

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan perbankan syariah saat ini mengalami kemajuan yang luar biasa. Adanya regulasi dan kebijakan pemerintahan yang mendukung perbankan syariah, menimbulkan banyak investor untuk berinvestasi di sektor ini. Selain itu, bank konvensional juga banyak yang membuat unit syariahnya, hal ini menimbulkan persaingan pada sektor perbankan dewasa ini semakin ketat, dimana pada saat ini persaingan dalam dunia perbankan tidak lagi bertumpu pada produk tetapi lebih bertumpu pada pelayanannya. Hal tersebut dikarenakan banyaknya usaha perbankan baik yang konvensional maupun yang syariah, dimana setiap bank mengemas jasa mereka sedemikian rupa untuk menarik para konsumen, bahkan pelayanan yang diberikan tidak hanya terbatas pada fungsi awal bank sebagai lembaga keuangan yang berfungsi untuk menyimpan dan meminjam uang.

Bank Syariah Mandiri Cabang Surakarta merupakan salah satu bank yang sedang berkembang baik dari sisi jumlah nasabah maupun dana nasabah yang disimpan di bank. Hal ini tidak terlepas dari pelayanan yang diberikan bank kepada para nasabahnya. Besarnya jumlah nasabah dan dana yang disimpan di Bank Syariah Mandiri Cabang Surakarta menunjukkan kepercayaan yang baik dari masyarakat kepada Bank Syariah Mandiri Cabang Surakarta, namun disisi lain hal ini menjadi tantangan bagi Bank Syariah

Mandiri Cabang Surakarta dalam mengelola dana nasabah serta kepercayaan tersebut agar nasabah tetap menjadi loyal. Berdasarkan hasil penelitian di atas menunjukkan bahwa pelayanan dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pelayanan menjadi ujung tombak bagi perusahaan-perusahaan jasa. Tak heran kalau perusahaan jasa seperti bank menjadikan pelayanan sebagai alat pemikat nasabah.

Ketatnya persaingan di dunia marketing dan *service*, menjadikan banyak perusahaan semakin aktif berlomba memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan dan menjadikan pelanggan (*service*) sebagai salah satu indikator kinerja (*key performance indicator*) kesuksesan dari setiap cabang yang dimiliki. Hal tersebut, pada dasarnya dilakukan untuk memuaskan para pelanggan. Dengan harapan, pelanggan yang mendapatkan *service excellent* atau pelayanan baik dari *frontliners* ataupun dari petugas bank lainnya misalnya satpam akan loyal terhadap Bank.

Pelayanan adalah segala upaya yang dilakukan secara ikhlas untuk memenuhi kebutuhan nasabah atau bahkan melebihi harapan. Menurut Ton Kaufman dalam bukunya *Service with a smile* disebutkan bahwa layanan penting bagi Bank karena layanan merupakan bagian penting dari bisnis perusahaan yaitu layanan bukan lagi pilihan tetapi sesuatu yang harus ada dalam sebuah perusahaan jasa, layanan dibutuhkan oleh nasabah yang artinya jika anda tidak memperdulikan *customer* maka mereka akan melakukan hal yang sama, artinya pelanggan harus dapat dipuaskan oleh bank.

Kepuasan pelanggan tidak akan terlepas dari *service quality* (kualitas pelayanan). *Service Quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi (*perceived service*) para pelanggan atas layanan yang nyata-nyata mereka terima atau diperoleh dengan layanan yang sesungguhnya mereka harapkan (*expected service*). Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan yang dipersepsikan adalah kualitas yang baik. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan yang dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Dalam hal ini tentu saja yang menjadi faktor penentu atas baik buruknya kualitas pelayanan yang diberikan adalah sangat tergantung pada karyawan (*employess*) yang memberikan pelayanan tersebut, karena itu pemilik perusahaan yang telah mendapatkan laba memang harus memberikan imbalan yang cukup baik pada karyawan dengan memperlakukan mereka sebagai manusia seutuhnya. Dengan kata lain, karyawan harus diperlakukan sebagai “pelanggan internal” yang terpuaskan karena dengan begitu mereka juga akan memberikan pelayanan total yang akan memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Hasil penelitian Purnomo (2009) menyimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Lewis dan Sourelli (2006), dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa loyalitas merupakan hasil dari proses

kognitif ketimbang afektif. Hal-hal utama yang mempengaruhi terjadinya loyalitas adalah nilai, kualitas jasa, atribut jasa, kepuasan, citra perusahaan, dan kepercayaan.

Berangkat dari latar belakang yang dipaparkan di atas, maka penelitian ini hendak melakukan strategi peningkatan jumlah rekening nasabah melalui peningkatan mutu pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan dan mendapatkan loyalitas konsumen serta terjadinya minat untuk membeli. Adapun judul lengkap dari penelitian ini adalah: “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Cabang Surakarta)”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Surakarta?
2. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Surakarta?
3. Apakah kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Surakarta?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui :

1. Pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Surakarta
2. Pengaruh kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Surakarta
3. Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Surakarta

D. Manfaat Penelitian

1. Penelitian ini merupakan kesempatan yang sangat baik bagi penulis untuk memperoleh pengalaman mengenai perbankan.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan pertimbangan dalam mengeluarkan kebijakan terutama yang berkaitan dengan strategi peningkatan kepuasan pelanggan (*custome satysfaction*) melalui peningkatan mutu pelayanan.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika ini berguna untuk memberikan gambaran yang jelas dan tidak menyimpang dari pokok penelitian, secara sistematika berisi informasi mengenai materi dan hal yang di bahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang masalah yang menjadi dasar pemikiran atau latar belakang penelitian ini untuk selanjutnya disusun rumusan masalah dan di uraikan tentang tujuan serta manfaat penelitian, kemudian di akhiri dengan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini di uraikan mengenai landasan teori yang menjadi dasar dalam perumusan hipotesis dan analisis penelitian ini. Setelah itu diuraikan dan di gambarkan kerangka pemikiran dari penulis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini di uraikan mengenai variabel penelitian, cara penentuan sampel, jenis dan sumber data, serta metode analisis yang di pakai dalam penelitian

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini di uraikan tentang obyek penelitian, analisis data dan pembahasan atas hasil pengolahan data.

BAB V PENUTUP

Pada bab terakhir ini akan menyajikan secara singkat kesimpulan yang diperoleh dari pembahasan dan juga saran-saran yang direkomendasikan oleh peneliti kepada perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN