

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Bisnis perbankan merupakan bisnis jasa yang berdasarkan asas kepercayaan sehingga masalah kualitas jasa menjadi faktor yang sangat penting untuk menentukan keberhasilan bisnis ini<sup>1</sup>. Yang dimaksud dengan kualitas jasa adalah bagaimana tanggapan konsumen terhadap jasa yang dikonsumsi atau yang dirasakannya<sup>2</sup>.

Kualitas jasa harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas jasa<sup>3</sup>. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi konsumen.

Berbeda dengan produk, penilaian konsumen terhadap kualitas jasa terjadi selama proses penyampaian jasa tersebut. Setiap kontak yang terjadi antara penyedia jasa dengan konsumen merupakan gambaran mengenai suatu “*moment of truth*”, yaitu suatu peluang untuk memuaskan atau tidak memuaskan konsumen<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup>Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012), h. 13.

<sup>2</sup> Farida Jasfar, *Manajemen Jasa: Pendekatan Terpadu*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009), h. 47.

<sup>3</sup> Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra, *Service, Quality & Satisfaction*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2011), h. 180.

<sup>4</sup> Farida Jasfar, *op.cit.*, h. 48.

Bank sebagai lembaga keuangan yang menghasilkan jasa keuangan juga membutuhkan strategi pemasaran untuk memasarkan produknya. Dalam melakukan pemasaran, bank memiliki beberapa sasaran yang hendak dicapai, artinya nilai penting pemasaran bank terletak dari tujuan yang ingin dicapai, seperti dalam hal meningkatkan mutu pelayanan dan menyediakan ragam produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah<sup>5</sup>.

Untuk mencapai tujuan tersebut, dapat dilakukan dengan berbagai cara dan salah satunya adalah dengan memberikan kepuasan kepada nasabah atau pelanggan<sup>6</sup>. Ketika pelanggan merasa terpenuhi harapannya dan merasa puas akan pelayanan yang didapatkan pada saat proses transaksi dan juga puas akan barang atau jasa yang mereka dapatkan, besar kemungkinan mereka akan kembali lagi dan melakukan pembelian-pembelian yang lain dan juga akan merekomendasikan pada teman-teman dan keluarganya tentang perusahaan tersebut dan produk-produknya. Jadi kecil kemungkinan mereka akan berpaling ke pesaing-pesaing perusahaan.

Mempertahankan kepuasan pelanggan dari waktu ke waktu akan membina hubungan yang baik dengan para pelanggan. Hal ini dapat meningkatkan keuntungan perusahaan dalam jangka panjang<sup>7</sup>. Namun demikian, perusahaan harus berhati-hati agar tidak terjebak pada keyakinan

---

<sup>5</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), h. 3.

<sup>6</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), h. 237.

<sup>7</sup> Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), h. 17.

bahwa pelanggan harus dipuaskan tak peduli berapapun biayanya. Tidak semua pelanggan memiliki nilai yang sama bagi perusahaan.

Namun, situasi persaingan yang ketat telah menyebabkan perusahaan-perusahaan sulit untuk meningkatkan jumlah pelanggan. Di pasar yang sudah ada, terlalu banyak produk dengan berbagai keunggulan serta nilai lebih yang ditawarkan oleh para pesaing. Sehingga sulit bagi perusahaan untuk merebut pangsa pasar pesaing. Di pihak lain, untuk memasuki pasar baru memerlukan biaya yang cukup besar. Penelitian menunjukkan bahwa biaya yang dibutuhkan untuk mendapatkan pelanggan baru 6 kali lebih besar dari biaya untuk mempertahankan pelanggan<sup>8</sup>.

Kesetiaan pelanggan akan menjadi kunci sukses, tidak hanya dalam jangka pendek tetapi keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Hal ini karena kesetiaan pelanggan memiliki nilai strategik bagi perusahaan<sup>9</sup>. Menciptakan loyalitas pelanggan untuk menggunakan sebuah jasa membutuhkan konsistensi perusahaan dalam menjaga standar mutu dan kualitas jasa yang diberikan kepada pelanggan/nasabah.

Dalam melakukan riset tentang loyalitas pelanggan, ada standar-standar atau ukuran-ukuran yang dipakai yang dapat mewakili kepuasan pelanggan terhadap suatu produk dan jasa. Salah satu pendekatan kualitas jasa yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran yaitu model SERVQUAL (*Service Quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithmal dan Berry

---

<sup>8</sup> Tatik Suryani, *Prilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), h. 146.

