

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Pemasaran merupakan hal yang penting oleh semua perusahaan atau pelaku bisnis. Perusahaan harus memasarkan produk dari bisnisnya secara menyeluruh kepada konsumen untuk mendapatkan profit yang besar dan mendapat *image* yang baik dimata konsumen. Perusahaan melakukan pemasaran dengan strategi yang baik dan dapat dimengerti, sehingga konsumen akan tertarik untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Perusahaan memasarkan produk yang berupa barang atau jasa dengan memanfaatkan teknologi komunikasi yang sedang berkembang, karena hampir semua konsumen mempunyai koneksi internet untuk menerima informasi.

Salah satu sektor jasa yang paling banyak dibutuhkan oleh masyarakat adalah perbankan. Peran jasa perbankan dalam kehidupan ekonomi sangat penting karena bank merupakan pusat perekonomian, sumber dana, pelaksana lalu lintas pembayaran, juga sebagai pendorong kemajuan perdagangan baik nasional maupun internasional. Proses perbankan bertujuan untuk memuaskan nasabah dalam bentuk kualitas yang harus diperhatikan yaitu kecepatan, ketepatan daya tanggap terhadap keluhan, kemudahan prosedur dalam transaksi, respon, jaminan, dan perhatian yang diberikan oleh perusahaan perbankan yang bertujuan memuaskan nasabah dengan kualitas yang baik. Loyalitas nasabah adalah puncak pencapaian pelaku bisnis perbankan.

produk perbankan yang di konsumsinya. Mereka memiliki kreadibilitas yang tinggi, karena tidak dibayar oleh pihak manapun untuk merekomendasikan produk atau merek perbankan tersebut. Mempertahankan nasabah yang loyal memang harus mendapatkan prioritas yang utama dari pada mendapatkan nasabah baru, karena untuk merekrut atau mendapatkan nasabah baru bukanlah hal yang mudah karena akan memerlukan biaya yang banyak, maka sangatlah rugi bila perusahaan melepas nasabah yang telah loyal kepada kami. Loyalitas nasabah merupakan faktor penting dalam kelangsungan hidup bisnis dan pengembangan lingkungan yang kompetitif, (Bilika *et al.*, 2016). Pada dasarnya kesetiaan pelanggan sangat dibutuhkan oleh perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan.

Banyak bank lain yang memberikan penawaran yang lebih menjanjikan keuntungan kepada nasabah adalah salah satu penyebab. Dalam usaha memenangkan persaingan tersebut, maka pemanfaatan teknologi merupakan hal yang wajib. Peranan teknologi dalam pengembangan dan penyediaan produk baru atau fasilitas pelayanan jasa perbankan sangatlah signifikan. Para pengguna jasa perbankan dimanjakan dengan berbagai fasilitas yang memudahkan mereka untuk melakukan transaksi perbankan, sehingga meningkatkan retensi penggunaan jasa nasabah walaupun akan dikenakan biaya ekstra untuk penggunaan fasilitas tersebut. Adapun Jumlah Loyalitas Nasabah pada Produk Tabungan PT Bank Central Asia, Tbk KCU Kelapa Gading Tahun 2020-2022 dalam Tabel 1.1 sebagai berikut:

**Tabel 1.1 Jumlah Loyalitas Nasabah pada Produk Tabungan PT Bank Central Asia, Tbk KCU Kelapa Gading Tahun 2020-2022**

<b>Produk</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
BCA Tahapan	1.995	1.950	2.589
BCA Tahapan Xpresi	2.234	2.189	3.098
BCA Tahapan Gold	1.543	1.432	1.875
BCA Tabungan Tapres	408	378	780
BCA Tabunganku	1.789	1.567	1.890
BCA Simpanan Pelajar	765	567	785
BCA Tahapan Berjangka	1.542	1.432	2.590
BCA Tahapan Berjangka SiMuda	1.367	1.067	1.578
BCA Dollar	689	503	767
BCA Deposito	2.589	2.389	3.500

