

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia telah menjadi tolak ukur keberhasilan eksistensi ekonomi Syariah. Langkah strategis pengembangan Perbankan Syariah yang diupayakan adalah pemberian izin kepada Bank umum konvensional untuk membuka kantor cabang Unit Usaha Syariah (UUS) atau konversi sebuah Bank konvensional menjadi Bank Syariah. Langkah strategis ini merupakan respon dan inisiatif sejak diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, UU No. 23 tahun 1999 dan No.9 tahun 2004 tentang Bank Indonesia, perkembangan sistem keuangan Syariah semakin kuat dengan ditetapkannya dasar-dasar hukum operasionalnya dan memberikan peluang lebih besar bagi pengembangan Bank Syariah. (Anshori, 2010)

Dunia Perbankan Syariah saat ini mengalami perkembangan dan peningkatan yang luar biasa dan signifikan. Hal tersebut dapat kita lihat dari jumlah pertumbuhannya sampai akhir tahun 2016, Pertumbuhan Perbankan Syariah pada akhir tahun 2016 di Indonesia mencapai angka 19,67 persen dan pangsa pasar Perbankan Syariah yang mencapai angka 5,12 persen, angka tersebut adalah angka tertinggi untuk Perbankan Syariah selama sejarahnya berdirinya Perbankan Syariah di Indonesia. Bank Syariah Mandiri sendiri adalah Bank yang berbentuk BUMN dan merupakan Bank yang menerapkan sistem Syariah Islam dalam operasionalnya. Bank Syariah Mandiri didirikan pada tahun 1999 dan merupakan anak perusahaan dari Bank Mandiri dengan mayoritas saham hingga 99% dimiliki oleh PT. Bank Mandiri. Bank Syariah Mandiri merupakan Bank Syariah terbesar yang ada di Indonesia dengan total aset mencapai 83,1 Triliun pada April tahun 2017 (Republika, 2017).

Data yang dirilis oleh Bank Syariah Mandiri sampai dengan Desember 2018 aset perusahaan mencapai Rp98,34 triliun dengan pembiayaan Rp67,75 triliun dan dana pihak ketiga sebesar Rp87,47 triliun. Pencapaian ini diperoleh dari penerapan strategi yang efektif yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri. Selain itu, Mandiri Syariah menempati posisi sebagai 15 besar bank nasional dari

sisi aset dengan pertumbuhan aset yang mencapai 11,86%. Saat ini Mandiri Syariah memiliki ekuitas sebesar Rp8,04 triliun dengan total aset Rp98,34 triliun. Saat ini Mandiri Syariah masuk ke kategori Bank BUKU III, bahkan saat ini Mandiri Syariah bersiap naik ke BUKU IV. Untuk mengejar target tersebut, salah satu upaya yang akan dilakukan adalah dengan meningkatkan produktivitas melalui beberapa inisiatif strategis yang sudah ditetapkan. Saat ini, dengan total cabang sekitar 765 cabang di seluruh Indonesia, Mandiri Syariah memiliki 8 ribu lebih karyawan yang akan didorong untuk terus dapat meningkatkan produktivitas bank.

Mandiri Syariah senantiasa menjaga kecukupan modal Bank untuk dapat memenuhi risiko kredit, risiko pasar dan risiko operasional yang tercermin dari Rasio Kecukupan Modal (Capital Adequacy Ratio-CAR). Pada tahun 2018, Rasio Kecukupan Modal Bank mencapai 16,26%, mengalami peningkatan 0,36% jika dibandingkan dengan Rasio Kecukupan Modal tahun 2017 sebesar 15,89%. Sesuai dengan peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 21/POJK.03/2014, Rasio Kecukupan Modal minimum dikaitkan dengan profil risiko Bank yang ditetapkan OJK adalah sebesar 9,99%. Dengan rasio kecukupan Mandiri Syariah berada pada tingkat 16,26%, struktur permodalan Bank memiliki kapabilitas untuk mengimbangi risiko pasar, risiko kredit dan risiko operasional dimana rasio tersebut lebih tinggi dari rasio kecukupan minimum OJK dan struktur modal Bank sudah memenuhi Peraturan OJK. (Annual Report , 2018)

jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangibles* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu". Produksi jasa bisa saja berhubungan dengan produk fisik ataupun tidak. dalam strategi pemasaran harus diamati dengan baik, karena pengertiannya sangat berbeda dengan produk berupa barang. Kondisi dan cepat lambatnya pertumbuhan jasa akan sangat tergantung pada penilaian pelanggan terhadap kinerja (penampilan) yang ditawarkan oleh pihak produsen. Jasa berbeda dengan barang, jika barang merupakan suatu objek, alat, atau usaha maka jasa adalah suatu perbuatan, kinerja (*performance*) atau usaha. Bila barang dapat dimiliki, maka jasa hanya dapat

dikonsumsi tetapi tidak dapat dimiliki. Jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, dicium, atau didengar sebelum dibeli. Zeithaml (2009) mengatakan bahwa hal terpenting yang harus dipikirkan adalah tentang persepsi yang selalu dianggap relatif pada harapan karena harapan itu dinamis, tentang penilaian terhadap perusahaan dapat berubah sewaktu-waktu, dari konsumen ke konsumen ataupun dari budaya ke budaya. Apa yang dianggap kualitas layanan atau hal-hal yang dapat memuaskan nasabah hari ini mungkin saja akan berbeda di masa yang akan datang (Santoso, 2016).

Persaingan pada jasa layanan Perbankan menyebabkan setiap perusahaan harus selalu berusaha meningkatkan produk dan pelayanan agar keinginan pelanggan dapat terwujud, mutu layanan merupakan prioritas utama dalam jaminan mutu yang memiliki piranti handal mengenai konsumen terhadap perusahaan. Mutu pelayanan merupakan bentuk penilaian nasabah itu sendiri terhadap tingkat layanan yang diterima (*Perceived Services*) dengan tingkat layanan yang di harapkan (*Expected Services*). Sampai saat ini konsep kepuasan nasabah masih menjadi topik utama dalam menjalankan bisnis perusahaan khususnya Perbankan. Hal ini disebabkan karena kepuasan nasabah dapat mempengaruhi kinerja keuangan. Oleh karena itu, tanpa nasabah suatu Bank tidak dapat hidup. Nasabah yang puas adalah nasabah yang merasa mendapatkan *value* yang lebih dibanding biaya yang dikeluarkan. *Value* juga tidak lepas dari kenyamanan. Kenyamanan nasabah akan datang jika pelayanan yang diberikan benar. (Kotler and Armstrong, 2003).

Dalam rangka menarik hati kaum muslimin khususnya dan seluruh masyarakat pada umumnya, Bank Syariah dituntut untuk berkompetisi dengan Bank konvensional dan Bank Syariah yang lainnya. Dalam hal ini kualitas layanan sangat lah penting karena kualitas layanan, termasuk kedalam strategi pemasaran yang harus diperhatikan oleh pihak Bank. Maka dalam rangka mempertahankan loyalitas atau kesetiaan nasabah dalam menggunakan jasa Bank, pihak Bank harus terus menerus meningkatkan kualitas tersebut. Dengan semakin baiknya kualitas layanan, diharapkan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen dalam menjadi nasabah Bank tersebut meskipun

persaingan antar Bank semakin berat. Hal tersebut bertujuan untuk mendapatkan hasil yang baik dan dapat diterima(Satriyanti, 2012).

Kepuasan nasabah adalah ketika perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang di dapatkan,bandingkan dengan harapannya terciptanya kepuasan nasabah dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara Perbankan dan nasabah menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan.Bank juga tidak lepas dari menerima complain masalah yang di hadapi oleh nasabah, misalnya produk baru atau pengembangan teknologi baru yg di pakai oleh Bank ketika nasabah bingung dengan produk baru atau teknologi baru tersebut petugas mampu menjelaskan dengan baik dan benar, sehingga nasabah mampu dipertahankan untuk tidak pindah ke Bank yang lain.penjualan produk baru atau mencari nasabah barupun sangat di perlukan, untuk meningkatkan dan memajukan Bank.namun mempertahankan nasabah yang sudah ada juga bermanfaat, karena akan menghemat biaya dari perusahaan. (Kasmir, 2003).

B. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, maka penulis akan menyusun rumusan masalah dari skripsi ini sebagai berikut:

Bagaimana pengaruh *service quality, personall selling* dan *complain handling* melalui *satisfaction* serta trus terhadap *customer retetion* pada Bank Syariah Mandiri kantor kas Universitas Islam Indonesia ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan malasah yang telah penulis susun diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisa apakah *Service Quality* dan *Personal Selling* berpengaruh terhadap *Customer Retention*

2. Untuk menganalisa apakah *Complain Handling* dan *Satisfaction* berpengaruh terhadap *Customer Retention*
3. Untuk menganalisa apakah *Trust* berpengaruh terhadap *Customer Retention*.

