

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi dan kebutuhan masyarakat akan layanan perbankan, industri layanan perbankan berkembang pesat. Operasional industri perbankan yang terus menerus dinamis cenderung meningkatkan jumlah nasabah dari tahun ke tahun, menuntut industri perbankan untuk merespon pertumbuhan nasabah dengan strategi yang tepat (Dexi Triadinda, 2022). Sedangkan persaingan dalam industri perbankan semakin ketat dengan munculnya berbagai bank baru dan perusahaan *fintech* yang menawarkan layanan perbankan yang inovatif (Nurzianti, 2021). Hal ini membuat bank-bank tradisional berusaha meningkatkan kualitas layanan mereka, salah satunya dengan menyediakan layanan prioritas.

Industri perbankan di Indonesia berpijak pada landasan aturan, dan berkembang pesat sebab kebijakan – kebijakn yang dikeluarkan oleh otoritas perbankan. Perkembangan perbankan syariah bermanfaat bagi perekonomian, serta memiliki landasan aturan yang kuat dengan adanya UU No. 21 Tahun 2008. Hal ini mendorong pertumbuhan industri perbankan syariah yang turut mendukung pembangunan ekonomi yang berkualitas pada Indonesia (Werdi Apriyanti, 2018:17-18). Sementara Bank Muamalat Indonesia (BMI), yang didirikan pada tahun 1991 dengan dukungan pemerintah dan Majelis Ulama Indonesia (MUI), merupakan bank syariah pertama di Indonesia (Ghozali et al., 2019:46). Bank ini didirikan oleh para intelektual muslim dari Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI), dan beberapa pengusaha muslim mengumpulkan saham sebesar Rp. 84 miliar untuk membeli saham.

Sebagai upaya mendorong pengembangan perbankan syariah, bank konvensional diberi izin untuk membuka kantor cabang Unit Usaha Syariah (UUS) atau mengubah sebuah bank konvensional menjadi bank syariah. Perubahan undang-undang perbankan No. 10 tahun 1998 memotivasi langkah ini. Pengganti UU No.7 tahun 1992 dengan jelas mengatur dasar hukum dan jenis bisnis yang dapat dijalankan oleh bank syariah (Marimin & Romdhoni, 2017:83). Data Statistik

Bank Indonesia menunjukkan jumlah pelaku bisnis bank syariah di Indonesia, termasuk Bank Umum Syariah (BUS), Bank Umum yang memiliki Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS), seperti yang ditunjukkan di bawah ini:

Tabel 1.1 Perkembangan Jumlah Pelaku Kegiatan Bank Syariah

Kelompok Bank	Perkembangan Jumlah Pelaku Kegiatan Bank Syariah		
	Jan 2021	Jan 2022	Jan 2023
BUS	499	499	392
UUS	131	177	185
BPRS	175	198	577

Sumber : OJK, Statistik Perbankan Syariah 2023

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa perkembangan perbankan syariah melalui data Statistik Perbankan Syariah yang dipublikasikan oleh Bank Indonesia, secara kuantitas mengalami peningkatan dalam jumlah bank. Jika pada Januari 2021 hanya ada 131 UUS dan 175 unit BPRS, maka pada Januari 2023 jumlah UUS mencapai 185 unit dan BPRS sebesar 577 unit.

Menurut Werdi Apriyanti (2018:18) bagian dalam (Henni, 2011) perbankan syariah berdasarkan prinsip bagi hasil. Produk perbankan syariah dicirikan dengan menawarkan sistem perbankan alternatif yang menguntungkan kedua belah pihak, yaitu masyarakat dan perbankan, serta memasukkan aspek keadilan dalam bertransaksi, penanaman etika, kohesi dan nilai ukhuwah dalam produksi, serta penghindaran spekulasi dalam bertransaksi. Produk perbankan syariah terus berkembang dengan menawarkan berbagai produk dan layanan perbankan dengan sistem keuangan yang lebih fleksibel. Perusahaan ini disebut sebagai perusahaan yang berinovasi dalam produk perbankan syariah. Henni juga menjelaskan inovasi produk di perbankan syariah bisa berupa produk repackage atau produk baru. Tabel 1.2 di bawah ini mencantumkan beberapa inovasi produk yang dilakukan oleh perbankan syariah di Indonesia, sebagai berikut :

