

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pengembangan ekonomi syariah diharapkan dapat mengakselerasi pertumbuhan ekonomi umat di Indonesia, yang ditandai dengan pendirian dan pengoperasian Bank Muammalat Indonesia. Hingga saat ini, perbankan syariah telah memasuki persaingan skala global dan merupakan suatu tantangan yang harus dihadapi dan ditangani oleh bank syariah untuk dapat memberikan kontribusi dalam pembangunan bangsa melalui pemberdayaan ekonomi umat. Dengan banyaknya bank syariah yang berdiri, konsumen akan dihadapkan pada banyaknya pilihan akan produk bank syariah yang ditawarkan.

Pada kondisi persaingan yang makin kompetitif saat ini, bank-bank besar dan bank syariah berupaya mengoptimalkan skala ekonomi (*economic of scale*), menciptakan sinergi dalam pendapatan (*revenue generation*) dan berusaha memperoleh nasabah semaksimal mungkin sekaligus berlomba-lomba memberikan pelayanan berkualitas (*premium service*) untuk menarik sekaligus mempertahankan nasabahnya. Maka dari itu setiap bank harus memiliki keunggulan bersaing (*competitive advantage*) dibandingkan dengan lainnya.¹

Berdasarkan data tahun 2015 dari Bank Indonesia Cabang Sulawesi Tenggara dapat diketahui gambaran potensi atau perkembangan perbankan syariah berdasarkan indikator-indikator sebagaimana disajikan dalam Tabel berikut ini :

¹ http://id.wikipedia.org/wiki/Ekonomi_Skala

Tabel 1.1 Indikator Perbankan Syariah di Sulawesi Tenggara (Rp. Juta)

INDIKATOR	TAHUN				
	2011	2012	2013	2014	2015
Asset	306.453	997.759	968.371	902.666	972.386
DPK	247.902	444.726	597.623	602.254	634.686
Giro	14.946	38.184	35.101	42.926	32.852
Tabungan	140.930	267.553	357.101	351.700	390.064
Deposito	92.026	138.989	205.421	207.628	211.769
Kredit	286.581	461.793	720.402	852.996	826.265
Modal Kerja	82.281	186.808	328.281	212.981	179.549
Investasi	62.950	136.773	193.955	100.171	121.561
Konsumsi	41.350	138.212	198.166	539.844	525.155
LDR	75,26%	103,84%	120,54%	141,63%	130,19%
NPL Gross	2.830	4.749	15.357	40.906	53.468
NPL Gross Ratio	1,52%	1,03%	2,13%	4,80%	6,47%
Laba	15.931	36.383	52.230	51.596	28.235

Sumber : Bank Indonesia Cabang Sulawesi Tenggara 2015

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas, indikator perbankan syariah di Sulawesi Tenggara selama 5 tahun terakhir secara umum mengalami peningkatan setiap tahunnya. Namun, indikator yang menarik perhatian peneliti yakni pada indikator laba yang erat kaitannya dengan loyalitas nasabah. Ini didukung oleh penelitian Reicheld dan Sasser dalam hasil penelitiannya menunjukkan bahwa setiap peningkatan 5% pada loyalitas nasabah dapat meningkatkan keuntungan sebesar 25% - 85% dan jika meningkatkan mempertahankan nasabah hanya 2% dapat menurunkan biaya sebesar 10%.² Dengan demikian, mengacu pada hasil penelitian tersebut dimana terjadinya penurunan laba selama tiga tahun terakhir dan bukan peningkatan laba, maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi peningkatan loyalitas nasabah secara umum pada perbankan syariah di Sulawesi Tenggara. Upaya

² Philip Kotler dan A.B Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia* (Jakarta : Salemba Empat, 2000), h. 61

meningkatkan kualitas pelayanan dalam pemasaran jasa yang dalam hal ini dipandang alam usaha jasa menjadi aktivitas bagi nasabah menjadi prioritas jika keberhasilan suatu perusahaan ditentukan oleh loyalitas nasabah atau pelanggannya. Jika selama tiga tahun terakhir ini perbankan syariah di Sulawesi Tenggara menunjukkan penurunan laba ini berarti bahwa kurangnya loyalitas nasabah perbankan syariah di Sulawesi Tenggara sehingga diperlukan upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan.

