

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Lembaga keuangan syariah sejak adanya regulasi dari payung hukum perbankan syariah di Indonesia semakin kuat. Berevolusi mulai dari Undang-undang Perbankan No. 7 Tahun 1992, dan dikuatkan PP No. 72 Tahun 1992 dan UU No. 10 Tahun 1998, serta Undang-undang Republik Indonesia No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah seperti mendapatkan jalannya untuk membuka usaha di Indonesia. Melalui surat keputusan Direksi Bank Indonesia No. 32/34/KEP/DIR tanggal 12 Mei 1999 aturan mainnya pun ditetapkan pula oleh pemerintah<sup>1</sup>. Hasilnya, perkembangan lembaga keuangan ini setiap tahun mengalami peningkatan, baik dari segi kuantitasnya maupun aset yang dimilikinya.

Peningkatan tersebut adalah bukti nyata bahwa bangsa Indonesia semakin hari semakin menaruh kepercayaan tinggi kepada lembaga keuangan berbasis syariah. Disamping karena mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam, yang secara tegas dalam ajarannya mengharamkan bunga bank karena dianggap sama dengan riba, sebagai masyarakat muslim kiranya kurang tepet memilih lembaga keuangan konvensional sebagai pilihan, dan karena didukung oleh usaha dari lembaga keuangan syariah itu sendiri yang semakin menunjukkan citra positif

---

<sup>1</sup> M. Syafi'i Antonio. *Bank Syariah Analisis kekuatan, Kelemahan, peluang dan Ancaman*, cet. III. Yogyakarta: Ekonisia, 2004, hlm. 61

dan profesional. Perkembangan dan peningkatan yang dialami lembaga keuangan syariah tersebut tidak akan terjadi manakala manajemen yang ada tidak berusaha untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat. Karena banyak sekali lembaga keuangan konvensional yang sudah ada sebelumnya menawarkan kualitas produk dan pelayanan yang lebih baik, dan masyarakat juga telah mengenal serta menggunakannya.

Pada akhirnya sistem perbankan syariah yang ingin di wujudkan oleh bank Indonesia adalah perbankan syariah yang modern, yang bersifat universal, terbuka bagi masyarakat Indonesia tanpa terkecuali. Sebuah sistem perbankan yang menghadirkan bentuk-bentuk aplikatif dari konsep ekonomi syariah yang dirumuskan secara bijaksana, dalam konteks kekinian permasalahan yang sedang dihadapi oleh bangsa Indonesia, dan dengan tetap memperhatikan kondisi sosiokultural dimana bangsa ini menuliskan perjalanannya hanya dengan cara demikian, maka upaya pengembangan sistem perbankan syariah akan senantiasa dilihat dan diterima oleh segenap masyarakat Indonesia sebagai bagian dari solusi atas berbagai permasalahan dalam negeri ini<sup>2</sup>. Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan, memuaskan nasabahnya adalah hal pokok yang tidak boleh diabaikan, dimana kepuasan nasabah merupakan aspek strategis dalam memenangkan persaingan dan mempertahankan citra perusahaan di masyarakat yang luas, sehingga pelayanan yang bermutu bagi nasabah

---

<sup>2</sup> Abdul Aziz dan Mariyah Ulfah. *Kapita Selektu Ekonomi Islam Kontemporer*. Bandung: Alfabeta, 2010, hal. 173

merupakan hal penting. Dengan adanya perbankan syariah yang telah memasuki persaingan berskala global, merupakan suatu tantangan yang harus dihadapi dan ditangani oleh bank syaria'ah untuk dapat memberikan kontribusi dalam pembangunan bangsa melalui pemberdayaan ekonomi umat.

Dalam teori perilaku konsumen, kepercayaan masyarakat dapat diperoleh dari sebuah perusahaan dengan menggunakan beberapa cara, diantaranya adalah dengan memberikan rangsangan pemasaran dari dalam dan luar perusahaan. Rangsangan pemasaran dari dalam perusahaan dapat berbentuk seperti iklan, promosi, dan sebagainya yang menerangkan tentang kualitas produk (barang maupun jasa), harga dan saluran distribusinya. Sedangkan rangsangan dari luar dapat berupa kondisi ekonomi, politik, teknologi dan kebudayaan yang ada di masyarakat setempat<sup>3</sup>. Sebuah lembaga keuangan syariah secara otomatis akan mendapatkan setengah dari kepercayaan masyarakat Indonesia sejak awal kemunculannya, karena telah dinanti-nantikan oleh masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam. Terlebih ketika krisis moneter melanda bangsa ini pada tahun 1998 yang banyak membuat lembaga keuangan *collapse* dan bahkan beberapa lembaga keuangan mengalami *likuidasi* (karena menerapkan sistem bunga), namun ternyata tidak berpengaruh kepada lembaga keuangan yang berbasis syariah (karena tidak menerapkan sistem bunga)<sup>4</sup>.

---

<sup>3</sup> Sonny Koeswara, *Pemasaran Industri (Industrial Marketing)*. Jakarta: Djambatan, 1995, hal. 74

<sup>4</sup> M. Luthfi Hamidi. *Jejak-jejak Ekonomi Syariah*. Jakarta: Senayan Abadi Publishing, 2003, hal. 47-52

Bank BNI Syariah Cabang Cirebon adalah sebagai salah satu dari beberapa lembaga keuangan syariah yang ada di Indonesia merupakan salah satu bank yang sukses dalam meraih kepercayaan masyarakat. Akan tetapi, salah satu yang perlu di waspadai dalam menumbuhkan keprofesionalan Bank BNI Syariah Cabang Cirebon yaitu dengan meningkatkan terus loyalitas nasabah yang telah terjalin. Karena akan berdampak positif bagi perkembangan Bank BNI Syariah Cabang Cirebon itu sendiri.

Salah satu strategi yang harus dilakukan oleh Bank BNI Syariah Cabang Cirebon untuk meningkatkan loyalitas adalah dengan memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik lagi dengan cara *survey* nasabah Bank BNI Syariah Cabang Cirebon untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabahnya. Nasabah dalam hal ini adalah mereka para konsumen yang menabungkan uang mereka, maupun yang melakukan transaksi kredit dengan suatu bank atau lembaga keuangan.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang selama ini mempengaruhi kepuasan konsumen secara umum, dan menjadi faktor utama dalam kepuasan konsumen sebuah perusahaan jasa. Peningkatan kualitas pelayanan sebagai salah satu motivator pengikat loyalitas konsumen adalah inti dari usaha di bidang jasa (termasuk di dalamnya dunia jasa keuangan syariah)<sup>5</sup>. Sehingga pihak manajemen lebih banyak memfokuskan pada sisi ini. Penelitian-

---

<sup>5</sup> J. Supranto. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. cet. III, Jakarta: Rineka Cipta, 2006, hal. 237

penelitian yang dilakukan oleh manajemen maupun pihak luar pun banyak yang ditujukan untuk mengukur dan menilai kualitas pelayanan.

Kualitas pelayanan juga merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Dengan meningkatkan mutu pelayanan oleh suatu perusahaan perbankan merupakan suatu cara yang nyata dalam memenangkan persaingan dan mempertahankan nasabah. Sehingga kepuasan pelanggan dalam bidang jasa merupakan elemen penting dan menentukan dalam menumbuh kembangkan perusahaan agar tetap eksis dalam menghadapi persaingan.

Karena kualitas pelayanan mempunyai peranan penting untuk menentukan puas dan tidaknya seorang atau kelompok konsumen, dan dari waktu ke waktu kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan jasa harus semakin baik demi menjaga loyalitas nasabah. Hal tersebut akan menunjukkan tingkat kesadaran masyarakat untuk menggunakan jasa lembaga keuangan syari'ah (terutama di bank BNI Syariah Cabang Cirebon) dalam transaksi keuangan mereka semakin meningkat seiring dengan usaha dari pihak manajemen sendiri yang kian dapat menanamkan kepercayaan kepada masyarakat.

