

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini perbankan Syari'ah telah memasuki persaingan berskala global, merupakan suatu tantangan yang harus dihadapi dan ditangani oleh bank Syari'ah untuk dapat memberikan kontribusi dalam pembangunan bangsa melalui pemberdayaan ekonomi umat. Bank Syari'ah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa dalam aktifitas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariat islam, sehingga mampu memberikan pelayanan yang diinginkan oleh setiap nasabahnya yang menggunakan jasa perbankan Syariah.

Banyaknya bank Syari'ah yang berdiri, konsumen akan dihadapkan pada banyak pilihan produk bank syari'ah yang ditawarkan. Bagi nasabah pelayanan yang bermutu sangat penting. Oleh karena itu persaingan akan sangat dipengaruhi oleh kemampuan bank memberikan pelayanan terbaik yang bermutu dibandingkan pesaingnya. Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan, memuaskan nasabahnya adalah hal pokok yang tidak boleh diabaikan,

dimana kepuasaan nasabah merupakan aspek strategis dalam memenangkan persaingan dan mempertahankan citra perusahaan di tengah masyarakat.

Tingkat persaingan yang semakin ketat juga menjadi perhatian Bank Muamalat yang merupakan bagian dari industri perbankan syari'ah. Bank Muamalat sangat berharap *market share* perbankan syari'ah dapat melampaui harapan, yakni mencapai diatas 6,5% dari total aset industri perbankan di Indonesia. Dalam 5 tahun terakhir (2009-2013) untuk industri perbankan syari'ah sendiri, Bank Muamalat menguasai *market share* perbankan Syari'ah sebanyak 29,92% (www.muamalatbank.com).

Pesona Bank Muamalat sebagai bank Syariah pertama di Indonesia tak pernah luntur di tengah ketatnya persaingan bisnis perbankan. Munculnya bank-bank Syariah baru dari bank konvensional papan atas tak menggoyahkan posisi Bank Muamalat. Dibuktikan dari hasil survai yang dilakukan MarkPlus Insight bekerja sama dengan Majalah Infobank dengan tajuk “Indonesian Bank Loyality Index (IBLI) 2013” kategori tabungan bank Syariah, masih menempatkan Bank Muamalat di posisi terdepan dengan skor 74,07 % dan sebagai urutan kedua yaitu Bank Syari'ah Mandiri dengan skor 73,50 %. Berikut urutan peringkat sepuluh teratas :

Tabel 1.1 Indonesian Bank Loyalty Index (IBLI) 2013
Kategori Tabungan Bank Syari'ah

Peringkat	Nama Bank
1	Bank Muamalat
2	Bank Syari'ah Mandiri
3	BRI Syari'ah
4	BCA Syari'ah
5	CIMB Niaga Syari'ah
6	BII Syari'ah
7	BNI Syari'ah
8	Danamon Syari'ah
9	Bukopin Syari'ah
10	Mega Syari'ah Indonesia

Sumber : www.infobanknews.com (dimodifikasi) tahun 2013

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa nasabah Bank Muamalat terbukti paling loyal diantara nasabah Bank Syari'ah lainnya untuk tahun 2013. Meskipun demikian, Bank Muamalat patut waspada terhadap pesaingnya yang memperoleh skor berbeda tipis dengan Bank Muamalat. Bukan tidak mungkin Bank Syari'ah Mandiri (BSM) yang saat ini menduduki peringkat kedua bisa mencapai peringkat pertama pada tahun 2014. BSM merupakan induk usaha dari Bank Mandiri, peluang bagi BSM untuk mencuri perhatian nasabah dengan berbagai program loyalitas dan produk baru pun terbuka lebar. Selain itu, banyaknya bermunculan bank umum syari'ah yang lain merupakan tantangan tersendiri bagi Bank Muamalat untuk tetap mempertahankan loyalitas pelanggan.

