BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Masyarakat saat ini melakukan berbagai transaksi keuangan sehari-hari dengan menggunakan perbankan. Masyarakat membutuhkan jasa perbankan dalam berbagai transaksi keuangan seperti menyimpan, meminjam maupun melakukan transaksi keuangan lainnya. Perkembangan bisnis perbankan di Indonesia mengalami pasang-surut, terutama setelah didera krisis moneter sejak pertengahan tahun 1997 yang hingga saat ini masih dirasakan dampaknya.

Menurut Hasibuan (2008: 7) mendefinisikan bank merupakan "dana usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Bank memiliki sifat dasar sebagai lembaga kepercayaan menyebabkan berbagai aturan dan ketentuan yang mengatur semua kegiatan operasional bank diberlakukan lebih ketat. Hal tersebut mempunyai tujuan untuk membangun dan mempertahankan kepercayaan publik.

Bank sebagai lembaga keuangan merupakan bisnis yang mengalami berbagai masalah. Maju-mundur dan pasang-surutnya bisnis perbankan di Indonesia berpengaruh secara langsung pada semua sektor usaha. Berbagai kegiatan bisnis memiliki keterikatan dan melibatkan perbankan sebagai lembaga keuangan terutama bagi Negara yang menganut sistem perekonomian terbuka.

Persaingan di industri perbankan dan jasa keuangan yang semakin kompetitif menuntut bank harus memahami kebutuhan dan keinginan nasabahnya. Bank yang mampu menyediakan produk yang sesuai dengan keinginan nasabah, maka bank tersebut akan dipilih oleh nasabah. Persaingan yang semakin kompetitif antarbank, mendorong manajemen bank harus meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah.

Loyalitas pelanggan merupakan salah satu faktor yang harus dicapai oleh perusahaan. Bagi perusahaan perbankan loyalitas nasabah menjadi sangat penting dalam eksistensi perusahaan tersebut, sehingga nasabah tersebut akan tetap menggunakan jasa perusahaan tersebut. Menurut Freddy (2016: 60) "loyalitas konsumen adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang". Dari pengertian ini dapat diartikan bahwa kesetiaan terhadap merek diperoleh karena adanya kombinasi dari loyalitas dan keluhan.

Menurut Nasution (2010: 98) beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen antara lain kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, dan biaya. Dari beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen, peneliti tertarik kepada dua faktor. Faktor tersebut yaitu kualitas pelayanan dan kualitas produk. Apabila perusahaan tersebut memberikan kualitas pelayanan dengan kualitas produk yang baik maka pelanggan akan terus menggunakan jasa atau pelayanan dari perusahaan tersebut. Loyalitas konsumen harus dicapai oleh perusahaan agar nasabah memakai kembali jasa tersebut.

Menurut Alma (2018: 286) mengartikan bahwa kualitas pelayanan merupakan "suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan *service* yang dihasilkan perusahaan". Loyalitas pelanggan akan semakin tinggi apabila semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

Memperbaiki kualitas pelayanan ataupun jasa merupakan hal penting bagi perusahaan. Perbaikan kualitas pelayanan akan meningkatkan keunggulan bersaing yang tahan lama. Dalam hal ini perusahaan mengutamakan pada usaha untuk menghasilkan pelayanan yang unggul dan terus menyempurnakannya. Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan Lestari (2019: 2), yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Faktor berikutnya yang mempengaruhi loyalitas nasabah adalah kualitas produk. Menurut Mowen dan Michael (2012: 61), kualitas produk adalah "proses evaluasi secara keseluruhan kepada pelanggan atas perbaikan kinerja suatu produk". Kualitas produk menjadi kriteria utama konsumen dalam memilih suatu produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Adanya produk yang berkualitas perusahaan dapat bersaing dengan para kompetitor dalam menguasai pasar. Sudah dapat dipastikan bahwa konsumen akan memilih produk yang berkualitas baik dibandingkan dengan produk lain.

Bank Jateng Syariah adalah unit bisnis yang dibentuk Bank Jateng dalam memenuhi kebutuhan masyarakat, akad produk dan jasa perbankan yang berbasis syariah. Kemudahan akses layanan, beragam produk dan jasa keuangan perbankan dengan prinsip syariah dapat dinikmati oleh nasabah, baik produk pembiayaan, pendanaan, maupun jasa lainnya dengan fitur dan layanan yang sangat bersaing. Adanya kompetitor bisnis jasa perbankan menjadikan tantangan bagi Bank Jateng Syariah dalam memberikan pelayanan yang terbaik dan berkualitas bagi nasabah. Jika terdapat beberapa kekurangan dalam kualitas pelayanan dan kualitas produk dapat menyebabkan nasabah berpikir untuk beralih ke perusahaan jasa perbankan syariah yang lain.

