

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Dewasa ini perkembangan keuangan syariah semakin meningkat, Setelah hadirnya keuangan syariah selama lebih dua dekade membawa hasil yang tidak sia-sia. Salah satu bentuk keuangan syariah di Indonesia ialah perbankan syariah. Perbankan syariah adalah bank yang dalam pelaksanaan operasinya menggunakan sistem yang berprinsip syariah. Sebagai salah satu penyumbang terbesar dalam aset keuangan syariah perbankan syariah indonesia tercatat pada tahun 2017 mengalami peningkatan aset sebesar Rp. 69,36 triliun atau tumbuh sebesar 18,97% jumlah ini meningkat dari tahun sebelumnya yang hanya sebesar Rp.61,6 triliun saja. Kendati demikian meskipun pada tahun 2017 angka pertumbuhan masih tinggi namun sebenarnya mengalami pelambatan dibandingkan tahun sebelumnya yang mencapai angka pertumbuhan sebesar 20,28%.

Meningkatnya jumlah aset dan pertumbuhan yang baik tidak semerta-merta menjadikan perjalanan perbankan syariah di Indonesia tidak mengalami kendala. Pasalnya ada masalah serius yang harus segera dicari solusinya, yakni perihal *Market share* perbankan Syariah. Berikut merupakan tabel tingkat *market share* perbankan syariah di Indonesia :¹

Tabel 1.1

***Market Share* perbankan Syariah**

Tahun	Market Share (%)
2016	5,33
2017	5,78
2018	5,96

Sumber: www.Ojk.go.id

Dari tabel tersebut dapat terlihat bahwa tingkat *market share* perbankan syariah hanya mampu mencapai angka 5%, Meskipun angka ini sudah dapat mewujudkan cita-cita perbankan syariah, namun jika dibandingkan dengan jumlah tingkat *market share* dari perbankan konvensional angka ini jelas masih jauh

¹ Otoritas Jasa Keuangan, *Snapshot Perbankan Syariah*, diakses melalui <https://OJK.go.id>, 15 maret 2019

tertinggal. Oleh karenanya harus dilakukan usaha yang lebih agar tingkat *market share* perbankan syariah di Indonesia dapat terus meningkat.

Meskipun mengalami pelambatan pertumbuhan, serta tingkat *market share* yang belum begitu memuaskan jika kembali kita lihat pada tahun-tahun sebelumnya, industri perbankan syariah di Indonesia masih menunjukkan pertumbuhan kearah yang positif dan terus berkembang, sehingga masa depan perbankan syariah masih bisa dikatakan cerah jika para pegiatnya mengelola bisnis ini dengan baik dan terus berusaha untuk menjaga dan meningkatkan kinerjanya dengan tidak melupakan asas kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah dan layanan yang berkualitas sebagaimana mestinya.

Dengan terus berkembangnya perbankan syariah menyebabkan semakin tingginya persaingan antara sesama pegiat bisnis ini, maka dibutuhkan usaha-usaha para pemimpin bank syariah agar dapat terus eksis di masyarakat dan dapat bersaing dibisnis ini. Selain dari inovasi produk serta jasa yang harus terus ditingkatkan agar dapat diserap dan sesuai dengan kebutuhan

masyarakat , kualitas layanan juga harus terus diperbaiki agar dapat menjadikan nasabah yang dimiliki oleh suatu bank merasa puas atas pelayanan yang diberikan. Pelayanan merupakan salah satu upaya bank agar selalu diminati dan diingat oleh nasabahnya , program pelayanan kepada nasabah merupakan upaya bank untuk memberikan pelayanan terbaik sehingga nasabah nyaman untuk melakukan transaksi dengan bank tersebut demi terciptanya nasabah yang loyal terhadap bank tersebut pada akhirnya.² Oliver (1999), menyatakan bahwa loyalitas adalah komitmen untuk membeli ulang atau berlanggan dengan sebuah produk/jasa dimasa yang akan datang.³ Ketika kepuasan konsumen berubah menjadi sebuah loyalitas, maka sebuah perusahaan akan dapat bertahan dalam waktu yang lama. Konsumen loyal tersebut hanya bisa didapatkan apabila ia merasa puas atas produk/jasa, maka penting untuk memberikan kepuasan semaksimal mungkin pada konsumen.

² Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank*, Jakarta:PT.Gramedia Pustaka Utama, 2013, h.189

³ Muhammad Ismail, *Strategi Pemasaran Untuk Membangun Citra Dan Loyalitas Merk*, (Bogor:IPB Press, 2013) h.70

Sejatinya bank-bank di Indonesia sudah sangat sadar pentingnya kepuasan pelanggan, bukan hanya bank-bank BUMN seperti BNI, Mandiri, BRI dan bank-bank terkemuka lainnya, bank syariah juga ikut berlomba-lomba menciptakan program peningkatan kepuasan pelanggan. Menurut Kotler (dalam Kasmir, 2012), kepuasan pelanggan merupakan penilaian dari pelanggan atas penggunaan barang atau jasa dibandingkan dengan harapan sebelum penggunaannya.⁴

Penilaian ini terjadi ketika nasabah menaruh harapan sebelum mengonsumsi dengan hasil yang didapatkan setelah mengonsumsi, semakin besar jarak antara harapan dan hasil yang didapatkan nasabah, maka akan semakin besar kepuasan yang dirasakan, dan begitu pula sebaliknya. Nasabah yang sudah tidak puas dengan suatu bank, dapat dengan mudah untuk pindah ke bank lainnya.

Kepuasan pelanggan diyakini merupakan salah satu alat ukur untuk melihat daya saing suatu perusahaan. Karena kepuasan pelanggan secara tidak langsung memberikan gambaran seberapa

⁴ Kasmir, *Manajemen Perbankan, Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada*, 2012, hal 263

jauh perusahaan mampu merespon keinginan dan harapan pelanggan. Dalam jangka panjang kepuasan pelanggan yang semakin meningkat dapat meningkatkan daya saing perusahaan, hal itu juga tercermin dari usaha perusahaan untuk terus mempertahankan pelanggan yang mana akhirnya berimbas pada profitabilitas perusahaan tersebut dalam jangka panjang.

PT. Bank syariah mandiri merupakan salah satu Bank Umum Syariah (BUS) terbesar di Indonesia. Sebagai salah satu bank syariah yang terkemuka di Indonesia bank syariah Mandiri mempunyai banyak anak cabang yang tersebar di seluruh indonesia, termasuk di daerah Cikande. Bank Syariah Mandiri cabang Cikande berlokasi diwilayah kawasan modern padat industri. Meskipun demikian hal tersebut tidak memberikan kemudahan dalam berbisnis, persaingan yang ketat antara bank-bank sekitar seperti Bank BCA, Mandiri, BNI, BRI dan lainnya yang berlokasi sama sangat perlu untuk diperhatikan. Jika pihak bank BSM Cabang Cikande salah dalam mengambil tindakan maka imbas nya adalah para nasabah akan lari kebank pesaing lainnya. Menurut Goetsch dan davis pengertian dari kualitas

secara luas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk , jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.⁵

Kualitas adalah kesesuaian dengan yang disyaratkan atau distandarkan, dengan semakin berkembangnya bisnis perbankan di Indonesia , maka kualitas yang di standarkan pun akan semakin meningkat, dikarenakan setiap bank akan terus berlomba-lomba meningkatkan kualitasnya dari bank pesaing. Jika di bandingkan dengan bank konvensional diindonesia, bank syariah harus menerima kenyataan bahwa standard kualitas yang digunakan berasal dari bank konvensional, karena bank konvensional sudah lebih dahulu muncul serta persepsi masyarakat yang berpikir bahwa bank syariah sama saja dengan bank konvensional menyebabkan bank syariah harus bekerja lebih maksimal agar dapat menciptakan suatu standard kualitas yang baru dalam industri ini.

Bank Syariah Mandiri sendiri menganggap bahwa kualitas layanan Sebagai hal yang harus terus diperbaiki. Dengan

⁵ Moh.Mukhsin, "*Manajemen Operasional*", Banten: Dinas Pendidikan Provinsi Banten,2012, hal 216

diberikannya pelayanan yang baik dan berkualitas nasabah akan mendapatkan kepuasan dari apa yang telah diberikan bank . dan dengan berpedoman pada misi Bank Syariah Mandiri yakni *Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah*, bank Bank Syariah Mandiri cabang Cikande berusaha untuk memberikan pelayanan sebaik mungkin, karena . Pelayanan yang buruk dapat menjadikan nasabah meninggalkan bank dan beralih pada bank pesaing lainnya. Selain beralih pada bank pesaing nasabah yang merasakan pelayanan yang buruk dapat menyebarkan kelemahan bank tersebut pada orang lain, seperti halnya strategi *word of mouth* (cerita dari mulut-kemulut) yang efektif dan cepat tersebar di masyarakat untuk menarik nasabah pada strategi pemasaran, *word of mouth* yang diberikan nasabah yang kecewa juga berpengaruh terhadap menurunnya keinginan nasabah untuk bertransaksi pada bank tersebut. Jika hal ini terjadi maka kepercayaan masyarakat akan hilang dan jumlah nasabah dapat menurun. Dengan terjadinya penurunan nasabah maka profit dalam perusahaan juga akan berkurang sehingga sudah dapat

dipastikan bank akan kesulitan untuk terus dapat bertahan dalam bisnis ini jika tidak segera mengatasi masalah yang terjadi dengan baik dan benar.

Karena pentingnya kualitas layanan serta dampaknya terhadap kepuasan nasabah dalam operasional bank syariah mandiri serta efek nya terhadap pihak bank, maka mendorong penulis untuk mengadakan sebuah penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH (Studi Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Cikande)”**

B. Identifikasi Masalah

Pada dasarnya, kepuasan dan ketidakpuasan dari konsumen ditentukan oleh persepsi dan harapan konsumen. Persepsi terhadap produk/jasa dipengaruhi dari pengalaman konsumen saat mencoba atau menerima suatu pelayanan.⁶ Ketika produk atau jasa yang diperoleh berkualitas baik, maka besar

⁶ Handi Irawan , *Indonesian Customer Satisfaction (membedah Strategi Kepuasan Pelanggan Merek Pemenang ICOSA)*, Jakarta:PT Elex Media Komputindo, 2003 h.122

kemungkinan konsumen akan memberikan persepsi tinggi dan tingkat kepuasan yang tinggi pula.

Masalah akan muncul ketika Produk atau Jasa yang diperoleh tidak baik atau tidak berkualitas, konsumen yang dalam penelitian ini adalah nasabah akan pergi kebank pesaing lainnya. Semakin banyak nasabah yang tidak puas akan berimbas negative pada Bank, dimulai dari menurunnya nasabah, kemudian tingkat profit, dan citra bank yang akan memburuk. Oleh karenanya, penting bagi perusahaan Bank untuk terus meningkatkan Kualitas Layanannya, yang mana kualitas layanan ini diharapkan memberikan efek puas terhadap nasabah.

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri kantor Cabang Cikande?
2. Seberapa besar pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Cikande?

D. Pembatasan Masalah

Untuk menghindari luasnya pokok pembahasan, serta keterbatasan waktu dan tenaga, penulis membatasi masalah Penelitian ini hanya pada kualitas layanan yang mempengaruhi kepuasan nasabah, sehingga peneliti dapat mengetahui bagaimana pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, dan seberapa besar pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Cikande.

E. Tujuan Penelitian

Mengacu pada perumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui pengaruh dari kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Cikande.
2. Mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Cikande.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat untuk berbagai pihak, diantaranya yaitu:

1. Bagi Bank Syariah Mandiri Cabang Cikande

Diharapkan penelitian ini menjadi sumber informasi, agar pihak bank dapat mengetahui kinerja perusahaannya sehingga dapat terus meningkatkan kualitas layanan agar dapat memberikan kepuasan yang lebih bagi nasabah baik dimasa kini maupun masa mendatang.

2. Bagi akademisi.

Diharapkan dapat menjadi acuan dan referensi serta ilmu untuk penelitian selanjutnya mengenai pembahasan yang sama ataupun berbeda, Bagi masyarakat umum diharapkan dapat dijadikan sebuah ilmu tentang perbankan.

3. Bagi penulis

Sebagai wahana untuk menambah wawasan pengetahuan dan pengalaman penelitian mengenai kualitas layanan dan kepuasan nasabah di perbankan syariah.

G. Kerangka Pemikiran

Dengan semakin meningkatnya persaingan dalam bisnis perbankan, mengakibatkan perlu adanya upaya-upaya ekstra yang dilakukan perusahaan agar dapat terus bersaing dan eksis dibidangnya. Salah satu faktor yang berpengaruh terhadap perusahaan adalah kualitas layanan yang tujuannya adalah demi terciptanya kepuasan nasabah. Bank perlu memberikan kemampuan terbaiknya dalam melayani nasabah agar mampu memberikan kepuasan semaksimal mungkin pada para nasabahnya.