Meski menjadi yang terbaik, bukan berarti Bank Muamalat harus berpuas diri. Inovasi pelayanan dan produk terus dilakukan untuk bisa mewujudkan nasabah yang mempunyai loyalitas terhadap Bank Muamalat. Pasalnya, bank

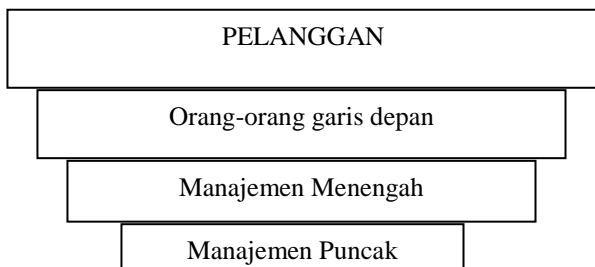
Syari'ah lain sebagai kompetitor akan terus mengikuti langkah-langkah Bank Muamalat untuk bisa mengalahkan dari sisi apapun.

Menciptakan pelanggan yang loyal adalah inti dari setiap bisnis sebagaimana pernyataan ahli pemasaran Don Peppers dan Martha Rogers bahwa satu-satunya nilai yang dapat diciptakan perusahaan anda adalah nilai yang berasal dari pelanggan. Itu adalah semua nilai yang anda miliki sekarang dan nilai yang akan anda miliki di masa depan. Suatu bisnis disebut sukses jika berhasil mendapatkan, mempertahankan dan menumbuhkan pelanggan. Pelanggan merupakan satu-satunya alasan perusahaan membangun pabrik, mempekerjakan karyawan, menjadwalkan rapat, membuat jalur serat optik atau melibatkan diri dalam aktivitas bisnis apapun. Tanpa pelanggan, anda tidak mempunyai bisnis (Kotler dan Keller, 2008 : 134).

Era sekarang yang ditandai oleh revolusi teknologi komunikasi dan informasi mengakibatkan terjadinya perubahan (*change*) yang luar biasa. Adanya kemudahan yang diperoleh dari komunikasi dan informasi muncul kompetisi yang sangat ketat yang berakibat pelanggan (*customer*) semakin banyak pilihan dan sangat sulit untuk dipuaskan karena telah terjadi pergeseran yang semula hanya untuk memenuhi kebutuhan, meningkat menjadi harapan (*expectation*) untuk memenuhi kepuasan. Selain itu, konsumen lebih terdidik dan berpengetahuan untuk memverifikasi klaim perusahaan dan mencari alternatif yang lebih unggul. Sehingga bagi perusahaan, kunci kearah profitabilitas bukan lagi volume penjualan melainkan kepuasan jangka panjang bagi pelanggan.

Pentingnya peran pelanggan dalam suatu perusahaan, menjadikan beberapa perusahaan menempatkan pelanggan berada di posisi paling atas sebagaimana tergambar dalam diagram berikut :

Gambar 1.1 Organisasi modern yang berorientasi pada pelanggan



Sumber : Kotler dan Keller, 2008:135 (dimodifikasi)

Perusahaan yang berpusat pada pelanggan berusaha menciptakan kepuasan pelanggan yang tinggi hingga diharapkan terwujud loyalitas pelanggan. Perusahaan yang gagal memuaskan pelayanannya akan menghadapi masalah yang kompleks. Umumnya pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain dan bisa dibayangkan betapa besarnya kerugian dari kegagalan memuaskan pelanggan. Oleh karena itu, setiap perusahaan jasa wajib merencanakan, mengorganisasikan, mengimplementasikan, dan mengendalikan sistem kualitas sedemikian rupa, sehingga pelayanan yang diberikan dapat memuaskan para pelanggannya. Penilaian akan kualitas layanan dikembangkan oleh Leonard L. Barry, A. Parasuraman dan Zeithaml yang dikenal dengan *service quality* (SERVQUAL), yang berdasarkan pada lima dimensi kualitas yaitu *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangibles* (bukti langsung) (F. Tjiptono dan G. Chandra, 2011:180).