Kondisi tersebut di atas memotivasi peneliti untuk memilih salah satu obyek penelitian di perbankan syariah yakni di Bank BRI Syariah Cabang Kendari. Selain itu, terkait dengan kualitas pelayanan di perbankan syariah, banyak kritik dan masukan dari masyarakat, terutama mengenai penerapan sistem bagi hasil yang diterapkannya. Beberapa diantara mereka masih meragukan kesesuaian bank syariah dengan syariah Islam. Selain itu, beberapa keluhan pelayanan di bagian *front office* yang terkesan kurang profesional juga banyak dilontarkan masyarakat. Hal semacam ini tentu saja harus segera diselesaikan untuk menjaga loyalitas nasabah yang mengutamakan prinsip syariah sebagai motivator untuk menggunakan bank syariah. Upaya yang memungkinkan untuk dilakukan adalah dengan memperbaiki dan meningkatkan pelayanan bank syariah yang di dalamnya juga melibatkan kesesuaian produk dengan prinsip syariah yang menjadi pembeda bank syariah dengan bank konvensional.

Penilaian akan kualitas layanan dalam suatu perusahaan telah dikembangkan oleh A. Parasuraman, Leonard L. Berry dan Zeithaml dengan mengusulkan model

dan skala yang dikenal dengan service quality (servqual).³ Dimensi Service Quality (servqual) yang diusulkan oleh Parasuraman berdasarkan pada lima dimensi yaitu *tangibles* (bukti langsung), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tangkap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati).⁴ Dimensi kualitas pertama adalah *tangibles* berkaitan dengan fasilitas, Pelayanan dan penampilan personal secara fisik. Dimensi kedua adalah *reliability* yang berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam menyediakan pelayanan yang dapat diandalkan dan akurat. Dimensi ketiga adalah *responsiveness* yang berhubungan dengan keinginan perusahaan untuk membantu konsumen dan menyediakan pelayanan yang cepat dan tepat. Dimensi keempat *assurance* berkaitan dengan pengetahuan, sopan santun dan kemampuan pegawai dalam menyampaikan kebenaran dan meyakinkan. Dimensi kelima *empathy* berkaitan dengan tingkat penjiagaan dan perhatian yang disediakan bagi konsumen.

Penerapan kelima dimensi tersebut pada bank syariah cenderung menilai hal-hal yang sifatnya normatif. Penambahan dimensi di dalam service quality (SERVQUAL) agar lebih sesuai dengan industri, dimana akan diukur kualitas layanannya, dalam hal ini sangat diperlukan karena bank syariah memiliki karakteristik lain dibandingkan dengan bank konvensional lainnya yaitu menerapkan prinsip-prinsip syariah di dalam perbankan. Dalam penelitian Othman dan Owen menambahkan satu dimensi dalam service quality (SERVQUAL) yaitu dimensi *compliance* (kepatuhan) yang berarti mengukur kepatuhan perusahaan dalam hal

³ E. Tsoukas dan K. Graham Rand. "Path Analysis of Perceived Service Quality, Satisfaction and Loyalty in Greek Insurance". *Journal Managing Service Quality*, 2006, Vol. 16 No. 5, pp. 501-519

⁴ Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta : Prenhallindo, 1997). h. 53

ini bank syariah agar sesuai dengan hukum-hukum Islam dan prinsip-prinsip perbankan serta ekonomi Islam.⁵

