

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Di era zaman sekarang setiap negara modern selalu melibatkan perbankan dalam setiap ekonominya. Lembaga perbankan adalah salah satu instrument penting dalam sistem ekonomi (Muhammad 2008). Hampir semua sektor yang berhubungan dengan berbagai kegiatan keuangan pasti menggunakan jasa bank, sehingga ada pendapat bahwa bank merupakan “nyawa” untuk menggerakkan roda perekonomian suatu negara (Hermansyah 2005). Banyaknya bank dan Lembaga keuangan Syariah baru menjadikan persaingan yang semakin ketat. Bagi seorang konsumen atau nasabah hal tersebut akan membuat mereka lebih selektif dalam memilih bank-bank yang menjamur.

Sebagai lembaga keuangan yang mendapat kepercayaan masyarakat atas dananya, bank semaksimal mungkin membuat daya sTarik ekonomi berupa bunga tinggi, serta bonus hadiah yang menarik. Berbagai upaya dilakukan bank dengan mewujudkan tingkatan penghimpunan dana dari masyarakat yang salah satu caranya adalah mengembangkan volume (kapasitas) nasabah (Parwataatmadja 1996).

Menurut sejarah, awal mula kegiatan Bank Syariah pertama kali adalah di Pakistan dan Malaysia pada tahun 1940-an. Pada tahun 1963 berdiri Islamic Rucal Bank di Kairo di desa Mit Ghamr. Bank ini beroperasi di pedesaan Mesir dan masih berskala kecil.

Baru tahun 1975 di Uni Emirat Arab berdirilah Dubai Islamic Bank. Kemudian di Kuwait pada tahun 1977 berdiri Kuwait Finance House yang beroperasi tanpa bunga. Selanjutnya Kembali lagi di Mesir pada tahun 1978 berdiri Bank Syariah yang diberi nama Faisal Islamic Bank. Langkah inipun diikuti oleh Islamic International Bank for Investment and Development Bank (Kasmir 2008).

Pakistan merupakan Negara pelopor utama dalam melaksanakan sistem perbankan syariah secara nasional. Pemerintah Pakistan mengkonversi seluruh sistem perbankan dinegaranya pada tahun 1985 menjadi sistem perbankan syariah. pada tahun 1979 beberapa institusi keuangan terbesar di Pakistan telah menghapus sistem bunga dan tahun itu juga pemerintah Pakistan mensosialisasikan pinjaman tanpa bunga terutama kepada petani dan nelayan (Kasmir 2012).

Kegiatan perbankan yang dilakukan oleh bank konvensional tidak sesuai dengan syariah Islam karena adanya praktek riba dan praktek terlarang lainnya. Sehingga para ulama termotivasi untuk mendirikan perbankan syariah di Indonesia berdasarkan firman Allah SWT Q.S Al-Baqarah (2): 275, sebagai berikut :

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يُضَاعَفُونَ إِلَّا كَمَا يُضَاعَفُ الَّذِي يُتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۗ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۗ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَاتْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ ۗ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۗ وَمَنْ عَادَ فَأُوْلَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۗ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: *“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu*

*sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.”*

Banyaknya bank yang ada di Indonesia saat ini, membuat persaingan ketat dan berlomba-lomba untuk memperoleh peringkat paling baik dimata masyarakat, khususnya di kota Banjarmasin. Oleh sebab itu diperlukan strategi yang baik oleh masing-masing bank dengan cara meningkatkan laba dan memiliki kualitas yang baik. Salah satu cara yang dilakukan oleh bank adalah adanya peran *customer service* (CS) dalam meningkatkan pelayanan terhadap nasabah di bank atau instansi lainnya, karena pelayanan pelanggan yang bermutu merupakan kunci sukses dan dasar untuk membangun keberhasilan di suatu perusahaan. Hampir di setiap perusahaan memperkerjakan petugas *customer service* dalam memberikan pelayanan terhadap nasabah yang datang secara baik dan memuaskan, karena *customer service* sangat penting dan merupakan tulang punggung kegiatan operasional dalam perbankan.

Pelayanan merupakan syarat utama bagi kelangsungan hidup suatu bank, khususnya bank syariah. Dengan adanya pelayanan yang baik serta kenyamanan yang diberikan kepada nasabah dapat menentukan laju pertumbuhan suatu bank. Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang

diharapkan (*expected service*). Demikian pula dengan dunia perbankan yang merupakan bisnis berdasarkan pada azas kepercayaan, masalah kualitas layanan (*service quality*) menjadi factor penting dalam menentukan keberhasilan bisnis (Hayat 2017).

Secara umum pengertian *customer service* adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah, melalui pelayanan yang bermutu yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. Agar pelayanan yang diberikan berjalan dengan baik, maka interaksi antara nasabah dan *customer service* haruslah berjalan dengan baik. Interaksi inilah yang terjadi komunikasi antara nasabah dan *customer service* dengan nasabah, meliputi: apa yang mereka katakan, bagaimana mereka mengatakan, apa yang mereka lakukan, dan bagaimana mereka melakukan interaksi antara nasabah (pelanggan) dengan peralatan teknis dan fisik yang ada dalam organisasi, seperti : pengisian dokumen/formular, cara pembayaran, dan lain sebagainya. Dalam memberikan pelayanan, *customer service* dituntut memberikan pelayanan terbaik agar dapat memuaskan nasabah tanpa melanggar harga diri atau etika. Adanya pelayanan yang baik membuat nasabah merasa senang dan dihargai sehingga akan membuat nasabah Kembali lagi dan melanjutkan hubungan bisnis dengan perusahaan tersebut. Kemudian menceritakan kepuasan dan kebaikan pelayanannya kepada rekan lainnya. Hal ini dapat mempengaruhi pertumbuhan perusahaan dan penambahan peluang atau kesempatan bagi customer (Putri Gusriniwati 2019).

Urusan pelayanan sebenarnya bukanlah hal yang sulit ataupun rumit, tetapi apabila ada yang kurang maka dapat menimbulkan hal-hal yang bersifat rawan karena sifatnya sensitive. Sistem pelayanan perlu juga didukung oleh kualitas

pelayanan, fasilitas yang memadai dan etika atau tata krama. Sedangkan tujuan memberikan pelayanan adalah untuk memberikan kepuasan kepada konsumen/pelanggan, sehingga berakibat dengan dihasilkan nilai tambah bagi perusahaan.

Di Banjarmasin dan sekitarnya telah berdiri beberapa bank yang menawarkan jasa perbankan, baik bank yang dimiliki oleh pemerintah maupun swasta. Di antaranya Bank Rakyat Indonesia (BRI), PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, BMT/BTM, Bank Pembangunan Daerah (BPD), Koperasi simpan pinjam dan lain sebagainya. Kehadiran bank-bank tersebut, secara ekonomi memberikan keuntungan kepada masyarakat umum, khususnya para pelaku ekonomi.

Disadari atau tidak kehadirannya juga mampu meningkatkan pendapatan masyarakat dan memudahkan masyarakat untuk melakukan kegiatan perekonomian. Menyadari akan hal itu maka penelitian ini tertarik untuk meneliti di Bank BSI sebagai objek penelitian ini, peneliti memilih Bank BSI karena BSI merupakan bank swasta yang termasuk cepat perkembangannya dan mampu bersaing dengan bank-bank swasta lainnya oleh sebab itu peneliti merasa perlu untuk mengetahui seperti apa dan bagaimana pelayanan terhadap nasabah yang dilakukan oleh Bank BSI Banjarmasin. Diantara yang menyebabkan perbankan maju dan berkembang karena masalah layanan. Pelayanan sudah seperti suatu bagian yang harus diperhatikan khusus oleh dunia perbankan. Dan permasalahan yang sering timbul adalah pelayanan yang kurang baik yang mengakibatkan nasabah menjauh atau perlahan meninggalkan bank tersebut yang akhirnya meninggalkan bank tersebut dan mempunyai efek negative terhadap bank yang bersangkutan.

*Customer Service* sangat berperan aktif dalam suatu pelayanan di suatu bank, karyawan bank yang bertanggung jawab terhadap lalu lintas pelayanan di suatu bank, karyawan bank yang bertanggung jawab terhadap lalu lintas pelayanan. Dari latar belakang di atas, maka penulis ini ingin mengetahui dan menjelaskan tentang pelayanan yang diberikan *customer service* pada suatu bank. Oleh karena itu penulis memilih judul dalam skripsi ini mengenai “**Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer Service* terhadap Loyalitas dengan kepuasan Nasabah sebagai variabel moderasi Pada Bank Syariah Indonesia Banjarmasin**”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di Bank BSI Banjarmasin?
2. Apakah variabel kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank BSI Banjarmasin?
3. Apakah pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dimoderasi oleh variabel kepuasan?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan hasil rumusan masalah di atas, maka di dapatkan tujuan penelitian yaitu :

1. Untuk mengetahui apakah variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di Bank BSI Banjarmasin.

2. Untuk mengetahui apakah variabel kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank BSI Banjarmasin.
3. Untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dimoderasi oleh variabel kepuasan.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Secara ringkas dari penelitian yang dilakukan ini diharapkan dari penulis dapat berguna sebagai berikut :

1. Secara Teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang pengaruh kepercayaan kepada nasabah, kemudahan dan penggunaan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank BSI Banjarmasin.
2. Secara Akademis, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan dan dapat menerapkan teori yang sudah diperoleh selama perkuliahan di bidang *customer service*, khususnya mengenai hal yang bersangkutan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah.
3. Secara Praktis, penelitian ini diharapkan sebagai pertimbangan untuk perusahaan dalam meningkatkan jumlah nasabah di masa yang akan datang dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

#### **E. Definisi Operasional**

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam memberikan interpretasi judul yang diambil, maka peneliti memberikan penegasan pengertian sebagai berikut:

#### **Tabel 1.1**

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator
1	Kualitas Pelayanan (X)	Kualitas pelayanan adalah berfokus pada Upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk menyebarkan harapan pelanggan (Tjiptono 2014).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tangibles (berwujud)</li> <li>2. Realibility (kehandalan)</li> <li>3. Responsivess (ketanggapan)</li> <li>4. Assurance (jaminan)</li> <li>5. Emphaty (empati) (Hardiansyah 2011)</li> </ol>
2	Loyalitas Nasabah (Y)	Loyalitas secara harfiah diartikan sebagai kesetiaan, yaitu kesetiaan seseorang terhadap objek. Loyalitas sebagai kondisi dimana pelanggan mempunyai sikap positif terhadap suatu merek, mempunyai komitmen terhadap merek tersebut, dan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pembelian ulang</li> <li>2. Kebiasaan mengkonsumsi merek tersebut</li> <li>3. Selalu menyukai merek tersebut</li> <li>4. Tetap memilih merek tersebut</li> <li>5. Yakin bahwa merek tersebut yang terbaik</li> </ol>

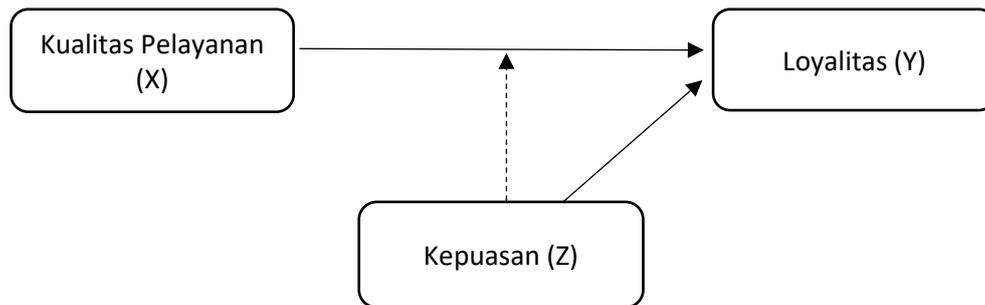
		bermaksud meneruskan pembeliannya dimasa mendatang(Lupipyoadi 2009).	6. Merekomendasikan merek tersebut pada orang lain (Tjiptono 2002)
3	Kepuasan Nasabah (Z)	Kepuasan nasabah adalah rasa puas atau kecewa yang timbul setelah melakukan transaksi atau pembelian disuatu perusahaan (Darmawan 2018).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Re-purchase</li> <li>2. Menciptakan Word-of-Mouth</li> <li>3. Menciptakan Citra Merek</li> <li>4. Menciptakan keputusan Pembelian pada perusahaan yang sama (Suwardi 2011)</li> </ol>

## F. Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir adalah model konseptual bagaimana teori berhubungan dengan berbagai factor yang telah didefinisikan sebagai hal penting. Dalam penelitian ini dapat dibuat suatu kerangka pemikiran yang dapat menjadi pedoman dalam penulisan yang pada akhirnya dapat diketahui variable mana yang dominan untuk mempertahankan loyalitas nasabah terhadap jasa pada Bank BSI Banjarmasin. Adapun kerangka berpikir dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh

kualitas Pelayanan *Customer Service* Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Moderasi pada Bank BSI Banjarmasin” sebagai berikut:

**Gambar 1.1**



Keterangan:

—————> : Pengaruh secara langsung

-----> : Pengaruh secara moderasi

Kerangka pemikiran di atas menjelaskan peneliti menggunakan independent nya adalah kualitas pelayanan dengan (X) sedangkan variabel dependen nya adalah loyalitas dengan (Y), serta variabel moderasi yaitu kepuasan disebut dengan (Z)

### **G. Kajian Pustaka/Penelitian Terdahulu**

Berdasarkan penelusuran yang dilakukan beberapa literatur yang didapatkan oleh penulis terkait dengan permasalahan yang di teliti adalah sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Fazri (2015) Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin dengan judul “Pengaruh

Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Kalsel Kedai Syariah IAIN Antasari Banjarmasin”. Dari penelitian penulis dapat disimpulkan sebagai berikut: pertama, variable daya tanggap berhubungan positif/terdukung dengan variable loyalitas nasabah begitu pula variable bukti fisik/nyata berhubungan positif/terdukung dengan variabel loyalitas, sedangkan variabel tingkal laku berhubungan negative/tidak terdukung dengan loyalitas begitu pula dengan variable kehandalan berhubungan negative/tidak terdukung dengan loyalitas. Kedua, mahasiswa (i) menggunakan pelayanan Bank Kalsel Kedai Syariah IAIN Antasari Banjarmasin. *Persamaan* penelitian yang dilakukan Muhammad Fazri dengan peneliti adalah sama-sama meneliti pengaruh pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan *perbedaan* dalam penelitian ini ada lokasi penelitian sehingga populasi dan san sampelnya pun berbeda.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Eka Nur Safitri (2022), “Pengaruh Brand Image Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Banjarmasin)” jenis yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini populasinya adalah Masyarakat yang berada di Kota Banjarmasin, dan Teknik pengambilan sampelnya menggunakan Teknik nonprobability sampling, sedangkan jenis individunya menggunakan Teknik convenience sampling. Berdasarkan hasil penelitian nya diketahui bahwa Brand Image dan Religiusitas dapat mempengaruhi minat menabung di Bank Syariah sedangkan Pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah dan

Religiusitas tidak dapat memoderasi pengaruh Brand image terhadap minat menabung di Bank Syariah tetapi mampu memoderasi pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung di Bank Syariah. Yang menjadi perbedaan dengan peneliti ini adalah variabel X nya ada dua dan menambahkan religiusitas sebagai variabel moderasi.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Indah (2023), "Pengaruh Service Quality, Customer Trust, Dan Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty Pada Nasabah Bank BRI Di Surabaya" jenis yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini populasinya nya adalah responden yang berada di Surabaya dan Teknik pengambilan sampelnya menggunakan Teknik nonprobability sampling, sedangkan jenis individunya menggunakan Teknik purposive sampling. Berdasarkan hasil penelitiannya diketahui bahwa service quality, terbukti berpengaruh signifikan terhadap customer trust pada nasabah bank BRI di Surabaya. Yang menjadi perbedaan adalah penelitian ini memakai variabel intervening.

## **H. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, karena rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Jadi hipotesis juga dapat dijelaskan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik (Sugiyono 2014). Hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H<sub>1</sub> : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah

H<sub>2</sub> : Kepuasan nasabah berpengaruh terhadap signifikan terhadap loyalitas nasabah

H<sub>3</sub> : Kepuasan memoderasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah

## **I. Sistematika Penelitian**

Dalam penelitian ini sistematika penulisan ditulis dalam 5 (lima) bab yang disusun secara sistematis sesuai dengan pola penulisan karya ilmiah yang terdiri dari beberapa bab, yaitu :

Bab I adalah pendahuluan yang didalamnya terdapat tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu yang menjadi referensi dalam penelitian yang dilakukan, dan sistematika penelitian yaitu bagian yang menjelaskan penelitian kemudian akan di tuangkan kedalam penelitian sistematis.

Bab II adalah landasan teori. Pada bab ini akan dijabarkan masalah-masalah yang akan berhubungan dengan objek penelitian melalui teori-teori yang mendukung serta relevan dari buku atau literature yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dan juga sumber dari penelitian sebelumnya.

Bab III adalah metode penelitian yang terdiri dari penjelasan yang dari jenis pendekatan penelitian, jenis data dan sumber data, teknik pengambilan sampel, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Bab IV adalah Hasil Penelitian dan Pembahasan. Pada bab ini akan disajikan hasil penelitian yang telah dilakukan dan menjelaskan jawaban dari rumusan masalah.

Bab V adalah Penutup. Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran-saran.