Agar dapat bersaing, bertahan hidup dan berkembang bank dituntut untuk mampu memberikan pelayanan berkualitas yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Produk dan jasa yang tidak memenuhi kualitas nasabah akan sangat mudah ditinggalkan dan akhirnya nasabah beralih ke bank lain. Untuk mengantisipasi hal tersebut tentunya akan mengutamakan perluasan produk dan pelayanan yang berorientasi pada pelayanan yang mengutamakan kepuasan nasabah. Adanya perbedaan kriteria pemilihan bank oleh nasabah maka bank dituntut untuk selalu berusaha meningkatkan layanan dan melakukan inovasi secara terus menerus. Bank perlu melakukan riset konsumen dengan mengevaluasi kualitas layanan untuk menghindari agar tidak terjadi perbedaan persepsi tentang apa yang diberikan perusahaan dengan apa yang dibutuhkan konsumen itu sendiri, pihak manajemen perlu mengidentifikasi apa yang dibutuhkan konsumen secara

tepat, maka perusahaan menggunakan konsep berwawasan pelanggan yang berarti perusahaan memusatkan perhatiannya terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga tercipta kepuasan bagi konsumen.

Studi pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti pada 9 September 2020 di Bank Jateng Syariah KCPS Kartasura tercatat sepanjang tahun 2020 terdapat 1782 nasabah aktif 637 nasabah pasif. Hasil wawancara yang diambil dari 50 nasabah menyatakan hampir setiap hari melakukan transaksi dengan menggunakan produk Bank Jateng Syariah mulai dari seperti setor tunai tabungan, penarikan tunai tabungan, pembayaran, dan transaksi keuangan lainnya. Berdasarkan hasil wawancara kepada 50 nasabah Bank Jateng Syariah KCPS Kartasura, setidaknya ada beberapa responden yang merasa kurang puas terhadap pelayanan jasa perbankan oleh Bank Jateng Syariah KCPS Kartasura antaralain:

1. Kurangnya kenyamanan dan fasilitas untuk nasabah ketika sedang menunggu antrian transaksi.
2. Nasabah merasa kecewa dengan layanan perusahaan salah satunya di bagian *security* karena kurang ramah saat menanggapi kebutuhan dan keluhan nasabah.
3. Masih terbatasnya ATM *(Automatic Teller Machine)* dari Bank Jateng Syariah itu sendiri.
4. Belum adanya produk dari Bank Jateng Syariah tabungan untuk mempersiapkan dana pendidikan.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Jateng Syariah KCPS Kartasura".

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan di atas, peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Nasabah merasa kurang puas dengan layanan Bank Jateng Syariah KCPS Kartasura salah satunya di bagian *security* karena kurang ramahnya karyawan perusahaan dalam menggapi kebutuhan dan keluhan nasabah.
2. Kurangnya kenyamanan dan fasilitas bagi nasabah Bank Jateng Syariah KCPS Kartasura.
3. Belum adanya produk tabungan dari Bank Jateng Syariah KCPS Kartasura untuk mempersiapkan dana pendidikan.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, peneliti membatasi masalah yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan pada nasabah aktif hingga tahun 2020 di Bank Jateng Syariah KCPS Kartasura.
2. Faktor Loyalitas nasabah dibatasi pada kualitas pelayanan dengan indikator yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.
3. Faktor Loyalitas nasabah dibatasi pada kualitas produk dengan indikator kinerja, fitur atau ciri-ciri tambahan, reliabilitas, kesesuaian dengan spesifikasi, daya tahan, kemampuan melayani, estetika, dan kualitas yang dipersepsikan.

D. Rumusan Masalah

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

1. Adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah Bank Jateng Syariah KCPS Kartasura?
2. Adakah pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas nasabah Bank Jateng Syariah KCPS Kartasura?
3. Adakah pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas nasabah Bank Jateng Syariah KCPS Kartasura?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh:

1. Kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah Bank Jateng Syariah KCPS Kartasura.
2. Kualitas produk terhadap loyalitas nasabah Bank Jateng Syariah KCPS Kartasura.
3. Kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas nasabah Bank Jateng Syariah KCPS Kartasura.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

   Penelitian ini diharapkan menambah wawasan baik bagi penulis maupun pembaca. Selain itu juga memberikan informasi bermanfaat mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas nasabah Bank Jateng Syariah KCPS Kartasura.

2. Manfaat Praktis
   a. Bagi Bank Jateng Syariah, penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan dalam hal yang berkaitan dengan Loyalitas nasabah.
   b. Bagi nasabah Bank Jateng Syariah, penelitian ini diharapkan nasabah dapat memahami pentingnya Loyalitas nasabah dalam perkembangan Bank Jateng Syariah.
   c. Bagi peneliti, penelitian ini dapat membantu peneliti dalam memahami kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap Loyalitas nasabah.