

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lembaga keuangan syariah saat ini mengalami perkembangan yang pesat, hal ini ditunjukkan dengan semakin berkembangnya lembaga keuangan syariah yang ada. Adanya lembaga keuangan yang menggunakan prinsip syariah menjadi alternatif bagi masyarakat bisnis syariah.¹ Dalam hal ini bank sangat penting dan berperan untuk mendorong pertumbuhan perekonomian suatu bangsa. Dengan kata lain bank merupakan sendi kemajuan masyarakat, tempat menabung yang efektif dan produktif bagi masyarakat, serta pelaksana dan memperlancar lalu lintas pembayaran dengan aman praktis dan ekonomis.² Perkembangan ini tentunya menimbulkan persaingan yang sangat ketat dan menuntut setiap bank tetap mempertahankan dan mendapatkan nasabah baru. Perkembangan ini tentu saja tidak lepas dari dua faktor yaitu, sumber daya manusia yang mendukung. Sumber daya manusia merupakan faktor yang penting diperhatikan karena suatu organisasi ataupun institusi dapat mewujudkan visi, misi maupun tujuan organisasinya berdasarkan dari kualitas dan kinerja dari sumber daya manusia

¹ Nurul Hak, *Ekonomi Islam: Hukum Bisnis Syari'ah* (Yogyakarta: Teras, 2011), hlm. 11.

² Malayu S.P. Hasibuan, *Dasar-dasar Perbankan* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011), hlm. 3.

yang ada.³ Sumber daya manusia merupakan bagian dari ilmu manajemen yang fokus perhatiannya pada pengaturan peran sumber daya manusia dalam kegiatan suatu organisasi.⁴

Bagi perusahaan jasa, pelayanan yang dapat memuaskan pelanggan menjadi bagian yang sangat penting agar jasa keuangan yang diberikan tetap memimpin pasar. Loyalitas pelanggan akan terbentuk akibat pelayanan yang standar prima yang diterapkan oleh semua karyawan sehingga persepsi loyalitas bukan pada karyawan tetapi pada perusahaan.⁵ Faktor pelayanan merupakan hal yang penting dan tidak dapat di hindari oleh bank. Karena bisnis perbankan tergolong dalam bisnis jasa (*service*).⁶ Sesungguhnya bank- bank yang memberikan pelayanan lebih baik yang menjadi pilihan nasabah dalam bertransaksi.

Kualitas pelayanan yang baik akan menentukan sikap nasabah dalam menilai, memutuskan sekaligus memberikan kesan terhadap pelayanan yang di berikan karena seringkali nasabah yang merasa puas akan cenderung lebih loyal terhadap perusahaan. Sebagai lembaga keuangan, bank memiliki tugas memberikan jasa keuangan melalui penitipan uang, peminjaman uang serta jasa- jasa keuangan lainnya.⁷ Oleh karena itu, bank harus menjaga kepercayaan dari nasabahnya. Kepercayaan sangat penting, karena tanpa kepercayaan masyarakat mustahil bank dapat hidup dan berkembang. Pelayanan yang baik akan mampu

³ Soekidjo Notoadmodjo, *Pengembangan Sumber Daya Insani*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), hlm. 1.

⁴ Tjuju Yuniarsih, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Bandung : Alfabeta, 2011), hlm. 1-2.

⁵ Kusnandi, Ikkal, dan Saharuddin, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada Perum Pegadaian Cabang Masamba", *Jurnal Equilibrium*, (Vol. 2 No. 1, 2012), hlm. 68

⁶ Saputra, Falla Ilhami. "Kulaitas Layanan, Citra dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas melalui kepuasan nasabah". *Jurnal Aplikasi Manajemen*. Vol 11 no 3, hlm 445.