Tabel 1.2 Inovasi Produk Perbankan Syariah di Indonesia

No.	Bank	Inovasi Produk
1.	Bank Syariah Indonesia	BSI Gadai Emas, BSI Cicil Emas, BSI Hasanah Card
2.	Bank BCA Syariah	Tahapan iB, KKB iB
3.	Bank CIMB Niaga Syariah	Kartu Syariah iB, Treasury Syariah iB
4.	PermataBank	Permata Tabungan iB Haji

Sumber : data diolah peneliti, 2023

Data tersebut menjelaskan mengenai inovasi produk yang telah dilakukan oleh beberapa bank syariah di Indonesia. Upaya inovasi produk perbankan syariah ini adalah sebuah upaya yang dilakukan agar perbankan syariah tetap tumbuh dan bersaing dengan perbankan konvensional maupun lembaga keuangan lainnya. Menurut Werdi Apriyanti (2018:21) dengan semakin banyaknya produk keuangan syariah yang digunakan, transaksi spekulatif akan berkurang sehingga memperkuat stabilitas sistem keuangan secara keseluruhan. Hal ini akan menciptakan stabilitas harga jangka panjang yang akan menguntungkan semua pihak yang terlibat termasuk bisnis, ekonomi, dan konsumsi individu.

Berdasarkan data Global Islamic Finance Report (GIFR) 2019, Indonesia menempati peringkat pertama pasar keuangan syariah global. Indonesia mampu meraih nilai 81,93 dalam Islamic Finance Country Index (IFCI) 2019 (KNEKS, 2019). Karena itu, keberadaan perbankan syariah di Indonesia semakin meningkat dan terus berkembang secara signifikan. Menurut (Sri Mahargiyantie, 2020:201) pada (Rizal, 2020) PT Bank Syariah Indonesia Tbk didirikan pada tanggal 1 Februari 2021, bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H. Ini adalah penggabungan dari tiga bank syariah nasional: Bank Syariah Mandiri, Bank BNI Syariah, dan Bank BRI Syariah. Penggabungan ini menghasilkan aset konsolidasi Bank Syariah Indonesia (BSI) sebesar Rp239,56 triliun setelah melalui proses due diligence, penandatanganan kesepakatan merger, dan penyerahan informasi.

Peraturan Pemerintah No. 28 Tahun 1999, UUPT No. 40 Tahun 2007, dan UU Perbankan Syariah No. 21 Tahun 2008 mengatur merger atau akuisisi bank.

Tujuannya adalah untuk meningkatkan keuntungan bagi pemegang saham perbankan syariah, bisnis, pendidikan, dan manajemen yayasan haji (Ulfa, 2021). Selain itu, keberadaan Bank Syariah Indonesia menunjukkan wajah perbankan syariah di Indonesia yang kontemporer, luas, dan bermanfaat bagi seluruh alam (*Rahmatan Lil' Aalami*).

Sebagai salah satu perusahaan keuangan terkemuka di bidang jasa dengan memberikan pelayanan yang terbaik (*service excellent*) untuk memenangkan persaingan yang semakin kompetitif, bank telah mengembangkan berbagai konsep layanan nasabah dengan tujuan untuk mempertahankan nasabah dan menjangkau nasabah-nasabah yang berpotensi. Dalam mempertahankan nasabahnya, maka bank perlu menjaga citra positif dimata masyarakat. Hal ini diperkuat dengan pendapat dari Kresna (2012) dalam (Atmaja, 2018:50) menjelaskan bahwa jika sebagian perusahaan berniat memanjakan nasabah melalui pelayanan yang diberikan apalagi saat ini nasabah sudah dinilai sebagai raja dan nasabah juga dianggap sebagai bagian dari perusahaan yang selalu dipenuhi kebutuhan dan keinginannya seperti dilayani dengan cepat dan akurat.

