

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era globalisasi akan mempengaruhi industri keuangan Indonesia. Di satu pihak, globalisasi akan menciptakan peluang bagi industri keuangan dalam negeri, tetapi di lain pihak hal tersebut juga bisa merupakan suatu ancaman. Bank-bank domestik dapat melakukan upaya *go international* untuk menggarap setiap peluang yang muncul. Di samping itu, dengan masuknya bank-bank asing ke industri perbankan nasional akan memperketat persaingan. Untuk menghadapi persaingan antara lembaga perbankan yang semakin ketat, sekarang ini telah dikembangkan dalam berbagai konsep layanan nasabah dengan tujuan untuk mempertahankan nasabah dan menjangkau nasabah-nasabah potensial dalam pengelolaan bank yang mengarah kepada efisiensi dan meningkatkan kualitas pelayanan jasa perbankan kepada nasabah. (Debi Tiara, 2016)

Untuk mempertahankan dan meningkatkan nasabahnya maka bank perlu menentukan pelayan prima yakni sikap atau cara karyawan untuk melayani nasabah secara memuaskan, kepuasan nasabah akan lebih mudah dipenuhi kalau petugas bank lebih mengenal sifat dan karakter dari para nasabah. Oleh karena itu, Bank BCA diharapkan dapat meningkatkan pelayanan yang diberikan kepada nasabahnya agar dapat mempertahankan ekstensinya sebagai bank swasta nasional yang memberikan kepuasan sesuai kebutuhan dan keinginan optimal nasabah yang

menggunakan jasa bank, karyawan sebagai pemberi pelayanan, maupun pemilik dan manajemen bank, dituntut untuk meningkatkan pelayanan yang bermutu.

Jika pelayanan yang diberikan kepada nasabah itu baik dan memuaskan maka akan mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja usaha, sebaliknya pelayanan yang diberikan kepada nasabah kurang memuaskan maka akan berpengaruh negatif terhadap kinerja usaha, jadi pelayanan mempunyai andil dan peran terhadap kinerja usaha. Karena salah satu faktor yang masih dapat membedakan bank yang satu dengan bank yang lainnya adalah dalam hal *service* atau mutu pelayanannya. Dengan tingkat pelayanan yang tinggi seorang nasabah akan menjatuhkan pilihannya kepada bank tersebut. Sebaliknya, bank yang buruk pelayanannya, cepat atau lambat akan segera ditinggalkan nasabahnya.

Salah satu faktor yang menentukan kepuasan nasabah adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa berfokus pada lima dimensi yaitu *tangible* (bukti langsung), *reability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), *emphaty* (empati) dan *access*. Kepuasan nasabah selain dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, juga ditentukan oleh kualitas produk harga dan factor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat (Hartono, 2009). Dengan pelayanan ini maka akan memunculkan suatu tingkat kepuasan pada nasabah baik itu kepuasan positif maupun kepuasan negatif.

Loyalitas nasabah merupakan efek dari suatu pembelian, yang diartikan sebagai suatu sikap dan niat untuk berperilaku di masa depan, dan diekspresikan melalui hal-hal seperti komitmen untuk membeli kepada perusahaan jika

mebutuhkan produk atau jasanya, komitmen untuk memberikan rekomendasi kepada orang lain dengan menceritakan hal-hal yang positif tentang perusahaan, dan kesediaan untuk membayar mahal.

PT. Bank Central Asia Tbk adalah salah satu bank swasta terkemuka di Indonesia yang sudah dikenal oleh masyarakat luas diantara sekian banyak bank yang ada di DKI Jakarta, tim manajemen yang sangat profesional serta jaringan yang luas. Bank BCA sebagai bank transaksional yang menawarkan rangkaian jasa perbankan dan memiliki ATM Tunai maupun Non Tunai yang disediakan di berbagai lokasi strategis di seluruh Indonesia untuk memenuhi beragam kebutuhan para nasabah. Bank BCA telah mendapatkan pengakuan, baik dalam negeri maupun luar negeri, melalui pencapaian berbagai prestasi dan reputasi.

Masalah yang dihadapi pihak PT. BCA Tbk adalah adanya persaingan yang makin tajam diantara perusahaan jasa sejenis. Hal ini sebagai akibat makin banyaknya bank yang ada dengan berbagai produk jasa dan pelayanan untuk memenuhi kebutuhan dan memuaskan nasabahnya. Salah satu hal yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah adalah kualitas layanan jasa perbankan yang diberikan kepada nasabah.