Sumber: Report Data PT Bank Central Asia, Tbk KCU Kelapa Gading

Dari fakta dan data diatas, dapat di simpulkan ada beberapa permasalahan yang berkaitan dengan loyalitas nasabah, yaitu pada jumlah produk tabungan di PT Bank Central Asia, Tbk KCU Kelapa Gading pada tahun 2021. Dengan menurunnya jumlah loyalitas nasabah yang mempunyai produk tabungan di PT Bank Central Asia, Tbk KCU Kelapa Gading, dikarenakan dengan rasa kurang puas dengan jumlah antrian PT Bank Central Asia, Tbk KCU Kelapa Gading yang sangat ramai. Dengan jumlah nasabah Bank BCA yang cukup banyak transaksi di Bank BCA KCU Kelapa Gading menjadikan total jumlah nasabah yang datang dan bertransaksi serta membuka rekening berkurang. Dengan jumlah antrian yang banyak dan hanya beberapa karyawan yang membuka counter transaksi CSO dan

Teller, dikarenakan adanya pandemic virus corona (Covid-19). Virus corona (Covid-19) adalah penyakit menular. Dan dengan adanya PSBB dan diharuskan perusahaan diwajibkan 50 persen yang diperbolehkan masuk kerja. Tetapi dengan adanya digitalisasi perbankan yang saat ini dapat mempermudah nasabah yang bertransaksi sangat mengurangi antrian.

Pada kualitas layanan mencakup kesungguhan bank dalam menyediakan fasilitas fisik yang memadai, kebersihan dan kenyamanan ruang tunggu, penampilan karyawan yang rapi dan professional, tersedianya peralatan pendukung yang modern, kemampuan karyawan menangani masalah yang dihadapi nasabah dengan baik, kecepatan karyawan dalam melayani responden, kemudahan prosedur pelayanan, karyawan dalam memberikan pelayanan dengan segera kepada nasabah, karyawan selalu bersedia membantu nasabah, karyawan BCA cepat merespon keluhan nasabah, karyawan tepat memecahkan masalah nasabah, karyawan dapat dipercaya, karyawan dapat memberikan rasa aman saat transaksi, karyawan bersikap sopan dan ramah, dan karyawan memiliki pengetahuan yang memadai, karyawan memberikan perhatian kepada nasabah, karyawan melayani nasabah dengan cara yang simpatik, karyawan bersedia mendengarkan saran dan keluhan dari nasabah, dan karyawan memahami kebutuhan nasabah.

Dengan memberikan kualitas pelayanan yang sangat prima, maka pada tahun 2022 telah menaik kembali jumlah loyalitas nasabah yang datang untuk bertransaksi dan menabung di PT Bank Central Asia, Tbk KCU Kelapa Gading. Nasabah yang loyal akan selalu mempertahankan dananya di Bank BCA.

PT Bank Central Asia, Tbk KCU Kelapa Gading, memiliki beberapa faktor yaitu Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, dan Digitalisasi Perbankan. Kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk bertingkah laku tertentu karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang ia harapkan dan suatu harapan yang umumnya dimiliki seseorang. Nasabah harus mampu mengerti bahwa dapat mengandalkan perusahaan, karena perusahaan dapat dipercaya. Akan tetapi, untuk membangun kepercayaan membutuhkan waktu lama dan hanya dapat berkembang setelah pertemuan yang berulang. Dalam hal ini kualitas pelayanan merupakan faktor yang paling dominan dalam pelayanan jasa, nasabah yang merasakan kualitas pelayanan, maka nasabah akan puas dan percaya terhadap kinerja dalam bank. Jika bank mempunyai citra yang baik, nasabah akan merasa nyaman dan akan menjadi nasabah yang setia.

Citra yang baik dimata pelanggan akan menimbulkan loyalitas yang tinggi. Kepuasan nasabah yang merupakan bentuk dari sikap, loyalitas sendiri dapat didefinisikan berdasarkan perilaku membeli. Nasabah yang puas selalu loyal, sementara pelanggan dapat mempertahankan hubungan dengan perusahaan meskipun tidak puas. Sedangkan dengan adanya Digitalisasi Perbankan PT Bank Central Asia, Tbk merupakan Bank Swasta terbesar di Indonesia. Melalui beragam produk dan layanan yang berkualitas dan tepat sasaran, solusi finansial BCA mendukung perencanaan keuangan pribadi dan perkembangan nasabah bisnis. Dengan adanya mesin-mesin yang canggih dengan proses self-service, dapat mengurangi antrian nasabah. Karena, mesin tersebut sudah sangat canggih dengan waktu yang lebih cepat seperti print mutasi rekening dengan buku nasabah, cetak

