

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank dikenal sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menerima simpanan tabungan, giro dan deposito. Kemudian bank juga dikenal sebagai tempat untuk meminjam uang (kredit) bagi masyarakat yang membutuhkannya. Menurut UU RI No.10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan bank adalah 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 rakyat banyak.¹

Menjalankan suatu usaha atau setiap kegiatan tentu harapan yang pertama kali diinginkan adalah memperoleh keuntungan. Untuk memperoleh keuntungan berbagai cara dilakukan. Bank sebagai bisnis keuangan dalam mencari keuntungan juga memiliki cara tersendiri. Dalam praktik perbankan di Indonesia dewasa ini terdapat dua model dalam mencari keuntungan yaitu bank yang berdasarkan prinsip konvensional dan berdasarkan prinsip syariah.²

Bank syariah dalam operasionalnya memiliki berbagai macam keunggulan dibandingkan dengan perbankan konvensional.

¹ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2012), hal. 24

² Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), hal. 36

Salah satu keunggulan tersebut karena dalam operasionalnya bank syariah menerapkan etika bisnis Islam.

Etika bisnis Islam merupakan suatu kombinasi bisnis dengan nilai etika ditambah dengan nilai spiritual (agama). Etika bisnis digunakan untuk mengendalikan persaingan bisnis agar tidak menjauhi norma-norma yang ada. Persaingan bisnis dapat dinilai etis apabila memenuhi seluruh norma-norma yang ada. Etika bisnis juga dapat digunakan oleh para pelaku bisnis agar dapat berpikir, apakah dalam melaksanakan kegiatan bisnisnya, mengganggu kegiatan bisnis pelaku bisnis yang lain atau tidak.

Etika bisnis Islam terdapat beberapa prinsip yang menjadi acuan dalam melakukan bisnis sesuai dengan ajaran Islam, yaitu keseimbangan atau dalam beberapa literatur disebut juga dengan keadilan (*'adl*), kehendak bebas (*free will*), tanggung jawab (*responsibility*), dan kebenaran.³

Retensi pelanggan merupakan bentuk loyalitas yang berhubungan dengan perilaku yang diukur berdasarkan perilaku beli konsumen yang ditunjukkan dengan tingginya frekuensi konsumen membeli suatu produk/jasa. Untuk menghadapi persaingan serta mewujudkan persaingan yang sehat dalam bisnis, Salah satu alternatif strategi pemasaran yang dapat digunakan bank syariah adalah retensi pelanggan (mempertahankan pelanggan). Konsep *Customer retention* (mempertahankan pelanggan) muncul karena sulitnya mempertahankan pelanggan yang sudah ada

³ Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islam*, alih bahasa Muhammad, M.Ag, cet ke-1, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hal. 32

daripada mencari pelanggan baru. *Retensi pelanggan* telah banyak digunakan perusahaan bisnis untuk meningkatkan kinerja perusahaannya. Retensi pelanggan (mempertahankan pelanggan) lebih murah dalam biaya dibandingkan mencari pelanggan yang baru. Mendapatkan pelanggan yang baru bisa menghabiskan biaya lima kali lebih besar dari pada biaya yang tercakup dalam memuaskan dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada.⁴

Upaya mempertahankan pelanggan, perusahaan perlu berusaha untuk menciptakan loyalitas pelanggan. Namun perusahaan perlu menyadari bahwa sikap loyal saja tidak cukup untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan, karena sikap loyal tidak banyak mempengaruhi angka penjualan maupun profit.

Etika bisnis Islam tersebut dilakukan juga suatu pemberian kepada nasabah yaitu yang disebut pelayanan prima. Pelayanan prima merupakan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dengan memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan sebagai usaha mencapai kepuasan para pelanggan. Dalam pelayanan prima, dimensi yang layak diperhatikan adalah percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum, menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika sudah kenal, tenang, sopan, hormat, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan. berbicara dengan bahasa yang baik dan benar, bergairah dalam melayani nasabah dan tunjukkan keahliannya jangan menyela atau memotong pembicaraan, mampu meyakinkan nasabah serta

⁴ Philip Kotler dan Kevin Keller, *Manajemen Pemasaran*, alih bahasa B.Molan, cet ke- 12, (Bandung:Indeks, 2007), hlm. 193

memberikan kepuasan. dan jika tidak mampu mengatasi permasalahan jangan ragu-ragu untuk minta bantuan.⁵

Etika bisnis digunakan untuk mengendalikan persaingan bisnis agar menjauhi norma-norma yang ada. Etika bisnis juga dapat digunakan oleh para pelaku usaha bisnis agar dapat berpikir, apakah dalam melaksanakan kegiatan dapat merugikan bisnis orang lain atau tidak. Untuk mendukung dilaksanakannya etika bisnis Islam tersebut dilakukan juga suatu pemberian kepada nasabah yaitu yang disebut pelayanan prima. Pelayanan prima merupakan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dengan memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan sebagai usaha mencapai kepuasan pada pelanggan.

