

Dampak Penyesuaian Tarif Layanan Tabungan Faedah terhadap Loyalitas Nasabah di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Citarum Bandung

¹Ade Novia Husnul Khotimah, ²Zaini Abdul Malik, ³Aan Julia.

^{1,2,3}*Prodi Keuangan & Perbankan Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Bandung, Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116*
e-mail: ¹adenoviahusnul@gmail.com

Abstrak. BRISyariah telah melakukan penyesuaian tarif layanan tabungan Faedah sebanyak dua kali. Hal tersebut dilakukan sebagai upaya penyempurnaan dari produk tabungan Faedah yang dipandang dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tanggapan nasabah mengenai penyesuaian tarif layanan, mengetahui kualitas layanan dan mengetahui kepuasan serta loyalitas nasabah tabungan faedah setelah adanya penyesuaian tarif layanan. Metode yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif, Teknik pengumpulan data yang digunakan melalui Kuesioner dan Wawancara, pengolahan data dengan menggunakan skala *likert* dan sampel diambil berdasarkan teknik *judgmental sampling* sebanyak 100 orang responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden memberikan tanggapan positif terhadap penyesuaian tarif layanan tabungan Faedah sebesar 72,05%. Nasabah menilai kualitas layanan yang diberikan oleh BRISyariah Kantor Cabang Citarum termasuk ke dalam klasifikasi puas dengan nilai rata - rata sebesar 73,00%. Tingkat kepuasan nasabah setelah ada penyesuaian tarif layanan tidak mengalami penurunan secara signifikan, yakni tingkat kepuasan nasabah diperoleh sebesar 71,00%. Adapun tingkat loyalitas nasabah setelah ada penyesuaian tarif layanan menunjukkan presentase sebesar 65,46%, artinya mendekati klasifikasi cukup puas. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa penyesuaian tarif layanan tabungan Faedah tidak berdampak secara negatif terhadap loyalitas nasabah BRISyariah Kantor Cabang Citarum Bandung. Key Words: Credibility, Attitude, Talk Show, Mario Teguh Golden Ways.

Kata Kunci : Tarif Layanan, Kepuasan, Loyalitas Nasabah

A. Pendahuluan

Beragamnya layanan diciptakan untuk dapat menarik perhatian dari calon nasabah, layanan yang saat ini banyak digunakan adalah transfer, tarik tunai, pembelian pulsa, pembayaran telpon dan lain lain. Semakin lengkap layanan yang diberikan semakin mudah juga masyarakat mengambil keputusan untuk menjadi nasabah di bank tersebut. Layanan tersebut bisa digunakan dengan menggunakan mesin ATM (Anjungan Tunai Mandiri). Kehadiran mesin ATM saat ini memang sangat mudah ditemukan di mana-mana. Selain itu juga penggunaan Internet Banking, SMS Banking dan Mobile Banking pun turut menunjang kemudahan dalam melakukan layanan.

PT. Bank BRISyariah hadir dengan produk tabungan Faedah (Fasilitas Serba Mudah), produk tabungan ini memberikan layanan layaknya yang di berikan oleh bank lainnya. Namun, ada yang membedakan dari segi tarif layanannya, yaitu gratis untuk tarik tunai, transfer dan cek saldo baik di ATM yang berlogo BRISyariah, BRI, jaringan ATM bersama maupun prima, yang sebagaimana diketahui jika di bank lain menggunakan layanan di ATM bersama atau ATM prima akan dikenakan tarif layanan. Tambahan nilai positif bagi tabungan faedah adalah bebasnya biaya administrasi dan biaya kartu ATM perbulan. Hal ini berlaku bagi semua nasabah dengan sisa saldo yang ada dalam tabungan berapapun.

Namun, per tanggal 10 November 2014 bank BRISyariah memberikan kebijakan untuk adanya penyesuaian tarif layanan bagi pengguna tabungan faedah.

