

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Fenomena yang terjadi pada saat ini dapat dilihat bahwasannya persaingan antar bank semakin kuat sehingga masing-masing bank dituntut untuk bisa bertahan pada persaingan bisnis perbankan. Seiring dengan meningkatkan persaingan pada bisnis jasa perbankan, masing-masing bank diharuskan tahu pentingnya bangun kepuasan nasabah supaya mereka tetap merasa puas. Ketidakpuasan adalah alasan utama nasabah pindah ke bank lain. Kepuasan nasabah dapat dilihat melalui tingkat dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk yang diharapkan. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan manfaat seperti hubungan antara perusahaan dengan konsumen menjadi lebih harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen, serta membentuk rekomendasi dari ucapan yang menguntungkan di perusahaan.¹

Produk adalah hasil proses produksi yang dibuat oleh produsen atau perusahaan yang nanti akan di jual pada konsumen yang membutuhkan. Sebagian besar pendapatan sebuah perusahaan berasal dari produk yang dijualnya pada para konsumen, konsumen akan membeli produk itu untuk keperluannya sehari-hari, ataupun untuk memenuhi kepuasannya.² Produk jasa merupakan sesuatu yang ditawarkan ke pasar

¹ Bagus Dwi Setyawan, 2013. *Pengaruh Kualitas dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*, (Skripsi Program Studi Konsumen Kopita Semarang, Universitas Diponegoro Semarang), diakses pada tanggal 20 April 2020

² Lembaga Pengkajian Kebudayaan Nusantara, *Kamus Besar Ilmu Pengetahuan*, (Jakarta: Golo Riwu, 2020), hal. 721

agar mendapatkan perhatian untuk dibeli atau dikonsumsi sesuai kebutuhan dan keinginannya. Agar produk yang dibuat pada suatu perusahaan terjual dipasar, yang membuat produk perlu memperhatikan tingkat kualitas atau keunggulan agar sesuai terhadap kemauan nasabahnya. Produk yang unggul yaitu mempunyai kelebihan dibandingkan pada produk pesaing/Produk Plus. Dalam perbankan, produk plus wajib diciptakan setiap waktu, karena dapat mempertahankan nasabah kemudian juga dapat menarik minat calon nasabah baru.

Kualitas produk merupakan kapasitas sebuah produk untuk mempergerakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan memudahkan dalam pengaplikasian serta reparasi produk juga atribun konsumen. Kualitas produk akan menjadi faktor yang sangat menonjol pada berhasilnya sebuah organisasi, baik organisasi profit atau non profit, karena jika nasabah merasakan bahwasannya keunggulan atau kualitas produk yang didapatkan baik atau sesuai dengan keinginan, maka akan merasa percaya, puas serta memiliki komitmen sebagai nasabah yang loyal. Keunggulan memberikan sebuah dorongan pada nasabah dalam menjalin hubungan yang kuat pada perusahaan.

Juga tidak bisa dipungkiri bahwasannya keunggulan atau kualitas dari sebuah produk serta jasa yang telah diberikan bagi perusahaan dapat menjadikan faktor yang utama dicari-cari para nasabah untuk terpenuhinya keinginan mereka/kepuasan nasabah tersebut.³ Jika produk ataupun jasa yang mereka rasakan bisa mencukupi kepuasan nasabah, pasti para nasabah akan kembali menggunakan produk yang diberikan perusahaan itu sendiri. Akan tetapi jika sebaliknya nasabah mempunyai

³ Muchdarsyah Sinungan, *Strategi Manajemen Bank*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2017), hal. 18

perasaan tidak puas akan produk yang diberikan dari perusahaan, para nasabah pasti kecewa serta tidak mau menggunakan kembali produk itu sendiri.

Dalam perbankan syariah nilai Islam wajib dijalankan sebab setiap akad (Transaksi) harus betul-betul melihat rasa keadilan serta sedapat mungkin terhindar dari perasaan tidak adil, oleh karenanya harus ada saling ridha dari pihak masing-masing. Dengan adanya pengaplikasian nilai Islam untuk seluruh kegiatan lembaga keuangan syariah seperti perjanjian atau akad yang dibuat oleh lembaga keuangan syariah dan anggotanya tentu akan mendukung proses berkembangnya lembaga keuangan syariah itu sendiri untuk kedepannya. Penerapan nilai-nilai Islam dalam lembaga keuangan syariah secara baik serta benar tentu saja akan mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menjadi anggota di lembaga keuangan syariah tersebut. Penerapan nilai-nilai Islam harus menjadi perhatian penting untuk setiap perusahaan. Dengan penerapan nilai-nilai Islam tersebut, dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat dalam menyimpan dananya atau memakai pembiayaan di lembaga keuangan syariah. Semakin banyak masyarakat menyimpan dana atau memakai pembiayaan di lembaga keuangan syariah, hal ini dapat dilihat masyarakat sudah menjadi anggota yang loyal di lembaga keuangan syariah itu sendiri.

Akan tetapi hal tersebut pula masih kurang maksimal dalam mensugesti keputusan rakyat untuk memakai produk bank syariah. Salah satu faktor penghalangnya yaitu masih kurangnya minat serta adanya keraguan pada sekelompok warga dalam penerapan nilai-nilai Islam di produk perbankan syariah. Sebagian rakyat berpendapat bahwasannya penerapan nilai-nilai Islam di perbankan syariah hanya menjadi teori-teori

pada buku saja namun pengaplikasiannya tidak berbeda jauh dengan perbankan konvensional. Tentunya kerangka berpikir seperti ini memberi pengaruh buruk pada perkembangan perbankan syariah di Indonesia.

Perbankan syariah mempunyai posisi yang utama untuk kegiatan perekonomian masyarakat. Banyak produk perbankan syariah yang diinginkan bisa memajukan perekonomian berlandaskan oleh syariat Islam. Kegiatan perekonomian tidak terlepas dalam prinsip Islam yaitu, beriman kepada Allah bahkan menjadi pengawas untuk pengguna ekonomi. Dengan adanya regulasi yang berlandaskan hukum di institusi keuangan syariah menjadi semakin kuat perbankan syariah yang ada di Indonesia.⁴

Hal serupa bahwa kepuasan pelanggan menjadi tuntunan pada perusahaan jasa, pelanggan yang puas akan menjadi *market force* bagi perusahaan, artinya kepuasan pelanggan bisa memberikan dampak positif terhadap perusahaan melalui *word of mouth*. Dampak dari kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen dan pembelian ulang berbeda-beda untuk setiap perusahaan. Konsumen yang loyal belum tentu puas, sebaliknya konsumen yang puas akan cenderung menjadi konsumen yang loyal. Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan, memuaskan nasabah adalah yang pokok yang tidak boleh diabaikan, dimana kepuasan nasabah merupakan aspek strategis dalam memenangkan persaingan mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas.⁵

⁴ Gufron Abdul Azis, 2020. *Pengaruh Keunggulan Produk Pembiayaan Murabahah Rahn Dan Penerapan Nilai-Nilai Islam Dengan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT BPR Syariah Lantabur Tebuireng Kantor Cabang Gresik*, Jurnal Of Sharia Economics, Vol 2, (Desember 2020):94

⁵ M. Syaf'i Antonio, *Bank Islam: Teori dan Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2000), hal. 16

Sampai saat ini kepuasan nasabah masih menjadi masalah dan prioritas utama Bank Muamalat KC Cilegon agar mampu bertahan dalam ketatnya persaingan antar bank syariah yaitu, pelanggan yang puas cenderung memberikan referensi yang baik terhadap produk kepada orang lain. Jika pelanggan merasa puas maka pelanggan akan melakukan transaksi ulang. Kepuasan tinggi yang diperoleh oleh pelanggan akan menjadikan kurang tertarik dengan tawaran pesaing, dengan demikian kepuasan pelanggan mempunyai hubungan langsung dengan kesetiaan pelanggan. Kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa/produk yang ditawarkan dapat dijadikan masukan bagi pihak manajemen untuk meningkatkan dan memperbaiki kualitas pelayanan yang diberikan. Untuk mempertahankan nasabahnya, Bank Muamalat KC Cilegon menerapkan pelayanan yang baik dalam melayani semua nasabahnya tanpa terkecuali.

Berdasarkan latar belakang tersebut, dapat diketahui bahwa kualitas produk dan penerapan prinsip syariah bagi nasabah dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Dalam jangka panjang kepuasan nasabah dapat dijadikan tujuan utama bagi perencanaan strategi pemasaran di perbankan. Berdasarkan uraian di atas, peneliti ingin meneliti tentang kualitas produk dan penerapan prinsip syariah yang dimiliki Bank Muamalat KC Serang. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Penerapan Prinsip Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Muamalat KC Cilegon”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah maka identifikasi masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kualitas produk di Bank Muamalat KC Cilegon ada yang tidak bisa dijangkau semua lapisan, sehingga nasabah hanya bisa memilih salah satu dari beberapa produk yang ada.
2. Penelitian ini mengkaji atau lebih memfokuskan tentang kualitas produk dan penerapan prinsip syariah terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat KC Cilegon.

C. Batasan Masalah

1. Pembatasan masalah dilakukan agar peneliti lebih terarah, fokus, dan tidak menyimpang dari sasaran pokok penelitian. Oleh karena itu, penulis akan membatasi penelitian ini pada:
 1. Fokus penelitian kepada nasabah tabungan di Bank Muamalat KC Cilegon.
 2. Penelitian ini dilakukan pada salah satu Bank Syariah yaitu Bank Muamalat KC Cilegon.

D. Perumusan Masalah

Melalui batasan masalah di atas, maka untuk mempermudah penelitian ini, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat KC Cilegon?
2. Apakah penerapan prinsip syariah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat KC Cilegon ?

3. Apakah kualitas produk dan penerapan prinsip syariah secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan nasabah pada Bank Muamalat KC Cilegon?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan utama yang ingin dicapai peneliti ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat KC Cilegon.
2. Untuk mengetahui pengaruh penerapan prinsip syariah terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat KC Cilegon.
3. Untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama antara kualitas produk dan penerapan prinsip syariah terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat KC Cilegon.

F. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu memberikan pencerahan daya guna bagi pihak-pihak terkait, yakni sebagai berikut:

1. Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan para pembaca, serta dapat menambah rujukan untuk referensi pembaca yang ingin melakukan penelitian mengenai kualitas produk dan penerapan nilai Islam terhadap kepuasan nasabah.

2. Lembaga Perbankan Syariah

Hasil ini diharapkan dapat berguna bagi pihak Bank Muamalat KC Cilegon untuk meningkatkan kualitas produk terhadap nasabahnya, agar lebih menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam menjalankan perusahaannya agar berhasil menjadi perbankan syariah yang di impi-impikan oleh masyarakat.

3. Peneliti

Bagi peneliti sendiri, hasil penelitian ini diharapkan menjadi sarana belajar untuk mengidentifikasi dan menganalisis permasalahan yang ada pada perbankan syariah, sehingga dapat memperluas dan memperkaya ilmu pengetahuan, khususnya menyangkut tentang kualitas produk dan penerapan prinsip syariah pada perbankan syariah.

G. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah:

BAB I : PENDAHULUAN

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

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang landasan teori-teori sebagai hasil dari 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.