D. Manfaat Penelitian

Dari Hasil penelitian yang akan penulis lakukan diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak diantaranya:

1. Bagi Pihak Akademisi

Dari penelitian ini penulis berharap dapat memberikan sedikit informasi bagi pihak Akademisi khususnya kajian ekonomi islam sebagai bahan rujukan untuk pengembangan keilmuan secara tertulis demi peningkatan pembelajaran di kampus dan khususnya di lingkungan kampus UII dan lebih khususnya.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan evaluasi dan pertimbangan bagi Bank Syariah Mandiri untuk meningkatkan kedekatan/intimasi kepada nasabah dan juga memperhatikan keluhan kesah, sehingga akan memajukan Bank Syariah Mandiri. dengan begitu diharapkan dapat meningkatkan loyalitas dari nasabah untuk dapat terus menabung dan membeli produk-produk dari Bank Syariah mandiri yang di sediakan.

3. Bagi Mahasiswa/ Praktisi

Dari Hasil penelitian yang penulis lakukan, penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat dan dapat digunakan sebagai sedikit bahan acuan dalam kajian pengembangan jurusan Ekonomi Islam khususnya di lingkungan kampus Universitas Islam Indonesia khususnya yang berkaitan dengan loyalitas nasabah. dan penulis berharap hasil dari penelitian ini dapat dijadikan acuan dan refrensi bagi mereka yang ini melaukan penelitian yang lebih mendalam ini.

E. Sistematika Pembahasan

Secara garis besar skripsi ini terdiri dari 5 bab dengan beberapa bagian terdiri dari sub bab, agar mendapatkan gambaran dan arah yang jelas mengenai tema yang akan di jelaskan komponen kelima bab tersebut,, berikut ini akan disajikan sistematika pembahasannya secara lengkap.

BAB I : Pendahuluan

Pada bab ini membahas latar belakang masalah penelitian yang akan di lakukan,yaitu gambaran mengenai *service quality, personall selling, complain handling*, melalui *satisfaction* serta *trust* terhadap *customer retention*.Kedua, perumusan masalah yang berkaitan dengan pokok permasalahan yang ingin dikaji atau diteliti. Ketiga, tujuan penelitian yaitu tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini berdasarkan rumusan penelitian. Keempat, manfaat penelitian, Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak. Kelima, Telaah pustaka ini diperoleh dari penelitian-penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu baik berupa skripsi, tesis, riset, jurnal, dan buku. Memang sudah banyak yang telah membahas mengenai perilaku konsumen dan pengambilan keputusan dari berbagai aspek. Keenam, Sistematika pembahasan yaitu arah dan gambaran yang jelas mengenai hal yang tertulis.

BAB II :

Landasan Teori

Dalam bab ini penulis akan menguraikan mengenai teori-teori yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti seperti *Service Quality, Personal Selling* dan *Complain Handling, Satisfaction* Serta *Trust* terhadap *Customer Retention*.Pertama pengetahuan meliputi pengertian dan pengetahuan tentang *service quality* dari hal tersebut agar terdapat sumber pengetahuan hubungan antara variabel yakni *customer retention.er Retention*. Kedua, *Service Quality, Personal Selling, Complain Handling, Satisfaction, Trust* variabel-variabel dalam mempelajari *Customer Retention* (dalam membeli ulang produk.)

BAB II:Metode Penelitian

Dalam bab ini akan berisi ruang lingkup dalam penelitian,penjelasan mengenai mekanisme dan cara penelitian yang akan dilakukan dari mulai tahap awal hingga pengambilan kesimpulan serta pengolahan data untuk menentukan hasil dari penelitian.

BAB IV : Analisis dan Pembahasan

Pada bab ini penulis akan di bahas secara rinci tentang proses analisis secara menyeluruh atas penelitian yang akan dilakukan, hasil statistik yang diinterpretasikan dan pembahasan dikaji secara mendalam hingga tercapai hasil analisis dan penelitian.

BAB V : Kesimpulan dan Saran

Pada bab V ini akan berisi penutupan yaitu membahas kesimpulan dari penelitian yang merupakan jawaban dari perumusan masalah yang telah ditentukan dalam penelitian. Selain itu juga berisi saran pribadi dari penulis yang berhubungan dengan obyek dan tujuan penelitian serta analisis yang telah dilakukan.