Jika harapan nasabah tercapai maka akan memberikan kepuasan bagi nasabah tersebut. Hal ini perlu mendapat perhatian khusus bagi Bank BNI Syariah Cabang Cirebon, karena menciptakan kepuasan nasabah terhadap suatu bank tidak mudah. Sampai saat ini Bank BNI Syariah Cabang selalu berusaha

meningkatkan kepuasan yang diwujudkan dengan upaya peningkatan non-fisik, yaitu kemampuan layanan para karyawan yang berhubungan langsung dengan nasabah melalui pelatihan dan juga memberikan pelayanan melalui layanan 24 jam dari *mobile banking* serta *internet banking* yang menyediakan wadah komunikasi bagi nasabah maupun calon nasabah yang dapat dimanfaatkan setiap waktu untuk melakukan transaksi dan memperoleh informasi mengenai produk yang ditawarkan.

Strategi loyalitas pelanggan merupakan inti dari serangkaian program taktis, oleh sebab itu Bank BNI Syariah Cabang harus melakukan strategi untuk mencapai keunggulan bersaing yang membedakannya dengan perbankan lain dan mencapai tujuannya yaitu menjadi pemimpin pasar dalam jasa perbankan. Keunggulan bersaing adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan nilai lebih yang dinilai penting oleh pelanggan dan membedakannya dari pesaing.

Oleh karena itu, sangat diperlukan penerapan pelayanan yang baik dalam memasarkan produknya, agar para nasabah mendapatkan kepuasan atas pelayanan sehingga nasabah akan menjadi loyal dan tentunya menjadi keuntungan tersendiri bagi Bank BNI Syariah Cabang Cirebon itu sendiri.

Berdasarkan pemaparan penulis diatas, maka peneliti mengangkat judul dalam penelitian ini tentang : **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank BNI Syariah Cabang Cirebon”**

## **B. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah di Bank BNI Syariah Cabang Cirebon ?
2. Bagaimana pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah Bank BNI Syariah Cabang Cirebon ?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah secara bersamaan terhadap loyalitas nasabah ?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah di Bank BNI Syariah Cabang Cirebon ?
2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah di Bank BNI Syariah Cabang Cirebon ?
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah secara bersamaan terhadap loyalitas nasabah ?

## **D. Kegunaan Penelitian**

1. Secara Ilmiah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai salah satu bentuk atau wujud yang nyata dari penerapan tugas dan fungsi perguruan tinggi, dan berguna bagi pengembangan kajian-kajian ilmu perbankan syariah,

khususnya Bagi Bank BNI Syariah Cabang Cirebon sebagai salah satu lembaga keuangan syariah yang ada di kota Cirebon.

## 2. Secara Praktis

Sebagai bahan masukan bagi bank tentang perlunya manajemen resiko dalam penerapannya pada kontrak bagi hasil (*profit loss sharing*) pada pembiayaan mudharabah.

## E. Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan yang akan digunakan dalam penyusunan penelitian ini adalah dengan menggunakan lima bab utama, diantaranya adalah:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang pendahuluan yang menggambarkan bentuk, isi, yang dijaarkan dalam; latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat peneltian, telaah pustaka, dan sistematika pembahasan.

### **BAB II : KAJIAN PUSTAKA**

Dalam bab ini dibahas mengenai teori-teori yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, teori perilaku konsumen, teori kepuasan konsumen, teori pengukuran kepuasan konsumen, dan teori loyalitas konsumen. Masalah tersebut dibahas dengan maksud memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai teori dasar masalah yang menjadi landasan teori dalam penelitian ini.



### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini menguraikan tentang jenis dan lokasi, tipe, sifat, subjek penelitian, cara pengumpulan data, dan metode analisa data dalam penelitian ini.

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

Bab ini menjelaskan tentang profil obyek penelitian ini dan berisi pengujian dan hasil data yang dianalisis dengan metode penelitian yang telah ditentukan sebelumnya. Bab ini merupakan inti dari penelitian dengan menguraikan data-data yang telah diolah sehingga terlihat hasil akhir dari penelitian ini.

### **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari seluruh masalah yang telah di bahas, dan saran bagi pihak-pihak terkait sesuai dengan hasil penelitian yang ada yang diharapkan akan menjadi masukan sebagai tindak lanjut dari penelitian.