

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

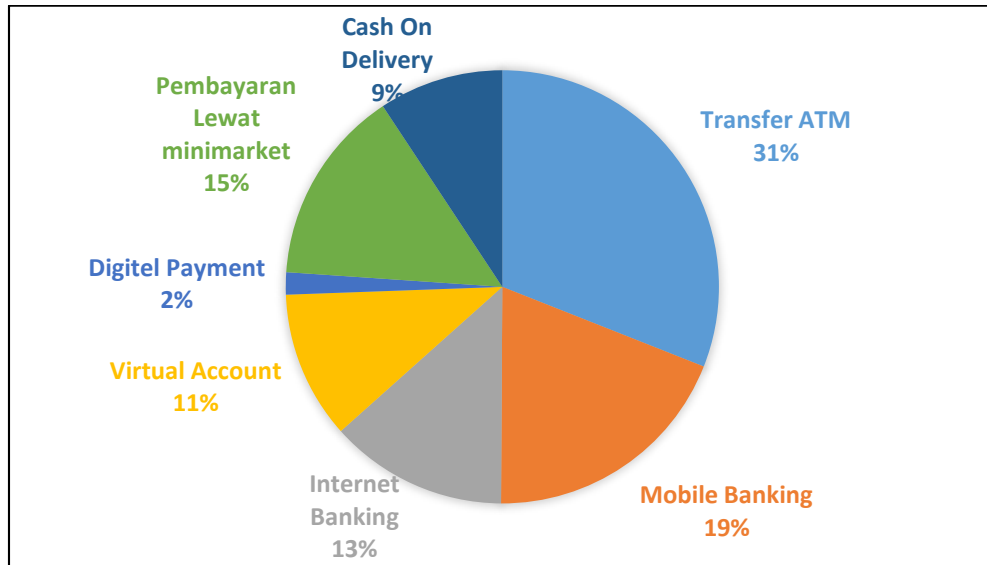
### **1.1 Latar Belakang**

Undang-undang nomor 10 tahun 1998, bank disebutkan sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat. Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasar prinsip syariah atau prinsip hukum islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) seperti prinsip keadilan dan keseimbangan, kemaslahatan, dan universalisme, serta tidak mengandung unsur gharar, riba, zalim, dan obyek lain yang haram. Sementara, fungsi perbankan syariah adalah melakukan penghimpunan dan penyaluran dana masyarakat, serta melakukan fungsi sosial dalam bentuk lembaga baitul maal dan juga dalam bentuk lembaga keuangan syariah penerima wakaf uang.

Perkembangan dunia bisnis di Indonesia semakin berkembang pesat khususnya dalam industri perbankan. Persaingan yang sangat ketat dipengaruhi oleh jumlah bank yang semakin bertambah. Menurut Franedy (2019), “Jumlah bank di Indonesia memang terlalu banyak bila dibandingkan negara-negara di kawasan Asia Tenggara”. “OJK juga mencatat sampai akhir Desember 2018, ada 115 bank di Indonesia”. Bank-bank tersebut saling berlomba mencari dan mempertahankan nasabahnya agar dapat bertahan dalam persaingan dunia bisnis perbankan. Bank-bank juga berlomba dalam memberikan dan memenuhi

kebutuhan para nasabahnya hal itu dilakukan tidak lain agar nasabahnya merasa puas dan nantinya nasabah tersebut menjadi nasabah yang loyal.

*E-commerce* di Indonesia semakin tahun semakin berkembang sejalan dengan berkembangnya teknologi. Menurut Rahayu dan Kumairoh (2019), “riset terbaru Google dan termasuk dalam laporan e-Conomy SEA 2018 menunjukkan bahwa ekonomi digital Indonesia tahun ini mencapai US\$27 miliar atau sekitar Rp391 triliun dan menjadikan Indonesia berada di peringkat pertama untuk kawasan Asia Tenggara dalam transaksi ekonomi digital dengan kontribusi sebesar 49 persen”. Bisnis online yang saat ini digemari generasi milenial juga tak bisa lepas dari campur tangan pihak bank dalam proses bisnis mereka. Peranan bank bagi bisnis online adalah dalam penyaluran dana dari produsen ke konsumen atau dari penjual ke pembeli. Penyaluran dana tersebut bisa melalui transfer bank di ATM, *mobile banking*, *internet banking* atau SMS *banking*. Bank sangat mempermudah proses pembayaran antara pelaku bisnis dengan konsumen tanpa terbatas dan terhalang jarak dan waktu. Hal itulah yang membuat bank sangat berperan penting dalam kelancaran bisnis online di Indonesia yang saat ini sedang naik daun. Survei yang dilakukan oleh Katadata Insight Center (KIC) terhadap 20 ribu responden di 34 provinsi di Indonesia selama Festival Belanja Online 27 Agustus - 9 September 2018 mengenai cara pembayaran *e-commerce* di Indonesia, adalah sebagai berikut:



