

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bsm Implan Di Bsm Kcp Pajajaran Bandung)

¹ RD. Muhamat Guntur, ² Neneng Nurhasanah

^{1,2}*Keuangan dan Perbankan Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Bandung, Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116*

Abstrak. Pada masa sekarang ini, perbankan syariah di Indonesia telah menunjukkan pertumbuhan dan perkembangan positif. Indikatornya yaitu terlihat dari banyak bermunculannya bank syariah atau unit usaha syariah yang dapat menimbulkan persaingan yang ketat. masing-masing bank menawarkan produk yang mereka miliki, dengan kondisi seperti ini bank harus memperhatikan kualitas layanannya agar dapat bersaing dan tetap eksis di dunia perbankan saat ini. BSM Implan merupakan salah satu produk unggulan yang dimiliki oleh BSM. Data dari BSM Implan menunjukkan adanya peningkatan dana *outstanding* per/tahunnya. Namun dari segi jumlah nasabah mengalami penurunan. Hal ini dialami oleh BSM Implan KCP Pajajaran Bandung, untuk itu tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tentang kualitas pelayanan BSM Implan, loyalitas nasabah, serta pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah BSM Implan di BSM KCP Pajajaran Bandung. Penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif analitis. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan kuisioner. Analisis data dilakukan dengan metode kuantitatif dan untuk mencari pengaruh variabel independen dan dependen menggunakan metode analisis regresi sederhana dan hipotesis.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Loyalitas Nasabah BMS Implan

A. Pendahuluan

Pada Bank Syariah Mandiri, terdapat produk BSM Implan atau disebut juga dengan murabahah channeling. BSM Implan itu sendiri adalah pembiayaan konsumen dalam valuta rupiah yang diberikan oleh bank kepada karyawan tetap Perusahaan yang melakukan pengajuan secara massal (kelompok). BSM Implan mengakomodir kebutuhan pembiayaan bagi para karyawan perusahaan tersebut, Misalnya dalam hal perusahaan tersebut tidak memiliki koperasi karyawan.

Kualitas pelayanan yang superior adalah salah satunya akan meningkatkan konsumen yang lebih banyak dan konsumen akan menjadi loyal terhadap produk atau jasa perusahaan tersebut. Dari pernyataan tersebut, kualitas layanan yang baik berbanding lurus dengan loyalitas nasabah.

Untuk tahun 2013, nasabah BMS Implan tercatat di BSM KCP Pajajaran berjumlah 201 nasabah dengan total dana outstanding sebesar Rp 3.100.000.000. Penjualan produk BSM Implan ini mengalami kemajuan yang cukup pesat bila dibandingkan pada dua tahun sebelumnya, pada tahun 2011 nasabah BSM Implan berjumlah 223 dengan total dana outstanding sebesar Rp 2.850.000. dan pada tahun 2012 jumlah nasabah BSM Implan berjumlah 210 dengan total dana outstanding sebesar Rp 2.910.000.

Dari uraian di atas, penjualan produk BSM Implan mengalami peningkatan dana outstanding pertahunnya, akan tetapi dari jumlah nasabah mengalami penurunan setiap tahun.

Beberapa penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya terkait dengan Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah BSM Implan. Hasil penelitian yang dilakukan Wuryanti Kuncoro (2009) tentang Pemegang Asuransi Syari'ah". Hasil

penelitian ini menunjukan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.¹

Dalam penelitian yang dilakukan Prasetyo Adi (2008) “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah BMT Kaffah Yogyakarta”. Hasil analisis data menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa untuk meningkatkan kepuasan nasabah, maka BMT Kaffah harus meningkatkan kualitas.²

Dalam penelitian yang dilakukan Mohammad Assegaf (2009) “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Perusahaan Penerbangan P.T. Garuda di Semarang) ”.dalam penelitian ini terbukti bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas pelanggan sehingga menyebabkan pelanggan terpuaskan.³

Klasifikasi total dari variabel kualitas pelayanan

No	Sub variabel	Rata-rata	klasifikasi
1	Jaminan (<i>Assurance</i>)	4,27	Sangat baik
2	Kehandalan (<i>Reability</i>)	3,59	Baik
3	Ketersediaan infrastuktur (<i>Tangible</i>)	3,60	Baik
4	Empati (<i>Emphaty</i>)	4,20	Sangat baik
5	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	3,94	Baik
Jumlah		19,6	-
Rata-rata		3,92	Baik

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan BSM Implan di BSM KCP Pajajaran Bandung menunjukkan jumlah rata-rata dari semua sub variabel X (kualitas pelayanan) sebesar 3,92 dalam klasifikasi Baik. Artinya bahwa responden menilai Kualitas Pelayanan Pada BSM Implan KCP Pajajaran Bandung yang diukur dari aspek *Assurance*, *Reability*, *Tangible*, *Emphaty*, dan *Responsiveness* telah dinilai Baik.

Klasifikasi Total Dari Variabel Loyalitas Nasabah

No	Sub variabel	Rata-rata	klasifikasi
1	Pembelian aktifitas ulang	3,56	Tinggi
2	Mempengaruhi orang lain	3,73	Tinggi
3	Transaksi lini produk	3,53	Tinggi
Jumlah		10,82	-

¹ Wuryanti Kuncoro, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas yang Syar’i Pemegang Asuransi Syari’ah. Dalam skripsi UNISULA 2009.

² Prasetyo Adi, Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah BMT Kaffah Yogyakarta, dalam skripsi STAIN SURAKARTA 2008.

³ Mohammad Assegaf, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan(Studi Pada Perusahaan Penerbangan P.T. Garuda di Semarang), Dalam skripsi UNISULA 2009.

Rata-rata	3,60	Tinggi
------------------	-------------	---------------

Dari tabel di atas terlihat dari rata-rata sub variabel Y (Loyalitas Nasabah BSM Implan) menunjukkan bahwa ketiga indikator loyalitas nasabah dapat dinilai tinggi, indikator pembelian aktifitas ulang memiliki rata-rata (3,56), sedangkan indikator mempengaruhi orang lain memiliki rata-rata (3,73), dan indikator transaksi lini produk rata-rata (3,53).

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden atas variabel Y (loyalitas nasabah) sebesar 3,60 dalam klasifikasi Tinggi. Artinya bahwa Loyalitas Nasabah BSM Implan KCP Pajajaran Bandung yang diukur dari aspek Pembelian aktifitas ulang, mempengaruhi orang lain, dan transaksi lini produk telah dinilai Tinggi.

Tabel 4.39 Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	.860 ^a	.740	.736		.19578

a. Predictors: (Constant), loyalitas nasabah

b. Dependent Variable: kualitas pelayanan

Dari output SPSS di atas dapat diketahui bahwa koefisien regresi (*R squer*) adalah sebesar 0,740 yang merupakan besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah di BSM Implan KCP Pajajaran Bandung. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah sebesar 0,740 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh sebesar 74% terhadap loyalitas nasabah, Artinya Kualitas pelayanan mempengaruhi Loyalitas Nasabah BSM KCP Pajajaran Bandung.

B. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah BSM Implan di BSM KCP Pajajaran Bandung, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan secara keseluruhan dari BSM Implan dinilai baik. Dari analisis kualitas pelayanan secara parsial yang meliputi Jaminan kualitas pelayanan dinilai sangat baik; Kehandalan kualitas pelayanan dinilai baik; Ketersediaan Infrastruktur kualitas pelayanan dinilai baik; Empati kualitas pelayanan dinilai sangat baik; dan Daya Tanggap kualitas pelayanan dinilai baik.
2. Loyalitas nasabah secara keseluruhan dari BSM Implan dinilai tinggi. Dari analisis loyalitas nasabah secara parsial yang meliputi: Pembelian aktifitas ulang dinilai tinggi, Mempengaruhi orang lain dinilai tinggi, dan Transaksi lini produk juga dinilai tinggi.
3. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah BSM Implan di BSM KCP Pajajaran Bandung sebesar 0,740 (74%). Berdasarkan uji signifikansi Ho ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang tinggi antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah BSM Implan di BSM KCP Pajajaran Bandung.

Daftar Pustaka

Ali Hasan. 2010. *Marketing bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia.

- Bank Syariah Mandiri. 2014. *Daftar kontrak pembiayaan murabahah channeling*. Bandung: PT.BSM.
- Bayu Wisnawa. 2014. *Prinsip Prinsip Kualitas Pelayanan*. prinsip-prinsip-kualitas-jasa.html, 10 Oktober 2014.
- Didin Hafidudin dan Hendri Tanjung. 2003. *Manajemen Syari'ah Dalam Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Fandy Tjiptono dkk. 2008. *Pemasaran Strategik*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Griffin,Jill. 2005. *Customer Loyalty , Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Hermawan Kartajaya. 2006. *Hermawan Kartajaya on Segmentation Seri 9 Elemen Marketing*. Bandung: PT. Mizan Pustaka.
- Mohammad Nazir. 2013. *Metode Penelitian*. Cetakan Kelima. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Mohammad Assegaf. 2009. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan*. Dalam skripsi UNISULA.
- Nugroho J Setiadi. 2003. *Prilaku Konsumen*. Jakarta: PT.Kencana Prenanda Media.
- Philip Kotler. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium jilid 1 dan 2. Jakarta: prenhallindo.
- Prasetyo Adi. 2008. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah BMT Kaffah Yogyakarta*. Dalam Skripsi STAIN.
- Radius Oktanata. 2012. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah pick up di BJB Syariah KCP Soreang*. Dalam Skripsi UNISBA.
- Ratmino dan Atik Septi Winarsih. 2005. *Manajemen pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.