsumen	-

Sumber : dikumpulkan dari berbagai sumber, 2019

Produk terdiri dari atas barang (*goods*) dan jasa (*services*). Barang merupakan produk yang dapat dilihat keberadaannya secara fisik (bersifat *tangible*). Sedangkan jasa merupakan produk yang tidak bisa dilihat keberadaannya secara fisik (bersifat *intangible*), tetapi dapat dirasakan manfaatnya setelah konsumen mengkonsumsi jasa

⁷ Azwar dan Asrul, *Manajemen kualitas pelayanan* (Jakarta: Pustaka sinar harapan 1996) hlm.82

tersebut. Selain memiliki sifat *intangible*, jasa pun memiliki sifat *inseparable* artinya jasa tidak dapat dipisahkan dari pemberi jasanya.⁸

Konsep produk berasumsi bahwa konsumen akan tertarik untuk membeli produk perusahaan bilamana produk tersebut memiliki kualitas yang lebih bagus di banding produk pesaing, memiliki fitur produk yang lebih menarik dibanding pesaing atau memiliki kinerja yang lebih baik di banding produk pesaing.

Konsep produk menjadi faktor yang sangat dominan terhadap keberhasilan organisasi, baik organisasi profit maupun non profit. Karena apabila nasabah atau konsumen merasa bahwa produk yang diterimanya baik atau sesuai harapan. Maka nasabah atau konsumen akan merasa puas, percaya dan mempunyai komitmen menjadi nasabah. Nasabah yang puas, percaya dan berkomitmen terhadap barang atau jasa, maka akan dengan mudah membentuk niat nya kembali membeli produk yang ada di bank tersebut, serta semakin loyal terhadap bank tersebut.

Tabel 1.2

Research Gap Pengaruh Produk Terhadap Loyalitas Nasabah

		Hasil Penelitian	Penelitian
Pengaruh terhadap nasabah	produk loyalitas	Produk berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen	3. Kharisma Nawang Sigit dan Euis Soliha (2017)

⁸ Ismail Solihin, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Erlangga, 2014), hlm.180

	Tidak terdapat pengaruh antara produk terhadap loyalitas konsumen	1. Ika Kusumasasti, Andarwati, dan Djumilah Hadiwidjojo (2017)
--	---	--

Sumber : dikumpulkan dari berbagai sumber, 2019

Kepuasan nasabah ini sangat berperan penting dalam dunia perbankan, dimana kepuasan para nasabah merupakan tujuan yang ingin dicapai oleh setiap bank yang telah melakukan pelayanan terhadap nasabahnya. Pada akhirnya nasabah akan mendapatkan kepuasan dari jasa yang dijual sehingga kecil kemungkinan untuk pindah ke produk lain yang ditawarkan oleh pesaing, atau bahkan akan meningkatkan konsumsinya baik dengan meningkatkan saldo tabungannya maupun mencoba produk perbankan lain yang ditawarkan. Kepuasan yang dapat oleh nasabah apabila pelayanan yang ia dapatkan melebihi ekspekstasi (harapan) pelayanan yang diinginkan oleh nasabah bersangkutan.

Tabel 1.3

Reseach Gap Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah

	Hasil Penelitian	Penelitian
Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah	Terdapat pengaruh positif antara kepuasan terhadap loyalitas nasabah	1. Abdul Razak, Jusbair Baheri, Muhammad Irsyad Ramdhan (2018) 2. Muhammad Randi S,

		H. Chalil, Ira Nuriya Santi (2017)
	Tidak terdapat pengaruh antara kepuasan terhadap loyalitas nasabah	1. Ahmad Nurul Huda dan Sri Wahyuni (2013)

Sumber : dikumpulkan dari berbagai sumber, 2019

Menurut Oliver dalam Philip Kotler loyalitas adalah komitmen yang dipegang kuat untuk membeli lagi atau berlangganan lagi produk atau jasa tertentu di masa depan meskipun ada pengaruh situasi dan usaha pemasaran yang berpotensi menyebabkan peralihan perilaku.⁹

Membangun loyalitas pelanggan merupakan hal yang sulit. Walaupun perusahaan sudah mengeluarkan banyak biaya untuk membangun loyalitas dengan pelanggan. Mereka sering gagal membangun hubungan dengan pelanggan yang sesungguhnya.

Dari fenomena data tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak setiap kejadian empiris sesuai dengan teori yang ada. Hal ini diperkuat dengan adanya *research gap* dalam penelitian-penelitian terdahulu. Berbagai penelitian diatas menunjukkan adanya pengaruh yang berbeda dari variabel pengaruh kualitas pelayanan, produk, dan kepuasan Nasabah terhadap loyalitas nasabah.

