

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank syariah menjadi fenomena global, hal ini dikarenakan Bank syariah merupakan alternatif yang baik jika perekonomian sedang terpuruk. Bank syariah lebih fleksibel dengan sistem bagi hasilnya pada saat terjadi krisis global. Keadaan ini terlihat ketika perekonomian semakin membaik, maka profitabilitas yang dihasilkan oleh Bank semakin meningkat, sebaliknya ketika perekonomian menurun, maka Bank syariah tidak mengalami kerugian seperti Bank konvensional karena adanya bagi hasil (Wijayanto, 2015).

Bank Syariah merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang mendasarkan kegiatannya pada syariat Islam, yang ditujukan untuk meningkatkan kualitas ekonomi dengan jalan mengembangkan kemandirian umat melalui kegiatan penghimpunan dan penyaluran dana. Manusia dalam menjalankan hidupnya tidak lepas dari aktivitas ekonomi, sehingga ekonomi merupakan bagian yang melekat dari kehidupan. Karena ekonomi merupakan dari tingkah laku manusia, maka semua bentuk aktivitas ekonomi haruslah berada dalam lingkup ajaran Islam (Juniawan, 2014).

Perkembangan Lembaga Keuangan Syariah (LKS) merupakan fenomena yang cukup menarik di tengah-tengah upaya bangsa kita keluar dari krisis. Ekonomi Industri keuangan syariah tumbuh dengan berbagai produknya ditengah tengah masyarakat untuk berinvestasi di Lembaga Keuangan Syariah (LKS) dan menerapkan sistem ekonomi syari'ah dalam

aktivitas ekonominya. Sistem ekonomi Islam yang berprinsip pada azas kebersamaan diharapkan bisa memberi solusi terhadap persoalan hidup yang selama ini dirasakan masyarakat dalam hal bermuamalah (Rahman,2017).

Meningkatnya jumlah pesaing, menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta berusaha memenuhi harapan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan dari pada yang dilakukan pesaing. Dalam jangka pendek, perbankan syariah nasional lebih diarahkan pada pelayanan pasar domestik yang potensinya masih sangat besar. Dengan kata lain, perbankan syariah nasional harus sanggup untuk menjadi pemain domestik akan tetapi memiliki kualitas layanan dan kinerja yang bertaraf internasional (Azmi dan Siyamto, 2015).

Di Indonesia sudah banyak berdiri Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Saat ini BPRS sudah mulai menunjukkan eksistensinya di dunia perbankan, BPRS adalah Bank Syariah yang kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Kehadiran BPRS semakin membuat tingkat persaingan yang ketat di dunia perbankan BPRS sebagai produsen selalu berusaha memenuhi kebutuhan masyarakat dengan berbagai produk layanan yang ditawarkan. Dalam dunia perbankan khususnya BPRS pelayanan menjadi suatu hal yang penting untuk dilakukan karena pelayanan nasabah dapat menampung berbagai pendapat dari mulai kepuasan sampai ketidakpuasan. Menurut Kotler kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang

muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Hal ini menuntut BPRS untuk selalu memberikan pelayanan dengan mutu terbaik kepada setiap nasabah maupun calon nasabah.

Kesuksesan dan kegagalan suatu perbankan ditentukan oleh sebagaimana perbankan tersebut dapat memberikan kepuasan terhadap nasabahnya. Kepercayaan nasabah diukur dengan kepuasan melalui kualitas pelayanan yang diberikan Bank. Terbukti dengan jumlah nasabah yang terus mengalami kenaikan setiap tahunnya, akan memberikan dampak yang positif bagi Bank Syariah dalam mempertahankan eksistensinya dibidang jasa. Bagi Bank yang merupakan perusahaan jasa, pelayanan yang memuaskan nasabah menjadi bagian yang sangat penting agar jasa keuangan yang diberikan tetap memimpin pasar (Juniawan,2014).

Kepuasan pelanggan dalam bidang jasa merupakan elemen penting agar perusahaan tetap eksis dalam menghadapi persaingan. Kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan terhadap kinerja atau produk dan harapan-harapannya (Kotler, 2009:139). Nasabah yang merasa puas akan selalu memberikan komentar yang baik dan positif tentang perbankan. Tujuannya adalah untuk mendapatkan nasabah yang loyal dalam situasi persaingan antar perusahaan yang semakin ketat. Salah satu strategi yang bisa diterapkan sebagai diferensiasi dari Bank konvensional adalah dengan menekankan nilai-nilai Islam dalam pelayanannya. Peningkatan kualitas pelayanan kepada para

nasabah adalah hal penting dalam upaya meningkatkan kepuasan nasabah. Hal tersebut sangat penting karena mengingat peranan nasabah yang sangat besar dalam kontribusi pendapatan secara langsung maupun secara tidak langsung untuk mendukung eksistensi perusahaan (Indah, 2016).

Kualitas pelayanan merupakan satu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan, dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan. Oleh sebab itu, baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten (Tjiptono, 2016:125).

Pada penelitian Azmi (2015) fenomena tentang kualitas pelayanan di Bank syariah, banyak kritik dari masyarakat terutama mengenai penerapan sistem bagi hasil yang diterapkannya. Beberapa diantara mereka meragukan kesesuaian Bank syariah yang sesuai dengan syariat Islam. Selain itu, beberapa keluhan pelayanan di bagian *front office* yang terkesan kurang, oleh karena itu dalam penelitiannya menyatakan bahwa upaya peningkatan kualitas merupakan suatu solusi untuk mencapai keunggulan kompetitif. Peningkatan kualitas merupakan salah satu strategi bisnis yang digunakan untuk

meningkatkan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan akan tercapai apabila kualitas produk atau jasa dapat terpenuhi sesuai kebutuhannya.

Menurut Parasuraman (1988) mengemukakan bahwa konsep penilaian atau pengukuran kualitas layanan atau *Service Quality* (SERVQUAL) bisa diukur dari lima dimensi kualitas layanan yaitu *Assurance* (jaminan), *Reliability* (keandalan), *Tangible* (bukti fisik), *Empathy* (empati), *Responsiveness* (daya tanggap). Perbedaan kualitas layanan bisa dievaluasi dari perbedaan lima dimensi kualitas layanan yang didefinisikan sebagai tingkat perbedaan antara persepsi dan harapan pelanggan. Othman dan Owen (2001), telah memperkenalkan enam dimensi untuk mengukur kualitas jasa pada lembaga keuangan syariah, metode ini menggunakan lima dimensi yang terdapat dalam SERVQUAL dan menambahkan dimensi *Compliance* (kepatuhan) di dalamnya, keenam dimensi tersebut dikenal dengan model CARTER yakni *Compliance*, *Assurance*, *Reliability*, *Tangible*, *Empathy*, *Responsiveness*.

Compliance (Kepatuhan) menurut Azmi (2015) adalah kemampuan suatu perusahaan dalam melakukan operasional berdasarkan prinsip-prinsip syariah, seperti prinsip tauhid, prinsip keseimbangan, prinsip kehendak bebas, dan prinsip pertanggung jawaban. Tujuannya adalah untuk mendapatkan nasabah yang loyal dalam persaingan antar Bank yang semakin ketat. Salah satu strategi yang bisa diterapkan sebagai diferensiasi dari Bank konvensional adalah dengan menekankan nilai-nilai Islam dalam pelayanannya.

Berdasarkan penelitian terdahulu, mengindikasikan adanya *research gap* dari Pengaruh Kualitas Pelayanan variabel *compliance* (kepatuhan) terhadap Kepuasan Nasabah diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Abdalnaser dan Mohamed (2017), Ismail ,dkk (2017), Pratama dan Herianingrum (2014), oleh Amelia (2018), berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Juniawan (2014) tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Assurance (jaminan), adalah kemampuan suatu perusahaan menumbuhkan kepercayaan pelanggan untuk menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Dimensi *assurance* (jaminan), merupakan jastifikasi dari sifat amanah. Sifat ini akan membentuk kredibilitas yang tinggi dan sikap penuh tanggung jawab, karena didasari sikap saling percaya anggotanya dan memerankan peranan yang sangat penting dalam dunia ekonomi dan bisnis, karena tanpa kredibilitas dan tanggung jawab kehidupan ekonomi dan bisnis akan hancur. Menjaga kerahasiaan nasabah adalah kewajiban Bank syariah, dengan hal itu akan meningkatkan rasa kepercayaan nasabah terhadap Bank syariah dan dapat meningkatkan kepuasan nasabah terhadap Bank syariah.

Berdasarkan penelitian terdahulu, mengindikasikan adanya *research gap* dari Pengaruh Kualitas Pelayanan variabel *assurance* (jaminan) terhadap Kepuasan Nasabah. Diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Abdalnaser dan Muhamed (2017), Ismail, dkk (2017), Kharismarisa dan Nyata Nugraha (2015), Pratama dan Herianingrum (2014), Rohman (2017) berpengaruh

positif signifikan terhadap kepuasan nasabah berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Amelia (2018), Azmi dan Siyamto (2015), Wijayanto (2015), Mukaffi, dkk (2016) tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Reliability (keandalan), kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai waktu yang disepakati. Apabila Bank syariah mampu menghindari kesalahan, maka akan memberikan hasil yang baik dalam jangka panjang yaitu kepercayaan nasabah terhadap Bank syariah, sehingga pada akhirnya kondisi ini dapat meningkatkan kepuasan nasabah.

Berdasarkan penelitian terdahulu, mengindikasikan adanya *research gap* dari Pengaruh Kualitas Pelayanan variabel *reliability* (keandalan) terhadap Kepuasan Nasabah diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Abdalnaser dan Muhamed (2017), Ismail, dkk (2017), Kharismarisa dan Nugraha (2015), Pratama dan Herianingrum (2014), Amelia (2018), Rohman (2017), Azmi dan Siyamto (2015), Juniawan (2014), Wijaya (2017) berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Nasabah, tetapi berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Wiyanto (2015)) tidak berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

Tangibles (bukti fisik), kemampuan perusahaan memiliki daya tarik terhadap fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan. Hal ini terlihat bahwa Bank syariah memberikan kenyamanan saat nasabah menunggu antrian dengan memasang

pendingin ruangan (AC), memasang televisi ditempat yang mudah dilihat dan memberikan bacaan kepada nasabah seperti koran atau majalah agar nasabah tidak merasa bosan atau jenuh disaat menunggu antrian. Hal ini dapat meningkatkan rasa kenyamanan dan kepuasan nasabah.

Berdasarkan penelitian terdahulu, mengindikasikan adanya *research gap* dari Pengaruh Kualitas Pelayanan variabel *tangibles* (bukti fisik) terhadap Kepuasan Nasabah diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Abdunaser dan Mohamed (2017), Ismail, Dkk (2017), Pratama dan Herianingrum (2014), oleh Amelia (2018), Rohman (2017), Azmi dan Siyamto (2015), Juniawan (2014) berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Nasabah, tetapi berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Kharismarisa dan Nugraha (2015), Mukaffi, dkk (2016) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

Emphaty (empati), kemampuan perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman. Perhatian tulus yang diberikan layanan Bank syariah seperti memberikan perhatian kepada nasabah sehingga nasabah merasa dihargai dan membuat nasabah tidak ragu untuk menjali kerjasama dengan Bank syariah dalam berbagai transaksi.

Berdasarkan penelitian terdahulu, mengindikasikan adanya *research gap* dari Pengaruh Kualitas Pelayanan variabel *empathy* (empati) terhadap Kepuasan Nasabah. Diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Abdunaser

dan Mohamed (2017), Ismail, dkk (2017), Kharismarisa dan Nugraha (2015), Pratama dan Herianingrum (2014), Rohman (2017), Azmi dan Siyamto (2015), Marimin dan Azmi (2018), Indah (2016), Wahab (2017) berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Nasabah, tetapi berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Amelia (2018), Juniawan (2014), Mukaffi, dkk (2016) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

Responsiveness (daya tanggap), kemampuan perusahaan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat. Kemauan karyawan dalam membantu nasabah, menjelaskan informasi dan selalu siap membantu nasabah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Kemampuan Bank syariah mampu memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan dan seberapa jauh Bank syariah memberikan pelayanan yang akurat dan disamping itu apabila Bank syariah mampu menghindari kesalahan, maka akan memberikan hasil yang baik dalam jangka panjang yaitu kepercayaan dan keyakinan nasabah terhadap Bank syariah, kemudian hal ini dapat memberikan pengaruh terhadap Bank syariah, sehingga pada akhirnya kondisi ini dapat meningkatkan kepuasan nasabah BPRS Khasanah Ummat Purwokerto.

Berdasarkan penelitian terdahulu, mengindikasikan adanya *research gap* dari Pengaruh Kualitas Pelayanan *responsiveness* (daya tanggap) terhadap Kepuasan Nasabah. Diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Abdunaser dan Mohamed (2017), Ismail, dkk (2017), Kharismarisa dan Nugraha (2015),

Pratama dan Herianingrum (2014), Rohman (2017), Azmi dan Siyamto (2015), Juniawan (2014), Marimin dan Azmi (2018), Indah (2016), Wahab (2017) menyimpulkan bahwa *responsiveness* (daya tanggap) berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Nasabah, tetapi berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Amelia (2018), Juniawan (2014) dan Mukaffi, dkk (2016) menyimpulkan bahwa *responsiveness* (daya tanggap) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

Dari fenomena diatas, menunjukkan bahwa setiap kejadian empiris tidak selalu sama dengan teori yang ada. Hal ini ditunjukkan dengan adanya *research gap* yang menunjukkan adanya pengaruh yang berbeda pada setiap variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Kepuasan merupakan hal pokok yang tidak boleh diabaikan bagi suatu perusahaan yang bergerak dibidang jasa perbankan. Karena kepuasan pengguna jasa merupakan aspek penting untuk mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas, sehingga pelayanan yang bermutu bagi nasabah perlu ditingkatkan. Peningkatan kualitas pelayanan kepada para nasabah adalah hal penting dalam upaya meningkatkan kepuasan nasabah. Hal tersebut sangat penting karena mengingat peranan nasabah yang sangat besar dalam kontribusi pendapatan secara langsung maupun secara tidak langsung untuk mendukung eksistensi perusahaan.

BPRS Khasanah Ummat Purwokerto masih memiliki beberapa kelemahan yang harus diperbaiki agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan, salah satu produk yang tidak variatif dan layanan publik yang belum memadai, dengan kata lain BPRS Khasanah Ummat Purwokerto belum memahami

kebutuhan yang sesungguhnya dari masyarakat pada umumnya, khususnya calon nasabah BPRS Khasanah Ummat. Fitur Bank pembiayaan syariah belum selengkap produk serupa Bank Konvensional. Layanan tabungan jemput bola pada BPRS Khasanah Ummat merupakan sistem pelayanan tabungan yang sangat mudah dan sudah memenuhi standar operasional, sehingga mempermudah nasabah untuk melakukan penyetoran dan penarikan tanpa harus melakukan perjalanan ke kantor BPRS Khasanah Ummat. Dengan adanya sistem pelayanan tabungan jemput bola, maka akan mempererat tali silaturahmi persaudaraan antara pihak nasabah dengan pihak Bank. Mengingat nasabah yang merasa puas, akan selalu memberikan komentar yang baik tentang Bank.

Berdasarkan penelitian penulis tertarik meneliti “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah BPRS Khasanah Ummat Purwokerto”. Penelitian ini merupakan penelitian replikasi yaitu penelitian yang menjawab masalah penelitian yang sama, bertujuan untuk menggugurkan teori yang digunakan di penelitian sebelumnya dari penelitian (Amelia, 2018) yang berjudul Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Model Carter di BPRS Amanah Ummah Leuwiliang Bogor, Penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu, dalam penelitian Amelia, dilakukan di kota Bogor di tahun 2018, sedangkan penelitian ini dilakukan di kota Purwokerto pada BPRS Khasanah Ummat Purwokerto tahun 2019. Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah BPRS Khasanah Ummat Purwokerto”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan Bank Syariah berupa *compliance* (kepatuhan), *assurance* (jaminan), *responsiveness* (daya tanggap), *tangible* (bukti fisik), *empathy* (empati) dan *reliability* (keandalan) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BPRS Khasanah Ummat Purwokerto ?
2. Apakah *compliance* (kepatuhan) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah BPRS Khasanah Ummat Purwokerto ?
3. Apakah *assurance* (jaminan) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah BPRS Khasanah Ummat Purwokerto ?
4. Apakah *responsiveness* (daya tanggap), berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah BPRS Khasanah Ummat Purwokerto ?
5. Apakah *tangible* (bukti fisik), berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah BPRS Khasanah Ummat Purwokerto ?
6. Apakah *empathy* (empati), berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah BPRS Khasanah Ummat Purwokerto ?
7. Apakah *reliability* (keandalan), berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah BPRS Khasanah Ummat Purwokerto ?

C. Pembatasan Masalah

Dari identifikasi masalah penulis melakukan pembatasan masalah Adapun pembatasan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Variabel yang digunakan untuk mengukur pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada BPRS Khasanah Ummat Purwokerto dibatasi pada variabel kepatuhan (*compliance*), jaminan (*assurance*), daya tanggap (*responsiveness*), bukti fisik (*tangible*), empati (*empathy*), kehandalan (*reliability*).
2. Objek penelitian ini adalah kantor BPRS Khasanah Ummat Purwokerto.
3. Subjek dalam penelitian ini adalah nasabah BPRS Khasanah Ummat Purwokerto.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh positif kualitas pelayanan Bank Syariah berupa *compliance* (kepatuhan), *assurance* (jaminan), *responsiveness* (daya tanggap), *tangible* (bukti fisik), *empathy* (empati) dan *reliability* (keandalan) secara simultan terhadap kepuasan nasabah BPRS Khasanah Ummat Purwokerto.
2. Untuk mengetahui pengaruh positif *compliance* (kepatuhan) terhadap kepuasan nasabah BPRS Khasanah Ummat Purwokerto.
3. Untuk mengetahui pengaruh positif *assurance* (jaminan) terhadap kepuasan nasabah BPRS Khasanah Ummat Purwokerto.
4. Untuk mengetahui pengaruh positif *responsiveness* (daya tanggap) terhadap kepuasan nasabah BPRS Khasanah Ummat Purwokerto.

5. Untuk mengetahui pengaruh positif *tangible* (bukti fisik) terhadap kepuasan nasabah BPRS Khasanah Ummat Purwokerto.
6. Untuk mengetahui pengaruh positif *empathy* (empati) terhadap kepuasan nasabah BPRS Khasanah Ummat Purwokerto.
7. Untuk mengetahui pengaruh positif *reliability* (keandalan) terhadap kepuasan nasabah BPRS Khasanah Ummat Purwokerto.

E. Manfaat Atau Kegunaan Penelitian

Adapun hasil dari penelitian secara umum dapat memberikan kontribusi bagi masyarakat luas, dan khususnya kepada:

1. Bagi Akademisi

- a. Dapat menambah wawasan keilmuan bagi pembaca dan penulis mengenai strategi yang diterapkan untuk meningkatkan kepuasan nasabah melalui kualitas pelayanan.
- b. Serta dapat menjadi referensi atau literatur bagi peneliti selanjutnya dengan judul tema yang sejenis.

2. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi perusahaan untuk meningkatkan kepuasan nasabah melalui kualitas pelayanan.

3. Bagi Peneliti

Manfaat bagi peneliti yaitu untuk memenuhi syarat mendapatkan gelar sarjana manajemen.