Layanan pelanggan yang berkualitas sendiri terdiri atas melakukan pekerjaan yang benar pada saat pertama . apabila masalah muncul , maka penanganan keluhan yang efektif penting dalam rangka mempertahankan kesetiaan pelanggan dan meningkatkan kepuasan dari pelanggan. Dengan adanya penanganan keluhan yang cepat dapat membuat orang menjadi loyal terhadap produk maupun jasa yang kita sediakan.⁷

⁷ MIM Academy, 2009, *Service Operation*, Jakarta:Esensi, hal 94

Kepuasan konsumen merupakan faktor utama dalam menilai kualitas pelayanan, di mana konsumen menilai kinerja pelayanan yang diterima dan yang dirasakan langsung terhadap suatu produk. Kualitas pelayanan ditentukan oleh bagaimana tingkat kesesuaian antara pelayanan yang diberikan dengan harapan yang diharapkan oleh pengguna layanan. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang dirasakan akan semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna/pelanggan, selanjutnya akan berdampak positif pada perilaku ataupun niat seseorang dalam menyikapi pelayanan tersebut.⁸ Menurut Brown kepuasan konsumen adalah kondisi terpenuhinya kebutuhan, keinginan, harapan konsumen terhadap sebuah produk dan jasa. Konsumen yang puas mengkonsumsi produk tersebut secara terus menerus, mendorong konsumen untuk loyal terhadap sebuah produk atau jasa tersebut

⁸ Conny sondakh “*Kualitas Layanan, Citra Merek Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Tabungan*” Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Vol.3 ,No.1, 2014:20

dan dengan senang hati mempromosikan produk dan jasa tersebut dari mulut ke mulut.⁹

Menurut para ahli kualitas layanan yang baik dapat memberikan rasa puas terhadap konsumen, adapun untuk mengukur kualitas layanan salah satu peneliti yakni Othman dan Owhen, dalam penelitiannya menyatakan ada enam komponen yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas layanan, yakni *compliance, tangibels, responsivness, assurance, reliability, emphaty*. Keenam komponen tersebut diharapkan dapat menjadi alat ukur yang baik sehingga dapat diketahui apakah layanan yang diberikan sudah berkualitas dan dapat memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

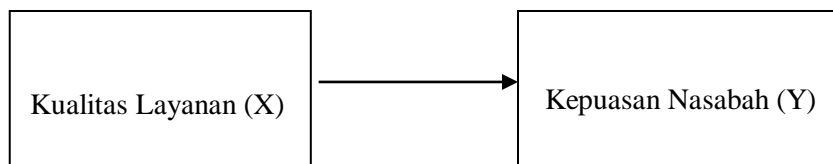
Dari paparan diatas, penulis akan meneliti mengenai pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri cabang Cikande. Karena apabila bank dapat memberikan pelayanan yang baik dapat menjadikan

⁹ Yuniarti Sri Vinna, 2015, *Perilaku Konsumen Teori Dan Praktik*, Bandung, Pustaka Setia, hal 233

konsumen merasa puas, dan akhirnya kepuasan ini diharapkan memberikan dampak positif terhadap perusahaan baik dari *Market share* (pangsa pasar), laba maupun dampak positif lainnya. Adapun gambaran kerangka pemikiran penelitian yakni sebagai berikut:

Gambar 1.1

Kerangka Pemikiran



H. Sistematika Pembahasan

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menggunakan sistematika sebagai berikut:

Bab Ke Satu, Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta kerangka pemikiran, sistematika pembahasan.

Bab Ke Dua, Kajian Teoritis

Bab ini menjelaskan tentang teori-teori yang berkaitan dengan variabel yang digunakan dalam penelitian, hasil-hasil penelitian yang relevan dan hipotesis penelitian.

Bab Ke Tiga, Metodologi Penelitian

Bab ini menjelaskan tentang metode penelitian yang digunakan, waktu dan tempat penelitian, jenis penelitian dan sumber data, pengumpulan dan pengolahan data.

Bab Ke Empat, Deskripsi Hasil Penelitian

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian, deskripsi data, uji hipotesis, serta beberapa uji statistika yang digunakan untuk menguji variabel penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

Bab Ke Lima, Penutup

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang dilakukan dan saran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian selanjutnya.