

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri perbankan di Indonesia mencatat sejarah baru dengan hadirnya PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) yang secara resmi lahir pada 1 Februari 2021. Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan hasil merger antara PT BRI Syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) secara resmi mengeluarkan izin merger tiga usaha bank syariah tersebut pada 27 Januari 2021. Penggabungan ini menyatukan kelebihan dari ketiga bank syariah, sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah didorong untuk dapat bersaing di tingkat global. Dalam konteks inilah kehadiran BSI menjadi sangat penting.¹

Perusahaan dalam menghadapi persaingan akibat kemajuan perkembangan pelayanan dan teknologi. Hal tersebut menjadi tantangan bagi KCP BSI Mojokerto dalam meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaingnya terhadap Bank disekitar. Persaingan menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta berusaha memenuhi harapan pelanggan dengan cara

¹ Website Resmi BSI : <https://ir.bankbsi.co.id/sejarahperseroan>. Diakses pada 22 Januari 2022

memberikan pelayanan yang lebih untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Tujuan dari setiap bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan merasa puas. Begitu juga industri perbankan, peran banker harus berusaha keras untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan menawarkan berbagai jenis produknya di tengah persaingan ketat bank syariah² Meninjau dari kemajuan perekonomian masyarakat khususnya di daerah Mojosari-Mojokerto juga turut mempengaruhi masyarakat sebagai nasabah dalam memanfaatkan jasa fasilitas perbankan. Peningkatan status sosial dan ekonomi masyarakat berakibat pada perubahan perilaku dan gaya hidup mereka. Perubahan tersebut pada akhirnya kemudian mempengaruhi selera kepuasan terhadap suatu layanan yang berkualitas. Agar dapat bersaing dan bertahan hidup bank dituntut untuk mempunyai citra dan pelayanan yang baik yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.

Bank Syariah Indonesia KCP Mojosari-Mojokerto sebagai perusahaan jasa perbankan yang didasarkan pada hukum Islam tidak akan mungkin menghindari dari persaingan industri perbankan yang semakin meningkat. Perusahaan yang dapat bertahan adalah perusahaan yang memiliki kemampuan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan secara berkelanjutan, yang menjadi kunci keunggulan bersaing perusahaan.³ Dalam penyedia jasa yang secara berulang atau melakukan sebuah

² Vety Bela Makestiana, "Pengaruh Pemasaran Syariah dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Nasabah Tabungan Insani (Wadi'ah Yad Dhamanah) di BMT Hasanah Sambit Ponorogo)", Skripsi, (Ponorogo: STAIN Ponorogo, 2015), hlm 1.

³ Ahmad Hasan, 2014. *Marketing dan kasus-kasus pilihan*, Yogyakarta:CAPS (Center For Academic Publishing Service) hlm 120

perubahan perjanjian suatu pelayanan akan mempengaruhi *customer loyalty* atau loyalitas pelanggan sehingga kemungkinan besar pelanggan bisa beralih kepada pelayanan bank lain. *Customer satisfaction* atau kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan di Bank Syariah Indonesia KCP Mojokerto dalam menyediakan pelayanan yang diberikan oleh pihak bank kepada pelanggan. Dari data yang dikumpulkan faktanya masih rendah kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh pihak bank kepada pelanggan. Seperti antrian yang begitu lama, sehingga menimbulkan kebosanan nasabah terhadap pelayanan Bank Syariah Indonesia KCP Mojokerto-Mojokerto.

Customer retention atau retensi pelanggan memegang peranan yang penting dalam industri manufaktur dan jasa. Khususnya di bidang perbankan. Berkembangnya bank syariah di tandai dengan meningkatnya jumlah nasabah dalam lima tahun terakhir. Tetapi meningkatnya jumlah nasabah dana pihak ketiga tidak diimbangi dengan jumlah peningkatan pertumbuhannya. Beberapa studi telah meneliti pentingnya mempertahankan pelanggan atau yang biasa disebut dengan *customer retention* disektor perbankan syariah. Studi yang dilakukan oleh Darzi dan Bhat, menyatakan bahwa *customer retention* adalah sebuah kelanjutan hubungan bisnis pada perusahaan. *Customer retention* diukur dengan empat dimensi yaitu kepuasan, *word of mouth*, kemudian pembelian berulang dan kesetiaan. Industri perbankan syariah mengalami perkembangan dengan pesat. Ini menjadikan tantangan bagi bank syariah untuk mempertahankan

pelanggan dengan cara memberikan keunggulan yang kompetitif dibandingkan dengan pesaing lainnya.⁴

Studi yang dilakukan Anggraecce dan Parawansa menyatakan bahwa retensi pelanggan dapat membantu bank syariah dalam meningkatkan profitabilitas, pendapatan dan juga pelanggan terpilih di masa depan. Beberapa cara yang dapat dilakukan bank syariah untuk meningkatkan retensi pelanggan. Salah satunya dengan mempertahankan pelanggan lama dan meningkatkan peningkatan penjualan pada pelanggan yang sudah ada. Bank syariah dapat mempertahankan pelanggan setianya dengan memberikan layanan khusus kepada pelanggan yang sering menggunakan jasa dan layanan perbankan. Sehingga nasabah tersebut tidak beralih ke perusahaan jasa yang lainnya.⁵

Faktor pertama yang mempengaruhi *customer retention* (retensi pelanggan) adalah *quality service* (kualitas pelayanan) bank harus memantau *customer satisfaction* (kepuasan pelanggan) atau nasabahnya agar terjalin hubungan yang memuaskan pada kondisi pasar pembeli, nasabah dapat memilih macam tawaran produk atau jasa bank, bank harus dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik dan apabila tidak dilakukan, maka nasabah akan berpaling ke bank lain yang dapat

⁴ Musthaq, *Capability and Customer Satisfaction as Predictor of Customer Retention in the Banking Sector*, " *International Journal of Bank Marketing*, Vol.36 No.4 (2018): 663, di akses 1 Februari 2022, doi:10.1108/IJBM-04-2017-0074

⁵ Musthaq, *Capability and Customer Satisfaction as Predictor of Customer Retention in the Banking Sector*, " *International Journal of Bank Marketing*, Vol.36 No.4 (2018): 663, di akses 1 Februari 2022, doi:10.1108/IJBM-04-2017-0074

memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik agar bank dapat memenangkan persaingan dan tetap bertahan, maka bank harus berwawasan pelanggan, sehingga bank yang unggul dalam persaingan adalah bank yang disamping pandai merekayasa produk atau jasa, juga cermat dalam merekayasa pasar. Dalam hal ini diperlukan kerjasama dari seluruh departemen dan karyawan di bank tersebut untuk bersama-sama merancang dan mengimplementasikan suatu sistem penyampaian nilai pelanggan yang lebih.⁶

Quality service atau Kualitas pelayanan cenderung bertujuan untuk memenuhi kepuasan pelanggan dalam jasa yang ditawarkan pada perusahaan jalan inilah yang kemudian berefek pada *customer loyalty* atau loyalitas pelanggan. *Quality service* atau kualitas pelayanan berpengaruh secara langsung dan tidak langsung terhadap *customer loyalty* atau loyalitas pelanggan melalui *customer satisfaction* atau kepuasan pelanggan.

Terbentuknya kepuasan dari para pelanggan dapat dijadikan suatu hubungan antara penyedia jasa dengan pelanggan menjadi lebih baik bagi perusahaan, yang dimana akan menciptakan *customer loyalty* (loyalitas pelanggan) dan akhirnya membawa keuntungan bagi perusahaan. Pada persaingan bisnis yang semakin meningkat tajam, preferensi atau perilaku pelanggan mengalami perubahan seiring dengan perkembangan teknologi

⁶ Tri Hari Koestanto dan Tri Yuniati 2014. *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada bank Jatim Cabang Klampis Surabaya*, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Vol. 3, No.10, hlm.1-18

yang semakin meningkat , sehingga perusahaan harus lebih berfokus pada kepuasan pelanggan.⁷

Seperti halnya kualitas layanan yang menjadi hal utama dalam permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan yang bergerak dalam bidang pemasaran dan jasa. Dengan adanya penilaian terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh pihak bank kepada nasabah maka timbulnya komplain atau keluhan dari nasabah. Pihak bank juga dituntut bagaimana dalam menghadapi komplain dan keluhan yang dilakukan nasabah, maka bank harus dapat cepat dan tepat dalam melakukan penanganan keluhan, supaya nasabah bisa merasakan kepuasan atas pelayanan penanganan keluhan yang dirasakan.

Dibuktikan dengan permasalahan yang timbul yakni berupa keluhan nasabah Bank KCP Mojokerto-Mojosari yang dimana membuat nasabah merasa kurang puas terhadap pelayanan yang ada yakni berupa keluhan bahwasannya adanya pelayanan yang diberikan kurang tanggap atau cepatnya dalam merespon keluhan nasabah yang melakukan komplain dan permasalahan yang dialami nasabah.⁸

Pelanggan dapat dipastikan akan selalu berusaha memenuhi kebutuhannya dengan produk-produk berkualitas termasuk mendapatkan layanan dengan kualitas layanan yang baik. Khusus pada sektor perdagangan dan jasa, perusahaan harus selalu berupaya untuk melakukan

⁷ Ahmad Hasan, 2014. *Marketing dan kasus-kasus pilihan*, Yogyakarta:CAPS (Center For Academic Publishing Service) hlm 89.

⁸ Wawancara Nasabah, (Pra Penelitian 22 Januari 2022)

peningkatan dalam *quality service* (kualitas pelayanan), karena kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya akan dapat mempengaruhi pada *customer loyalty* (loyalitas pelanggan)⁹

Dalam usaha untuk bersaing Bank Syariah Indonesia KCP Mojosari-Mojokerto dengan bank lain tidak lepas dari masalah-masalah yang terjadi selama proses pemberian layanan. Semakin kompleks pemberian layanan dan semakin banyak jumlah pelanggan dalam bertransaksi maka akan semakin besar peluang terjadinya kegagalan dalam memberikan layanan. Kegagalan jasa pada bank diartikan sebagai gangguan, keterlambatan atau kemacetan dalam menyampaikan layanan pada pelanggan. Secara garis besar masalah-masalah yang dihadapi setiap bank bisa ditelusuri dari tiga sumber utama: yang pertama 40% permasalahan diakibatkan oleh bank itu sendiri, misalnya janji yang berlebihan, yang kedua 20% masalah disebabkan karyawan, misalnya perlakuan kasar dan tidak sopan, yang ketiga 40% sisanya disebabkan pelanggannya, misalnya tidak teliti membaca petunjuk yang diberikan.¹

Terjadinya kegagalan jasa dari Bank Syariah Indonesia KCP Mojosari Mojokerto ini mengakibatkan pelanggan yang merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan. Sehingga diperlukan strategi yang tepat agar kepuasan pelanggan dapat terwujud. Banyak perusahaan yang mengukur

⁹ Ririn Tri Ratnasari, Mastuti H. Aksa, 2015 teori dan kasus manajemen pemasaran jasa , bogor: Ghalia Indonesia, hlm.93-94.

¹ Fandy Tjiptono, 2014. *Service quality & satisfaction*, Yogyakarta: Andi hlm.476.

secara sistematis seberapa baik mereka memperlakukan pelanggan, mengidentifikasi faktor-faktor yang membentuk kepuasan, dan melakukan perubahan dalam operasi dan pemasaran sebagai akibatnya. Perusahaan akan bertindak bijaksana dengan mengukur kepuasan pelanggan secara teratur karena salah satu kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan.

Dari latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti mengenai “Pengaruh *Quality Service*, *Customer Retention*, dan *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* Pada Bank Syariah Indonesia KCP Mojosari-Mojokerto”.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang diatas, ataupun rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Apakah *quality service* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* di Bank Syariah Indonesia KCP Mojosari-Mojokerto?
2. Apakah *customer retention* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada Bank Syariah Indonesia KCP Mojosari-Mojokerto?
3. Apakah *customer satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada Bank Syariah Indonesia KCP MojosariMojokerto?
4. Apakah *quality service*, *customer retention*, dan *customer satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada Bank Syariah Indonesia KCP Mojosari-Mojokerto?

C. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti memiliki tujuan yang secara jelas berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan membuktikan pengaruh *quality service* terhadap *customer loyalty* pada Bank Syariah Indonesia KCP Mojosari-Mojokerto.
2. Untuk mengetahui dan membuktikan pengaruh *customer retention* terhadap *customer loyalty* pada Bank Syariah Indonesia KCP Mojosari-Mojokerto.
3. Untuk mengetahui dan membuktikan pengaruh *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* pada Bank Syariah Indonesia KCP Mojosari-Mojokerto,
4. Untuk mengetahui dan membuktian pengaruh *quality service, customer retention, and customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* pada Bank Syariah Indonesia KCP Mojosari-Mojokerto.



D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini, peneliti mengharapkan dapat memberikan manfaat kepada semua pihak antara lain sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Bagi ilmu pengetahuan adalah untuk menambah khazanah keilmuan tentang seperti *quality service*, *customer retention*, and *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* dan menambah wawasan dalam lembaga keuangan khususnya pada Bank Syariah Indonesia KCP

Mojosari-Mojokerto.

2. Secara Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sarana informasi untuk meningkatkan wawasan dan ilmu pengetahuan tentang sejauh mana pengaruh *quality service*, *customer retention*, and *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* pada Bank Syariah Indonesia KCP Mojosari-Mojokerto. Selain itu, diharapkan penelitian ini memberikan kontribusi sebagai bahan referensi bagi penelitian yang akan datang.

b. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan menjadi pertimbangan untuk pihak terkait dalam penerapan optimalisasi *quality service*, *customer retention* and *customer satisfaction* yang mempengaruhi *customer loyalty* dan dapat memberikan manfaat bagi pelanggan agar dapat memahami

dan menyadari bahwa setiap pelayanan jasa memiliki keunggulan dan kelemahan. Dari kelemahan tersebut, sebagai masyarakat hendaknya membantu meningkatkan pelayanan dan memberikan masukan-masukan seperti kritik dan saran yang sangat berarti bagi Bank Syariah Indonesia KCP Mojokerto-Mojokaerto.

c. Bagi Perguruan Tinggi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan referensi penelitian tentang pengaruh *quality service*, *customer retention*, dan *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* serta dapat menambah bahan pustaka untuk perpustakaan Institut Pesantren KH. Abdul Chalim.

d. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat mengurangi permasalahan-permasalahan yang terjadi di dunia perbankan dan dapat dijadikan referensi untuk kedepannya.