

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam suatu perekonomian, baik itu perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur ataupun jasa selalu diwarnai dengan persaingan, perubahan serta ketidakpastian yang beragam. Semua itu dilakukan oleh setiap perusahaan agar perusahaannya dapat tetap berperan dalam dunia usaha yang terus berkembang. Salah satu cara yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk dapat berperan di pasar dan sekaligus dapat menguasai pasar adalah dengan cara mendekati para konsumen atau pelanggannya, melalui pemberian pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan tersebut secara memuaskan.

Hal ini tidak hanya dilakukan oleh perusahaan manufaktur saja, perusahaan jasa juga memakai cara ini untuk mempertahankan semua pelanggan yang ada. Seperti halnya perbankan yang merupakan perusahaan industri jasa, karena produknya hanya memberikan pelayanan jasa kepada masyarakat dan fungsinya sebagai perantara keuangan yang memobilisasi dana dari masyarakat dan menyalurkannya, sehingga dari pemberian pelayanan jasa ini diharapkan masyarakat mempunyai loyalitas pada suatu bank.

Loyalitas pelanggan merupakan salah satu strategi perusahaan untuk mempertahankan bisnis dan profit perusahaan. Imbalan dari loyalitas sendiri bersifat

jangka panjang dan kumulatif, jadi semakin lama seorang pelanggan loyal terhadap suatu produk atau jasa, semakin besar laba yang diperoleh perusahaan dari seorang calon pelanggan. Pelanggan yang loyal selain melakukan pembelian produk barang atau jasa secara berulang juga akan merekomendasikan dan menceritakan pengalaman positif mengenai produk barang atau jasa dari perusahaan tersebut kepada orang lain, tidak mudah goyah untuk beralih pada perusahaan lain karena konsumen yakin bahwa produk barang atau jasa yang mereka peroleh adalah yang terbaik dan berbeda daripada produk atau jasa perusahaan lain.¹ Yang menarik adalah, walaupun pelayanan bank sudah dianggap berkualitas, namun nasabah belum tentu loyal pada suatu bank. Kualitas layanan bank terkadang tidak sejalan dengan tingkat loyalitas nasabah suatu bank.

Untuk mempertahankan loyalitas nasabah/pelanggan tidak hanya dibutuhkan kepuasan, melainkan lebih dari itu adalah kepercayaan dan komitmen pelanggan yang merupakan kunci dari *relationship marketing*. O'Shaughnessy (1992) menyatakan bahwa hal penting dari loyalitas adalah kepercayaan, kesediaan untuk bertindak tanpa segera menghitung biaya-biaya dan keuntungan-keuntungan.²

Kepercayaan nasabah pada suatu bank akan menentukan penilaian mereka mengenai nilai yang mereka terima secara keseluruhan. Kepercayaan nasabah terhadap bank merupakan suatu aset yang tak ternilai bagi bank tersebut. Sebab

¹ Jill Griffin, *Customer Loyalty : Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan* (Jakarta : Erlangga, 2005), hlm. 33.

² Mulyo Budi Setiawan dan Ukudi, *Jurnal Bisnis dan Ekonomi* (September 2007, Vol. 14 No.2, ISSN: 1412-3126), hlm. 216.

kepercayaan dipandang sebagai dasar dalam hubungan dengan nasabah. Hal ini sebenarnya dapat dipahami, mengingat bahwa nasabah yang mengkonsumsi jasa akan melakukan penilaian terhadap jasa yang mereka terima. Mengingat nasabah melakukan penilaian terhadap jasa yang mereka konsumsi dan hal ini akan menentukan perilaku mereka selanjutnya, maka bank perlu mempunyai banyak perhatian pada cara agar jasa yang mereka berikan dinilai baik oleh nasabah.

Berikut ini merupakan data jumlah nasabah Bank BRI Syariah cabang Cirebon Siliwangi berdasarkan produk yang ditawarkan.

Tabel 1.1
Jumlah nasabah menurut produk

NO.	PRODUK	TOTAL ACCOUNT		
		2010	2011	2012
1.	Deposito iB	115	175	189
2.	Giro iB	49	58	63
3.	Tabungan BRI Syariah iB	4755	8238	10630
4.	Tabungan Haji iB	648	1143	2061
5.	Tabungan Impian	-	-	72
	TOTAL	5567	9614	13015

Sumber : Bank BRI Syariah Cirebon

Tabel 1.1 menunjukkan pertumbuhan jumlah nasabah yang menabung di Bank BRI Syariah Cirebon dari tahun 2010 sampai tahun 2012. Seperti yang terlihat pada tabel 1.1, bahwa jumlah nasabah yang percaya untuk menabung di Bank BRI Syariah Cirebon mengalami peningkatan nasabah selama tiga tahun terakhir. Jumlah tersebut

berasal dari banyaknya nasabah yang menggunakan jasa dan produk yang ditawarkan BRI Syariah (baik tabungan, giro, dan deposito).

Namun, keadaan tersebut juga dibarengi dengan kenaikan jumlah nasabah yang menutup rekening simpanan di Bank BRI Syariah Cirebon. Untuk mendukung pernyataan tersebut, didapat data jumlah nasabah yang menutup rekening simpanannya.

Tabel 1.2
Jumlah nasabah yang menutup rekeningnya

NO.	PRODUK	TOTAL ACCOUNT		
		2011	2012	2013 Maret
1.	Deposito iB	-	-	-
2.	Giro iB	2	5	-
3.	Tabungan BRI Syariah iB	-	20	6
4.	Tabungan Haji iB	29	54	32
5.	Tabungan Impian	-	-	5
	TOTAL	31	79	43

Sumber : Bank BRI Syariah Cirebon

Tabel 1.2 menunjukkan jumlah nasabah yang menutup rekening simpanan dengan pihak Bank BRI Syariah Cirebon. Hal ini menunjukkan kurangnya loyalitas nasabah terhadap Bank BRI Syariah Cirebon. Hal ini dapat di indikasi oleh Bank BRI Syariah Cirebon belum mampu memberikan layanan terbaik atau memberikan kepuasan terbaiknya kepada nasabah. Karena nasabah merasa belum mendapatkan

nilai lebih selama menabung, sehingga nasabah tidak merekomendasikan kepada orang lain.

Mencermati hal tersebut, maka Bank BRI Syariah Cirebon memfokuskan diri dalam pemberian pelayanan yang prima kepada nasabah dengan harapan tujuan akhirnya yaitu mendapatkan loyalitas nasabah. Perhatian khusus terhadap nasabah merupakan sesuatu yang sangat penting sebagai tolak ukur dalam meningkatkan kualitas jasa perbankan. Nasabah akan selalu mencari, memilih dan menggunakan keseluruhan jasa sebuah bank apabila kualitas jasa bank tersebut mampu memenuhi kebutuhan nasabah. Akan tetapi hal ini belum cukup bagi nasabah apabila nilai dari manfaat produk perbankan yang ditawarkan belum sesuai dengan persepsi nilai nasabah yang berlaku. Nasabah akan membandingkan apakah nilai yang dirasakan terhadap sebuah produk perbankan sesuai atau melebihi dari biaya yang harus dikeluarkan oleh nasabah.

Dengan kata lain, nasabah akan merasa puas apabila kualitas layanan yang dirasakan nasabah sesuai atau melebihi harapan. Keadaan ini menimbulkan persaingan ketat tidak hanya antara perbankan konvensional dan perbankan syariah, tetapi juga antara perbankan syariah. Sehingga nasabah sering kali tidak mempunyai loyalitas pada suatu bank karena banyak tawaran. Nasabah cenderung memilih tawaran yang lebih menguntungkan. Oleh karena itu tantangan paling besar bagi penyedia jasa perbankan agar dapat bertahan, bersaing dan menguasai pangsa pasar adalah mencari terobosan untuk menciptakan kepuasan nasabah secara konsisten,

sehingga loyalitas nasabah dapat terwujud dengan senantiasa tetap setia pada layanan yang diterima.