⁹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua Belas, Jilid 1, (Jakarta: PT. Indeks, 2009), hlm. 175.

Bagi setiap lembaga keuangan, produk merupakan faktor yang sangat menentukan kepuasan nasabah akan tercipta setelah nasabah memperoleh kesan dari kinerja dibandingkan dengan harapan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan akan merasa kecewa. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang. Kepuasan tinggi atau kesenangan menciptakan kelekatan emosional terhadap merek, bukan hanya preferensi rasional. Hasilnya adalah kesetiaan nasabah yang tinggi. Kepuasan tidak akan pernah berhenti pada satu titik. Ia bergerak dinamis mengikuti tingkat kualitas produk/jasa dan layanannya dengan harapan-harapan yang berkembang dibenak nasabah. Seorang nasabah yang puas adalah nasabah yang merasa mendapatkan lebih dari yang di harapkannya.

PT Bank Sumsel Babel Cabang Syariah sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa harus menerapkan konsep mengutamakan kepuasan nasabah, bank harus senantiasa memperhatikan komunikasi dengan menjalin kegiatan pelayanan yang prima dan produk terbaik yang dapat merangsang pembeli dan kepuasan pelanggan. Beberapa bidang pelayanan dan produk yang harus dikembangkan secara berlanjut meliputi pelayanan simpanan dana, pinjaman dana serta pelayanan umum lainnya dan produk-produk yang terbaik. Tjiptono (2000:54) menyebutkan bahwa kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan nasabah. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan lembaga jasa. Dalam jangka

panjang, ikatan seperti ini memungkinkan sebuah lembaga jasa untuk memahami dengan seksama harapan nasabah serta kebutuhan nasabah. Pelayanan yang bermutu dapat diidentifikasi melalui kepuasan nasabah (Srinadi dan Nilakusumawati,2008)

Masalah utama sebagai sebuah lembaga jasa keuangan yang banyak pesaingnya adalah kualitas pelayanan, produk dan kepuasan yang diberikan apakah sudah sesuai harapan nasabah atau belum agar terciptanya loyalitas nasabah. Oleh karena itu, PT Bank Sumsel Babel Cabang selalu menjaga kualitas pelayanan, produk agar kepuasan nasabah meningkat. Pihak bank secara cermat menentukan kebutuhan nasabah sebagai upaya untuk memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan atas pelayanan dan produk yang diberikan.

Jika kualitas pelayanan mampu memenuhi kebutuhan dan keinginannya atau mampu memberikan kepuasan, maka dimasa datang akan terjadi pembelian ulang (loyalitas), yaitu komitmen yang sangat dalam untuk membeli ulang atau selalu berlangganan suatu produk dan jasa secara konsisten di masa yang akan datang. Bahkan lebih jauh lagi, pelanggan yang puas akan menyampaikan rasa kepuasannya kepada orang lain, baik dalam bentuk cerita, atau memberikan rekomendasi.

Penelitian ini hanya berfokus pada nasabah penabung dengan tujuan agar penilaian yang diberikan responden cenderung kritis dan beragam. Jika

dibandingkan dengan nasabah pembiayaan, kemungkinan besar akan menilai produk bank dengan tanggapan positif karena mereka sudah merasa terbantu oleh bank. Hal ini bertentangan dengan karakter nasabah penabung yang tentunya lebih selektif dalam memberikan penilaian terhadap pengaruh produk bank.

Bank sumsel babel cabang syariah yang bergerak pada bidang jasa keuangan menghadapi banyak persaingan, baik antar perbankan, maupun dengan lembaga bukan bank. Berdasarkan penjelasan diatas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian untuk dijadikan tugas akhir ini dengan judul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Sumsel Babel Cabang Syariah**”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang di ambil dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Sumsel Babel Cabang Syariah.
2. Bagaimana Pengaruh Produk terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Sumsel Babel Cabang Syariah.
3. Bagaimana Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Sumsel Babel Syariah.
4. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Sumsel Babel Cabang Syariah.

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini antara lain:

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas nasabah Pada PT Bank Sumsel Babel Cabang Syariah.
2. Untuk mengetahui pengaruh Produk terhadap loyalitas nasabah Pada PT Bank Sumsel Babel Cabang Syariah.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah Pada PT Bank Sumsel Babel Syariah.
4. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah Pada PT Bank Sumsel Babel Syariah.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk berbagai pihak. Adapun kegunaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti
Menambah pengetahuan wawasan serta pengalaman mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Sumsel Babel Cabang Syariah.
2. Bagi Bank