<sup>9</sup>*Ibid.*

dalam serangkaian penelitian mereka<sup>10</sup>. *Servqual* adalah salah satu konsep layanan perusahaan yang dapat diandalkan untuk bertahan ditengah persaingan yang semakin ketat. *servqual* terdiri dari lima dimensi, yaitu *reliability*, *assurance*, *tangible*, *empathy* dan *responsiveness*. Jika kelima dimensi tersebut terpenuhi, maka pelanggan akan merasa puas.

Sebagai salah satu bank yang berada di dalam industri perbankan, Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru juga menyadari bahwa nilai keunikan dari produk dan layanan yang mereka tawarkan penting untuk membangun citra dalam benak nasabah. Layanan ATM (*Authomatic Teller Machine*), ATM setor tunai, SMS Banking, Phone Banking, Mesin EDC (*Elektronik Data Capture*), dan Mobile Banking merupakan bagian dari layanan e-banking yang ditawarkan oleh Bank Riau Kepri Cabang syariah Pekanbaru untuk menyampaikan nilai lebih dari produk simpanan tabungan nasabahnya<sup>11</sup>.

Sedangkan untuk aktivasi layanan e-banking ini akan dijelaskan oleh *customer service* kepada nasabah saat pembukaan rekening pertama mereka dengan syarat dan ketentuan sebagai berikut: memiliki rekening di Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru, Melakukan aktivasi di *customer service* untuk mendapatkan fasilitas transaksional dengan mengisi dan

---

<sup>10</sup> Rambat Lupiyoadi, A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), h. 181.

<sup>11</sup> Mukhlis Yuzti Perdana, Customer Service PT. Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru, *Wawancara*, Pekanbaru, 22 Mei 2014.

menandatangani form aktivasi yang bermaterai, serta menyetujui syarat dan ketentuan e-banking Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru<sup>12</sup>.

Manfaat menarik yang didapat dari keunikan layanan e-banking ini diantaranya adalah kemudahan dalam melakukan berbagai macam transaksi tanpa harus menggunakan bantuan *teller*, seperti transfer antar rekening/bank, pembayaran tagihan (pembayaran tagihan telepon rumah/handphone, tagihan listrik, dan pembayaran asuransi), isi ulang pulsa, bahkan untuk mengetahui saldo di rekening pun bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja<sup>13</sup>.

Dengan berbagai manfaat yang menarik dari layanan e-banking ini, Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru berharap kinerja penjualan layanan ini dapat meningkat. Dalam meningkatkan pelayanan terhadap nasabah diperlukan perbaikan yang tiada henti baik dari segi produk maupun kualitas pelayanannya. Selanjutnya tingkat loyalitas nasabah dapat dilihat dari besarnya jumlah nasabah yang menggunakan jasa perbankan, khususnya layanan elektronik banking. Untuk mengetahui perkembangan jumlah nasabah dan pengguna layanan elektronik banking dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel I.1**

---

<sup>12</sup>*Ibid.*

<sup>13</sup>Mustika Puspa Rani, Customer Service PT. Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru, *Wawancara*, Pekanbaru, 22 Mei 2014.

### Perkembangan Jumlah Nasabah dan Pengguna Layanan E-Banking

Tahun	Jumlah Nasabah	Pengguna E-Banking
2011	49.912	734
2012	58.463	877
2013	67.146	914

*Sumber : PT. Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru, Tahun 2014*

Berdasarkan data di atas dapat dijelaskan bahwa secara kuantitatif jumlah nasabah dan pengguna layanan e-banking selalu mengalami peningkatan. Hal ini membuktikan bahwa layanan e-banking sangat diminati oleh nasabah yang mengerti akan perkembangan teknologi dan informasi<sup>14</sup>.

Walaupun selalu mengalami peningkatan dan perkembangan yang pesat, terdapat keluhan tentang layanan ini setelah nasabah menggunakan dan mengaktifkan layanan tersebut. Seperti, kegagalan dalam penarikan uang tunai pada ATM Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru, sebagaimana hasil wawancara penulis dengan seorang nasabah yang menyatakan bahwa ia pernah melakukan penarikan uang tunai pada ATM bankriaukepri tetapi uang tidak keluar sama sekali, namun rekeningnya terdebit.<sup>15</sup> Disamping itu, munculnya layanan serupa yang ditawarkan oleh perusahaan perbankan lainnya membuat nasabah membandingkan layanan e-banking pada Bank

---

<sup>14</sup>Mukhlis Yuzti Perdana, Customer Service PT. Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru, *Wawancara*, Pekanbaru, 22 Mei 2014.

<sup>15</sup>Sofiah, Nasabah PT. Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru, *Wawancara*, 10 Juli 2014.

Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru dengan layanan e-banking yang ditawarkan oleh perusahaan perbankan lainnya.

Nasabah yang merasa tidak puas dengan layanan yang diberikan oleh pihak perbankan khususnya layanan e-banking mereka tidak akan segan-segan untuk mempublikasikan ketidakpuasan mereka kepada halayak umum, bila hal ini terjadi maka akan mengganggu citra bank dan mendatangkan kerugian bagi bank yang bersangkutan. Nasabah yang puas akan setia kepada bank dan akan menjadi alat promosi yang efektif. Membina hubungan yang baik dan mempertahankan keberadaan nasabah tersebut, maka bank dituntut untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanan, memahami kebutuhan nasabahnya dan memperhatikan keluhan-keluhan nasabahnya.

Tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan merupakan faktor yang penting dalam mengembangkan suatu sistem penyedia pelayanan yang tanggap terhadap kebutuhan nasabah, meminimalkan biaya dan waktu serta memaksimalkan dampak pelayanan terhadap populasi sasaran. Kepuasan nasabah yang dikaji disini adalah kepuasan nasabah pengguna layanan e-banking pada Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru.

Bedasarkan fenomena dan permasalahan yang sudah diuraikan di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul :  
**“PELAKSANAAN PELAYANAN E-BANKING DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS NASABAH PADA PT. BANK RIAU KEPRI CABANG SYARIAH PEKANBARU MENURUT EKONOMI ISLAM”.**

## **B. Batasan Masalah**

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari topik yang dipersoalkan, maka penulis membatasi pembahasan dalam penelitian ini pada pelaksanaan pelayanan e-banking (ATM, SMS Banking, dan M-Banking) dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada PT. Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru.

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah yang telah ditetapkan dan uraian latar belakang di atas, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan pelayanan e-banking dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada PT. Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru?
2. Bagaimana tanggapan nasabah tentang pelaksanaan pelayanan e-banking pada PT. Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru?
3. Bagaimana tinjauan ekonomi Islam tentang pelaksanaan pelayanan e-banking dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada PT. Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru?

## **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan dan rumusan masalah yang telah ditetapkan, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah:

### **1. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan pelayanan e-banking dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada PT. Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru.
- b. Untuk mengetahui bagaimana tanggapan nasabah tentang pelaksanaan pelayanan e-banking pada PT. Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru.
- c. Untuk mengetahui bagaimana tinjauan ekonomi Islam tentang pelaksanaan pelayanan e-banking dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada PT. Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru.

### **2. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

- a. Sebagai salah satu syarat untuk mendapat gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE.Sy) pada Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Syarif Kasim RIAU.
- b. Memberikan sumbangan pemikiran kepada pihak-pihak yang berkepentingan, terutama bagi manajemen PT. Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru dalam upaya meningkatkan loyalitas nasabahnya.

- c. Untuk menambah referensi dan informasi bagi penelitian berikutnya yang berhubungan dengan masalah yang sama.

## **E. Metode Penelitian**

Sesuai dengan pokok permasalahan, maka metode penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*), metode tersebut diterapkan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

### **1. Lokasi Penelitian**

Dalam melakukan penelitian ini penulis mengambil lokasi di PT. Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru yang terletak di jalan Jendral Sudirman No. 628 Pekanbaru. Adapun alasan penulis memilih lokasi penelitian disini dikarenakan adanya sumber ilmiah yang dapat dijadikan sebagai sumber penelitian dan mendapatkan izin untuk meneliti pada bank tersebut, sehingga diharapkan dapat memberikan data-data yang lebih valid yang berkaitan dengan pelaksanaan layanan e-banking dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada PT. Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru.

### **2. Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek dalam penelitian ini adalah pimpinan, karyawan dan nasabah PT. Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru. Sedangkan objeknya adalah pelaksanaan pelayanan e-banking dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada PT. Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru.

### **3. Populasi dan sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah pimpinan dan karyawan PT. Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru yang berjumlah 66 orang yang terdiri dari 1 orang pimpinan dan 65 karyawan, serta nasabah yang terdaftar sebagai pengguna layanan e-banking pada PT. Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru yang berjumlah 914 orang pada tahun 2013<sup>16</sup>.