kartu baru dan mendaftar mobile banking nasabah. Didukung oleh kekuatan jaringan antar cabang, luasnya jaringan ATM, serta jaringan perbankan elektronik lainnya, siapa saja dapat menikmati kemudahan dan kenyamanan bertransaksi yang ditawarkan BCA. Dengan memiliki beragam produk dan layanan yang berkualitas dan tepat sasaran bagi nasabah Bank BCA. Bank BCA memberikan prioritas pada kenyamanan nasabah dengan pelayanan yang mudah, aman dan andal di setiap saat. Dengan dukungan loyalitas nasabah, BCA mampu mencapai kinerja yang solid di sepanjang tahun serta mempertahankan posisinya sebagai bank pilihan nasabah di Indonesia. Sesuai dengan komitmen “Senantiasa di Sisi Anda”, akan terus berupaya menjaga kepercayaan dan harapan nasabah serta para pemangku kepentingan. Memenangkan kepercayaan untuk memberikan solusi terbaik bagi kebutuhan finansial para nasabah adalah suatu kehormatan dan kebanggaan bagi BCA.

Islam memandang bekerja sebagai ibadah kepada Allah. Kerja menurut Islam adalah tindakan atau aktivitas yang dilakukan atas dasar iman dan amal saleh dengan sengaja untuk memenuhi kebutuhan hidup di dunia dan diakhirat demi mendapatkan ridha dari Allah SWT. Islam sangat menganjurkan kepada manusia untuk senantiasa berusaha dan bekerja keras sesuai kemampuan yang dimilikinya agar dapat menghasilkan hasil kerja sesuai dengan yang diinginkan. Sesuai dengan isi kandungan firman Allah dalam Al-Qur'an dalam surat An-Nahl ayat 97 (16) yang menyatakan bahwa barang siapa yang melakukan amal baik laki-laki maupun perempuan akan kami berikan kehidupan yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan. Jika loyalitas nasabah dikaitkan dengan ajaran Islam maka yang muncul adalah tentang ikhlas, sabar, dan syukur. Ketiga hal tersebut dalam

kehidupan kita sehari-hari sangat berkaitan dengan permasalahan yang muncul dalam bekerja.

Tetapi, sebagai proses bekerja dengan ketiga aspek tersebut memberikan nilai tersendiri. Dengan bekerja secara ikhlas yang disertai dengan sabar dan syukur maka ada nilai satisfaction tertentu yang diperoleh, yang tidak hanya sekedar output. Ketika pekerjaan selesai, maka ada kepuasan yang tidak serta merta berkaitan langsung dengan output yang diperoleh. Hasil dari pekerjaan kita baik besar maupun kecil merupakan pemberian dari Allah SWT. Yang Dia mengetahui apa yang kita butuh kan meski sering kali manusia Ouput akan rasa syukur kepada-Nya dengan melihat dan mulai mensyukuri sesuatu ketika hal yang kita inginkan terpenuhi. Pemberian-Nya memenuhi kebutuhan manusia secara adil, namun manusia tidak bersyukur dengan segala nikmat-Nya. Apabila manusia mensyukuri nikmat yang diberikan-Nya, kepuasan akan pekerjaan yang telah dilakukannya akan sangat berarti.

Loyalitas dalam muamalah ini tidak hanya memperhatikan siapa saja yang memberi keuntungan bagi kita, akan tetapi harus memperhatikan perkara-perkara syar'i yang telah dituntun oleh agama islam. Perhatikan firman Allah dalam surat al-Maidah ayat 54-55 yang sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا مَنْ يَرْتَدَّ مِنْكُمْ عَنْ دِينِهِ فَسَوْفَ يَأْتِي اللَّهَ بِقَوْمٍ يُحِبُّهُمْ وَيُحِبُّونَهُ أَذِلَّةٌ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ أَعِزَّةٌ عَلَى  
 الْكَافِرِينَ يُجَاهِدُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا يَخَافُونَ لَوْمَةَ لَائِمٍ ذَلِكَ فَضْلُ اللَّهِ يُؤْتِيهِ مَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, barang siapa di antara kamu yang murtad (keluar) dari agamanya, maka kelak Allah akan mendatangkan suatu kaum yang Allah mencintai mereka dan mereka pun mencintai-Nya, yang bersikap lemah

lembut terhadap orang yang mukmin, yang bersikap keras terhadap orang-orang kafir, yang berjihad di jalan Allah, dan yang tidak takut kepada celaan orang yang suka mencela. Itulah karunia Allah, diberikan-Nya kepada siapa yang dikehendaki-Nya, dan Allah Mahaluas (pemberian-Nya), lagi Maha Mengetahui”.

