

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Bank merupakan lembaga keuangan yang saat ini sedang mengalami perkembangan yang cukup pesat di Indonesia. Demikian karena saat ini di Indonesia mulai bermunculan bank yang berprinsipkan syariah yang akan menjadi saingan bagi bank konvensional yang memang telah ada lebih dahulu.

Kebanyakan dari masyarakat sudah terbiasa dengan aktifitas perbankan konvensional. Sehingga bank konvensional lebih diminati, dan hampir semua lapisan masyarakat telah terbiasa dengan bank tersebut. Oleh sebab itu bank syariah dalam perkembangannya di Indonesia mengalami kendala dalam menarik minat masyarakat untuk percaya akan bank syariah yang juga berkompeten dalam bidang perbankan. Bahkan masyarakat muslim di Indonesia pun masih belum paham dan mengerti tentang bank syariah.

Sebenarnya bank syariah di Indonesia mempunyai peluang yang sangat besar, karena penduduk Indonesia sebagian besar menganut agama islam, merupakan potensi besar bagi bank syariah untuk memperkenalkan dan mengembangkan kegiatannya. Oleh karena itu bank syariah perlu meningkatkan dan menetapkan pemasaran yang tepat dalam menciptakan kesadaran, pemahaman atau minat pada masyarakat terhadap bank syariah. Selain itu untuk dapat bersaing dengan bank

konvensional, salah satu cara yang harus ditempuh bank syariah harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik dibandingkan dengan bank konvensional.

Pelayanan merupakan suatu hal yang sangat menentukan kepuasan bagi nasabah, karena pengukuran terhadap kualitas kepuasan maupun ketidakpuasan nasabah merupakan indikator yang penting dari loyalitas nasabah itu sendiri. Dan hal inilah yang harus menjadikan nilai tambah untuk bank syariah. Tingkat loyalitas nasabah (pelanggan) dipengaruhi oleh persepsi *customer* terhadap nilai yang ditawarkan oleh perusahaan itu sendiri. Jadi dalam hal ini loyalitas nasabah timbul karena adanya rasa kepuasan dan kepercayaan yang telah diberikan oleh bank tersebut.

Kasmir, (2005:201) mengungkapkan bahwa untuk menjaga dan meningkatkan kepercayaan nasabah maka bank perlu menjaga citra positif di mata nasabah. Citra ini dapat dibangun melalui kualitas produk, kualitas pelayanan dan kualitas keamanan. Tanpa citra yang positif maka kepercayaan yang sedang dan akan dibangun tidak akan efektif

Dan cara meningkatkan citra perbankan tersebut, bank perlu menyiapkan karyawan yang mampu menangani keinginan dan kebutuhan nasabahnya. Karyawan yang diharapkan dapat melayani keinginan dan kebutuhan nasabah ini disebut ***Customer Service***.

Menurut Kasmir, (2006:202) pengertian ***Customer Service*** secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah

Salah satu perbankan islam yang saat ini citranya mulai dikenal masyarakat adalah Bank Jabar Syariah, dimana Bank Jabar Syariah mempunyai karyawan yang bekerja sebagai *Customer Service* yang berusaha memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabahnya sehingga loyalitas nasabah tetap terjaga dan semakin meningkat. Maka ini menjadi sangat penting bagi kemajuan Bank Jabar dalam meningkatkan usahanya dengan memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabahnya.

Hal ini yang mendorong penulis untuk mengetahui lebih jauh fenomena apa yang terjadi saat ini terutama di Bank Syariah dalam memberikan pelayanan yang baik untuk dapat mempertahankan loyalitas nasabahnya.

Berdasarkan uraian di atas, penulis memiliki minat dan ketertarikan melakukan penelitian dengan judul : “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap loyalitas nasabah lama (studi kasus pada Bank Jabar Syariah)*”.

## **1.2 Perumusan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka dapat diidentifikasi masalah, sebagai berikut :

1. Bagaimana peranan dan fungsi pelayanan *Customer Service* yang dijalankan Bank Jabar Syariah dalam menjaga loyalitas nasabahnya ?
2. Bagaimana dasar-dasar pelayanan nasabah yang digunakan Bank Jabar Syariah sehingga loyalitas nasabah tetap terjaga dan semakin meningkat ?

3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan *Customer Service* terhadap loyalitas nasabah lamanya ?

### 1.2.2 Pembatasan masalah

Dalam hal ini pembahasan yang akan dibicarakan hanya sebatas bagaimana pengaruhnya kualitas pelayanan yang diberikan oleh *Customer Service* terhadap loyalitas nasabah lama. Hal tersebut menjadi penting karena bank tidak dapat melakukan aktifitasnya dalam menjaga dan meningkatkan loyalitas nasabahnya terutama bagi nasabah lama tanpa memberikan pelayanan berupa kepuasan terhadap nasabahnya. Dengan memberikan pelayanan tersebut diharapkan aktifitas bank dapat berjalan dengan baik dan lancar.

### 1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud penelitian ini adalah mengungkap bagaimana pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan oleh *Customer Service* terhadap loyalitas nasabah lama yang hasilnya dituangkan dalam skripsi, yang merupakan salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi Islam pada STAIN Cirebon.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Peranan dan fungsi kualitas pelayanan *Customer Service* pada Bank Jabar syariah
2. Dasar-dasar pelayanan Bank Jabar Syariah agar loyalitas nasabahnya tetap terjaga

3. Pengaruh kualitas pelayanan *Customer Service* terhadap loyalitas nasabah lama pada Bank Jabar Syariah.

#### 1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian yang penulis lakukan adalah :

1. Bagi bank

Dapat dijadikan acuan untuk menambah informasi dalam meningkatkan pelayanan dan kepercayaan calon nasabah dan nasabahnya.

2. Bagi masyarakat dan nasabah

Dapat digunakan untuk membandingkan tingkat kemampuan bank dalam melayani calon nasabah dan nasabah, sehingga masyarakat merasa nyaman dalam melakukan transaksi di bank tersebut.

3. Bagi penulis

Dapat menerapkan ilmu yang diterima di bangku kuliah ke dalam praktek yang sebenarnya, sehingga teori-teori yang diperoleh dapat diterapkan dan dapat membandingkan antara teori dengan praktek perbankan sebenarnya.

#### 1.5 Kerangka Pemikiran

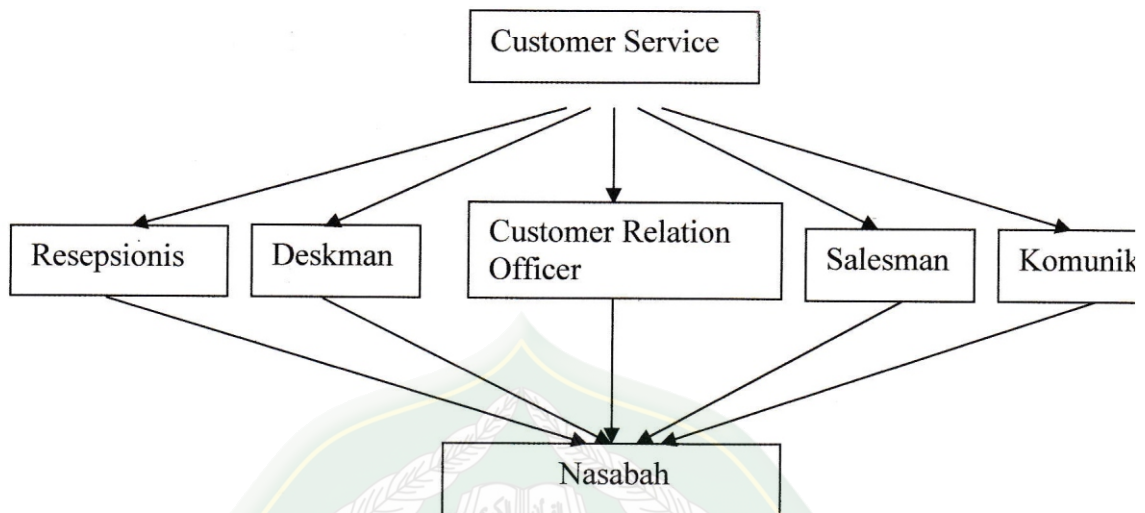
Pelayanan merupakan sesuatu yang harus diberikan kepada nasabah untuk mencapai nilai sebuah kepuasan. Dan dengan memberikan pelayanan yang berkualitas dan memuaskan maka loyalitas nasabah akan dapat tercapai. Dan pelayanan tersebut dapat terlaksana dengan adanya sang pelaksana yaitu *Customer Service*.

*Customer Service* adalah setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. Sesungguhnya kualitas pelayanan yang diberikan oleh *Customer Service* memegang peranan yang sangat penting. Dalam dunia perbankan tugas utama seorang CS adalah memberikan pelayanan agar masyarakat memberikan keputusan untuk menjadi nasabah dan membina hubungan baik dengan masyarakat serta menjaga loyalitas nasabah. *Customer Service* bank dalam melayani para nasabah selalu berusaha menarik dengan cara merayu para calon nasabah menjadi nasabah bank yang bersangkutan dengan berbagai cara. CS juga harus menjaga nasabah lama agar tetap loyal (setia) menjadi nasabah bank tersebut.