Penyesuaian ini dilakukan karena fasilitas bersama dan fasilitas prima mengalami kenaikan tarif. Walaupun sebenarnya tarif layanan ini berlaku bagi yang dana dalam tabungannya dibawah Rp.500.000,- sebelum melakukan transaksi. Tarif yang diberlakukan pun beragam tergantung jenis transaksi yang dilakukan dan di ATM berlogo ATM bersama atau ATM Prima nasabah tersebut melakukan transaksinya. Perubahan yang terjadi akan menimbulkan dampak bagi nasabah pengguna tabungan tersebut, dampaknya bisa positif dan bisa negatif. Perubahan ini bisa mempengaruhi kepuasan sekaligus loyalitas nasabah terhadap produk sekaligus bank yang melakukan perubahan. Sebenarnya adanya penyesuaian ini tidak akan menjadi suatu masalah besar, jika layanan dari pihak bank nya memang mengalami perubahan positif. Layanan yang baik dalam sebuah perbankan akan memberikan kepuasan terhadap nasabah itu sendiri. Oleh karenanya, sebuah perbankan harus memperhatikan masalah kepuasan nasabahnya. Karena dalam menciptakan kepuasan nasabah terhadap suatu perusahaan itu tidak mudah.¹

Seorang nasabah belum bisa dikatakan loyal jika hanya menjadi nasabah, karena pasti akan ada alasan yang berbeda dari setiap orang, bisa saja nasabah tersebut tetap menggunakan produk dari bank tertentu karena memang tuntutan atau memang merasa puas dengan produk serta layanan yang ada. Faktor-faktor yang mendorong mempengaruhi loyalitas nasabah terhadap suatu produk atau jasa adalah *pertama*, mutu produk yang memenuhi spesifikasi/standar/persyaratan konsumen. *Kedua*, harga yang bersaing dengan efisiensi (baik diproduksi maupun di manajemen) dapat menetapkan harga yang wajar dan kompetitif. *Ketiga*, pelayanan dan informasi yang maksimal memberikan pelayanan dan informasi yang di butuhkan konsumen secara penuh. *Keempat*, citra perusahaan gambaran informasi tentang citra perusahaan dijaga dengan baik. *Kelima*, produk baru dan semakin baru (*research* dan *development*) penyajian produk yang mengikuti perkembangan dengan didukung oleh personel andal dan sarana *research* dan *development* yang memadai. *Keenam*, kebutuhan mendadak bisa dipenuhi konsumen persiapan persediaan yang cukup dengan didukung oleh sarana dan personel yang selalu siap untuk mengantisipasi permintaan mendadak dari konsumen.²

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan di atas, penulis merasa tertarik untuk mengadakan penelitian tentang :

"Dampak Penyesuaian Tarif Layanan Tabungan Faedah Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Citarum Bandung"

Tujuan penelitian dari permasalahan ini adalah :

1. Untuk mengetahui tanggapan nasabah bank BRISyariah pengguna tabungan faedah tentang penyesuaian tarif pada layanan.
2. Untuk mengetahui kualitas layanan tabungan faedah.
3. Mengetahui sejauh apa kepuasan nasabah setelah adanya penyesuaian tarif layanan pada tabungan faedah.
4. Mengetahui sejauh apa loyalitas nasabah setelah adanya penyesuaian tarif layanan pada tabungan faedah.

¹ Didik Kurniawan, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Bank BPD DIY Syariah)", *Skripsi*, UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2013, hlm.4

² Pramudya Sunu, *Peran Sdm Dalam Penerapan Iso 9000: Kajian Peran Sdm Dengan Pendekatan TQM*, PT.Grafindo, Jakarta, 1999, hlm.128

B. Landasan Teori

Suatu perusahaan yang bergerak dibidang produksi barang maupun jasa, perlu menetapkan harga, hal ini dilakukan untuk mendapatkan laba bagi perusahaan tersebut. Seringkali penetapan / perubahan harga dikaitkan dengan berkurangnya minat pelanggan pada barang maupun jasa dari suatu perusahaan, maka dari itu perusahaan harus sebisa mungkin menetapkan harga yang sesuai dan tepat, menurut Fandy Tjiptono³ penetapan harga adalah harga yang ditentukan berdasarkan biaya produksi dan pemasaran yang ditambah dengan jumlah tertentu. Penetapan harga yang sesuai akan membuat pelanggan bertahan dan akan memungkinkan menjadikan pelanggan tersebut masuk kedalam kategori pelanggan yang loyal. Sedangkan Ibnu Taimiyah menyatakan : “Besarnya kenaikan harga bergantung pada besarnya perubahan penawaran dan atau permintaan. Bila seluruh transaksi sudah sesuai aturan, kenaikan harga yang terjadi merupakan kehendak Allah”. Ibnu Taimiyah mengatakan jika dalam Islam dalam menetapkan harga harus menetapkan harga yang adil atau harga yang setara, sebagaimana terori nya yang mengatakan “harga yang setara adalah harga standar yang berlaku ketika masyarakat menjual barang-barang dagangannya dan secara umum dapat diterima sebagai sesuatu yang setara bagi barang-barang tersebut atau barang-barang yang serupa pada waktu dan tempat yang khusus.”⁴

Perubahan harga atau tarif ini bisa menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan seorang nasabah dalam suatu bank. Di mana kepuasan diartikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Variabel utama yang menentukan kepuasan pelanggan, adalah *expectations* (apa yang diharapkan) dan *perceived performance* (pelayanan yang diterima). Apabila *Perceived performance* melebihi *expectations* maka pelanggan akan merasa puas, tetapi apabila sebaliknya pelanggan tidak merasa puas.

Dikemukakan oleh beberapa penelitian sebelumnya, jika kepuasan bisa mempengaruhi loyalitas seorang nasabah hal ini di buktikan dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Menurut Ekonomi Islam.” Memberikan kesimpulan, jika terdapat pengaruh positif yang signifikan dari kepuasan terhadap loyalitas konsumen dan dari segi pandang ekonomi Islam, pengaruh kepuasan terhadap loyalitas konsumen Planet Swalayan dibolehkan selama masih dalam batas-batas yang diperbolehkan. Selain dari kepuasan, harga atau tarif juga bisa mempengaruhi loyalitas seorang nasabah, hal ini di buktikan dalam penelitian yang berjudul Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen di Rifa Swalayan Garuda Sakti Pekanbaru Menurut Ekonomi Islam.” Menyimpulkan terdapat hubungan yang signifikan antara penetapan harga dengan loyalitas konsumen di Rifa Swalayan Pekanbaru. Konsumen dapat merasakan jika penetapan harga yang ditetapkan sesuai dengan harapan harapannya, sehingga menimbulkan loyalitas terhadap Rifa Swalayan Pekanbaru.

Mendapatkan nasabah yang loyal memang sulit dan ini menjadi tugas bagi bank bank yang ada, loyalitas diartikan sebagai suatu kesetiaan, kesetiaan ini timbul tanpa adanya paksaan, tetapi timbul dari kesadaran sendiri pada masa lalu. Usaha yang dilakukan untuk menciptakan kepuasan konsumen lebih cenderung mempengaruhi

³ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Andi, Yogyakarta, 2002, hlm. 160

⁴ Ali Rama, *Harga Pasar Menurut Ibnu Taimiyah* (Online),

(<https://suarapembaharu.wordpress.com/2013/09/06/harga-pasar-menurut-ibnu-taimiyyah/> ,28 Juli, 2015)

sikap konsumen.

Berdasarkan uraian tersebut dapat di simpulkan jika adanya penyesuaian tariff layanan pada tabungan faedah ini bisa mempengaruhi loyalitas nasabah.

C. Hasil Penelitian

Dari 100 responden yang mengisi kuesioner ini 47% responden di dominasi oleh responden pada kisaran usia 21-25 tahun, dimana 53,2% adalah perempuan dan sisanya adalah laki laki. Responden pada kelompok usia tersebut kebanyakan berprofesi sebagai mahasiswa, pegawai swasta dan wiraswasta. Sedangkan responden berdasarkan usia yang paling sedikit adalah pada usia lebih dari 40 tahun yang terdiri dari wiraswasta, karyawan, PNS dan ibu rumah tangga. Sedangkan **berdasarkan tingkat pendidikan terakhir dan usia** responden yang mendominasi dari tingkat pendidikan terakhirnya adalah sarjana yaitu sebanyak 27 responden. Sedangkan yang paling sedikit adalah SMP hanya sebanyak 2 responden. Dari berbagai jenis tingkat pendidikan akhir yang paling mendominasi ada pada kisaran usia 21 sampai 25 tahun. Jika dilihat dari motif nasabah menggunakan tabungan faedah ini adalah karena ketertarikannya terhadap promosi yang di lakukan oleh pihak BRISyariah.

Dalam kuesioner mengenai harga/tarif, indikator yang digunakan ada 8 yaitu tidak adanya biaya administrasi, saldo minimum yang rendah, kenaikan tarif layanan tabungan Faedah tidak mempengaruhi kepuasan, kesesuaian harga dengan kualitas layanan yang diberikan, kesesuaian harga dengan fasilitas, harga/tarif yang ditetapkan lebih rendah dari bank lain, nasabah menerima informasi lengkap mengenai penyesuaian tarif layanan, dan adanya penyesuaian tarif layanan nasabah tetap menggunakan tabungan Faedah.

No	Pernyataan	Rata-Rata Likert	Ket
1	Manfaat biaya administrasi	86,00%	SP
2	Saldo minimum rendah	82,40%	SP
3	Penyesuaian tarif layanan dan kepuasan	66,00%	P
4	Kesesuaian layanan yang diberikan	67,60%	P
5	Kesesuaian fasilitas yang diberikan	66,40%	P
6	Harga/tarif yang ditetapkan lebih rendah dari bank lain	75,60%	P
7	Informasi penyesuaian tarif lengkap dan jelas	66,40%	P
8	Tetap menggunakan tabungan Faedah	66,00%	P
Rata-rata Likert Keseluruhan		72,05%	P

Dari tabel diatas dapat disimpulkan jika rata rata yang di dapatkan masuk ke dalam klasifikasi puas, artinya responden banyak yang memberikan tanggapan positif untuk variable harga/tarif, sedangkan untuk variable layanan mendapatkan rata rata yang lebih besar dibandingkan variable harga, yaitu sebesar 73,00%.

No	Pernyataan	Rata-Rata Likert	Ket
1	Layanan yang diberikan sesuai dengan promosi	71,60%	P
2	Karyawan dalam menangani nasabah	78,60%	P
3	Pengetahuan karyawan	74,80%	P
4	Lokasi	62,00%	P
5	Ruangan dan fasilitas	70,00%	P
6	Kemampuan berkomunikasi	76,60%	P
7	Prosedur pelayanan	78,20%	P
Rata-rata Likert Keseluruhan		73,00%	P

Dari rata rata diatas dapat di simpulkan jika responden merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh pihak BRISyariah.

No	Pernyataan	Rata-Rata Likert	Ket
1	Kepuasan menjadi nasabah	75,20%	P
2	Kemudahan menjadi nasabah	73,60%	P
3	Kualitas layanan	69,00%	P
4	Tarif layanan tabungan Faedah	67,40%	P
5	Produk Bank	72,20%	P
Rata-rata Likert Keseluruhan		71,00%	P

Dari tabel di atas dapat dilihat jika untuk variabel kepuasan mendapatkan rata rata Likert keseluruhan sebesar 71,00% hal ini menunjukkan bahwa responden sudah puas. Dari 5 pernyataan semuanya mendapatkan rata rata yang termasuk ke dalam klasifikasi puas, walaupun 2 pernyataan mendapatkan rata rata yang tidak terlalu besar.

No	Pernyataan	Rata-Rata Likert	Ket
1	Transaksi melalui Bank BRISyariah	71,60%	P
2	Intens dalam melakukan transaksi	66,20%	P
3	Tanpa alasan dan intervensi	70,20%	P
4	Merekomendasikan dan mengajak kerabat	65,80%	P
5	Tidak akan terpengaruh oleh produk lain	60,60%	P
6	Produk terbaik	62,40%	P
7	Setia dengan produk	61,40%	P
Rata-rata Likert Keseluruhan		65,46%	P

Dari tabel di atas bisa dilihat jika rata rata Likert keseluruhan untuk pernyataan mengenai loyalitas nasabah hanya mendapatkan rata rata sebesar 65,46%. Jika dilihat dari tabel klasifikasi, rata rata ini masuk ke dalam klasifikasi puas, namun dengan angka rata rata yang tidak tinggi atau hampir mendekati klasifikasi cukup puas. Artinya, responden memiliki tingkat loyalitas terhadap tabungan faedah yang tidak terlalu tinggi.

D. Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya dan sesuai dengan data-data yang diperoleh selama penelitian berlangsung, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Responden memberikan tanggapan positif untuk pernyataan mengenai penyesuaian tarif layanan pada tabungan faedah, hal ini dibuktikan dengan rata-rata Likert yang didapatkan yaitu sebesar 72,05%.
2. Kualitas layanan tabungan faedah di bank BRISyariah menurut nasabah sudah baik, walaupun dalam hal ruangan dan lokasi masih kurang mendapatkan tanggapan positif. Kinerja karyawan dan kesesuaian layanan yang diberikan sesuai dengan promosi menjadi aspek yang paling banyak mendapatkan tanggapan positif. Sesuai dengan teori Islam ketika melayani konsumen/nasabah sebaiknya selalu diciptakan kejujuran dan selalu menepati janji. Temuan tersebut terindikasikan dari bobot nilai rata-rata Likert keseluruhan untuk variabel layanan ini mendapatkan rata-rata sebesar 73,00%, yang artinya masuk kedalam klasifikasi puas.
3. Kepuasan nasabah BRISyariah cabang Citarum setelah adanya penyesuaian tarif layanan tabungan faedah ini tidak terlalu mengalami penurunan, hal ini di buktikan dengan rata-rata Likert keseluruhan yaitu sebesar 71,00%. Hal ini menunjukkan jika adanya penyesuaian tarif layanan, tidak terlalu berdampak negatif bagi kepuasan.
4. Loyalitas nasabah setelah adanya penyesuaian tarif untuk tabungan faedah di bank BRISyariah kantor cabang Citarum Bandung tidak terlalu tinggi. Hal ini terlihat dari rata-rata sebesar 65,46%. Jika dilihat dari tabel klasifikasi, rata-rata ini masuk ke dalam klasifikasi puas, namun dengan angka rata-rata yang tidak tinggi atau hampir mendekati klasifikasi cukup puas. Hal yang perlu di waspadai oleh pihak BRISyariah adalah masih banyaknya responden yang mengaku akan tertarik dengan produk bank lain. Dapat disimpulkan jika adanya penyesuaian tarif layanan ini tidak terlalu berdampak negatif terhadap loyalitas nasabah.

Daftar Pustaka

- Ali Rama, Harga Pasar Menurut Ibnu Taimiyah (Online), (<https://suarapembaharu.wordpress.com/2013/09/06/harga-pasar-menurut-ibnu-taimiyyah/> ,28 Juli, 2015)
- Didik Kurniawan, “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Bank BPD DIY Syariah)”, Skripsi, UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2013.
- Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran, Andi, Yogyakarta, 2002.
- Philip Kotler dan Gary Armstrong, Prinsip Prinsip Pemasaran edisi 12 Jilid 1, Erlangga, Jakarta, 2008.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran edisi kedua belas, Index, Jakarta, 2007.
- Pramudya Sunu, Peran Sdm Dalam Penerapan Iso 9000: Kajian Peran Sdm Dengan Pendekatan TQM, PT.Grafindo, Jakarta, 1999.