إِنَّمَا وَلِيُّكُمُ اللَّهُ وَرَسُولُهُ وَالَّذِينَ آمَنُوا ۗ الَّذِينَ يُقِيمُونَ الصَّلَاةَ وَيُؤْتُونَ الزَّكَاةَ وَهُمْ رَاكِعُونَ

Artinya: “Sesungguhnya penolong kamu hanyalah Allah, Rasul-Nya, dan orang-orang yang beriman, yang mendirikan shalat dan menunaikan zakat, seraya mereka tunduk (kepada Allah)”.

Di sisi lain, seorang Mukmin tidak boleh loyal dan cinta terhadap musuh-musuh Islam. Dalam kategori hablum minanas ini, berarti kita tidak diperbolehkan bekerjasama apalagi menjual loyalitas muslim kepada hal-hal yang berbau riba.

Dengan memandang dan melakukan suatu penelitian pada nasabah PT Bank Central Asia, Tbk KCU Kelapa Gading untuk dapat menyelesaikan skripsi. Loyalitas nasabah secara real di pengaruhi oleh berbagai faktor baik faktor ekonomi maupun non ekonomi. Maka pada penelitian ini loyalitas nasabah di asumsikan di pengaruhi oleh faktor- faktor ekonomi antara lain Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah dan Digitalisasi Perbankan dianggap variabel yang berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas nasabah.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian di PT Bank Central Asia, Tbk. KCU Kelapa Gading yang bergerak dibidang Perbankan dengan judul “Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah dan Digitalisasi Perbankan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank



Central Asia, Tbk KCU Kelapa Gading”.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Central Asia, Tbk KCU Kelapa Gading?
2. Bagaimana kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Central Asia, Tbk KCU Kelapa Gading?
3. Bagaimana kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Central Asia, Tbk KCU Kelapa Gading?
4. Bagaimana digitalisasi perbankan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Central Asia, Tbk KCU Kelapa Gading?
5. Bagaimana pengaruh kepercayaan, kualitas pelayanan, kepuasan nasabah dan digitalisasi perbankan secara simultan terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Central Asia, Tbk KCU Kelapa Gading?
6. Bagaimana kepercayaan, kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, digitalisasi perbankan dan loyalitas nasabah pada PT Bank Central Asia, Tbk KCU Kelapa Gading ditinjau dari sudut pandang Islam?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan dari penelitian ialah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah PT Bank

Central Asia, Tbk KCU Kelapa Gading.

2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah PT Bank Central Asia, Tbk KCU Kelapa Gading.

3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah PT Bank Central Asia, Tbk KCU Kelapa Gading.

4. Untuk mengetahui pengaruh digitalisasi perbankan terhadap loyalitas nasabah PT Bank Central Asia, Tbk KCU Kelapa Gading.

5. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan antara kepercayaan, kualitas pelayanan, kepuasan nasabah dan digitalisasi perbankan terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Central Asia, Tbk KCU Kelapa Gading.

6. Untuk mengetahui tinjauan Islam tentang kepercayaan, kualitas pelayanan, kepuasan nasabah dan digitalisasi perbankan dan loyalitas nasabah.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

##### **1. Kegunaan Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam memperkaya tambahan pustaka bagi kegiatan ilmiah mengenai analisis loyalitas nasabah. Penelitian ini juga dapat bermanfaat untuk mengetahui perkembangan industri perbankan yang terus berkembang setiap tahunnya.

##### **2. Kegunaan Praktis**

Bagi Perusahaan, hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran dan memberi masukan kepada PT Bank Central Asia, Tbk sebagai berikut:

a. Bagi Peneliti, sebagai tambahan pengetahuan dan pengalaman sehingga dapat

mengaplikasikan teori yang dimiliki dalam dunia kerja untuk mencoba menganalisa fakta, data, kendala dan peristiwa yang terjadi pada suatu perusahaan tertentu. Selain itu, juga sebagai bahan referensi bagi pembaca dan dapat memberikan informasi bagi penelitian lain khususnya mengenai loyalitas nasabah.

- b. Bagi Pembaca, sebagai referensi dan tambahan pengetahuan dari informasi atau penelitian sebelumnya. Dan sebagai referensi yang memiliki manfaat untuk digunakan di penelitian selanjutnya.