Oleh karena itu, tugas *Customer Service* dalam memberikan pelayanan merupakan tulang punggung kegiatan operasional dalam dunia perbankan. Dengan pelayanan yang optimal pada akhirnya juga akan mampu meningkatkan image perusahaan di mata pelanggannya terus meningkat pula. Selain itu *Customer Service* juga bertugas harus memasyarakatkan bank syariah itu sendiri. Secara umum *Customer Service* berpengaruh besar terhadap setiap calon nasabahnya sehingga dapat memberikan keputusan menjadi nasabah serta tetap menjadi nasabah yang loyal pada bank tersebut bila memperoleh pelayanan yang memuaskan

Wira Sutedja, (2007:2) mengungkapkan Seorang *Customer Service* benar-benar harus memberikan pelayanan yang terbaik nasabahnya, karena nasabah merupakan orang yang menciptakan pandangan tentang perusahaan, tentang baik buruknya pelayanan yang dilakukan Oleh sebab itu secara umum *Customer Service*

mempunyai tugas tertentu selain memberikan pelayanan sehingga dapat memajukan image bank tersebut dapat dilihat melalui gambar 1.1. sebagai berikut :



**Gambar 1.1. Tugas Customer Service Dalam Memberikan Pelayanan**

(Sumber : diolah 2007)

Dalam hal ini *Customer Service* dalam memberikan pelayanannya berfungsi sebagai *Receptionis* yang harus mampu melayani nasabah dengan baik, karena letak *Customer Service* secara langsung sebagai penerima tamu yang harus bersikap ramah, sopan, dan menyenangkan dalam menangani calon nasabah dan nasabah. Sebagai *Deskman* seorang *Customer Service* harus melayani berbagai macam aplikasi yang diajukan calon nasabah. *Customer Service* sebagai *Customer Relation Officer* harus mampu membina hubungan baik dengan calon nasabah dan nasabah, termasuk membujuk dan merayu. Sebagai *Salesman*, *Customer Service* harus mampu

menawarkan produk yang ada di bank dan mempresentasikannya kepada calon nasabah sehingga dapat tertarik dan berminat menjadi nasabah. Sebagai *Komunikator* seorang *Customer Service* harus memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungannya dengan calon nasabah dan nasabah.

Bank berharap pelayanan yang diberikan kepada pelanggan akan dapat ditularkan kepada calon nasabah lainnya dan ini merupakan promosi tersendiri bagi bank untuk sehingga pelayanan mampu meningkatkan image dimata pelanggan sehingga bagi nasabah yang telah ada menjadi pertimbangan khusus untuk tetap loyal menjadi nasabah bank tersebut. Dapat diketahui saat ini pemahaman masyarakat terhadap bank syariah sudah cukup baik namun minat untuk menggunakannya masih kurang. Secara umum nasabah bank syariah masih menggunakan bank konvensional di samping bertransaksi dengan bank syariah. Salah satu penyebabnya adalah mereka sangat berharap bank syariah meningkatkan pelayanan dan produk yang dapat mengakomodasikan kebutuhan mereka dalam transaksi keuangan.

Hal ini merupakan salah satu tugas dari *Customer Service* untuk memberikan pelayanan yang baik dalam mempresentasikan produk bank syariah, sehingga nasabah merasa puas dan mulai merasa tertarik untuk menjadi nasabah dan mau bertransaksi dengan bank tersebut sehingga menjadi nasabah yang benar-benar loyal. Ini dapat tercapai dengan kualitas dan keahlian *Customer Service* dalam memberikan pelayanan itu sendiri dalam menguasai materi tentang ekonomi syariah.

Hal itu disebabkan, karena saat ini kesadaran sebagian masyarakat, terutama yang berpendidikan tinggi untuk menjalankan kehidupan sosial ekonomi tanpa



meninggalkan nilai-nilai islam, pelayanan dan prasarana yang modern juga menjadi hal utama bagi mereka sehingga *Customer Service* harus ekstra keras agar masyarakat berminat menjadi nasabah dan mau terus menjadi nasabah yang loyal dalam melakukan transaksinya secara konsisten. Oleh sebab itu pelayanan nasabah berperan penting dalam menentukan maju tidaknya suatu bank, karena dalam hal ini bila masyarakat tertarik dan mau bekerjasama maka bank tersebut secara konsisten dapat dikatakan maju.

### **1.6 Hipotesis**

Berdasarkan uraian kerangka pemikiran di atas, maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut : *“kualitas pelayanan Customer Service berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah lama (Studi kasus pada Bank Jabar Syariah Cirebon).”*

### **1.7 Waktu dan Tempat Penelitian**

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis melakukan penelitian yang berlangsung selama 3 bulan dari tanggal 22 November 2007 s.d 22 Februari 2007. Adapun objek penelitian yaitu pada Bank Jabar Syariah yang beralamat di Jl. Siliwangi No. 165, Cirebon.