Sedangkan jumlah sampelnya dari pihak bank penulis mengambil sebanyak 4 orang yaitu 1 orang pimpinan, 2 orang *customer service* dan 1 orang ULS (Unit Layanan Syariah) dengan menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu<sup>17</sup>. Dari pihak nasabah diambil 10%, yaitu 91 orang dengan menggunakan metode *accidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan<sup>18</sup>.

#### 4. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari penelitian di lapangan, yang sumbernya dari responden, dan hasil wawancara dengan pimpinan perusahaan dan karyawan yang bersangkutan dengan masalah yang diteliti.

---

<sup>16</sup> Ratna Chintia Wahyuni, ULS UTM: Unit Layanan Syariah PT. Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru, Wawancara, Pekanbaru, 22 Mei 2014.

<sup>17</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2010), h. 122.

<sup>18</sup> *Ibid.*

- b. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dari berbagai buku atau data pendukung yang ada kaitannya dengan penelitian yang dilakukan penulis.

## **5. Teknik Pengumpulan Data**

Untuk mendapatkan kualitas data yang valid maka teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah sebagai berikut:

- a. Observasi, yaitu mengamati dan meninjau secara langsung ke lapangan dengan melakukan pencatatan yang sistematis terhadap fenomena-fenomena yang diteliti.
- b. Wawancara, yaitu mengadakan tanya jawab secara langsung dengan nara sumber yang terdiri dari 1 orang pimpinan dan 3 orang karyawan yaitu 2 orang CS (*customer service*) dan 1 orang pelaksana ULS (unit layanan syariah) untuk memperoleh data yang diperlukan.
- c. Angket, yaitu mendapatkan data dengan cara menyebarkan sejumlah daftar pertanyaan kepada nasabah PT. Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru.

## **6. Metode Analisa data**

Metode analisa data yang digunakan oleh penulis adalah metode deskriptif kualitatif yaitu, menggambarkan situasi, kondisi penelitian dengan jalan membahas data-data dan informasi yang diperoleh dengan menghubungkan teori-teori yang didapat maupun literatur yang ada.

## **7. Metode Penulisan**

- a. Deduktif, yaitu mengumpulkan data-data yang bersifat umum selanjutnya diuraikan kepada hal-hal yang bersifat khusus.
- b. Deskriptif, yaitu menggambarkan secara tepat masalah yang diteliti sesuai dengan data yang diperoleh berdasarkan fakta-fakta yang ada.

## **F. Sistematika Penulisan**

Untuk lebih terarahnya penulisan karya ilmiah ini, maka penulis membagi penulisan ini kepada beberapa bab, yaitu:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Terdiri dari latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

Bab ini merupakan gambaran secara umum mengenai PT. Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru yang terdiri dari sejarah PT. Bank Riau Kepri Cabang Syariah, visi, misi dan motto PT. Bank Riau Kepri Cabang Syariah, budaya kerja PT. Bank Riau Kepri Cabang Syariah, tugas dan struktur organisasi PT. Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru serta produk dan pelayanan PT. Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru.

### **BAB III : TINJAUAN TEORITIS**

Dalam bab ini akan dijelaskan hal-hal yang berkaitan dengan teori yang ada hubungannya dengan permasalahan yang diteliti yaitu :

pengertian pelayanan, bentuk-bentuk pelayanan, kualitas pelayanan, ciri-ciri pelayanan yang baik, konsep Islam tentang pelayanan, pengertian loyalitas, karakteristik loyalitas pelanggan/nasabah, faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan/nasabah, pengertian elektronik banking, jenis-jenis transaksi e-banking, produk-produk e-banking dan manfaat e-banking.

#### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini merupakan bab yang berisikan hasil penelitian dan pembahasan yang akan menjawab permasalahan dalam penelitian, yaitu tentang pelaksanaan pelayanan e-banking dalam meningkatkan loyalitas nasabah di PT. Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru, tanggapan nasabah tentang pelaksanaan pelayanan e-banking pada PT. Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru dan tinjauan ekonomi Islam tentang pelaksanaan pelayanan e-banking dalam meningkatkan loyalitas nasabah di PT. Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru.

#### **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini merupakan bagian penutup dari skripsi ini, yang menyajikan kesimpulan-kesimpulan serta saran-saran yang relevan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**