

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa. Perkembangan dunia perbankan saat ini menimbulkan persaingan yang sangat ketat antar bank untuk berkompetisi menarik nasabah dengan memberikan produk yang beraneka ragam. Untuk memenangkan persaingan setiap organisasi atau penyedia jasa harus memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen atau para nasabah, serta berusaha memenuhi harapan mereka, sehingga mampu memberikan kepuasan kepada para konsumen atau nasabahnya.

Terciptanya kepuasan pelanggan atau nasabah dapat menjadikan hubungan antar penyedia jasa dengan pelanggannya harmonis, yang selanjutnya akan menciptakan loyalitas pelanggan dan akhirnya menguntungkan bagi perusahaan. Keberlangsungan dan keberhasilan perusahaan jasa banyak tergantung pada sistem dan juga kualitas pelayanan yang sesuai dengan lingkungan perusahaan, dan kemampuan yang dimiliki para petugas dalam menjalankan sistem dengan baik, memberikan pelayanan dan menjelaskan produk-produk yang ditawarkan serta kebutuhan dan harapan nasabah. Dengan sistem dan pelayanan yang berkualitas, maka nasabah akan merasa puas sehingga akan mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah terhadap perusahaan.

Pelaksanaan sistem pelayanan yang baik memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan akan memberikan suatu dorongan

kepada nasabah untuk menjalin ikatan yang kuat dengan pihak perbankan. Dalam jangka panjang ikatan ini memungkinkan bank untuk memahami dengan seksama harapan serta kebutuhan nasabah. Apabila kualitas pelayanan semakin baik, yang ditunjukkan dengan pelayanan yang handal, memiliki kualitas pelayanan yang memiliki daya tanggap, memiliki jaminan pelayanan dan memiliki perhatian yang lebih, maka konsumen akan merasa puas dan akan tetap loyal terhadap perusahaan tersebut.

Potensi pasar yang terbuka luas bagi dunia perbankan Indonesia baik yang konvensional maupun berazaskan syariah dilihat dari populasi penduduk Indonesia cukup besar. Dengan jumlah penduduk Indonesia yang besar yaitu sebanyak lebih dari 240 juta yang sebagian besar beragama Islam merupakan potensi menjadi nasabah, yang diharapkan akan lebih tertarik pada bank yang berazaskan syariah.

Bank BNI Syariah merupakan salah satu bank syariah yang terhitung baru beroperasi di Indonesia. Dalam menjalankan operasinya Bank BNI Syariah masih harus berupaya untuk selalu menjaga dan meningkatkan hubungan dengan nasabahnya, agar nasabah loyal dan tidak tertarik dengan bank lain baik yang sama-sama berazaskan Islam ataupun bank konvensional yang sudah lebih dahulu dikenal masyarakat luas.

Pelayanan yang diterima nasabah dapat dijadikan standar dalam menilai kinerja suatu bank yang berarti bahwa kepuasan nasabah adalah hal yang utama. PT. Bank Negara Indonesia (BNI) Kantor Cabang Syariah Bandung berusaha memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan nasabah dan fasilitas yang

baik untuk mempertahankan nasabah yang sudah ada serta untuk mendapatkan calon nasabah.

Dari sistem pelayanan yang diberikan oleh Bank BNI syariah diharapkan nasabah akan merasa puas, sehingga loyal terhadap bank ini dan selanjutnya nasabah menggunakan serta memanfaatkan kembali. Jika nasabah loyal maka yang diharapkan oleh Bank adalah perekomendasiannya kepada rekannya yang lain untuk menggunakan jasa Bank BNI Syariah, dan meningkatkan proporsi pembelanjaan layanan bank.

Berdasarkan pedoman wawancara dengan Kabag Umum SDM dan Keuangan nasabah Bank BNI Syariah Cabang Bandung diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah BNI Syariah Bandung Tahun 2011

No	Bulan	Jumlah Nasabah
1	Juli	1.643
2	Agustus	1.671
3	September	1.650
4	Oktober	1.632
5	November	1.600
6	Desember	1.514

Sumber : BNI Syariah Cabang Bandung

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah nasabah BNI syariah Bandung dari bulan Juli sampai dengan bulan Desember tahun 2011 terlihat fluktuatif bahkan cenderung terjadi penurunan jumlah nasabah.

BNI Syariah menetapkan standar-standar pelayanan salah satunya adalah pelayanan pada bagian *front liner* seperti *costumer service* dan *teller*. Karena BNI Syariah adalah Bank berbasis syariat Islam maka diwajibkan seluruh pegawai

perempuan menggunakan jilbab, setiap memasuki bank tersebut satpam diharuskan mengucapkan salam dan menanyakan keperluannya yang segera akan diberikan nomor antrian, selanjutnya setiap transaksi nasabah pada bagian *teller* maksimal 5 menit agar antrian tidak menunggu terlalu lama.

Dari data yang diperoleh penulis melakukan perhitungan ratio kedatangan nasabah perhari di BNI Syariah Cabang Bandung dengan rumus :

$$\begin{aligned} \text{Ratio kedatangan nasabah} &= \frac{\text{Jumlah nasabah}}{\text{waktu /hari}} \\ &= \frac{1600 \text{ nasabah}}{20 \text{ hari pelayanan}} \\ &= 80 \text{ nasabah/hari} \end{aligned}$$

Hasil perhitungan tersebut memperlihatkan bahwa dalam 1 bulan atau 20 hari beroperasi untuk melakukan pelayanan rata-rata nasabah yang datang untuk melakukan transaksi sebanyak 80 nasabah perhari. Dalam 1 hari BNI Syariah melayani selama 8 jam atau 480 menit sedangkan untuk melayani 80 nasabah dengan standar maksimal 5 menit dalam 1 hari hanya 400 menit seharusnya dapat terpenuhi.

Tetapi pada kenyataannya terlihat pada kantor cabang, dimana sering terjadi antrian panjang nasabah dikarenakan jumlah *customer service* hanya 3 dan jumlah *teller* 3 bahkan terkadang hanya 2 *teller* saja yang melakukan pelayanan. Hal tersebut diduga disebabkan oleh kualitas layanan Bank BNI Syariah terhadap nasabah masih belum maksimal. Sedangkan menurut Fandi Tjiptono dan Anastasia Diana (2005:68-69) bahwa :

“Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Pada gilirannya kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas pelanggan kepada perusahaan yang memberikan kualitas memuaskan.”

Dengan keadaan tersebut maka akan mempengaruhi profitabilitas dan citra dari BNI Syariah Cabang Bandung. Menurut Kotler dan Keller (2009:45) ‘...loyal customer account for a substantial amount of company profit...’. Sedangkan menurut Griffin (2005:11) “Imbalan dari loyalitas bersifat jangka panjang dan kumulatif. Semakin lama loyalitas seorang pelanggan, semakin besar laba yang dapat diperoleh perusahaan dari satu pelanggan ini”. Oleh sebab itu loyalitas pelanggan penting agar pelanggan lama terus setia pada produk/jasa yang ditawarkan.

Nasabah bukan hanya semata-mata menggunakan layanan namun mereka menerima manfaat yang diberikan oleh layanan bersangkutan. Faktor krusial yang ditekankan pada loyalitas nasabah ialah pengembangan setiap elemen relasi nasabah yang mengintegrasikan semua layanan. Seperti yang dikemukakan oleh Tjiptono dan Chandra (2007:192) manfaat kepuasan pelanggan meliputi: “Keterkaitan positif dengan loyalitas, berpotensi menjadi sumber pendapatan masa depan, menekan biaya transaksi nasabah di masa depan, menjalin hubungan yang erat antara nasabah dengan pegawai.”

Berdasarkan uraian tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah di BNI Syariah Cabang Bandung**”.

B. Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Banyak faktor yang melatarbelakangi tingkatan loyalitas nasabah antara lain: kualitas produk, layanan, emosional, harga dan biaya. Berdasarkan faktor-faktor di atas yang mempengaruhi loyalitas nasabah yaitu layanan karena layanan memberikan dorongan khusus bagi para nasabah untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan dan menceritakan hal-hal yang positif kepada relasinya.

Ikatan emosional semacam ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan spesifik nasabah. Pada gilirannya perusahaan dapat meningkatkan kepuasan nasabah dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman nasabah yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman nasabah yang kurang menyenangkan. Dengan adanya kualitas layanan dapat membentuk sikap evaluasi keseluruhan terhadap kinerja perusahaan dalam jangka panjang.

Menurut Kotler (2005:48) bahwa “Layanan merupakan jaminan terbaik terhadap kesetiaan, pertahanan kuat dalam menghadapi persaingan dan satu-satunya jalan menuju pertumbuhan dan pendapatan tetap. Sedangkan menurut Elhaitammy dalam Tjiptono (2007:119) manfaat layanan antara lain: memuaskan pelanggan, meningkatkan loyalitas pelanggan dan meningkatkan pendapatan perusahaan.

Dari kedua pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa layanan yang baik akan memuaskan nasabahnya. Untuk memuaskan nasabahnya BNI Syariah

Ghina Zakiyyah Hanifah, 2013

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Di PT Bank BNI Kantor Cabang Syariah Unit Buah Batu Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

menetapkan standar-standar pelayanan, salah satunya adalah pelayanan pada bagian *front liner* seperti *costumer service* dan *teller*. Karena BNI Syariah adalah Bank berbasis syariat Islam maka diwajibkan seluruh pegawai perempuan menggunakan jilbab, setiap memasuki bank tersebut satpam diharuskan mengucapkan salam dan menanyakan keperluannya yang segera akan d berikan nomor antrian, selanjutnya setiap transaksi nasabah pada bagian *teller* maksimal 5 menit agar antrian tidak menunggu terlalu lama.

Tetapi pada kenyataannya terlihat pada kantor cabang, dimana sering terjadi antrian panjang nasabah dikarenakan jumlah *customer service* hanya 3 dan jumlah *teller* 3 bahkan terkadang hanya 2 *teller* saja yang melakukan pelayanan. Hal tersebut diduga disebabkan oleh kualitas layanan Bank BNI Syariah terhadap nasabah masih belum maksimal.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah diutarakan sebelumnya, maka dapat dibuat rumusan masalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana gambaran tingkat kualitas pelayanan di BNI Syariah Cabang Bandung?
- b. Bagaimana gambaran tingkat loyalitas nasabah di BNI Syariah Cabang Bandung?
- c. Adakah pengaruh tingkat kualitas pelayanan terhadap tingkat loyalitas di BNI Syariah Cabang Bandung?

C. Tujuan Penelitian

Setiap penelitian pasti memiliki tujuan yang dapat mengarahkan kemana penelitian ini akan dibawa. Maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menganalisis dan mengetahui kualitas layanan BNI Syariah Cabang Bandung.
2. Menganalisis dan mengetahui tingkat loyalitas nasabah di BNI Syariah Cabang Bandung.
3. Menganalisis dan mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas layanan terhadap tingkat loyalitas di BNI Syariah Cabang Bandung.

D. Kegunaan Penelitian

Dari hasil penelitian ini penulis dapat menambah dan meningkatkan cakrawala berpikir dan wawasan tentang:

1. Kegunaan Praktis

Sebagai bahan bagi perusahaan untuk memperhatikan tingkat loyalitas nasabah dengan layanan.

2. Kegunaan Akademis

Sebagai sumbangan pemikiran bagi para peneliti yang akan menggunakan penelitian yang berkaitan dengan kualitas layanan dan tingkat loyalitas nasabah khususnya layanan dan loyalitas nasabah.