Upaya meningkatkan kualitas pelayanan oleh Bank BRI Syariah Cabang Kendari bersifat inovatif dan berorientasi pada loyalitas nasabah. Namun masih muncul pertanyaan, apakah hal tersebut telah benar-benar dapat memberikan loyalitas bagi nasabah Bank BRI Syariah Cabang Kendari bila dilihat dari enam dimensi pelayanan yaitu *compliance* (kepatuhan syariah), *assurance* (jaminan), *reliability* (kehandalan), *tangibles* (bukti langsung), *empathy* (empati) dan *responsiveness* (daya tangkap) yang disingkat CARTER.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk mengajukan proposal tesis dengan judul **“analisis pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BRI Syariah cabang Kendari”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disebutkan di atas, maka penulis mengidentifikasi permasalahan yang muncul, diantaranya:

1. Penurunan laba selama tiga tahun terakhir untuk perbankan syariah di Sulawesi Tenggara menunjukkan loyalitas nasabah secara umum yang belum maksimal.
2. Berdirinya sejumlah bank syariah mengakibatkan nasabah dihadapkan pada masalah banyaknya pilihan akan produk bank syariah yang ditawarkan. Ini menuntut kualitas produk yang dapat bersaing.

⁵ A.Q Othman dan Lynn Owen, “*Adopting and Measuring Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banking: A Case Study in Kuwait Finance House*”, International Journal of Islamic financial Services, 2002 Vol. 3 No. 1

3. Pelayanan di bagian *front office* yang terkesan kurang profesional karena masih sering terjadi antrian panjang dan lama.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan uraian yang tertulis dalam latar belakang peneliti memberi batasan masalah pada dimensi kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah Bank BRI Syariah Cabang Kendari.

D. Rumusan Masalah

Mengacu pada penjelasan yang diuraikan pada latar belakang penelitian, maka dapat dirumus permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah *compliance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BRI Syariah Cabang Kendari?
2. Apakah *assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BRI Syariah Cabang Kendari?
3. Apakah *realibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BRI Syariah Cabang Kendari?
4. Apakah *tangibles* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BRI Syariah Cabang Kendari?
5. Apakah *empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BRI Syariah Cabang Kendari?
6. Apakah *responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BRI Syariah Cabang Kendari?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *compliance* terhadap loyalitas nasabah di Bank BRI Syariah Cabang Kendari.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *assurance* terhadap loyalitas nasabah di Bank BRI Syariah Cabang Kendari.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *reability* terhadap loyalitas nasabah di Bank BRI Syariah Cabang Kendari.
- d. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *tangibles* terhadap loyalitas nasabah di Bank BRI Syariah Cabang Kendari.
- e. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *empathy* terhadap loyalitas nasabah di Bank BRI Syariah Cabang Kendari.
- f. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *responsiveness* terhadap loyalitas nasabah di Bank BRI Syariah Cabang Kendari.

F. Manfaat Penelitian

a. Manfaat bagi Perusahaan

1. Memberikan informasi mengenai tingkat kepuasan nasabah yang bersumber dari pelayanan perbankan syariah.
2. Memberikan informasi tentang prioritas faktor-faktor dalam meningkatkan kualitas layanan (*service quality*) di perbankan syariah pada umumnya dan Bank BRI Syariah pada khususnya untuk memberikan kepuasan nasabah pada perbankan syariah
3. Memberikan informasi tentang kinerja (*performance*) pelayanan yang diberikan oleh bank BRI Syariah untuk meningkat loyalitas nasabah.

b. Manfaat Praktis

1. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan dalam merumuskan strategi yang berkaitan dengan kualitas pelayanan yang maksimal guna meningkatkan loyalitas nasabah bank syariah pada umumnya.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi dan referensi bagi pemangku jabatan, stakeholder untuk mengambil kebijakan undang-undang, membuat regulasi dan pengawasan bank syariah, sehingga dapat mendukung perkembangan bank syariah ke depan.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan untuk mengembangkan penelitian di sektor jasa lainnya.

c. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan terutama pengembangan ilmu pemasaran hubungan (*relationship marketing*) berbasis Islam. Khususnya pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah.