

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam era globalisasi, perkembangan perbankan syariah di tandai dengan diberlakukannya kebijakan perbankan UU No. 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Atas UU No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan. Dalam undang-undang tersebut menjelaskan lebih rinci landasan hukum serta jenis-jenis usaha yang dapat dioperasikan dan diimplementasikan oleh bank syariah, undang-undang tersebut juga memberikan arahan bagi bank-bank konvensional untuk membuka cabang syariah atau bahkan mengkonversi diri secara total menjadi bank syariah (Machmud dan Rukmana, 2010, hlm. 91).

Banyak perbankan di Indonesia yang memiliki sistem dan cara tersendiri untuk menghimpun dana, dan mengalokasikannya secara tepat, agar menghasilkan keuntungan bagi pihak bank khususnya secara nasional pada umumnya sebagaimana menurut UU No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan, yang di maksud dengan Bank adalah “Badan Usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau dalam bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak,” (Kasmir, 2010, hlm. 25)

Persaingan bisnis saat ini menjadi sangat tajam, hal tersebut menjadi tantangan bagi perbankan untuk membuat strategi dalam rangka menghadapi persaingan yang saat ini semakin lama semakin ketat. Berbagai tantangan tersebut mempengaruhi keberhasilan bank. Untuk mengantisipasinya, perbankan di tuntut

untuk dapat berkerja dengan baik dengan menggunakan berbagai macam sumber daya yang di miliki agar dapat di terima di pasar. Salah satu yang perlu di perhatikan perbankan dalam mencapai keberhasilan adalah melalui pelayanan.

Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang di tawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumennya yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat di miliki (Ikatan Bankir Indonesia, 2014, hlm. 75). Pelayanan yang di terima sesuai dengan yang diharapkan, maka akan dipersepsikan baik dan memuaskan. Dan apabila pelayanan yang di terima melebihi apa yang di harapkan, maka pelayanan akan di persepsikan ideal. Sebaliknya, jika pelayanan yang di terima tidak sesuai dengan apa yang di harapkan, maka pelayanan dianggap buruk.

Perubahan teknologi dan arus informasi yang sangat cepat telah mendorong perusahaan untuk menghasilkan produk atau layanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, banyak cara yang dapat di lakukan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, salah satunya yaitu dengan memberikan fasilitas pelayanan jasa yang cepat, mudah, fleksibel, nyaman dan tersedia layanan 7 x 24 jam, pelayanan yang sesuai dengan yang di harapkan oleh nasabah sehingga nasabah merasa puas dengan apa yang telah mereka dapatkan dari perusahaan.

“Islamic banking as one the economic sectors which becomes a revolving wheel of funds in a country should evolve and follow the market needs. Islamic banking should always be the first choice of individuals in conducting the payments and other economic activities. To achieve that kind of targets objectives, bankings must endlessly innovate in accordance

with the needs, and make customers easier to carry out all their economic activities.” (Hidayati & Syarif, 2019, hlm. 45)

Perbankan syariah sebagai salah satu sektor ekonomi yang menjadi roda dana bergulir di suatu negara harus berkembang dan mengikuti kebutuhan pasar. Perbankan syariah harus selalu menjadi pilihan pertama individu dalam melakukan pembayaran dan kegiatan ekonomi lainnya. Untuk mencapai target dan sasaran seperti itu bank harus berinovasi tanpa henti sesuai dengan keutuhan, dan membuat pelanggan lebih mudah untuk melakukan semua kegiatan ekonomi mereka.

Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan, memuaskan nasabahnya adalah sebuah hal pokok yang tidak boleh di abaikan, di mana kepuasan nasabah merupakan aspek strategis dalam memenangkan persaingan dan mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas, sehingga pelayanan yang bermutu bagi nasabah merupakan hal yang penting. Dengan adanya perbankan syariah yang telah memasuki persaingan berskala global, merupakan suatu tantangan yang harus di hadapi dan di tangani oleh bank syariah untuk dapat memberikan kontribusi dalam pembangunan bangsa melalui pemberdayaan ekonomi kuat. Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang di terima dengan tingkat layanan yang di harapkan. Dengan meningkatkan kualitas pelayanan oleh suatu perusahaan perbankan merupakan suatu cara yang nyata dalam memenangkan persaingan dan mempertahankan nasabah. Sehingga kepuasan nasabah dalam bidang jasa merupakan elemen penting dan menentukan dalam menumbuhkembangkan

perusahaan agar tetap exis dalam menghadapi persaingan (Hasibuan, 2007, hlm. 152).

Service Quality adalah salah satu konsep layanan bagi perusahaan yang dapat di andalkan untuk mempertahankan nama perusahaan dari persaingan yang saat ini sangat ketat. Menurut Parasurahman, Zeithaml dan Berry, ada lima dimensi layanan yang harus di miliki yaitu: Reliabilitas, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, dan Bukti Fisik. Bila kelima layanan ini terpenuhi, maka nasabah akan mendapatkan apa yang dinamakan *Customer Satisfaction* (Nina Indah Fevriana, 2016, hlm. 51).

Seperti yang kita ketahui, masalah adalah ketidak sesuaian suatu keadaan dengan apa yang diinginkan. Begitu juga halnya dalam dunia perbankan yang bergerak dalam bidang jasa, keadaan geografis yang tidak dapat di prediksi yang membawa dampak perubahan secara signifikan. Salah satu masalah yang di hadapi pihak perbankan yaitu dengan terjadinya pandemi *covid-19* yang terjadi saat ini. Munculnya Pandemi *Corona Virus Disease* (Covid-19) di akhir Desember 2019 lalu, membawa dampak signifikan bagi dunia. Mulai dari aspek ekonomi, sosial, hingga kehidupan sehari-hari, hampir tidak ada yang dapat berkelit dari kemunculan virus *Covid-19* ini, tidak terkecuali terhadap pelayanan publik.

Sejak awal maret 2020, berbagai kebijakan telah di keluarkan oleh pemerintah pusat dan daerah. Mulai dari membatasi hubungan sosial (*social distancing*), menghimbau untuk bekerja dirumah (*work from home*) bagi sebagian besar Aparatur Sipil Negara (ASN), meniadakan kegiatan ibadah, dan meminta

masyarakat untuk tetap di rumah serta mengurangi aktivitas ekonomi di luar rumah. Hingga akhir maret 2020 pemerintah bukan hanya menerapkan kebijakan *Social Distancing* tapi di lanjutkan dengan *Physical Distancing*, dan juga pemerintah telah menetapkan Pembatasan Sosial Bersekala Besar (PSBB).

Dengan berlakunya WFH bagi pegawai-pegawai yang bergerak dalam pelayanan publik, menyebabkan pelayanan publik menjadi terhambat, karena pada akhirnya beberapa bidang pelayanan tidak dapat melayani masyarakat secara langsung. Dengan demikian, diharapkan perusahaan dapat membuat strategi agar pelayanan tetap berjalan sebagaimana mestinya. Salah satu pihak perbankan yang memiliki strategi dalam meningkatkan kualitas pelayanan ialah Bank BNI Syariah di Kota Banjarbaru.

Alasan penulis mengambil judul Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan Terhadap Nasabah Bank Syariah Indonesia saat *Covid-19* Di Kota Banjarbaru yaitu penulis ingin mengkaji secara mendalam tentang strategi yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap nasabahnya, mengingat semakin berkembangnya perbankan-perbankan di Indonesia sehingga persaingan semakin ketat tidak terkecuali pada masa Pandemi *Covid-19* saat ini. Penulis tertarik meneliti di Bank Syariah Indonesiadi Kota Banjarbaru ialah pada saat Pandemi Covid-19 Bank Syariah Indonesia di Kota Banjarbaru tetap melakukan pelayanan mengingat kota Banjarbaru pada saat itu masuk kedalam salah satu kota yang ada di Kalimantan Selatan kedalam status zona merah covid-19.

Berdasarkan uraian di atas, penulis akan melakukan penelitian mengenai pelayanan yang di berikan bank Syariah Indonesia terhadap nasabahnya. Oleh karena itu, peneliti mengambil judul **“Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan Terhadap Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia Saat Covid-19 Di Kota Banjarbaru”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang ada di atas, maka penulis akan merumuskan permasalahan sebagai berikut, yaitu Bagaimana strategi PT. Bank Syariah Indonesia dalam meningkatkan kualitas pelayanan terhadap nasabah selama masa Pandemi *Covid-19* di kota Banjarbaru ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penulisan Skripsi ini ialah untuk mengetahui strategi dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang di berikan oleh PT. Bank Syariah Indonesia terhadap nasabahnya saat *Covid-19* di Kota Banjarbaru.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari pelaksanaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut;

1. Aspek Teoritis (Keilmuan)

Hasil penelitian ini menambah wawasan ilmu pengetahuan mengenai seputar permasalahan yang diteliti. Baik bagi peneliti maupun bagi pihak lain yang ingin mengetahui mengenai strategi meningkatkan Kualitas Pelayanan pada Bank Syariah Indonesia di Kota Banjarbaru.

2. Aspek Praktis (Guna Laksana)

- a. Menjadi bahan referensi bacaan bagi pihak-pihak yang ingin melakukan penelitian selanjutnya dan dapat membantu menambah wawasan bagi pembaca, khususnya dalam meningkatkan kualitas pelayanan perbankan syariah
- b. Menambah khazanah Literatur Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada khususnya juga untuk Perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin dan juga pada umumnya untuk pihak yang berkepentingan dengan hasil penelitian ini.

E. Definisi Oprasional

1. Strategi

Pada kamus besar bahasa Indonesia tertulis pengertian strategi adalah siasat perang, ilmu siasat perang, tempat yang baik menurut siasat perang, rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran. (Sofyan, 2015, hlm. 3).

2. Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan dapat di artikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang di berikan maupun sesuai dengan ekspetasi pelanggan. Kualitas layanan di tetukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan ekspetasi pelanggan. faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan adalah layanan yang di harapkan pelanggan (*espected service*) dan persepsi terhadap layanan (*perceived service*) (Parasuraman, et al., 1985). Apabila *perceived service* sesuai dengan *expected service*, maka kualitas layanan

yang bersangkutan akan di nilai baik atau positif. Jika *perceived service* melebihi *expected service*, maka kualitas layanan di persepsikan sebagai kualitas ideal. Sebaliknya apabila *perceived service* lebih jelek di bandingkan *expected service* maka kualitas layanan di persepsikan negatif atau buruk. Oleh sebab itu, baik tidaknya kualitas layanan tergantung pada kemampuan perusahaan dan stafnya dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten (Fandy Tjiptono, 2017, hlm. 142-143).

3. Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan Terhadap Nasabah Bank BNI Syariah saat *Covid-19* di Kota Banjarbaru

Strategi kualitas pelayanan adalah upaya bank untuk meningkatkan kualitas layanan yang di lakukan dengan suatu kesatuan rencana yang menyeluruh, komprehensif, dan terpadu dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan nasabah.

F. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu akan di uraikan secara singkat, walaupun meski ada kemiripan tetapi ruang lingkup penelitian berbeda-beda, baik dari segi variabel maupun dari segi waktu. Penelitian terdahulu dijadikan referensi untuk saling melengkapi. Berikut adalah beberapa penelitian terdahulu.

Penelitian yang di tulis oleh Dwi Ariska (2019), dengan judul *Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Kcp Binjai*, menjelaskan Bank Muamalat Kcp Binjai juga telah menerapkan kualitas pelayanan yang baik meliputi penampilan fasilitas fisik seperti gedung, kelengkapan peralatan komunikasi dan penampilan pegawai, respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan, memberikan pelayanan yang

cepat dan tanggap, perhatian secara individu yang di berikan perusahaan kepada pelanggan, dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggannya. Dengan terwujudnya kualitas pelayanan terhadap nasabah tersebut maka terciptalah kualitas pelayanan yang baik yang bertujuan memperkuat loyalitas nasabah terhadap PT. Bank Muamalat Kcp Binjai (Ariska, 2019, hal. 54). Persamaan dari penelitian ini ialah sama-sama mengukur kualitas pelayanan, sedangkan perbedaannya dalam penlitian penulis ialah strategi dari tingkat kualitas pelayanan saja.

Penelitian yang di tulis oleh Wari Sugiana (2018), dengan judul *Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan Melalui Digitalisasi Produk Perbankan Di Bank BNI Syariah KCP Bulaksumur Yogyakarta*, menjelaskan strategi meningkatkan pelayan yang di lakukan oleh Bank BNI Syariah KCP Bulaksumur, terdapat 6 (enam) strategi dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan melalui digitaliasasi produk perbankan yaitu, Aplikasi Marketing Kit, APRO (Aplikasi Pembuka Rekening Online), Aplikasi Wakaf Hasanah, Hasanah Personal, Aplikasi YAP! (Your All Payment), *E-Banking* (Elektronik Banking) yang meliputi (*Internet Banking, Mobile Banking, SMS Banking, ATM (Automotic Teller Machine), TapCash iB Hasanah*). Dari beberapa produk layanan berbasis digital tersebut, ada empat produk yang menjadi ciri khas Bank BNI Syariah KCP Bulasumur, yaitu APRO (Aplikasi Pembuka Rekening Online), Aplikasi Wakaf Hasanah, Aplikasi Hasanah Personal, dan Aplikasi YAP! (Your All Payment) (Sugiana, 2018, hal. 74). Persamaan dari penelitian ini ialah menggunakan metode

kualitatif, sedangkan perbedaannya dalam penelitian ini adalah obyek dan penulis hanya membahas pelayanan.

Penelitian yang ditulis oleh Moh. Mulki Fathuloh (2017), dengan judul *Strategi Pelayanan Prima Dalam Upaya Menghimpun Dana Produk Deposito Mudharabah di BPRS Buana Mitra Perwira Purbalingga*, menjelaskan strategi pelayanan prima. Terdapat 7 (tujuh) strategi pelayanan prima dalam upaya menghimpun dana deposito mudharabah, yaitu *Core Service* (pelayanan yang baik berupa bertutur kata yang baik, sopan, dan lemah lembut, memberikan informasi yang jelas tentang deposito mudharabah), Pelayanan Jemput Bola, Pelayanan Penawaran Langsung, Pelayanan Keluhan, *Suporting Service* (pelayanan ini dilakukan kepada nasabah yang memiliki dana lebih dari Rp. 30.000.000.-), Pelayanan Cepat Tanggap, dan *Facilitation Service* (Fathuloh, 2017, hal. 64-65). Perasamaan dari penelitian ini ialah sama-sama menggunakan metode kualitatif, sedangkan perbedaannya penelitian penulis membahas tentang strategi meningkatkan kualitas pelayanan.

Penelitian yang ditulis oleh Lasar Ayu Wulandari (2017), dengan judul *Strategi Pelayanan Prima Oleh Customer Service Guna Mencapai Kepuasan Nasabah di Bank BNI Syraiah Purwokerto*, menjelaskan strategi pelayanan prima yang dilakukan oleh seorang *Customer Service*. Dimana *customer service* memiliki tugas yang sangat penting, yaitu *customer service* sebagai Resepsionis (penerima tamu), Deskman (orang yang melayani berbagai macam aplikasi yang diajukan nasabah atau calon nasabah), Salesman (menjual produk perbankan sekaligus sebagai pelaksana cross selling), *Customer Relation Officer* (orang yang

dapat membina hubungan baik dengan nasabah), Komunikator (orang yang menghubungi nasabah dan memberikan informasi). Serta pentingnya strategi yang di lakukan oleh seorang customer service untuk membuat nasabah menjadi puas, strategi untuk memperoleh kepuasan nasabah yaitu *Cross Selling*, *Up Selling*, melayani nasabah dengan sepenuh hati, *Role Play* atau bermain peran, *Sharing Season* materi *Customer Service*, *Mystery Shopper* (memberikan penilaian terhadap *customer service*) (Wulandari, 2017, hal. 82-83). Persamaan dari penelitian ini alaha sama-sama menggunakan metode kualitatif, sedangkan perbedaannya ialah penelitian penulis membahas tentang strtaegi meningkatkan kualitas pelayanan.

Penelitian yang di tulis oleh Nisfi Fatimah (2016), dengan judul *Strategi Peningkatan Mutu Layanan Dalam Usaha Mempertahankan Loyalitas Nasabah di PT. BPRS Bumi Artha Sampang Cilacap*, menjelaskan strategi pelayanan yang di lakukan oleh PT. BPRS Bumi Artha Sampang Cilacap. Strategi yang di gunakan dalam meningkatkan mutu layanan dalam mempertahankan loyalitas nasabah, yaitu nasabah di anggap sebagai mitra bisnis atau mitra kerja, senyum sapa salam, cepat dalam memberikan pelayanan, dan ramah. Sedangkan strategi yang di gunakan untuk mempertahankan loyalitas nasabah adalah strategi jemput bola, silaturahmi atau kunjungan kepada nasabah, memperhatikan nasabah, menjenguk nasabah yang sakit, memberikan hadiah, menjaga hubungan baik dengan nasabah, letak dan porsi kantor yang mudah di jangkau atau strategis, dan memberikan pelayanan prima (Fatimah, 2016, hal. 95). Persamaan dari penelitina

ini ialah sama-sama membahas tentang pelayanan, sedangkan perbedaannya ialah tingkat kualitas pelayanan dan obyeknya.

G. Sistematika Pembahasan

Untuk lebih lanjut dan mempermudah penelitian dalam menyelesaikan permasalahan yang di teliti dengan tujuan agar nantinya penulis lebih terarah dalam penulisan skripsi ini, maka disini perlu digunakan sistematika yang di bagi menjadi lima bab, masing-masing bab terdiri dalam beberapa sub judul yang sistematika tersebut sebagai berikut:

Bab pertama, merupakan Pendahuluan yang membahas tentang latar belakang masalah, yaitu kerangka dasar pemikiran yang melatar belakangi permasalahan yang akan diteliti. Permasalahan yang telah tergambarkan di latar belakang masalah dengan rumusannya dalam rumusan masalah, setelah itu dari rumusan masalah, maka ditetapkan tujuan penelitian yang merupakan hasil yang diinginkan. Manfaat penilitin yang merupakan kegunaan dari hasil penelitian. Definisi oprasional yang dirumuskan untuk membatasi istilah-istilah yang bermakna luas. Untuk memudahkan dalam penulisan skripsi ini, maka penulis membuat penelitian terdahulu serta sistematika pembahasan.

Bab kedua, yaitu berisi tentang teori strategi peningkatan kualitas pelayanan terhadap nasabah Bank BNI Syariah saat *covid-19* yang mejelaskan tentang pengertian-pengertian masalah yang berhubungan dengan objek penelitian melalui teori-teori yang mendukung serta relevan. Baik itu dari buku atau literatur yang berkaitan dengan masalah yang di teliti dan juga sumber informasi dan penelitian sebelumnya. Adapun penulis menguraikan tentang pengertian strategi, pengertian kualitas pelayanan yang meliputi (ciri-ciri kualitas pelayanan, macam-

macam kualitas pelayanan, dan kualitas pelayanan dalam islam), strategi meningkatkan kualitas pelayanan, nasabah dan faktor penyebab buruknya kualitas pelayanan.

Bab ketiga, yaitu berisi tentang metode penelitian yang terdiri dari jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data penelitian, metode pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Bab keempat, yaitu hasil pembahasan yang berisi tentang profil Bank BNI Syariah, penyajian data dan analisis data yang merupakan jawaban atas rumusan masalah.

Bab kelima, yaitu penutup yang penulis akhirnya membuat simpulan dari hasil penelitian dan memberikan saran berdasarkan hasil penelitian penulis.