Pentingnya kualitas pelayanan yang terbaik untuk memenuhi kepuasan nasabah, hal ini juga menjadi perhatian utama Bank Muamalat Cabang Bandar Lampung. Bank Muamalat Indonesia sebagai induk perusahaan telah melakukan reformasi pelayanan yang dinamakan sebagai *FAST Service* yang merupakan akronim dari *Friendly, Accessible, Secure and To Your Need*. Bank Muamalat berkomitmen untuk menciptakan produk yang tidak hanya *comply* terhadap Syari'ah, namun juga kompetitif dan aksesibel bagi masyarakat hingga ke daerah. Budaya *FAST Service* ini secara otomatis langsung diimplementasikan Bank Muamalat Cabang Bandar Lampung. Hal tersebut dapat dilihat dari ke lima dimensi kualitas pelayanan yang ada di Bank Muamalat Cabng Bandar Lampung. Dari dimensi *reliability* (kehandalan) karyawan Bank Muamalat Cabang Bandar Lampung dapat dibuktikan dengan berusaha memberikan perhatian dan pelayanan yang dijanjikan kepada nasabah serta berusaha untuk tidak melakukan kesalahan yang berakibat merugikan nasabah. Selain itu, setiap nasabah juga mendapatkan penjelasan tentang produk-produk yang ada di Bank Muamalat Cabang Bandar Lampung sehingga nasabah mendapatkan informasi layanan yang *up to date* dari Bank Muamalat Cabang Bandar Lampung. Bukti lain dari kehandalan karyawan Bank Muamalat Cabang Bandar Lampung dapat dilihat dari reputasi induk perusahaan. Biasanya budaya yang diterapkan di induk perusahaan akan terbawa sampai ke anak perusahaan. Dalam riset bertajuk "Bank Service Excellence Monitor (BSEM) 2012/2013", di kelompok Bank Umum Syari'ah Bank Muamalat menjadi yang terbaik dengan total skor 85,91% atau meningkat dari perolehan skor pada rating BSEM tahun lalu. Aspek pelayanan *customer service*

dan *teller* Bank Muamalat mengungguli kualitas pelayanan bank-bank Syari'ah lainnya dengan skor masing-masing 78,33% dan 94,09% (www.infobanknews.com) . Hal ini menjadi bukti kehandalan dari karyawan Bank Muamalat baik ditingkat pusat maupun cabang Bank Muamalat.

Selain kehandalan yang diperlihatkan oleh karyawan, sifat *responsiveness* (daya tanggap) juga tergambar dari karyawan Bank Muamalat Cabang Bandar Lampung dengan bersedia membantu nasabah dengan cepat dan tepat, hal ini sangat meringankan nasabah yang notabene sangat menghindari pelayanan yang bertele-tele. Dengan pelayanan yang cepat, tepat dan efisien, nasabah yang sedang membutuhkan layanan tentunya merasa sangat terbantu. Selain daya tanggap dari karyawan, jaringan ATM Bank Muamalat Cabang Bandar Lampung juga bisa diakses dengan mudah selama 24 jam sehingga nasabah tidak merasakan kesulitan dalam memanfaatkan layanan ATM.

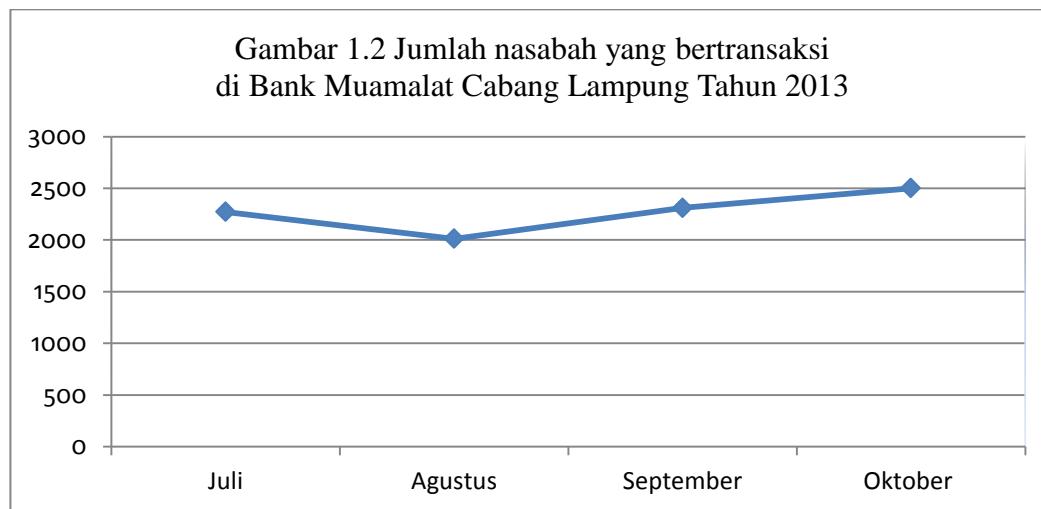
Bank Muamalat adalah bank pertama murni Syari'ah, merupakan pioner dalam perbankan Syari'ah di Indonesia. Dengan kemurnian syari'ah yang selalu menjadi slogannya, Bank Muamalat berusaha memberikan *assurance* (jaminan) kepada setiap nasabahnya baik dari segi keamanan dalam bertransaksi maupun dari kemurnian syari'ahnya. Selain adanya jaminan dari Bank Indonesia, Bank Muamalat juga memiliki Dewan Pengawas Syari'ah (DPS) yang akan selalu memberikan pengawasan kepada Bank Muamalat. Budaya syari'ah yang dapat memberikan rasa aman pada nasabah diatas juga tertanam disetiap cabang Bank Muamalat salah satunya cabang Lampung. Selain itu budaya professional, santun, ramah dan murah senyum juga selalu ditunjukkan dari karyawan serta suasana

kantor yang religius membuat nasabah merasakan aman dan nyaman ketika berada dan bertransaksi di Bank Muamalat Cabang Bandar Lampung. Setiap karyawan Bank Muamalat Cabang Bandar Lampung ditanamkan rasa *empathy* (empati) untuk dapat memberikan pelayanan dengan sabar dan penuh perhatian, dengan begitu diharapkan setiap nasabah mendapatkan kemudahan dalam memperoleh informasi apapun yang dibutuhkan tanpa ada hambatan, kepentingan nasabah sangat diutamakan karena nasabah adalah *asset* utama Bank Muamalat Cabang Bandar Lampung.

Dalam upaya memberikan pelayanan yang berkualitas, Bank Muamalat Cabang Bandar Lampung juga memfasilitasi kantor pelayanan yang dapat memuaskan nasabah. Hal ini dapat terlihat dari kondisi ruangan yang bersih, nyaman dan sejuk serta penampilan setiap karyawan yang rapi dan sopan. Setiap Karyawan diwajibkan menutup aurat, hal ini menjadi daya tarik tersendiri bagi nasabah untuk bertransaksi karena akan tumbuh rasa bersahabat dari karyawan kepada nasabah. Dalam riset BSEM untuk banking hall dan kenyamanan ruangan, Bank Muamalat memperoleh skor sempurna (100%) bersama dengan beberapa Bank Umum Syari'ah lainnya (www.infobanknews.com). Bank Muamalat sangat menyadari pentingnya fasilitas fisik dan teknologi dalam memberikan pelayanan terbaik kepada para nasabahnya. Prestasi yang diraih Bank Muamalat tentunya akan sangat memotivasi Bank Muamalat Cabang Bandar Lampung untuk bisa memberikan pelayanan terbaiknya kepada nasabah. Bentuk lain dari pelayanan Bank Muamalat Cabang Bandar Lampung adalah fasilitas formulir yang mudah dipergunakan dan kesediaan satpam untuk membantu setiap nasabah yang

mengalami kesulitan dalam menggunakan formulir serta yang terpenting adalah lokasi kantor yang strategis, berada di tengah kota Bandar Lampung sehingga memudahkan nasabah untuk bertransaksi langsung ke Bank Muamalat Cabang Bandar Lampung.

Kualitas pelayanan yang diberikan Bank Muamalat Cabang Bandar Lampung berdampak positif terhadap minat nasabah dalam melakukan transaksi di Bank Muamalat Cabang Bandar Lampung. Hal ini dapat dilihat dalam grafik berikut :



Sumber : Dokumen tertulis Bank Muamalat Cabang Bandar Lampung Tahun 2013

Gambar 1.2 menunjukkan bahwa adanya ketebalan jumlah pengunjung di Bank Muamalat Cabang Bandar Lampung, hal ini menunjukkan kualitas pelayanan Bank Muamalat Cabang Bandar Lampung sesuai dengan harapan nasabah sehingga nasabah merasakan kepuasan.

Bank Muamalat Cabang Bandar Lampung sebagai salah satu lembaga kepercayaan masyarakat harus mampu memberikan pelayanan yang berkualitas untuk memberikan kepuasan bagi nasabah yang pada akhirnya diharapkan dapat

mempertahankan loyalitas nasabah. Apabila harapan nasabah lebih besar dari tingkat layanan yang diterima, maka nasabah tidak puas. Sebaliknya apabila harapan nasabah sama/lebih kecil dari tingkat layanan yang diterima, maka nasabah akan puas. Sementara zaman globalisasi sekarang ini banyak persaingan ketat dalam segala jenis usaha perbankan termasuk dalam hal pelayanan yang akan diberikan kepada nasabah, maka perlu diketahui seberapa tingkat kepuasan nasabah Bank Muamalat Cabang Bandar Lampung terhadap pelayanan yang diberikan, jika nasabah puas maka seberapa besar tingkat kepuasan nasabah mempengaruhi loyalitas nasabahnya dan pada akhirnya dapat diketahui seberapa besar peluang untuk tetap eksis dan terus berkembang. Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian ini berjudul **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK MUAMALAT CABANG BANDAR LAMPUNG”**.

1.2 Rumusan Masalah

Didasarkan pada latar belakang yang telah diuraikan diatas, diketahui bahwa terdapat adanya masalah tingkat persaingan yang ketat diantara Bank Umum Syari’ah. Meskipun Bank Muamalat mengungguli *market share* perbankan Syari’ah dan meraih peringkat pertama untuk hal indeks loyalitas nasabah, namun tentunya para pesaing tidak akan tinggal diam. Dengan perolehan skor indeks loyalitas nasabah yang terpaut tipis, sangat mudah bagi BSM dan Bank Umum Syari’ah lainnya untuk saling mengungguli. Maka sangat diharuskan bagi Bank

Muamalat dan juga cabang layanannya (salah satunya Bank Muamalat Cabang Bandar Lampung) untuk selalu melakukan berbagai upaya peningkatan kualitas pelayanan kepada nasabah sehingga diharapkan dapat mempertahankan kepuasan pelanggan yang akan membentuk loyalitas para pelanggan/nasabahnya. Berdasarkan masalah tersebut, maka dapat diambil rumusan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakan kualitas pelayanan yang meliputi dimensi *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangibles* (bukti langsung) mempunyai pengaruh terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat Cabang Bandar Lampung ?
2. Apakah kepuasan nasabah mempunyai pengaruh terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat Cabang Bandar Lampung ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang meliputi dimensi *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangibles* (bukti langsung) terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat Cabang Bandar Lampung.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat Cabang Bandar Lampung.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk :

- 1. Bagi Bank Muamalat Cabang Bandar Lampung**

Dapat dijadikan sebagai sumber informasi bagi pihak bank dalam usaha meningkatkan kualitas pelayanan supaya lebih memuaskan nasabah serta untuk mempertahankan tingkat pelayanan yang menguntungkan dimasa kini dan dimasa mendatang. Hasil penelitian ini juga membantu pihak bank apabila ingin meningkatkan kepuasan nasabah dengan menekankan pada dimensi-dimensi *service quality* yang paling signifikan berpengaruh pada kepuasan nasabah yang pada akhirnya akan menambah loyalitas pelanggan/nasabah.

- 2. Akademisi**

Sebagai bahan referensi untuk penelitian dibidang kualitas pelayanan jasa dimasa yang akan datang dan sebagai bahan untuk menambah khasanah pustaka dibidang pemasaran berdasarkan penerapan yang ada dalam kenyataan.