Perbankan diharuskan mengenali nasabah yang cenderung memberikan keuntungan dalam jangka panjang. Kotler (2006) dalam (Johannes et al., 2009:35) mengemukakan bahwa bank perlu memahami kondisi nasabah dalam struktur organisasinya, sehingga nasabah dan *stakeholders* adalah kelompok yang harus mendapatkan pelayanan utama bukan menjadi pemilik bisnis. Oleh karena itu, produk bank harus mencakup layanan yang melampaui produk inti yang dihasilkan bank. Dalam artian lain, bahwa konsep produk yang dikembangkan tidak akan berhasil tanpa menyertakan layanan tambahan. Kotler (2006) juga menambahkan mengenai tingkatan produk yang memiliki fitur fungsional dan praktis, dan dirancang untuk memenuhi kebutuhan baik sekarang maupun masa depan. Sedangkan nasabah saat ini lebih mengharapkan layanan yang lebih baik dan cepat dari bank. Nasabah menginginkan pelayanan yang memuaskan dan efisien, sehingga mereka merasa dihargai dan tidak kesulitan dalam melakukan transaksi keuangan.

Menurut Dexi Triadinda (2022:75) dalam (Sinollah & Masruroh, 2019) nasabah memandang produk dan layanan perbankan bernilai tinggi apabila

menawarkan manfaat dan pengorbanan yang berkualitas dengan biaya yang seminimal mungkin. Hal tersebut mampu mempengaruhi kepuasan nasabah melalui kualitas produk dan layanan jasa perbankan. Selain itu, kualitas pelayanan harus baik untuk menyediakan fasilitas yang diperlukan dan menanggapi permintaan nasabah secara tepat waktu terutama pada nasabah *priority banking*. Karena kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah merupakan faktor utama dalam menilai pengaruh yang diterima oleh kepuasan nasabah. *Priority Banking* sendiri menurut Dita Ayu Fadilla (2019:32) merupakan pihak yang memiliki keistimewaan atau diprioritaskan dalam menggunakan jasa bank, dengan menjadi nasabah prioritas dalam sebuah bank memberikan kemudahan, kenyamanan serta kepuasan dalam pelayanan yang lebih cepat. *Priority Banking* juga disebut sebagai perseorangan yang memenuhi kriteria atau persyaratan yang telah ditetapkan oleh bank untuk dapat memperoleh keistimewaan tertentu dibandingkan dengan nasabah pada umumnya.

Pada dasarnya pelayanan yang memuaskan yang ditawarkan kepada pelanggan harus dapat melayani dengan baik dan memenuhi kebutuhan pelanggan. Berbeda dengan layanan nasabah *priority banking*, pelanggan mendapatkan layanan istimewa dengan menawarkan layanan tambahan dari layanan perbankan. Tujuan penambahan customer service adalah untuk memudahkan transaksi, karena nasabah bank pilihan tidak perlu takut antre untuk bertransaksi karena memiliki loket tersendiri untuk mempercepat dan mempermudah proses transaksi. Farhaini (2017:25) dalam (Rianto Al Arif, 2010:191-192) juga menjelaskan bahwa nasabah yang mendapatkan layanan nasabah prioritas perbankan dari bank menginginkan pelayanan yang sederhana atau kemudahan dalam bertransaksi yang melebihi apa yang diterima nasabah lain, baik berupa pelayanan yang cepat atau lebih mudah prosedurnya.

Kepuasan pelanggan menentukan tingkat kenyamanan yang mereka rasakan saat menggunakan layanan. Menurut pernyataan Kotler (2013: 138) dalam (Ananda, 2018:31) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang dirasakan seseorang ketika membandingkan keefektifan (atau hasil) suatu produk dengan harapan setelah digunakan. Pada saat yang sama, kepuasan pelanggan menghasilkan loyalitas pelanggan karena layanan profesional yang baik. Selain itu,

loyalitas dapat diukur dengan beberapa cara: kepercayaan, pembelian berulang, retensi pelanggan, rujukan, keterikatan emosional, dan biaya peralihan pelanggan melalui pembelian berulang. Pelanggan setia adalah pelanggan yang sangat puas dengan produk atau layanan tertentu dan karena itu berusaha untuk memperkenalkannya kepada semua orang yang mereka kenal, seperti yang dikatakan Ananda (2018:39) dalam (Griffin, 2013:38). Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Anindita Imam Basri (2019:11) terhadap 200 pelanggan bank pengguna E-Banking di kota Yogyakarta menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memiliki efek positif terhadap loyalitas pelanggan.

Dalam Islam, memberikan layanan yang baik juga dianjurkan, seperti yang disebutkan dalam Al-Qur'an dalam surat Al-Imran ayat 159, yang berbunyi :

قَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۗ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۚ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

fa bimaa rohmatim minallohi lingta lahum, walau kungta fazhzhon gholiizhol-qolbi langfadhdhuu min haulika fa'fu 'an-hum wastaghfir lahum wa syaawir-hum fil-amr, fa izaa 'azamta fa tawakkal 'alalloh, innalloha yuhibbul-mutawakkiliin

Artinya :

“Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampun untuk mereka, dan bermusyawaralah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakkal.”

Pelayanan yang baik menghasilkan kepuasan pelanggan, yang menghasilkan loyalitas pelanggan. Terciptanya kepuasan nasabah inilah membentuk hubungan yang harmonis antara bank sebagai penyedia jasa dengan nasabahnya. Dengan demikian, kepuasan terhadap pelayanan menjadi tolak ukur dalam menciptakan serta menumbuhkan kepuasan pelanggan.

PT Bank Syariah Indonesia Tbk. sebagai perusahaan dalam bidang pelayanan jasa keuangan, mengusung visi menjadi “*Top 10 Global Islamic Bank*”.

Untuk mewujudkan visi tersebut Bank Syariah Indonesia memiliki salah satu produk perbankan yang ditawarkan kepada nasabah yaitu BSI Prioritas. Produk ini merupakan layanan istimewa dengan fasilitas eksklusif bagi nasabah BSI yang memiliki dana perseorangan minimal Rp. 500 juta sampai dengan 5 Miliar. BSI Prioritas pula memiliki 5 konsep dasar layanan, yaitu : *Wealth Creation, Wealth Accumulation, Wealth Protection, Wealth Distribution* dan *Wealth Purification*. BSI Prioritas menawarkan berbagai produk perbankan, investasi, dan perlindungan yang berbasis Syariah. BSI Prioritas menyediakan produk Investasi berupa Reksa Dana dan Sukuk serta bekerja sama dengan perusahaan proteksi yang kredibel dan terpercaya. BSI Prioritas memberikan layanan finansial, sosial dan spiritual didukung dengan *relationship manager* juga mendapatkan fasilitas eksklusif yang dapat memberikan pengalaman berbeda dalam hal finansial, sosial dan spiritual. Selain itu penggunaan teknologi yang handal sehingga memudahkan dalam bertransaksi (BSI, 2023).

Sebagai sarana untuk menganalisis secara singkat jumlah nasabah prioritas yang ada di Bank Syariah Indonesia KC. Gresik Kartini, penelitian ini memerlukan data tentang jumlah nasabah prioritas yang ada; jumlah nasabah prioritas yang ada di Bank Syariah Indonesia KC. Gresik Kartini adalah 262 nasabah (Marisa, 2023). Hal ini dapat digunakan sebagai acuan untuk penelitian kuantitatif peneliti.

Layanan prioritas yang ada di BSI merupakan salah satu cara yang dilakukan sebagai bentuk dari strategi marketing untuk menarik nasabah demi menciptakan kepuasan dan loyalitas nasabah. Selain itu, layanan utama Bank Syariah Indonesia bertujuan untuk memberikan pengalaman baru kepada nasabah sebagai prioritas. Selain memiliki 5 konsep dasar layanan, BSI Prioritas juga memiliki layanan prioritas yang terdiri dari *Relationship Manager, Outlet BSI Prioritas, Exclusive Event, Consolidate Statement (Customer Portfolio Management), Safe Deposit Box (SDB), Meeting Room, Airport Executive Lounge, Overseas Education Assistance, Konsultasi Perencanaan Keuangan Syariah, dan Konsultasi ZISWAF & Waris*. Hal ini terbukti dengan BSI pada bulan Februari 2023 telah meresmikan outlet prioritas yang ke-10 bagi nasabah yang memiliki aset mulai dari Rp. 500 juta (Bank Syariah Indonesia, 2023). Layanan ini diberikan oleh BSI sebagai bentuk komitmennya untuk terus meningkatkan layanan bagi setiap