**Gambar 1.1 Pembayaran E-Commerce di Indonesia**  
**Sumber: Katadata Insight Center, 2018**

Gambar 1.1 menjelaskan berbagai cara yang dilakukan responden dalam melakukan pembayaran *e-commerce* di Indonesia. Pembayaran melalui transfer ATM menempati urutan pertama sebesar 31%, *mobile banking* 19%, *internet banking* 13%, *virtual account* 11%, *digital payment* 2%, pembayaran lewat minimarket 15%, dan *cash on delivery* 9%.

Data diatas menunjukkan bahwa pembayaran melalui transfer bank masih menjadi pilihan utama para konsumen dalam melakukan pembayaran *e-commerce* di Indonesia. Hal tersebut bisa terjadi karena pemilik kartu debit yang masih mendominasi di Indonesia sehingga konsumen lebih cenderung melakukan pembayaran melalui transfer bank di ATM.

BNI Syariah meraih penghargaan sebagai *The Best Islamic Finance Commercial Bank In Indonesia* tahun 2018 dalam acara *12<sup>th</sup> Annual Best Financial Institution Award* dan *8<sup>th</sup> Annual Corporate Awards 2018*. BNI Syariah juga mendapatkan prestasi dalam ajang *Satisfaction Loyalty*

*Engagement Awards* di tahun 2019 yang diadakan oleh majalah infobank dan MRI sebagai peringkat II Loyalty Bank Umum Syariah.



**Gambar 1.2 Sertifikat Peringkat II Loyalty SLE Awards 2019 Infobank**  
**Sumber: [www.bnisyariah.co.id](http://www.bnisyariah.co.id), 2019**

Menurut Fadilah (2019) menyebutkan “BNI Syariah masuk dalam lima bank syariah terbaik di Indonesia tahun 2019”. Lima bank tersebut adalah Bank Syariah Mandiri, Bank Muamalat Indonesia, Bank BRI Syariah, Bank Mega Syariah, dan tentunya Bank BNI Syariah. Dengan begitu banyaknya nasabah tentu juga berarti banyak pula masalah yang harus siap dihadapi oleh pihak bank. Bank harus mampu menyelesaikan berbagai keluhan dan masalah dari nasabahnya. Hal tersebut harus dilakukan agar nasabah merasa puas dan tidak kecewa atas pelayanan pihak bank. Nasabah yang kecewa atas pelayanan pihak bank sangat mempengaruhi citra bank dan juga nasabah tersebut bisa berpindah bank karena merasa kecewa atas pelayanan bank yang tidak memuaskan. Masalah yang sering terjadi dan dialami nasabah biasanya berkaitan dengan masalah sistem dan jaringan bank yang menghambat proses transfer, dan sebagainya. Berbagai keluhan dan masalah yang dihadapi nasabah bank meliputi: layanan transfer antar bank yang terganggu, nasabah yang menjadi

korban *skimming* (pembobolan ATM nasabah dengan mencuri data nasabah di kartu ATM dengan membuat salinan kartu ATM), dan masih banyak keluhan lain yang dikeluhkan oleh nasabah.

Rosita dan Indrawijaya (2015) mengatakan *complaint handling* nasabah bank saat ini menjadi salah satu kunci utama suatu bank untuk terus berkembang, karena apabila nasabah merasa tidak mendapatkan layanan yang baik saat menyampaikan keluhan maka nasabah akan berpindah ke bank lain. Para nasabah pun tidak mau mengalami kerugian dari masalah dan keluhan yang mereka alami. Disinilah peran pihak bank sangat dibutuhkan nasabah dalam memberikan pelayanan dan solusi terbaik kepada nasabahnya agar nasabah tidak kecewa. Keluhan mengenai pembobolan kartu ATM yang sering dialami nasabah saat ini sudah teratasi dengan adanya kebijakan penggantian kartu ATM yang menggunakan pita magnetik menjadi kartu berteknologi chip yang diklaim bank lebih aman dari kejahatan *skimming*. Kebijakan tersebut merupakan langkah tepat agar nasabah betah dan akan tetap menggunakan jasa bank dalam melakukan transaksi sehari-hari.

