

# Pengaruh manajemen kualitas layanan terhadap loyalitas dan kepuasan nasabah bank syariah

Alfenda Nafiah Afanin

Program Studi perbankan syariah, Universitas islam negeri maulana malik Ibrahim malang

e-mail: nafiahalfenda@gmail.com

## Kata Kunci:

Kualitas pelayanan; loyalitas nasabah; kepuasan nasabah; bank syariah

## Keywords:

Service quality; customer loyalty; customer satisfaction; Islamic bank

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak kualitas pelayanan terhadap loyalitas dan kepuasan nasabah bank syariah. Penelitian ini menggunakan metode kajian literatur dengan objek penelitian adalah nasabah bank syariah. Temuan penelitian menunjukkan perbankan syariah memiliki potensi yang besar untuk berkembang bahwa kualitas pelayanannya dan hal ini berdampak terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. Ruang perbaikan dapat dilakukan pada penguatan literasi masyarakat dan pengembangan.

## ABSTRACT

This study aims to determine the impact of service quality on the loyalty and satisfaction of Islamic bank customers. This research uses the literature review method with the object of research being Islamic bank customers. The research findings show that Islamic banking has great potential for development, that its service quality has an impact on customer satisfaction and loyalty. Areas for improvement can be made in strengthening public financial literacy and development.

## Pendahuluan

Konsep bank telah dikenal oleh masyarakat Indonesia dan negara-negara lain di dunia seperti negara-negara Asia, Eropa, dan Amerika. Pertama kali bank syariah dibangun pada tahun 1992 yakni Bank Muamalat, dengan seiring berjalananya waktu bermunculan bank bank syariah yang lain (Shandy Utama, 2020). Peran perbankan syariah dalam kegiatan perekonomian di Indonesia tidak jauh berbeda dengan bank konvensional Perbedaan keduanya terletak pada prinsip transaksi atau operasional keuangannya, pada bank konvensional salah satu prinsipnya adalah sistem bunga, sedangkan pada perbankan syariah menggunakan prinsip bagi hasil yang sesuai dengan syariat agama islam (Budianti, n.d.). Dan dengan adanya Undang-Undang No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah tanggal 16 Juli 2008, maka pengembangan industri perbankan syariah semakin mempunyai landasan hukum yang memadai dan akan mendorong pertumbuhan industri perbankan syariah lebih baik lagi (Sari, 2015).

Era globalisasi saat ini telah membawa dampak positif, pada beberapa sektor, termasuk perkembangan pesat dalam skala kecil menengah, dan besar. Hal ini juga mendorong perkembangan keuangan syariah khususnya pada perbankan syariah, hal ini ditandai dengan meningkatnya aktivitas dan produk yang sesuai dengan prinsip syariah (pratama & segaf, 2022). Menurut Otoritas Jasa Keuangan aset perbankan syariah semakin berkembang. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat semakin mempercayai bank syariah untuk menginvestasikan uangnya di bank syariah (Novianto, 2021). Bank syariah juga perlu berorientasi pada kepuasan nasabahnya, karena hal ini menjadi salah



This is an open access article under the CC BY-NC-SA license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

satu tujuan utama dalam konsep pemasaran bank. Kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam keunggulan kompetitif di dalam industry perbankan (Prijanto et al., 2021). Persaingan industry perbankan mendorong perbankan syariah untuk meningkatkan kualitas produk produknya, mengatur kualitas pelayanannya dan mempertahankan loyalitas nasabahnya. Meningkatkan kinerja SDM yang berkualitas juga merupakan kunci yang unggul dalam persaingan bank. Karyawan yang berkinerja baik akan meningkatkan produktivitas bank secara keseluruhan. Upaya Upaya ini dilakukan untuk pertahanan dan persaingan pada industry perbankan(Shidqie & Wardana, 2022).

Pengukuran kualitas jasa pelayanan umumnya menggunakan model SERVQUAL. namun Dikutip dari karya Othman dan owen (2001) mengembangkan model pengukuran kualitas jasa yang dijalankan dengan prinsip syariah. Model yang dilakukan ini disebut CARTER. Pengukuran ini menggunakan 6 dimensi (Cahyani, 2016). Dengan adanya pelayanan baik yang dilakukan pihak bank terhadap nasabahnya maka muncullah kepuasan dan loyalitas dari nasabah. Biasanya nasabah yang puas dengan pelayanan yang diberikan, maka nasabah tersebut akan bertransaksi Kembali dengan pihak bank. Nasabah yang loyal merupakan hal penting bagi perbankan, selain dapat membuktikan profitabilitas yang didapatkan oleh nasabah, juga dapat menunjukkan nama baik atau citra perbankan tersebut dimata Masyarakat (Rabiqy, 2019). Metode penelitian yang digunakan penulis adalah metode pendekatan kualitatif dengan menggunakan sumber data sekunder. Teknik pengumpulan data dari literatur melalui jurnal dan penelitian terdahulu, melalui media internet dengan cara memasukan beberapa kata kunci pada kolom pencarian yang berkaitan dengan topik penelitian dengan menggunakan website [www.scholar.google.com](http://www.scholar.google.com) sebagai search engine.

## Pembahasan

Bank syariah merupakan perbankan yang operasionalnya menggunakan prinsip prinsip islam, berpedoman pada Alquran dan sunnah. Bank syariah juga diartikan badan hukum yang beroperasi berdasarkan hukum hukum syariah(Syadali & Segaf, 2003). Bank syariah ini memiliki 2 fungsi utama yakni menghimpun dan menyalurkan dana Masyarakat, dan menyediakan jasa perbankan syariah lainnya. Dibandingkan dengan bank konvensional perkembangan perbankan syariah kuhususnya di Indonesia bisa dikatakan cukup kurang. Masyarakat lebih memilih menggunakan bank konvensional, hal ini bukanlah masalah besar bagi perbankan syariah. untuk meningkatkan pangsa pasarnya perbankan syariah memiliki startegi strategi agar Masyarakat tertarik dan bersedia menjadi nasabah di bank syariah.

Mengatur Kualitas pelayanan merupakan salah satu cara perbankan syariah dalam meningkatkan citra perbankan syariah. hal ini dilakukan agar perbankan syariah dapat bersaing sehat dengan perbankan konvensional. Dikutip dari Dlisson dalam Kusumasitta (2014) Kualitas pelayanan memiliki beberapa manfaat bagi Perusahaan diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan yang sangat memuaskan menjadi dasar penetapan harga premium pada suatu produk di dalam Perusahaan

- 
2. Pelayanan yang baik dan maksimal juga memberikan peluang diversifikasi produk dan harga
  3. Menciptakan loyalitas pelanggan
  4. Kualitas layanan yang dirancang dengan benar juga meningkatkan kepuasan kerja karyawan dan pelanggan

Penilaian kualitas pelayanan dapat diukur dari respon nasabah dan juga penilaian nasabah terhadap pelayanan yang diterima, berdasarkan pengalaman pribadinya selama berinteraksi dengan bank. Menurut Baktiar (2011) Ketika nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak bank syariah maka nasabah tersebut menunjukkan loyalitas dan kepuasan pada bank tersebut. Sebaliknya jika nasabah tidak puas, maka hal tersebut dapat merusak citra bank (Kartika & Segaf, 2022). ada lima dimensi kualitas pelayanan, fasilitas layanan seperti ketersediaan fasilitas yang memadai, kecepatan dan ketanggapan, kepercayaan dan rasa aman, keandalan dalam melayani nasabah meliputi konsisten dalam memberikan layanan yang berkualitas, dan kepedulian terhadap nasabah. Menurut blery, dkk (2009) yang terdapat pada penelitian tino dkk menyatakan bahwa, kualitas jasa merupakan penilaian menyeluruh dari pelanggan terhadap kualitas jasa (Tino Agus Salim et al., 2021) Dalam Penelitian yang dilakukan zulfadli dan astir menyatakan bahwa, mayoritas nasabah bank syariah terdiri dari Perempuan yang berjumlah 60%, sedangkan sisanya adalah laki-laki. Pada penelitian terdahulu telah menghubungkan bahwa adanya hasil yang menunjukkan nilai positif antara kepuasan pelanggan dan nilai Perusahaan (Oktaviana & Wicaksono, 2022).

Pada penelitian ini dilakukan uji F Dimana hasil menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dari variable independent (kualitas pelayanan) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas dan kepuasan (Hamzah & Purwati, 2019). Pada penelitian yang dilakukan Putri Dwi dengan objek perbankan syariah di Yogyakarta didapatkan hasil bahwa kualitas pelayanan perbankan syariah juga memberikan kontribusi sebesar (77,47%) pada kepuasan dan loyalitas nasabah, hal ini dilakukan dengan uji statistic deskriptif (Cahyani, 2016). Malik dan sitti juga menjelaskan pada penelitiannya bahwa, jika kualitas pelayanan mengalami kenaikan sebesar 1 maka kepuasan pelanggan juga mengalami peningkatan sebesar 0,156. Hasil analisis yang dilakukan menggunakan pendekatan statistik regresi linier berganda. Kepuasan nasabah sangatlah berpengaruh terhadap reputasi suatu Perusahaan termasuk pada industri perbankan.

Selain kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan adalah aset yang sangat berharga bagi bank. Pelanggan yang loyal cenderung akan lebih sering menggunakan produk dan jasa, serta tetap menjadi pelanggan bank dalam jangka Panjang. Oleh karena itu bank perlu berusaha dalam membangun dan memelihara loyalitas nasabah(Kuswendarini & Annisa, 2021). Pada sebuah penelitian juga menunjukkan hasil bahwa CRM juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Pada penelitian tersebut dijelaskan bahwa ada 3 variabel dalam CRM yakni *acquire* yakni aktivitas yang berkaitan dengan Upaya bank untuk menarik nasabah barunya, *retain* yakni aktivitas berkaitan dengan Upaya bank untuk mempertahankan nasabah yang sudah ada sebelumnya, dan yang terakhir adalah pemasaran yang berkelanjutan. Dari tiga variable tersebut ditunjukkan

pada penelitian tersebut bahwa variable yang dominan dalam mempengaruhi loyalitas nasabah adalah *acquire*. Penelitian ini menggunakan bank muamalat sebagai objek penelitiannya (Al Arif & Nurasiah, 2016). Dikutip dari buku Farid dan Rudy bahwa hasil analisisnya menunjukkan bahwavariabel kualitas layanan secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Namun variable kepuasan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Pada nbuku tersebut dijelaskan bahwa perlu adanya pemberian pemberian pada setiap variabelnya agar dapat berpengaruh signifikan. Adapun faktor yang mempengaruhi buruknya kualitas pelayanan yakni, karyawan yang tidak trampil dalam melayani pelanggan, oleh karna itu sangatlah perlu dan penting dalam mengatur kualitas pelayanan pada industry perbankan syariah(Firmansyah & Haryanto, n.d.)

## Kesimpulan dan Saran

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia masih tertinggal dibandingkan dengan perbankan konvensional. Hal ini di sebabkan oleh beberapa faktor, seperti masih rendahnya literasi Masyarakat tentang perbankan syariah, masih terbatasnya produk dan layanan yang ditawarkan oleh perbankan syariah, dan masih banyaknya stigma negatif terhadap bank syariah. Meski demikian, perbankan syariah memiliki potensi yang besar untuk berkembang. Ditunjukkan dengan beberapa penelitian yang telah dipaparkan diatas bahwa bank syariah mengatur kualitas pelayanannya dan hal ini berdampak terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. Dimana kepuasan dan loyalitas nasabah merupakan salah satu kunci bagi bank syariah dalam meningkatkan reputasi perbankan syariah di Indonesia, selain itu juga ada beberapa manfaat dari kualitas pelayanan yang dilakukan oleh perbankan syariah. Adapun saran dari penulis adalah perbankan syariah perlu meningkatkan kualitas pelayanannya secara stabil dan konsisten, meningkatkan literasi Masyarakat tentang perbankan syariah, memperluas jangkauan pelayanan, membangun citra yang positif

## Daftar Pustaka

- Al Arif, N. R., & Nurasiah, T. (2016). CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DAN PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK: STUDI PADA BANK MUAMALAT INDONESIA. *ESENSI*, 5(1). <https://doi.org/10.15408/ess.v5i1.2332>
- Budianti, L. E. (n.d.). PENGARUH GIRO WADIAH PEMBIAYAAN MURABAHAH DAN PEMBIAYAAN MUDHARABAH TERHADAP PENDAPATAN BANK SYARIAH.
- Cahyani, P. D. (2016). Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah di Yogyakarta. *ESENSI*, 6(2), 151–162. <https://doi.org/10.15408/ess.v6i2.3570>
- Firmansyah, F., & Haryanto, R. (n.d.). *Editor Layout & Desain Cover*.
- Kartika, G., & Segaf, S. (2022). Kombinasi Peran Model TAM dan CARTER Terhadap Optimalisasi Kepuasan Nasabah Mobile Syariah Banking di Masa Pandemi Covid-19. *MANAJERIAL*, 9(02), 152. <https://doi.org/10.30587/jurnalmanajerial.v9i02.3969>
- Kuswandarini, K. I., & Annisa, A. A. (2021). Analisis pengaruh kualitas layanan, corporate image, dan customer relationship management terhadap loyalitas nasabah dengan

- kepuasan nasabah sebagai variabel intervening. *Journal of Management and Digital Business*, 1(1), 37–51. <https://doi.org/10.53088/jmdb.v1i1.46>
- Novianto, A. S. (2021). PENGARUH PENDATAPAN DAN TINGKAT BONUS TERHADAP TABUNGAN WADIAH PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA.
- Oktaviana, U. K., & Wicaksono, A. T. S. (2022). CUSTOMER SATISFACTION AND FINANCIAL PERFORMANCE: DOES IT MEDIATE CUSTOMER-CENTRIC ON ISLAMIC BANK VALUES? *EL DINAR: Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 10(2), 163–180. <https://doi.org/10.18860/ed.v10i2.16225>
- pratama, tsania, & segaf. (2022). DOES THE NON-FINANCIAL FACTOR AFFECT THE PROFITABILITY OF ISLAMIC COMMERCIAL BANKING? <http://dx.doi.org/10.30651/jms.v7i3.13797>
- Prijanto, B., Ferina Pulung, R., & Rusiana Sari, A. (2021). ANALISIS PERBANDINGAN KUALITAS PELAYANAN BANK SYARIAH DENGAN BANK KONVENTIONAL DI KOTA DEPOK MENGGUNAKAN CARTER MODEL. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 4(1), 178–194. [https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4\(1\).6607](https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4(1).6607)
- Rabiqy, Y. (2019). PENGARUH EKSPEKTASI PELANGGAN, KUALITAS PRODUK DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN INTERNET TELKOMSEL DI BANDA ACEH. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 1(1). <https://doi.org/10.35308/jbkan.v1i1.912>
- Sari, N. (2015). *Kontrak (akad) dan implementasinya pada perbankan syariah di Indonesia*. Pena.
- Shandy Utama, A. (2020). PERKEMBANGAN PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA. *UNES Law Review*, 2(3), 290–298. <https://doi.org/10.31933/unesrev.v2i3.121>
- Shidqie, A., & Wardana, G. K. (2022). Pengaruh Budaya Islami, Kemampuan Kerja Dan Kepribadian Terhadap Kinerja Pelayanan Karyawan Pada Bank Syariah Indonesia (Cabang Malang Soekarno-Hatta Eks BRIS). *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS INDONESIA*, 8(1), 65–75. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v8i1.7226>
- Syadali, M. R., & Segaf. (2003). *Risk management strategy for the problem of borrowing money for Islamic commercial banks*.
- Tino Agus Salim, Theresia Pradiani, & Fathorrahman. (2021). PENGARUH KUALITAS PROGRAM, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PESERTA PELATIHAN PADA LEMBAGA PELATIHAN SALIM EXCELLENCE CENTER (SEC). *Journal of Applied Management Studies*, 3(1), 27–41. <https://doi.org/10.51713/jamms.v3i1.43>