nasabahnya. Terlebih lagi BSI telah mendapatkan dana kelolaan layanan khusus nasabah prioritas sudah mencapai lebih dari Rp. 50 triliun yang berasal dari penghimpunan dana 40.000 nasabah. Outlet Prioritas ini sudah tersebar di berbagai kota antara lain Aceh, Padang, Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Solo, Semarang dan Makassar (Layanan Prioritas BSI, 2023).

Penelitian—Penelitian ini berfokus pada pengaruh layanan prioritas terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, meskipun penelitian sebelumnya menemukan bahwa banyak faktor mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, permasalahan utama dari penelitian ini adalah bagaimana layanan utama mempengaruhi kepuasan dan loyalitas nasabah pada perusahaan jasa keuangan yaitu Bank Syariah Indonesia KC. Kartini Gresik. Adapun jika merujuk pada prinsip Islam yang terdapat pada QS. Al-Qasas ayat 77 yang memerintahkan untuk berbuat adil dengan melakukan kebaikan serta tidak melakukan keburukan dengan sesama makhluk, hal ini terdapat kesenjangan antara perlakuan yang harus dilakukan kepada nasabah prioritas yaitu dengan memberikan layanan yang berbeda dibandingkan dengan nasabah pada umumnya

Berdasarkan uraian di atas, peneliti ingin melakukan peneelitan lebih lanjut untuk mengetahui bagaimana pelayanan prioritas memengaruhi kepuasan pelanggan dan kesetiaan pelanggan di PT Bank Syariah Indonesia KC. Sehingga, penelitian ini berjudul "**Pengaruh Layanan Prioritas Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Prioritas pada Bank Syariah Indonesia KC. Gresik Kartini**".

1.2 Rumusan Masalah

Dengan mempertimbangkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, masalah penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah layanan prioritas (X) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah prioritas (Y₁) pada Bank Syariah Indonesia KC. Gresik Kartini?
2. Apakah layanan prioritas (X) berpengaruh terhadap loyalitas nasabah prioritas (Y₂) pada Bank Syariah Indonesia KC. Gresik Kartini?

3. Apakah kepuasan nasabah prioritas (Y_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah prioritas (Y_2) pada Bank Syariah Indonesia KC. Gresik Kartini?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang disebutkan di atas, peneliti menetapkan tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh layanan prioritas (X) terhadap kepuasan nasabah prioritas (Y_1) pada Bank Syariah Indonesia KC. Gresik Kartini
2. Untuk mengetahui pengaruh layanan prioritas (X_1) terhadap loyalitas nasabah prioritas (Y_2) pada Bank Syariah Indonesia KC. Gresik Kartini
3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan nasabah prioritas (Y_1) terhadap loyalitas nasabah prioritas (Y_2) pada Bank Syariah Indonesia KC. Gresik Kartini

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian, penelitian ini memiliki beberapa keuntungan, antara lain:

1. Bagi Akademik :
Sebagai kontribusi inspirasi atau referensi untuk mengembangkan dan memperluas informasi mengenai pengaruh layanan prioritas terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah prioritas.
2. Bagi Peneliti
Menambah wawasan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan mengenai layanan prioritas terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah prioritas, baik dari segi implementasi maupun perkembangannya.
3. Bagi Mahasiswa
Memberikan manfaat untuk memperluas informasi dan wawasan mengenai gambaran yang ditulis peneliti sebagai pembanding dalam penelitian selanjutnya.

1.5 Batasan Penelitian

Pengaruh layanan prioritas terhadap kepuasan dan kesetiaan nasabah prioritas pada Bank Syariah Indonesia KC. Gresik Katini adalah satu-satunya masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini karena keterbatasan waktu dan pengetahuan peneliti.