Malalui *customer service* yang bertugas melayani, memberi informasi tentang produk-produk bank dan fasilitas-fasilitas apa saja yang dimiliki oleh Bank BRI Syariah diharapkan dapat menciptakan hubungan yang harmonis dengan para nasabah atau calon nasabah. Dengan adanya hubungan baik tersebut akan dapat menarik minat dan perhatian masyarakat untuk menabung di Bank BRI Syariah Cirebon. Akan tetapi tumbuhnya minat dan perhatian masyarakat untuk menabung tidak akan muncul dengan sendirinya jika tidak terdapat “kepuasan” dihati masyarakat atau nasabah tersebut akibat pelayanan yang diberikan oleh *customer service* di bank manapun termasuk bank BRI Syariah.

Dari pelayanan prima yang diberikan oleh *customer service* atau petugas bank BRI Syariah lainnya (*security* dan *teller*) kepada nasabah atau calon nasabah diharapkan dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah yang dimaksudkan disini adalah rasa puas, rasa senang, rasa nyaman dan aman yang didapatkan oleh nasabah atas perlakuan dan informasi yang diberikan oleh *customer service* atau petugas bank BRI Syariah lainnya (*security* dan *teller*) mengenai hal yang berkaitan dengan produk-produk yang ditawarkan oleh bank, ataupun terhadap segala macam bentuk cara penyelesaian masalah yang dihadapi oleh konsumen dapat diselesaikan dengan baik.

Penelitian ini akan menguji faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah. Dimana, dengan terciptanya kepercayaan dan kepuasan nasabah yang optimal maka

mendorong terciptanya loyalitas di benak nasabah yang merasa puas. Kepercayaan dan kepuasan nasabah dapat tercipta ketika nasabah merasa puas atas pelayanan yang telah diberikan kepadanya. Sehingga dapat disimpulkan antara kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan nasabah mempunyai hubungan satu sama lain dengan loyalitas nasabah.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang pembahasan yang dirumuskan dalam judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepercayaan dan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening pada Bank BRI Syariah Cirebon”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh antara kualitas pelayanan dengan kepercayaan nasabah pada Bank BRI Syariah Cirebon ?
2. Apakah ada pengaruh antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah pada Bank BRI Syariah Cirebon ?
3. Apakah ada pengaruh antara kualitas pelayanan dengan loyalitas nasabah pada Bank BRI Syariah Cirebon ?
4. Apakah ada pengaruh antara kepercayaan dengan loyalitas nasabah pada Bank BRI Syariah Cirebon ?

5. Apakah ada pengaruh antara kepuasan nasabah dengan loyalitas nasabah pada Bank BRI Syariah Cirebon ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh antara kualitas pelayanan dengan kepercayaan nasabah pada Bank BRI Syariah Cirebon.
2. Untuk menganalisis pengaruh antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah pada Bank BRI Syariah Cirebon.
3. Untuk menganalisis pengaruh antara kualitas pelayanan dengan loyalitas nasabah pada Bank BRI Syariah Cirebon.
4. Untuk menganalisis pengaruh antara kepercayaan dengan loyalitas nasabah pada Bank BRI Syariah Cirebon.
5. Untuk menganalisis pengaruh antara kepuasan nasabah dengan loyalitas nasabah pada Bank BRI Syariah Cirebon.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pihak-pihak, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Sebagai sarana untuk menerapkan dan memadukan pengetahuan yang diperoleh dengan praktek sesungguhnya dan sebagai syarat menempuh Strata satu (S1) pada Fakultas Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

2. Bagi Perusahaan

Memberikan informasi kepada perusahaan yang menjadi objek penelitian, dalam hal ini Bank BRI Syariah Cirebon yang diharapkan dapat berguna sebagai bahan pertimbangan bagi pihak manajemen perusahaan untuk merumuskan kebijakan lebih lanjut.

3. Bagi Pihak Lain

Dapat menjadi bahan referensi dan sebagai pelengkap data dan informasi yang diperlukan untuk suatu penelitian yang sejenis.

E. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :