

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank Syariah Indonesia didirikan pada tahun 1992. Bank Syariah yang muncul di Indonesia adalah Bank Muamalat Indonesia.¹ Bank Muamalat Indonesia pada tahun berdiri yaitu tahun 1992 sampai tahun 1999 perkembangannya bisa dikatakan masih tergolong stagnan yaitu tidak tumbuh atau tidak berkembang. Namun, pada tahun 1997 dan 1998 di Indonesia mengalami krisis moneter, tetapi bisa dikatakan Bank Muamalat Indonesia tahan akan adanya krisis moneter dan tidak terlalu terkena dampaknya.

Sejak awal, sistem perbankan Islam mengandalkan keberadaan dua gerakan kebangkitan Islam modern, yaitu Evolusionis Baru dan Modernis.² Tujuan mendirikan lembaga keuangan berdasarkan etika Islam modern adalah upaya umat Islam untuk mendasarkan segala aspek kehidupan ekonomi mereka sesuai dengan Al-Qur'an dan As-Sunnah. Setelah adanya dua rintisan tersebut, sistem perbankan syariah berkembang sangat pesat. Hingga akhir 1999, Khursid Ahmad dan International Islamic Banking Association melaporkan bahwa hingga akhir 1999, ia telah mengelola lebih dari 200 lembaga keuangan syariah di seluruh dunia, baik di negara-negara berpenduduk muslim maupun negara-negara di Eropa, Australia dan Amerika Serikat.

Perbankan Syariah yang dilakukan di Indonesia berdasar pada Undang-Undang No. 21 tahun 2008.³ Sistem perbankan syariah di Indonesia menambah keragaman sistem perbankan Indonesia yang sebelumnya hanya bank konvensional. Bank syariah adalah hasil dari perluasan layanan, yang tersedia bagi mereka yang membutuhkannya dan membayar berdasarkan prinsip syariah bukan dengan sistem suku bunga.

Kebijakan perbankan Indonesia didasarkan pada sistem perbankan ganda (*dual banking*). Sistem perbankan ganda

¹ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2011) 24.

² Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2001). 18.

³ Inggang Perwangsa Nuralam, *Etika Pemasar dan Kepuasan Konsumen dalam Pemasaran Perbankan Syariah*, (Malang: UB Press, 2017), 9.

disini berarti dua sistem perbankan, yaitu perbankan konvensional dan perbankan syariah, tetapi tetap terselenggara secara berdampingan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Oleh karena itu, meskipun bank syariah tidak otonom, kita dapat menyimpulkan bahwa operasi bank syariah masih menjadi tanggung jawab dari bank konvensional. Keberadaan bank syariah merupakan bagian dari perkembangan bank konvensional, namun pada kenyataannya yang diharapkan dari bank syariah dapat berdiri sendiri dan diakui secara nasional.⁴

Pertumbuhan lembaga keuangan syariah baik di sektor perbankan maupun di bidang lainnya seperti asuransi relatif pesat.⁵ Hal ini disebabkan karena munculnya persepsi masyarakat bahwa ajaran islam termasuk ajaran yang universal, dan juga memiliki dua dimensi yang seimbang, dimensi duniawi dan ukhrawi. Tentu saja, sebagai perwujudan ajaran islam yang lahir ke dunia, tidak lebih adalah sebuah berkah bagi seluruh alam, ajaran dan panduan ekonomi syariah. Ekonomi islam akan menyadarkan masyarakat bahwa sistem perbankan syariah berbeda dengan sistem perbankan konvensional, yang mana dalam sistem perbankan konvensional mengandung maisir, gharar, riba dan pemalsuan.

Dalam bidang Perbankan Syariah tingkat pelayanan kepada nasabah sangatlah penting. Tanpa pelayanan yang baik, tidaklah mungkin dapat dinikmati nasabah.⁶ Tingkat pelayanan dalam Bank Syariah itu dapat memicu kepuasan dari nasabah yang mana nasabah itu mencari kenyamanan pada saat melakukan transaksi. Jika dalam pelayanannya dilakukan dengan sangat baik, maka hasil dari perusahaan atau tingkat perusahaan dapat meningkat dan begitu sebaliknya.

Dimana perbankan syariah memiliki tujuan yaitu identic dengan sistem operasi islam.⁷ Maksudnya adalah yang mana

⁴ Abdul Ghofur Anshori, *Perbankan Syariah di Indonesia*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2018), 33-34.

⁵ Muhammad Arafat Yusmad, *Aspek Hukum Perbankan Syariah Dari Teori Ke Praktik*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 18-19.

⁶ Doenanto Hadinoto, *Bank Ritel, Mikro, dan Konsumer*, (Jakarta: PT Alex Media Komputindo, 2019), 128.

⁷ Wangsawidjaja, *Pembiayaan Bank Syariah*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama 2012), 33.

disetiap peraturan bank selalu disertakan dengan hukum islam. sebagai kaum muslimin yang menggunakan bank syariah bertujuan untuk mendasari segala aspek kehidupan ekonominya dengan peraturan sesuai yang ada di Al-Qur'an dan As-Sunnah. Yang mana di dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah itu menjelaskan tentang riba, bagi hasil dan pembiayaan. Adapun salah satu yang membedakan antara Bank Syariah dan Bank Konvensional adalah landasan hukum yang digunakan, landasan hukum dalam Bank Syariah yang digunakan adalah UU Perbankan Syariah dengan menggunakan return bagi hasil, margin pendapatan sewa dan komisi, sedangkan Bank Konvensional yang digunakan adalah UU Perbankan dengan menggunakan return bunga dan komisi.

Kepuasan nasabah merupakan hal penting bagi perusahaan di bidang perbankan.⁸ Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat penting dalam menghadapi persaingan dan menjaga citra perusahaan di masyarakat. Kepuasan nasabah menjadi sangat bernilai bagi bank atau perusahaan, karena pelanggan adalah raja sehingga perlu dilayani dengan sebaik-baiknya.⁹ Dalam praktik perbankan, jika nasabah merasa puas dengan segala pelayanan yang diberikan dari pihak bank, maka pihak bank tersebut akan merasa diuntungkan. Nasabah dipertahankan dalam arti loyal kepada bank sehingga bank dapat menambah jumlah nasabah.

Tidak masuk akal untuk menggunakan produk yang berkualitas tinggi jika tidak diimbangi dengan adanya kualitas layanan yang sangat baik.¹⁰ konsumen akan kecewa jika kualitas pelayanan yang diberikan tidak baik. Bahkan layanan yang luar biasa hanya masuk akal jika didukung oleh produk yang baik, produk yang berkualitas tinggi, dan harga yang memenuhi harapan dari konsumen. Semakin tinggi loyalitas konsumen terhadap suatu produk ataupun jasa, semakin adil konsumen bisnis bagi perusahaan.

⁸ Sri Widyastuti, *Implementasi Etika Islam dalam Dunia Bisnis*. (Malang: CV IRDH, 2019), 96-97.

⁹ Kasmir, S.E., M.M., *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2004), 161.

¹⁰ Roymon Panjaitan, SE, Ak, MM., *Manajemen Pemasaran*, (Semarang: Sukarno Pressindo, 2018), 11.

Menikmati produk perbankan syariah dirasakan lebih nyaman daripada produk perbankan konvensional.¹¹ Bagi siapapun yang sudah memahami tentang perbankan syariah tentunya akan merasa lebih nyaman menggunakan fasilitas ataupun produk perbankan syariah yang sistemnya tidak berdasarkan sistem bunga. Para pelaku usaha yang telah memahami dan merasakan jasa dari perbankan syariah dengan menggunakan produk perbankan syariah jauh lebih adil dan lebih nyaman karena ketika usaha mereka sedang macet, mereka tidak harus terburu-buru untuk menyelesaikan kewajibannya kepada bank yang pembebanannya akan tetap tidak akan semakin besar seperti bank konvensional. Sesuai asas dalam perbankan syariah yang sangat berkeadilan dengan mengharamkan adanya sistem bunga yaitu mengharamkan pembebanan bunga.

Upaya membangun kepuasan nasabah erat kaitannya dengan upaya membangun loyalitas nasabah.¹² Loyalitas nasabah sangat penting bagi bank syariah sehingga salah satu upaya yang dilakukan adalah menjaga loyalitas nasabah. Biaya bisnis yang dikeluarkan menjadi lebih penting ketika nasabah dari satu bank beralih ke bank lain. Retensi pelanggan sangat penting karena 5% dari pendapatan pelanggan setara dengan 25-100% dari keuntungan bisnis yang hilang. Dalam kondisi persaingan di sektor perbankan yang semakin ketat, mengharuskan para bankir untuk mampu menciptakan keunggulan agar mampu bertahan dan tentunya berkembang. Kualitas layanan yang baik akan dapat memenuhi harapan dari nasabah karena mampu menahan nasabah untuk tetap melanjutkan komitmen mereka menggunakan produk dan jasa di bank pada masa yang akan datang.

Dalam jangka panjang, loyalitas pelanggan adalah tujuan dari perencanaan strategis pasar.¹³ Selain fokus pada

¹¹ Prof. Dr. Sutan Remy Sjahdeini, S.H., *Perbankan Syariah Produk-Produk dan Aspek-Aspek Hukumnya*, (Jakarta: Kencana, 2014), 42-43.

¹² Soegeng Wahyoedi, *Loyalitas Nasabah Bank Syariah Studi Atas Religitas, Kualitas Layanan, Trust, dan Loyalitas*, (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2019), 6.

¹³ Philip Kotler, *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control*, 9th ed.. Engelwoods Cliffs, (New Jersey : Prentice-Hall Inc, 1997), 56.

perencanaan strategis pasar, loyalitas pelanggan juga dijadikan dasar dalam pengembangan bisnis dan berkelanjutan. Ini berarti anda dapat memperoleh keuntungan melalui upaya pemasaran. Loyalitas pelanggan atau dapat dikatakan pelanggan dapat berdampak positif terhadap profitabilitas perusahaan, yaitu didasarkan pada pemanfaatan penghematan biaya dan menambah pendapatan per pelanggan. Dengan selalu memperhatikan loyalitas pelanggan, biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan pelanggan akan lebih kecil daripada biaya yang dibutuhkan untuk mencari pelanggan baru.

Table 1.1 Research Gap Penelitian

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah	Hasil Penelitian	Peneliti
	Terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah	Rahmat Yuli Setiawan
	Tidak terdapat adanya pengaruh terhadap loyalitas nasabah	Rahmad Hidayat

Sumber : Dikumpulkan dari berbagai data

Kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah yang diteliti oleh Rahmat Yuli Setiawan menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang positif terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan hasil dari penelitian Rachmat Hidayat menunjukkan hasil tidak terdapat adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen. Semakin baik layanan yang diberikan suatu lembaga keuangan kepada nasabahnya maka akan meningkatkan adanya kepercayaan untuk bertransaksi sehingga akan meningkatkan loyalitas dari para nasabah.

Waguespack (2007) dan Tiditichumremporn (2010) berpendapat bahwa kualitas layanan tidak dapat dikesampingkan karena kualitas layanan dapat meningkatkan keunggulan yang kompetitif dalam hal daya tarik dan kepuasan pelanggan meningkat.¹⁴ Peningkatan atau penurunan dari

¹⁴ I Gede Yogi Pramana dan Ni Made Rastini, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali”, *E-jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No. 1

loyalitas nasabah pada suatu bank tidak menutup kemungkinan dapat disebabkan oleh kualitas pelayanan yang diberikan. Maka dari itu, bank perlu mempertahankan kualitas layanan yang diberikan untuk para nasabah agar tetap menguasai pangsa pasar dengan tetap mempertahankan citra yang baik di masyarakat.

Table 1.2 Research Gap Penelitian

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah	Hasil Penelitian	Peneliti
	Terdapat pengaruh positif dan signifikan	Dedi Setiawan, Erni Masdupi
	Berpengaruh positif namun tidak signifikan	Melysa Elisabeth Pongoh

Sumber : Dikumpulkan dari berbagai data

Penelitian yang dilakukan Dedi Setiawan, Erni Masdupi pada penelitiannya menghasilkan pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap loyalitas nasabahnya. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Melysa Elisabeth Pongoh menghasilkan pengaruh positif namun tidak signifikan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan. Peningkatan dari kualitas produk akan mempengaruhi meningkatnya loyalitas konsumen. Semakin baik kualitas produk maka akan menimbulkan kepuasan dari konsumen dan konsumen itu akan melakukan pembelian secara terus menerus dan berulang.

Kotler (1993) berpendapat bahwa konsumen lebih menyukai produk dengan kualitas, kinerja dan fungsionalitas yang tinggi.¹⁵ Kualitas produk merupakan faktor penting bagi konsumen bagi perusahaan. Kualitas produk suatu perusahaan dapat menentukan apakah bisnis yang dijalankan akan

(2016) : 707, Diakses pada 13 Juli 2021, <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/download/18248/11928>

¹⁵ Eugenia Andrea Dennisa, Suryono Budi Santoso, “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Klinik Kecantikan Cosmedic Semarang)” *Diponegoro Journal Of Management*, Vol. 5, No.3 (2016), diakses tanggal 23 Juni 2021, <http://ejournal-sl.undip.ac.id/index.php/dbr>

berkembang dengan cepat atau mengalami penurunan. jika kualitas produk dari sebuah perusahaan baik, konsumen jelas tertarik untuk terus menerus mencoba produk tersebut, yang kemudian akan mempengaruhi kepuasan konsumen dan dapat meningkatkan loyalitas konsumen.

Tabel 1.3 Research Gap Penelitian

Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah	Hasil Penelitian	Peneliti
	Terdapat pengaruh signifikan positif	Rizal Zulkarnain, HER Taufik, Agus David Ramdansyah
	Tidak terdapat pengaruh signifikan positif	Nanda Ayu Wardani

Sumber : Dikumpulkan dari berbagai data

Pada penelitian mengenai pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah yang diteliti oleh Rizal Zulkarnain, HER Taufik, Agus David Ramdansyah menunjukkan hasil bahwa adanya pengaruh yang signifikan positif. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Nanda Ayu Wardani menunjukkan hasil tidak adanya pengaruh yang signifikan positif pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah. Hubungan negatif dan signifikan dari kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah dimungkinkan disebabkan karena dari faktor *tangible*. *Tangible* merupakan bukti nyata dari kemampuan perusahaan yang mampu menghadirkan yang terbaik kepada pelanggannya, baik secara fisik maupun dalam industri bangunannya, dengan daya tariknya, peralatannya dan para karyawannya.

Kepuasan nasabah akan tercipta setelah nasabah itu memperoleh kesan dari kinerja dan itu dibandingkan dengan harapan. Dengan adanya kepuasan yang tinggi akan menciptakan suatu kelekatan emosional terhadap suatu merek dan bukan hanya sementara yang pada akhirnya akan menghasilkan kesetiaan dari nasabah yang tinggi. Seorang nasabah bisa dikatakan puas apabila nasabah tersebut merasa mendapatkan sebuah *value* yaitu nasabah mendapatkan

pelayanan yang baik dengan produk yang berkualitas sehingga menimbulkan adanya kepuasan dari nasabah.¹⁶

Masalah yang dilihat pada BPRS Artha Mas Abadi mengenai pelayanannya adalah, waktu antrian dalam melakukan transaksi di *teller* dan *customer* masih cukup lama sekitar 30-60 menit, kecepatan proses transaksi pada *teller* dan *customer* masih lambat, dan tempat parkir kendaraan kurang memadai karena sempit. Pelaksanaan sistem pelayanan yang baik memiliki hubungan yang erat dengan adanya kepuasan dari nasabah. Apabila kualitas pelayanan yang diberikan semakin baik, maka konsumen akan merasa puas dan nantinya akan menciptakan loyalitas dari nasabah.

Sedangkan yang dilihat pada produk BPRS Artha Mas Abadi adalah masih terdapat gangguan jaringan layanan pada ATM sehingga sedikit lambat digunakan untuk bertransaksi, tampilan buku yang masih kurang menarik, masih kurang untuk mengadakan program undian untuk nasabah dan internet banking belum banyak digunakan oleh nasabah karena tidak semua nasabah menggunakan android. Adanya peningkatan kualitas produk yang semakin unggul memiliki peranan yang strategis untuk menciptakan kepuasan nasabah yang menjadikannya tetap loyal terhadap suatu produk tersebut. Maka dari itu, produk harus tetap dipertahankan agar tetap mendapatkan citra yang baik dan nasabah loyal.

Berdasarkan uraian diatas, maka harus adanya penelitian selanjutnya. Kita dapat melihat bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan nasabah dapat mempengaruhi terhadap loyalitas nasabah di bank syariah. Dalam jangka panjang loyalitas nasabah dapat dijadikan tujuan utama dalam perencanaan strategi perencanaan di masa depan, sehingga disini penulis sangat tertarik untuk mengangkat permasalahan tersebut dengan memberi judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN KEPUASAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH MENABUNG DI BANK SYARIAH (STUDI KASUS**

¹⁶ Roesdian Bayu Ardiyanto, “Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Pada Bank BRI Syariah Surakarta”, *Naskah Publikasi*, Agustus (2016) : 11-12, http://eprints.ums.id/31312/13/NASKAH_PUBLIKASI.pdf

PADA PT. BPR SYARI'AH ARTHA MAS ABADI PATI PATI)".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas dan melihat hal-hal yang berkaitan dengan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka dapat disimpulkan rumusan masalah dalam penelitian ini, antara lain :

1. Bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Penabung Pada PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi Pati?
2. Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Penabung Pada PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi Pati?
3. Bagaimana Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Penabung Pada PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi Pati?
4. Apakah Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Nasabah Berpengaruh Signifikan Terhadap Loyalitas Nasabah Penabung Pada PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi Pati?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang terdapat di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk Mengetahui dan Lebih Memahami Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Penabung Pada PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi Pati.
2. Untuk Mengetahui dan Lebih Memahami Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Penabung Pada PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi Pati.
3. Untuk Mengetahui dan Lebih Memahami Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Penabung Pada PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi Pati.
4. Untuk Mengetahui, Memahami dan Menjelaskan Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Nasabah Secara Signifikan Terhadap Loyalitas Nasabah Penabung Pada PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi Pati.

D. Manfaat Penelitian

Pada bagian ini peneliti berharap agar penelitian ini bisa memberikan manfaat bagi beberapa pihak yang bersangkutan, diantaranya yaitu :

1. Bagi Pihak Bank

Hasil dari penelitian yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah penabung pada Bank Syariah (studi kasus pada PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi Pati) sangat bermanfaat bagi pihak bank karena dapat mengetahui seberapa besarnya loyalitas dari nasabah dengan adanya pelayanan yang berkualitas dan produk-produk yang unggul.

2. Bagi Pihak Penulis

Hasil penelitian ini sangat penting bagi penulis, karena dapat mengetahui tentang kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan nasabah dalam PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi Pati saat melakukan transaksi. Dan juga dapat menambah ilmu pengetahuan tentang Bank Syariah yang semakin hari semakin mengalami perkembangan dalam perekonomiannya.

3. Bagi Pihak Pihak Lainnya

Hasil penelitian ini sangat bermanfaat juga bagi pihak lainnya, khususnya bagi masyarakat yang seringkali melakukan pinjaman maupun transaksi-transaksi keuangan. Manfaat lainnya juga dapat menambah wawasan dan menjadikannya referensi untuk pembelajaran.

E. Sistematika Penelitian

Susunan sistematika penulisan ini dibuat agar mempermudah peneliti memahami apa yang telah disusun penulis. Sistematika penelitian ini dapat penulis uraikan sebagai berikut :

Bab I yaitu pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penelitian sesuai judul skripsi ini.

Bab II yaitu landasan teori yang meliputi tentang variabel-variabel yang terdapat di penelitian ini. Sub bab yang terdapat

di landasan teori yaitu kajian pustaka, kerangka teori dan hipotesis.

Bab III yaitu metode penelitian yang menjelaskan prosedur penelitian yang dilakukan untuk menjawab permasalahan yang dirumuskan dengan mencakup jenis penelitian, lokasi, waktu penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, skala pengukuran, definisi konsep dan operasional serta metode analisis data yang digunakan.

Bab IV yaitu hasil penelitian dan pembahasan yang mendeskripsikan objek penelitian, hasil analisis serta pembahasan yang lebih mendalam.

Bab V yaitu penutup yang mencakup kesimpulan dan hasil analisis data yang telah diuraikan serta masukan dari pihak penelitian.