Apabila pihak bank mampu memberikan pelayanan yang berkualitas dan mampu memenuhi kebutuhan serta keinginan nasabah atau dengan kata lain mampu memuaskan nasabah, maka nasabah dipastikan akan terus menggunakan jasa perbankan pada bank tersebut. Dengan kata lain pihak PT. BCA Tbk harus

mengetahui dan memahami pengaruh kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah.

Berikut data peringkat Bank Service Excellence Monitor (BSEM) 2014, beberapa performa yang diukur oleh MRI, diantaranya kantor cabang, ATM, *Phone Banking*, *SMS Banking*, *Mobile Banking*, *Internet Banking*, *Security*, toilet, peralatan *banking hall*, *customer service*, *teller*, kenyamanan ruangan, dan ATM center.

Table 1.1
Bank Service Excellence Monitor (BSEM)

Peringkat			Bank
2012	2013	2014	
1	1	1	Bank Mandiri
2	2	3	Bank International Indonesia
3	3	6	Bank OCBC NISP
4	8	9	Bank Central Asia (BCA)
5	4	2	Bank Permata
6	7	5	Bank BRI
7	6	7	Bank CIMB Niaga
8	5	4	Bank Negara Indonesia (BNI)
9	10	-	Bank Bukopin
10	9	8	Bank Danamon
-	-	10	Bank Tabungan Negara (BTN)

Sumber: *Marketing Research* Indonesia, 2014

Pada Tabel 1.1 Bank Mandiri selalu menjadi *leader* dalam hal pelayanan. Bank Mandiri merupakan salah satu bank milik pemerintah, di samping BNI, Bank BRI dan BTN. Pada tahun 2014 Bank BCA turun satu peringkat ke 9 besar dari semula peringkat 8 dalam *Service Excellence Monitor (BSEM)*.

Penelitian ini tidak hanya terpaku pada pembahasan secara konvensional, namun juga membahas dari sudut pandang Islam. Dalam ajaran Islam, Bank BCA

sebagai salah satu perusahaan yang bergelut pada bidang perbankan tentu saja harus mengutamakan kejujuran dan memberikan yang terbaik kepada nasabah. Dalam menetapkan produk atau jasa yang ditawarkan tidak bisa sembarangan, harus sesuai dengan syariat Islam yang dimana diatur dalam Al-Qur'an dan Hadist. Hal tersebut bertujuan agar tidak ada satu orangpun yang merasa terdzolimi.

Memenuhi kepuasan nasabah merupakan hal yang perlu dilakukan oleh pihak perusahaan. Memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah merupakan hal penting untuk memuaskan nasabah sehingga akan memunculkan rasa loyalitas dalam diri nasabah dalam memberikan pelayanan tidak bisa sembarangan, sehingga membuat orang lain akan terganggu. Islam mengajarkan dalam memberikan pelayanan harus menyenangkan disertai keramahan dan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan nasabah (Ramadhani, 2015).

Oleh karena itu, perusahaan harus memaksimalkan dalam pemberian pelayanan, karena apabila pelayanan yang diberikan oleh perusahaan sangat baik maka nasabah akan merasa puas terhadap pelayanan perusahaan tersebut. Dengan munculnya rasa puas pada nasabah, sudah pasti dengan sendirinya nasabah akan tumbuh rasa loyal dan akan menjadikan perusahaan tersebut sebagai pilihan utamanya.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah dan membahasnya dalam bentuk skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Layanan,**

Kepercayaan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BCA Serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam”

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaiman pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah?
2. Bagaimana pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah?
3. Bagaimana pengaruh kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah?
4. Bagaimana pengaruh kualitas layanan, kepuasan, dan kepercayaan secara simultan terhadap loyalitas nasabah?
5. Bagaimana pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah menurut pandangan Islam?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab permasalahan yang ada dalam rumusan masalah diatas, yaitu:

1. Untuk mengetahui besar pengaruh kualitas layanan, kepuasan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah.
2. Mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah.
3. Mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan tethadap Loyalitas Nasabah.

4. Mengetahui pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah menurut pandangan Islam.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan yang bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran yang berkaitan dengan kualitas layanan, kepuasan, dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

Sebagai sarana untuk dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan, dapat mengaplikasikan ilmu yang diperoleh dalam penelitian ini, dan untuk melengkapi penelitian sebelumnya.

2. Bagi Universitas

Dapat digunakan untuk referensi penelitian selanjutnya dan sebagai bahan bacaan yang bermanfaat.

3. Bagi Perusahaan

Dapat digunakan untuk bahan pertimbangan dalam memberikan pelayanan kepada para nasabah.