*Complaint handling* dari nasabah memang harus segera diselesaikan atau dicari solusinya. Cholil dan Soenarno (2014) menyebutkan bahwa keluhan yang tidak terselesaikan dalam waktu yang secepat-cepatnya bukan hanya akan melumpuhkan tetapi akan membunuh bisnis yang sedang dijalani. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa *complaint handling* merupakan upaya mencari solusi atas permasalahan atau keluhan nasabah. *Complaint handling* tersebut harus segera dilakukan agar nasabah tidak merasa kecewa dan tetap menjadi nasabah yang loyal.

Sutanto dan Umam (2013) mendefinisikan nilai nasabah total (*total customer value*) adalah sebundel manfaat yang diharapkan nasabah dari barang atau jasa tertentu. Jadi, nilai nasabah adalah suatu harapan nasabah atas pelayanan dari bank yang diberikan kepadanya. Selain variabel penanganan keluhan, nilai nasabah juga berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. Nisazizah dan Sudaryanto (2018), menyebutkan nilai nasabah berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah. Kurniawan dan Shihab (2015), juga menyebutkan nilai nasabah berpengaruh positif dan signifikan secara individual terhadap loyalitas nasabah. Namun, berbeda dengan Irawan dan Rachma (2017), menyebutkan nilai nasabah tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Perbedaan penelitian diatas juga menjadi urgensi penelitian ini untuk diteliti kembali.

Sangadji dan Sopiah (2013) mengatakan, kepuasan atau ketidakpuasan adalah perasaan senang/kecewa konsumen yang berasal dari perbandingan antara kesan konsumen terhadap kinerja produk yang riil/aktual dengan kinerja produk yang diharapkan. Nasabah akan merasa puas atau senang jika kinerja bank sesuai dengan apa yang diharapkan. Sebaliknya, jika kinerja bank tidak sesuai dengan harapan nasabah maka nasabah akan merasa kecewa serta yang lebih parah adalah berhenti menjadi nasabah bank dan berpindah ke bank lain. Jika hal tersebut terjadi maka bank akan rugi besar karena telah kehilangan nasabah dimana nasabah merupakan kunci bisnis yang mampu menjaga bank dapat bertahan dalam persaingan dunia bisnis.

Sumarwan (2014) menyebutkan loyalitas merek dibagi dalam beberapa kategori berikut; loyalitas tak terbagi (*undivided loyalty*), kadang-kadang

mengganti (*occasional switch*), loyalitas mengganti (*switch loyalty*), loyalitas terbagi (*divided loyalty*), dan merek tidak berbeda (*brand indifference*). Loyalitas pada nasabah bank termasuk dalam loyalitas terbagi (*divided loyalty*) karena beberapa nasabah biasanya memiliki rekening di beberapa bank. Hal tersebut bisa terjadi karena tuntutan dari tempat kerja, sekolah, atau kampus yang mengharuskan nasabah memiliki rekening di suatu bank tertentu.

Kunci untuk menghasilkan kesetiaan pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi (Razak, dkk. 2018). Maka dari itu loyalitas nasabah merupakan aset penting dan harus dipertahankan. Nasabah yang loyal akan selalu menyebarkan informasi yang baik mengenai produk dan layanan bank yang telah ia rasakan kepada teman, keluarga, dan kerabatnya. Mengingat pentingnya hal tersebut bank harus selalu siaga untuk melayani seluruh nasabahnya. Kepuasan dan loyalitas nasabah dipengaruhi oleh banyak variabel. Namun, variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah *complaint handling* dan nilai nasabah.

Berdasarkan uraian di atas penelitian ini mengambil judul, **“PENGARUH *COMPLAINT HANDLING* DAN NILAI NASABAH TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH PADA NASABAH BANK BNI SYARIAH CABANG PASURUAN”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, dan pembatasan masalah tersebut di atas, maka penelitian ini dapat peneliti rumuskan sebagai berikut :

1. Apakah *complaint handling* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?

2. Apakah nilai nasabah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?
3. Apakah *complaint handling* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah?
4. Apakah nilai nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah?
5. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan *complaint handling* terhadap kepuasan nasabah
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah
3. Untuk mengetahui dan menjelaskan *complaint handling* terhadap loyalitas nasabah
4. Untuk mengetahui dan menjelaskan nilai nasabah terhadap loyalitas nasabah
5. Untuk mengetahui dan menjelaskan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### 1.4.1 Manfaat Teoritis

##### a. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberi referensi serta menambah pengetahuan dan juga dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya.



#### 1.4.2 Manfaat Praktis

##### a. Bagi Manajemen Bank

Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk dijadikan sebagai informasi dan bahan masukan dalam pengambilan keputusan khususnya dalam *complaint handling* nasabah untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah.