BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pelayanan adalah aspek yang tidak bisa disepelekan dalam persaingan bisnis manapun. Dengan jumlah bank dan kantor cabang yang banyak dan produk yang ditawarkan bank beragam, pelayanan yang baik memang masih ampuh bagi bank untuk mempertahankan nasabah atau mendapatkan nasabah baru, pelayanan sangat penting dalam bisnis perbankan.

Undang-undang RI Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Dalam aktivitas usahanya, bank syariah selalu menggunakan hukum-hukum Islam yang tercantum didalam Al-Qur'an dan Hadits. Bank syariah memiliki tiga fungsi utama yaitu menghimpun dana

dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi, menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan dana dari bank, dan juga memberikan pelayanan dalam bentuk jasa perbankan syariah.

Nasabah adalah seseorang yang menikmati layanan jasa yang bank berikan. Jumlah nasabah pada suatu bank ditentukan oleh baik atau buruknya pelayanan yang diberikan. pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang lain. Ciri pelayanan yang baik yaitu dapat memberikan kepuasan kepada nasabah. Memiliki karyawan yang professional, tersedia sarana dan prasarana yang baik, tersedia semua produk yang diinginkan oleh nasabah, bertanggung jawab kepada setiap nasabah dari awal hingga selesai, mampu melayani secara cepat dan tepat, mampu berkomunikasi secara jelas, memiliki pengetahuan umum lainnya, mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah.[2]

Dalam hal ini, pelayanan yang baik dapat diukur dengan menggunakan instrumen pengukuran kinerja

pelayanan yang telah dikembangkan oleh Zeithaml, Parasuraman dan Berry.Terdapat 10 indikator kinerja pelayanan, yaitu: *tangible, reliability, responsiveness, competence, courtessy, credibility, security, access, communication,* dan *understanding the customer*. Sepuluh indikator tersebut dapat diterapkan untuk mengukur kinerja pelayanan pada perbankan.

Pelayanan yang optimal pada akhirnya juga mampu meningkatkan image perusahaan sehingga citra perusahaan di mata pelanggannya terus meningkat pula. Segala yang dilakukan perusahaan akan dianggap baik pula, sehingga nasabah menjadi terpuaskan atas pelayanan yang diberikan. Dan tentunya hal ini merupakan nilai positif bagi perusahaan.[3].

Customer service secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk

---

[2] Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), h.9

[3] Pipi Yestika Sari dan Mega Usvita "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Sikoci (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Nagari Cabang Ujung Gading)",* e-Jurnal Apresiasi Ekonomi Volume 1, Nomor 2, Mei 2013: 103-109, hal.104

memberikan kepuasan nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi kegiatan dan kebutuhan nasabah.[4]

Pelayanan yang diberikan adalah pelayanan berdasarkan informasi dan pelayanan jasa yang tujuannya untuk memberikan kepuasan nasabah dan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.[5]. *Customer service* memegang peranan sangat penting, dalam dunia perbankan tugas utama seorang *customer service* memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat. Bank memberikan pelayanan terbaiknya khususnya pada pelayanan *customer service* dikarenakan *customer service* adalah personal yang lebih banyak menerima keluhan-keluhan dari nasabah.

Philip Kotler mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapan.[6] Dalam buku karangan Fandy Tjiptono Engle, et al.

---

[4] Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2010) , h. 180

[5] Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, (Jakarta Pusat: PT. Gramedia Pusat Utama, 2014), h. 64.

mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dibeli sekurang-kurangnya memberikan hasil (outcome) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.[7]

Bank BNI Syariah Kantor Cabang Cilegon merupakan salah satu bank yang secara berkala melakukan perbaikan terhadap pelayanan dengan tujuan agar mendapatkan berbagai layanan yang baik, terutama pada pelayanan *customer service* sehingga mampu untuk bersaing secara sehat dengan bank lainnya. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Cilegon merupakan salah satu perusahaan jasa yang mengedepankan pelayanan kepada nasabah dalam setiap operasionalnya, setiap petugas dituntut untuk memberikan pelayanan yang baik, maka ia harus mengenal karakteristik nasabah dengan baik. Nasabah bermacam-macam tipe seperti

---

[6] Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, (Jakarta Pusat: PT. Gramedia Pusat Utama, 2014), h. 81.

[7] Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa* (Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2000), h. 146-147.

ada yang penyabar, pendiam dan hati-hati, masing-masing tipe ini harus didekati dengan metode yang berbeda.

Pelayanan *customer service* pada bank sangatlah penting dan harus terus ditingkatkan karena identik dengan kesuksesan pada lembaga atau organisasi yang bersangkutan. Didalam bank, *customer service* adalah bagian yang berhubungan langsung dengan permasalahan nasabah. Dibutuhkan *customer service* yang menguasai produk dan benar-benar memahami permasalahan nasabah. Pelayanan yang diberikan dengan baik akan mempengaruhi kepuasan nasabah, dimana bank yang memiliki pelayanan buruk lambat laun akan ditinggalkan nasabah. Namun, sebaliknya bank yang pelayanannya baik akan banyak dicari nasabah. Kepuasan nasabah akan terpenuhi bila mereka memperoleh apa yang menjadi harapan mereka. Mereka juga menginginkan agar keluhan mereka dapat didengar dan ditangani sesegera mungkin secara professional.

Sikap *customer service* yang kurang ramah, tidak tepat waktu dalam melayani nasabah, itu merupakan kendala

dalam melayani nasabah dengan baik. Buruknya pelayanan *customer service* bank yang diberikan kepada nasabah harus segera disadari dan diperbaiki oleh pihak bank agar tidak mengakibatkan banyak kerugian bagi bank. Nasabah pada masa sekarang sudah mulai selektif untuk mencari bank yang bagus, dan baik secara pelayanannya. Efek berikutnya akan terjadi pemberitaan negatif dalam jangka panjang. Dan sekali lagi itu adalah kerugian yang harus dialami oleh bank.

Dengan demikian *customer service* setiap bank harus meningkatkan pelayanannya dengan tetap memperhatikan SOP sebagai standar penilaian kinerja *customer service*, nasabah merasa puas, jika pelayanan yang diberikan menyenangkan hati para nasabah, demikian pula sebaliknya.

Pelayanan *customer service* yang diterima nasabah dapat dijadikan standar dalam menilai kinerja suatu bank yang berarti bahwa kepuasan nasabah adalah hal yang utama. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Cilegon berusaha memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan nasabah dan fasilitas yang baik untuk mempertahankan nasabah yang

sudah ada serta untuk mendapatkan calon nasabah. Dari sistem pelayanan yang diberikan oleh Bank BNI Syariah Kantor Cabang Cilegon diharapkan nasabah akan merasa puas. Jika nasabah merasa puas maka yang diharapkan oleh bank adalah perekomendasian kepada rekannya yang lain untuk menggunakan jasa Bank BNI Syariah Kantor Cabang Cilegon, dan meningkatkan proporsi pembelanjaan layanan bank.

Dengan melihat dasar inilah yang melatar belakangi dan dari uraian diatas membuat penulis merasa tertarik untuk mencoba membahas dan melakukan penelitian serta menganalisis pelayanan *cutomer service* terhadap kepuasan nasabah. Dalam hal ini, penulis akan meneliti di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Cilegon,dilihat dari pelayanan *customer service* yang diberikan kepada nasabahnya. Oleh karena itu, penulis bermaksud membuat penelitian dengan judul "**Pengaruh Pelayanan *Customer Service* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Cilegon**".

B. Identifikasi Masalah

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

1. Pelayanan *customer service* terhadap nasabah dituntut untuk mencapai tingkat keunggulan yang diharapkan untuk memenuhi keinginan nasabah.
2. Buruknya pelayanan *customer service* bank kepada nasabah akan membuat nasabah berpindah ke bank lain yang dinilai cukup baik dalam pelayanannya dan ini dapat menyebabkan kerugian terhadap bank.
3. Memperbaiki pelayanan *customer service* dengan cepat dan tepat apabila pelayanan tersebut dinilai kurang baik terhadap nasabah.
4. Kepuasan nasabah menjadi tolak ukur pada bank, karena secara kuantitas jumlah nasabah akan bertambah dari waktu ke waktu sedangkan secara kualitas nasabah yang didapat merupakan nasabah yang produktif.

C. Batasan Masalah

1. Fokus penelitian hanya mengenai permasalahan pengaruh pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah, yang dilakukan pada salah satu Bank Umum Syariah di Indonesia Yaitu Bank BNI Syariah Kantor Cabang Cilegon.
2. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner, observasi atau pengamatan langsung di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Cilegon.
3. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Cilegon yang hanya melakukan pembukaan rekening.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas dapat di rumuskan permasalahan yang akan di selesaikan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Cilegon?

2. Seberapa besar pengaruh pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Cilegon?

E. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini berdasarkan latar belakang pada rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Cilegon.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Cilegon.

F. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan oleh penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran bagi pengembangan keilmuan, untuk menambah pengetahuan serta memperdalam wawasan mengenai pelayanan *customer service* dan kepuasan nasabah khususnya yang terkait tentang kajian perbankan syariah sebagai salah satu bagian dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

b. Manfaat Praktis

a. Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan ilmu pengetahuan sebagai bahan pembelajaran bagi pembaca dan bagi mahasiswa/i. Hasil penelitian ini diharapkan dapat mendukung penelitian selanjutnya yang nantinya akan meneliti permasalahan serupa mengenai pelayanan *customer service* dan kepuasan nasabah.

b. Lembaga Perbankan Syariah

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan untuk dijadikan bahan evaluasi Bank BNI Syariah Kantor Cabang Cilegon dalam meningkatkan pelayanannya kepada nasabah.

c. Peneliti

Penelitian ini di harapkan memberi manfaat bagi penulis berguna

untuk mengetahui sejauh mana ilmu yang telah dipelajari selama di perkuliahan dan untuk menambah pemahaman yang lebih mendalam lagi pada pelayanan terhadap nasabah di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Cilegon secara riil. Dan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Studi Perbankan Syariah.

d. Bagi Masyarakat

Dengan adanya penulisan ini diharapkan bisa memberikan informasi kepada masyarakat tentang pelayanan *customer service* di Bank BNI Syariah

Kantor Cabang Cilegon untuk dijadikan sebagai pertimbangan atau keputusan menjadi nasabah.

G. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berfikir yang baik akan menjelaskan teoritis pertautan antara variabel yang akan diteliti.[8]

Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberian pelayanan.[9]

Pelayanan nasabah bukan sekedar bermaksud melayani, tetapi juga merupakan upaya untuk membangun suatu kerja sama jangka panjang antara bank dan nasabah dengan prinsip yang saling menguntungkan. Layanan yang

---

[8] Mohamad Pidik dan Priadana Salaudin Muis, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), hlm.89

[9] Daryanto, Setyobudi Ismanto, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Gava Media), h.135

baik merupakan sebuah harapan yang utama bagi nasabah, tak khayal jika nasabah sering kecewa dengan layanan yang buruk biasanya sangat signifikan mengurangi nasabah yang ada.

Dalam jasa perbankan, pelayanan kepada nasabah adalah hal yang sangat penting *customer service* merupakan garda depan pada setiap bank. *Customer service* merupakan suatu bagian dari unit organisasi yang berada di *front office* yang berfungsi sebagai sumber informasi dan perantara bagi bank dan nasabah yang ingin mendapatkan jasa-jasa pelayanan maupun produk-produk bank. Sesuai dengan fungsinya, *customer service* diharapkan dapat melakukan "*one stop service*" artinya nasabah cukup menghubungi bagian *customer service* saja dalam berhubungan dengan bank.[10] Oleh karena itu pelayanan kepada nasabah ini merupakan persoalan pokok dalam persaingan antar bank, juga merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari bank,

[10] Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, (Jakarta Pusat: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014), h. 64.

karena pelayanan nasabah merupakan salah satu kegiatan bank untuk meningkatkan kepuasan nasabah.

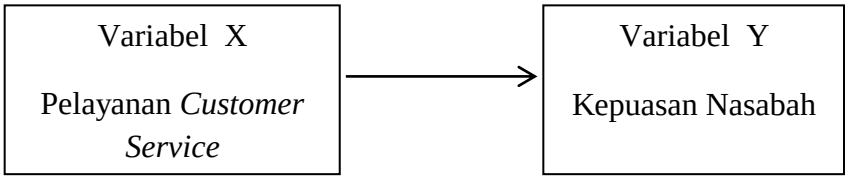
Kepuasan pelanggan pada dasarnya berhubungan dengan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dengan harapannya. Jadi, tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Pelanggan dapat memahami salah satu tingkat kepuasan umum, yaitu jika kinerja dibawah harapan, maka konsumen akan kecewa, kinerja sesuai harapan, maka konsumen akan puas, lalu kinerja melebihi harapan, maka konsumen sangat puas. Pada umumnya, harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang diterimanya apabila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk (barang atau jasa). Sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang ia terima setelah mengkonsumsi produk yang dipakai.[11]

---

[11] Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa* (Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2000), h. 146-147

Maka dari itu, segala sesuatu yang ditawarkan oleh sebuah perbankan khususnya dalam hal pelayanan *customer service* selalu berhubungan dengan kepuasan nasabahnya, karena pelayanan yang baik akan memberikan dampak positif bagi setiap nasabah. Nasabah yang merasa puas atas pelayanann *customer service* yang telah diberikan oleh bank akan datang kembali dan melakukan transaksi ulang sehingga menimbulkan loyalitas, dan sebaliknya nasabah yang tidak puas akan meninggalkan bank tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat digambarkan sebuah model penelitian sebagaimana tampak pada gambar 1.1 kerangka pemikiran yang merupakan hubungan fungsional lantaran variabel X bebas (independen) dan variabel Y terikat (dependen) sebagai berikut:



Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran

H. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini meliputi Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Batasan masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Kerangka Pemikiran, dan Sistematika Pembahasan.

BAB II : KAJIAN TEORITIS

Bab ini berisi tentang landasan teori-teori sebagai hasil dari studi pustaka . teori yang di dapat akan menjadi landasan pendukung mengenai masalah yang di teliti oleh penulis seperti pengertian Pelayanan, *Customer Service* dan Kepuasan Nasabah, Hubungan antar variabel, Hipotesis dan Penelitian Terdahulu yang Relevan.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang metode analisis yang digunakan dalam penelitian dan data-data yang digunakan beserta sumber data. Yang meliputi: Tempat dan Waktu Penelitian, Populasi dan Sampel, Jenis Metode Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data, dan Operasional Variabel Penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan deskripsi dan pembahasan hasil penelitian yang menjelaskan tentang Gambaran Umum Objek Penelitian, Gambaran Umum Responden, Pembahasan Hasil Penelitian dan Analisis Ekonomi.

BAB V : PENUTUP

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