BSI KCP Pandeglang adalah salah satu Bank Syariah yang ada di Kota Pandeglang. Letak kantor Cabang BSI Syariah Pandeglang yang strategis memudahkan masyarakat melakukan suatu transaksi baik tunai maupun non tunai.

Alasan peneliti memilih PT BSI KCP Pandeglang sebagai objek penelitian, yaitu karena visi misi dari PT BSI KCP Pandeglang sesuai dengan syariat Islam dan BSI KCP Pandeglang mampu bersaing dengan lembaga keuangan syariah lainnya, yang dibuktikan dengan kemampuannya.

PT BSI KCP Pandeglang mendapatkan nasabah dengan jumlah yang terus berkembang. Untuk mempertahankan nasabah PT BSI KCP Pandeglang memberikan pelayanan prima sesuai

⁵ Kasmir, *Etika Customer Service*, .(Jakarta:PT Raja grafindo Persada.2005). Hal.15-22

dengan etika bisnis islam bagi nasabah yang loyal terhadap PT BSI KCP Pandeglang.

Berangkat dari pemikiran pentingnya menumbuhkan pemahaman yang baik terhadap praktik keuangan syariah yang merupakan model pengelolaan ekonomi yang lebih sesuai dengan tuntunan Islam maka dengan menggunakan penerapan pelayanan prima dan etika bisnis Islam PT BSI KCP Pandeglang dinilai mampu bekerja dengan optimal yang sesuai dengan etika bisnis Islam sehingga mampu menyebabkan terjadinya retensi pelanggan. Menyikapi persaingan dibidang pemasaran produk yang semakin ketat, tentu saja BSI KCP Pandeglang 1 memiliki karakteristik tersendiri dalam mengimplementasikan pelayanan prima dan etika bisnis islam, sehingga mampu meningkatkan jumlah nasabah yang ada di bank tersebut.

Penelitian ini dilakukan untuk meneliti sejauh mana etika bisnis Islam dan pelayanan prima memberikan pengaruh terhadap strategi retensi pelanggan (mempertahankan pelanggan), Untuk lebih meningkatkan kinerja lembaga keuangan syariah, sehingga dapat bersaing dengan perbankan yang lainnya (konvensional dan syariah). Berdasarkan latar belakang dalam penelitian, maka penelitian bermaksud melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pelayanan Prima Dan Etika Bisnis Islam Terhadap Retensi Pelanggan Studi Kasus Pada Pt. BSI KCP Pandeglang 1”**

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

Ruang lingkup yang akan dibahas dalam penelitian ini mengenai Pelayanan Prima dan Etika Bisnis Islam Terhadap Retensi Pelanggan Studi Kasus Pada PT. BSI KCP Pandeglang 1, maka terdapat dua variabel yang menjadi subjek yaitu ; Pelayanan Prima, dan Etika Bisnis Islam. Sedangkan, yang menjadi objek dalam penelitian ini yaitu Anggota di BSI KCP Pandeglang 1. Dengan metode penelitian yang akan digunakan yaitu kuantitatif.

C. Rumusan Masalah

Melalui batasan masalah diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh pelayanan prima terhadap retensi pelanggan studi kasus pada PT. BSI KCP Pandeglang 1?
2. Bagaimana pengaruh etika bisnis islam terhadap retensi pelanggan studi kasus pada PT. BSI KCP Pandeglang 1?
3. Bagaimana pengaruh pelayanan prima dan etika bisnis Islam secara simultan terhadap retensi pelanggan studi kasus pada PT. BSI KCP Pandeglang 1?

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang ada, maka tujuan utama yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh pelayanan prima terhadap retensi pelanggan studi kasus pada PT. BSI KCP Pandeglang 1.

2. Untuk menganalisis pengaruh etika bisnis Islam terhadap retensi pelanggan studi kasus pada PT. BSI KCP Pandeglang 1.
3. Untuk menganalisis pengaruh pelayanan prima dan etika bisnis Islam secara simultan terhadap retensi pelanggan studi kasus pada PT. BSI KCP Pandeglang 1.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna bagi para pihak yang berkepentingan baik secara teoritis dan praktis. Kegunaan tersebut diantaranya adalah :

1. Bagi akademik, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pembendaharaan kepustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten dan menjadi referensi pembaca yang ingin melakukan penelitian mengenai manajemen sumber daya manusia yang ada di perbankan syariah.
2. Bagi PT. BSI KCP Pandeglang 1, penulisan penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan untuk pihak terkait yang nantinya dapat digunakan sebagai acuan untuk meningkatkan upaya- upaya yang strategis dalam membangun citra bank syariah yang lebih baik dibenak masyarakat.
3. Bagi peneliti selanjutnya, semoga bisa menjadi referensi dan sebagai bahan perbandingan untuk penelitian dengan tema yang berkaitan.

F. Kerangka Pemikiran

Pada penelitian ini menjelaskan tentang pengaruh Pelayanan yang terdiri dari Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum, menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika sudah kenal, tenang, sopan, hormat, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan. Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar, bergairah dalam melayani nasabah dan tunjukkan keahliannya jangan menyela atau memotong pembicaraan, mampu meyakinkan nasabah serta memberikan kepuasan. Dan jika tidak mampu mengatasi permasalahan jangan ragu-ragu untuk minta bantuan. Serta pengaruh faktor Etika Bisnis Islam terdiri dari yaitu kesatuan, keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab, kebenaran terhadap retensi pelanggan.

Etika bisnis juga dapat digunakan oleh para pelaku usaha bisnis agar dapat berfikir, apakah dalam melaksanakan kegiatan dapat merugikan bisnis orang lain atau tidak. Etika bisnis adalah bisnis setiap orang di setiap hari, sehingga etika bisnis termasuk semua manajer dan hubungan bisnis mereka serta tindakan-tindakan mereka. Etika bisnis adalah tuntutan harkat etis manusia dan tidak bisa ditunda sementara untuk membenarkan tindakan dan sikap tidak adil, jujur dan tidak bermoral.⁶

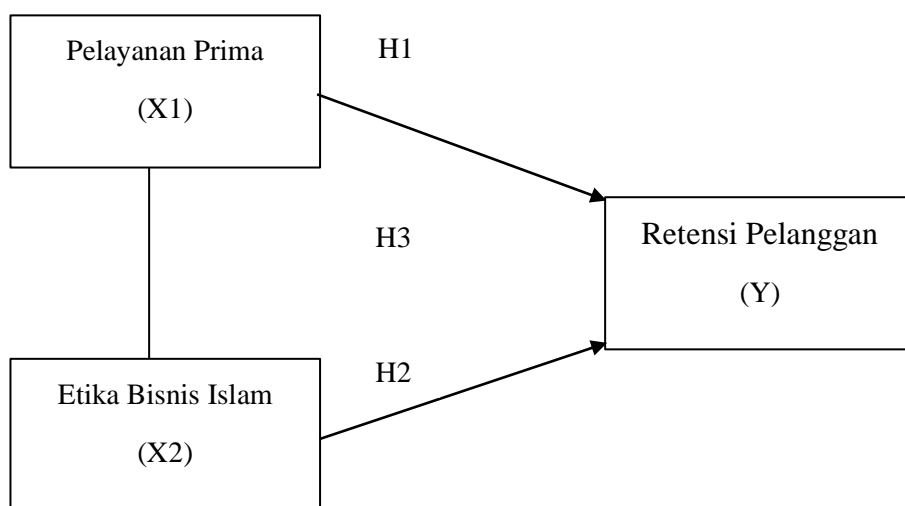
Ketika pelanggan mendapatkan pelayanan yang lebih baik, harapan mereka akan meningkat. Pengalaman tersebut akan ditanamkan dalam benak mereka. Secara sadar atau tidak, mereka akan membuat perbandingan dari berbagai pengalaman pelayanan

⁶ Ernawan, Erni R, *Business Ethics*, (Bandung : Alfabeta,2007), hal. 13

yang pernah diterima. Kemampuan perusahaan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan baru merupakan sebuah fungsi yang tidak hanya berasal dari produk itu sendiri atau produk yang ditawarkan, namun juga berkaitan bagaimana organisasi tersebut melayani pelanggan lama dan reputasi yang diciptakan perusahaan baik didalam maupun diluar pasar perusahaan tersebut.⁷

Retensi pelanggan merupakan salah satu metode pemasaran yang sering digunakan untuk meningkatkan kinerja perusahaannya. Dengan mempertahankan pelanggan yang sudah ada tentunya akan menghemat biaya, dari pada dengan mencari lagi nasabah baru.⁸

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah diatas, maka peneliti menggambarkan kerangka pemikiran teoritis sebagai berikut :



⁷ Sarah, Cook, *Customer Excellence*, (Jakarta: Victory Jaya Abadi.2004), Hal. 7

⁸ Hening-Thurau,T and A.Klee, "The Impact Of Customer Satisfaction and Relationship Quality On Customer Retention : A Critical Reassessment and Model Development," "Psychology and Marketing, Vol. 14: 8 (Desember), Hal. 740

Keterangan :

Pada hipotesis 1 menjelaskan mengenai pengaruh variabel pelayanan prima (X1) terhadap retensi pelanggan (Y), Hipotesis 2 menjelaskan variabel etika bisnis Islam (X2) terhadap retensi pelanggan (Y) dan pada Hipotesis 3 yaitu menjelaskan secara Parsial atau secara keseluruhan yaitu pelayanan prima (X1) dan variabel etika bisnis Islam (X2) yang nantinya akan dicari pengaruhnya pada retensi pelanggan (Y).

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini akan menjelaskan isi dari bab per bab yang ada dalam penelitian diantaranya adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini meliputi latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang landasan teori-teori sebagai hasil studi pustaka. Teori yang didapat akan menjadi landasan pendukung mengenai masalah yang diteliti oleh penulis, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang metode analisis yang digunakan dalam penelitian dan data-data yang digunakan beserta sumber data.

BAB IV : PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian, pengujian hipotesis, dan analisis data.

BAB V : PENUTUP

Bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran-saran dari hasil penelitian yang diperoleh.