⁷ Kasmir. *Pemasaran Bank*. (Jakarta: Kencana), 2010, hlm 179.

mempertahankan nasabah yang ada untuk terus loyal dengan jasa yang di tawarkan.⁸

Customer Service memegang peranan yang sangat penting. Dalam dunia perbankan tugas utama seorang CS memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan nasabah. CS bank dalam melayani nasabah selalu berusaha menarik dengan cara merayu para calon nasabah menjadi nasabah bank yang bersangkutan dengan berbagai cara. Dalam melayani nasabah sebaiknya seorang CS mampu memahami dan mengerti sifat- sifat masing- masing nasabahnya hal ini disebabkan masing- masing nasabah memiliki sifat yang berbeda-beda. Seorang nasabah akan merasa kesal, marah tidak jarang pula merasa kurang di hormati dan juga berhenti serta tidak akan mau menggunakan produk atau jasa suatu bank, apabila mereka merasa kurang puas dengan pelayanan seorang *Customer Service*.

Nasabah adalah kunci untuk meraih keuntungan. Mempertahankan nasabah lebih mudah di bandingkan mencari nasabah yang baru.⁹ Dalam dunia perbankan, nasabah yang di maksud adalah nasabah. Selama ini loyalitas nasabah kerap kali dikaitkan dengan perilaku pembelian ulang. Keduanya memang berhubungan, namun sesungguhnya berbeda.¹⁰ Seorang nasabah yang loyal sudah pasti adalah nasabah yang puas. Kepuasan nasabah adalah ungkapan seseorang dalam memberikan nilai atau mengoptimalkan nilai yang yang dirasakan dan di harapkan seseorang terhadap suatu produk atau jasa.¹¹

⁸ Usvita, Mega dkk. “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Costumer Service terhadap loyalitas Nasabah tabungan sekoci*”. E Jurnal Apresiasi Ekonomi, Vol 1, No 2 Mei 2013, hlm 104.

⁹ Rahmayanti, Nina. “*Manajemen Pelayanan Prima*”. Yogyakarta : Graha Ilmu, 2010. Hlm 3

¹⁰ Subagyo, Ahmad. “*Marketing in Business*”. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2010. Hlm 13

¹¹ Anggabrata, Dewa Made Wisnu. “*Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Padaal PBR Balidana Niaga Denpasar*”. E-Jurnal Unud, Vol 4, No 5, 2015 hlm 1197

Hal seperti inilah yang mendorong bank mengembangkan teknik untuk meningkatkan kepuasan nasabah demi mencapai nasabah yang loyal. Diharapkan bank dapat membentuk suatu komunitas nasabah yang loyal, sehingga dapat mencapai tingkatan nasabah yang lebih tinggi . ada sejumlah metode untuk mengukur kepuasan nasabah, salah satunya survei berkala dapat melacak kepuasan nasabah secara langsung dan juga mengajukan pertanyaan tambahan untuk mengukur niat pembelian kembali dan kemungkinan atau kesediaan responden untuk merekomendasikan suatu perusahaan dan merek kepada orang lain.¹²

PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan lebih dikenal dengan sebutan Bank Syariah SPM memiliki slogan bersyariah menuju berkah dengan tujuan agar produk-produk bisa memberikan berkah sesuai syariah. Kehadiran bank pembiayaan rakyat syariah di wilayah Madura yang religious di harapkan mampu memenuhi kebutuhan masyarakat Madura khususnya Pamekasan. Sudah banyak lembaga keuangan syariah yang lain tetapi produk ataupun jasa yang diberikan tentulah berbeda. Seperti halnya yang terjadi di PT BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan yang berada di jalan KH. Agus Salim no 20 Pamekasan yang cukup berkembang pesat karena telah memiliki satu kantor cabang di bangkalan yang berada di jalan Trunojoyono 56 dan satu kantor kas di bandaran yang berada di jalan raya Bandaran Pamekasan. Ketatnya persaingan perbankan konvensional maupun syariah menuntut karyawan PT BPRS Sarana Prima Mandiri harus meningkatkan pelayanan yang optimal khususnya *Customer Service* dengan

¹² Kotler, Philip. “ *Manajemen Pemasaran*”. Jakarta: Erlangga, 2009 hlm 140.

tujuan untuk memuaskan nasabahnya dengan menciptakan suatu layanan dengan memberikan service yang sangat baik bagi setiap nasabah.

Demi memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah maka customer service di PT BPRS Sarana Prima Mandiri pamekasan diuntut untuk memperlihatkan dirinya yang ramah, sopan, rapi serta menyenangkan. Agar perilaku yang dimunculkannya selama melakukan pekerjaanyatersebut dapat berjalan sesuai dengan yang di harapkan oleh nasabah guna membua nasabah senang dan nyaman dengan pelayanan yang diberikan Customer Service. Sehingga pelayanan yang diberikannya akan mendatangkan tingkat kepuasan kepada nasabah dan pada akhirnya loyalitas nasabah akan meningkat dan bertambah.¹³

Pelayanan yang ada dan yang diberikan oleh PT. BPRS Sarana Prima Mandiri tersebut harus benar-benar dapat dirasakan langsung oleh nasabah. Karena sudah tugas dan tanggung jawab sebuah lembaga keuangan/ perusahaan untuk memberikan apa yang di inginkan san dibutuhkan oleh nasabah. Agar tidak ada yang merasa di untungkan maupun dirugikan.keduanya harus seimbang baik bagi pihak PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan ini sendiri maupun nasabahnya sehingga untuk megetahui pelayanan yang diberikan sudah sesuai keinginan dan kebutuhan yang di harapkan. Kualitas Pelayanan yang baik akan menentukan sikap nasabah dalam menilai, memutuskan sekaligus memberikan kesan terhadap pelayanan yang di berikan.¹⁴

¹³ Widiyastutik, Mery. “ *Skripsi Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service terhadap Loyalitas Nasabah pada BankPembiayaan Rakyat Syariah Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan.*” Pamekasan: IAIN Madura, 2018 hlm 4

¹⁴ Wahab, Wirdayani. “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah di kota Pekanbaru*”. Jurnal kajian Ekonomi Islam- Vol 2, No 1 Januari- Juni 2017 Hlm 51

Berdasarkan hasil wawancara dari salah satu nasabah di PT BPRS Sarana Prima Mandiri menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan oleh PT BPRS Sarana Prima Mandiri selama ini sudah sangat baik terhadap nasabah terutama untuk *Customer Service* sebagai ujung tombak suatu layanan yang bisa memikat para nasabah baru untuk bisa bergabung dengan PT. BPRS Sarana Prima Mandiri. Bahkan ada juga pelayanan yang ekstra terhadap nasabah untuk meyakinkan nasabah yang menabung di bank tersebut agar kepuasan nasabah selalu terjaga dan tetap menjadi Nasabah setia karena pelayanan yang baik. Oleh karena itu, melalui penelitian ini akan dikaji apakah kualitas pelayanan *Customer Service* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Berdasarkan dari uraian latar belakang di atas, maka peneliti mengangkat judul penelitian” *Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan.*”

B. Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan *Customer Service* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan?
2. Seberapa besar pengaruh kontribusi kualitas pelayanan *Customer Service* terhadap Loyalitas nasabah di PT BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan?

C. Tujuan

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan *Customer Service* terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan.

2. Untuk menganalisis pengaruh kontribusi kualitas pelayanan *Customer Service* terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan.

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis berasal dari kata “hypo” yang berarti “di bawah” dan “thesa” yang berarti “kebenaran”. Hipotesis dapat didefinisikan sebagai jawaban sementara yang kebenarannya masih harus diuji atau rangkuman kesimpulan teoritis yang diperoleh dari tinjauan pustaka.¹⁵ Dari segi bentuknya hipotesis dibagi menjadi dua bentuk yaitu hipotesis penelitian (H_a) dan hipotesis operasional (H_o). Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. H_1 : Ada pengaruh kualitas pelayanan *Customer Service* terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan.

E. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian adalah anggapan dasar tentang suatu hal berkenaan dengan masalah penelitian yang kebenarannya sudah diterima oleh peneliti. Fungsi anggapan dasar dalam sebuah penelitian adalah sebagai landasan berfikir bertindak dalam melaksanakan penelitian, untuk mempertegas variabel yang diteliti, serta untuk menentukan dan merumuskan hipotesis.¹⁶

Adapun asumsi yang peneliti ajukan dalam penelitian ini adalah :

1. Kualitas pelayanan *Cusomer Service* mempengaruhi loyalitas nasabah.
2. Loyalitas nasabah dapat dipengaruhi oleh variabel lain seperti *Good Corporate Governance*, kualitas produk dan citra perusahaan dianggap nilainya konstan (*ceteris paribus*).

¹⁵ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), hlm. 63.

¹⁶ Tim Penyusun Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, Edisi Revisi* (Pamekasan: STAIN Press, 2015), hlm. 10.

F. Kegunaan Penelitian

Penulisan ini diharapkan dapat memberikan kegunaan secara teoretis dan praktis:

1. Kegunaan Secara Teoretis

a. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan *Customer Service* terhadap loyalitas nasabah.

b. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam ilmu pengetahuan khususnya yang dapat dijadikan referensi atau rujukan di bidang lembaga keuangan dan sebagai perbandingan serta referensi bagi peneliti selanjutnya yang relevan.

2. Kegunaan Secara Praktis

a. Bagi PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan acuan bagi PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan mengetahui pentingnya kualitas pelayanan *Customer Service* untuk loyalitas nasabah.

G. Ruang Lingkup Penelitian

1. Variabel Penelitian

Terdapat dua variabel yang menjadi fokus kegiatan dalam penelitian, yaitu kualitas pelayanan (Variabel X) dan loyalitas nasabah (Variabel Y), agar variabel yang menjadi fokus tidak meluas, maka perlu adanya batasan

terhadap materi yang akan diteliti. Adapun variabel-variabel yang diteliti adalah sebagai berikut :

a. Kualitas Pelayanan (Variabel X) :¹⁷

- 1) Keandalan (*Reliability*)
- 2) Responsif (*Responsiveness*)
- 3) Jaminan (*Assurance*)
- 4) Empati (*Empathy*)
- 5) Berwujud (*Tangible*)

b. Loyalitas Nasabah (Variabel Y) :¹⁸

- 1) Kebiasaan transaksi
- 2) Pembelian ulang
- 3) Rekomendasi
- 4) Komitmen

2. Ruang lingkup objek penelitian

Lokasi yang dijadikan objek penelitian dalam penulisan ini adalah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Sarana Prima Mandiri (SPM) Pamekasan. Nasabah yang menjadi objek penelitian ini adalah nasabah BPRS SPM Pamekasan.

H. Definisi Istilah

Definisi istilah dalam penelitian ini adalah :

1. Kualitas pelayanan adalah proses pembentukan dan keterkaitan didalam mengelola nasabah, membangun mata rantai untuk meningkatkan nilai

¹⁷Mohammad Rendy Nugroho, "Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer Service* terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BNI Syariah Cabang Fatmawati", (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah, 2014), hlm 14.

¹⁸ Elisabeth Harpi W. "Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas pelayanan terhadap Loyalitas Pasien" (skripsi Elisabeth Harpi W. Universitas Sanata Darma, Yogyakarta, 2009)., hlm 73.

nasabah dan loyalitas nasabah dengan harapan memperoleh profitabilitas jangka panjang bagi perusahaan.¹⁹ Kualitas pelayanan adalah pemenuhan kebutuhan terkait apa yang menjadi keinginan konsumen serta ketepatannya sehingga dapat memenuhi keinginan konsumen.

2. *Customer Service* adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah melalui pelayanan yang diberikan seseorang.²⁰
3. Loyalitas nasabah adalah respon yang terkait erat dengan ikrar atau janji untuk memegang teguh komitmen yang mendasari keberlanjutan relasi, dan biasanya tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten.²¹ Loyalitas merupakan keenderungan nasabah untuk memilih nilai perusahaan dibandingkan perusahaan lainnya.

¹⁹ Ramba Lumpiyadi dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hlm. 5.

²⁰ Mohammad Rendy Nugroho, hlm 27.

²¹ Pipi Yestika Sari, Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer Service* terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Skoci (Studi Kasus pada Nasabah Bank Nagari Cabang Ujung Gading), *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, Vol. 2, Nomor 1, hlmaman 104.