1.5 Kerangka Pikir

Tingkat persaingan di dunia perbankan semakin kompleks dengan maraknya kehadiran bank-bank Syari'ah. Namun demikian, hingga saat ini pertumbuhan *market share* perbankan Syariah masih dibawah 5% dari seluruh industri perbankan di Indonesia. Bank Muamalat Cabang Bandar Lampung sebagai salah satu bank Syari'ah senantiasa berusaha untuk tetap eksis ditengah

persaingan. Untuk dapat meningkatkan pertumbuhan *market share* ditengah persaingan yang semakin ketat, Bank Muamalat Cabang Bandar Lampung berusaha memberikan kualitas pelayanan yang memuaskan para nasabah/pelanggannya. Kualitas pelayanan dalam perusahaan jasa seperti Bank Muamalat Cabang Bandar Lampung dapat dilihat berdasarkan lima dimensi, yaitu *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangibles* (bukti langsung).

Kualitas pelayanan keseluruhan ditentukan oleh kesesuaian keinginan yang dihasilkan dari perbandingan keinginan dan kinerja yang dirasakan pelanggan. Pada dasarnya pelanggan akan membandingkan jasa yang telah mereka nikmati dengan yang mereka harapkan. Bila jasa yang telah mereka nikmati ternyata berada jauh dibawah yang mereka harapkan, para pelanggan akan merasa kecewa dan kehilangan minat terhadap pemberi jasa tersebut. Sebaliknya, jika jasa yang mereka nikmati memenuhi atau melebihi harapan, maka pelanggan cenderung akan merasa puas dan akan kembali lagi untuk menggunakan jasa tersebut.

Seorang konsumen yang puas adalah konsumen yang merasa mendapatkan *value* dari penyedia jasa yaitu berupa pelayanan yang sesuai harapan, pelayanan yang memudahkan, dan perasaan senang menjadi pelanggan perusahaan tersebut. Nilai bagi konsumen ini dapat menjadi unsur-unsur yang menguntungkan bagi perusahaan untuk mempengaruhi konsumen lain dalam pembelian/penggunaan jasa. Jika penggunaan jasa yang dilakukan mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen atau mampu memberikan kepuasan, maka konsumen akan

loyal. Loyalitas pelanggan ini tercermin dari kesetiaan pada produk perusahaan, melakukan pembelian ulang dan niat untuk menjadikan produk tersebut sebagai pilihan pertama, bahkan lebih jauh lagi, konsumen yang puas akan menyampaikan rasa kepuasannya kepada orang lain, baik dalam bentuk cerita (*word of mouth*) atau memberikan rekomendasi.

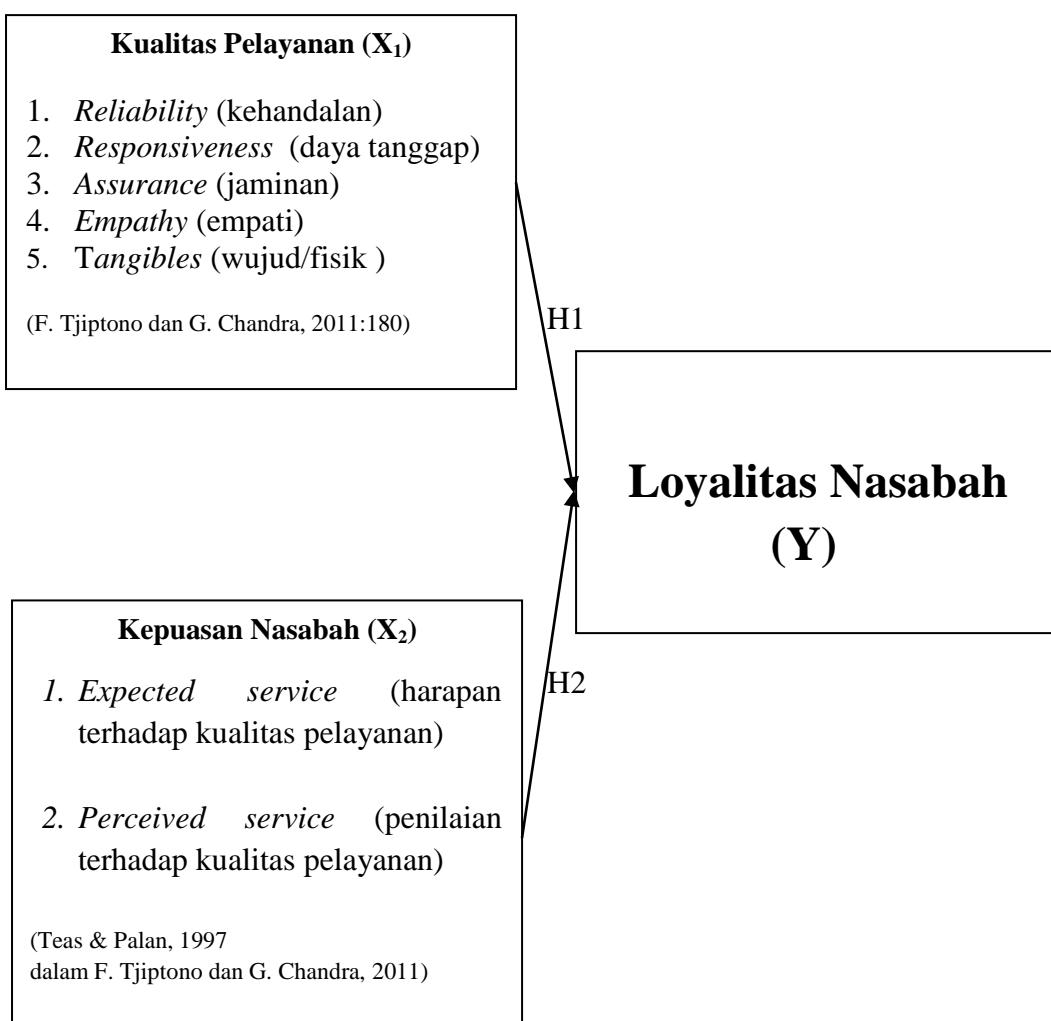
Penelitian sebelumnya dalam A.A. Siagian (2012) menyebutkan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan Hotel Kurnia Dua Bandar Lampung , selain itu menurut Tjiptono (2005) dalam U. Sumarwan dkk (2013:141) menuliskan manfaat spesifik dari kepuasan pelanggan yang meliputi keterkaitan positif dengan loyalitas pelanggan, berpotensi menjadi sumber pendapatan masa depan (terutama melalui pembelian ulang, *cross selling*, dan *up selling*), menekan biaya transaksi pelanggan dimasa depan (terutama biaya-biaya komunikasi, penjualan dan layanan pelanggan), menekankan tolatilitas dan resiko berkenaan dengan prediksi aliran kas masa depan, meningkatnya toleransi harga (terutama kesediaan membayar untuk membayar harga premium dan pelanggan tidak mudah tergoda untuk beralih pemasok), rekomendasi melalui komunikasi lisan menjadi positif, pelanggan cenderung lebih reseftif terhadap *product line extension*, *brand extension* dan *new add-on services* yang ditawarkan perusahaan serta meningkatnya *bargaining power relative* perusahaan terhadap jejaring pemasok, mitra bisnis dan saluran distribusi.

Berawal dari kualitas pelayanan yang diberikan penyedia jasa sesuai dengan harapan konsumen maka akan mendatangkan kepuasan pelanggan yang

pada akhirnya kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan tersebut akan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat digambarkan kerangka pikir dalam penelitian ini sebagai berikut :

Gambar 1.3 Skema Kerangka Pikir



1.6 Hipotesis

Atas dasar pokok masalah dan tujuan penelitian, maka hipotesis yang dikemukakan adalah :

1. Kualitas pelayanan yang meliputi dimensi *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangibles* (bukti langsung) berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat Cabang Bandar Lampung.
2. Kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat Cabang Bandar Lampung.