BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pembangunan perekonomian suatu bangsa dapat berjalan dengan lancar apabila didukung penuh dengan instrumen perbankan. Perbankan syari'ah saat ini telah memasuki era globalisasi, dan merupakan suatu tantangan yang harus dihadapi dan ditangani oleh bank syari'ah untuk dapat memberikan kontribusi dalam pembangunan bangsa melalui pemberdayaan ekonomi umat. Konsumen akan dihadapkan pada banyak pilihan akan produk bank syari'ah yang ditawarkan dengan banyaknya bank syari'ah yang berdiri. Pelayanan yang bermutu sangat penting bagi nasabah.

Perkembangan teknologi informasi menjadikan persaingan bisnis dalam lingkungan global semakin kompetitif dan semakin sulit. Banyaknya bermunculan pesaing baru dalam industri yang sama, menjadi ancaman bagi perusahaan yang sedang menjalankan bisnisnya. Lahirnya perbankan syariah di Indonesia, menjadikan perbankan konvensional semakin meningkatkan kualitas layanannya agar tidak kehilangan pangsa pasarnya. Kemudahan dalam mengakses fasilitas perbankan, menjadikan konsumen dengan mudah membedakan kualitas layanan dari sebuah bank dengan bank lain. Untuk itu, perbankan syariah harus bersaing ketat dalam meningkatkan kualitas layannya agar kepuasan yang berujung pada loyalitas pelanggan dapat tercapai (Zakiy dan Azzahroh, 2017). Kualitas pelayanan yang bertujuan memperoleh kepuasan nasabah bukanlah suatu hal yang mudah untuk dilakukan, sering

juga ditemukan masalah-masalah dalam pengeloaan pelayanan sebuah perusahaan perbankan dan ketidakberhasilan memuaskan sebagian besar nasabah. Berdasarkan hal itu, diperlukan peningkatan kualitas pelayan agar dapat memberikan kepuasan kepada nasabah. Pencapaian bisnis di lingkungan suatu perusahaan perusahaan, hanya mungkin dapat ditunjang dengan menyediakan tenaga kerja yang berkualitas, oleh karena itu tujuan Manajemen SDM adalah mewujudkan SDM yang berkualitas, agar mampumewujudkan tujuan bisnis berupa produk dan pelayanan yang berkualitas (Nawawi, 2011).

Muhammad Zakiy dan Evrita Putri Azzahroh (2017) dalam penelitian menunjukkan bahwa kepuasan nasabah mampu memediasi secara penuh (*full mediation*) pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah. Perbedaan penelitian terletak pada penggunaan kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Penelitan Sri Laksmi Pardanawati (2014) menunjukkan bahwa kualitas layanan model *CARTER* yang terdiri dari*Compliance, Assurance, Reliability Tangible, Empathy* dan *Responsiveness* berpengaruh signifikan atas kepuasan nasabah PT BPR Syariah Dana Mulia Surakarta, sedangkan penelitian Zakiy dan Evrita Putri Azzahroh (2017) menggunakan perbankan syariah dengan service quality model Zeithaml, Parasuraman, dan Berry. Malik dan Oberoi (2017) dalam menunjukkan bahwa hanya dimensi empathy yang memiliki pengaruh positif kepuasan pelanggan, sementara penelitian ini Sri Laksmi Pardanawati (2014) menunjukkan bahwa *compliance, assurance, reliability*

tangible, *empathy* dan *responsiveness* berpengaruh signifikan atas kepuasan nasabah. Berdasarkan beberapa penelitian di atas belum bisa dipastikan tentang faktor yang benar-benar memberikan kontribusi signifikan terhadap kepuasan nasabah, namun secara umum kepuasan nasabah dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Perbedaan utama penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya adalah terletak pada kualitas pelayanan yang terfokus pada pembiayaan berbasis akad *murabahah* pembiayaan berbasis akad *murabahah*, sehingga tidak secara umum pelayanan pada nasabah, sehingga kepuasan nasabah sangat tegantung pada kualitas layanan yang diberikan.

Kualitas pelayanan pada nasabah dapat ditingkatkan dengan cara mempelajari kebutuhan dan keinginan nasabah, sehingga mengembangkan rencana dan proses tindakan untuk memberi nasabah apa yang benar-benar mereka inginkan dan butuhkan. Kualitas pelayanan saat ini muncul sebagai keunggulan kompetitif bagi bank untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. Kualitas pelayanan juga telah menjadi semakin penting bagi kelangsungan hidup perusahaan dan karenanya, sudah jelas bahwa kualitas pelayanan juga menjadi perhatian besar. Dengan demikian, kebutuhan untuk mengukur dan mengevaluasi kualitas layanan muncul. Kegagalan penyedia layanan bergantung pada hubungan berkualitas tinggi dengan nasabah dan juga menentukan kepuasan dan loyalitas nasabah. Di lingkungan jasa perbankan yang kompetitif saat ini, memberikan layanan berkualitas tinggi kepada nasabah adalah suatu keharusan untuk kesuksesan dan kelangsungan hidup bank manapun. Bisnis yang berusaha meningkatkan profitabilitas sangat

disarankan untuk melakukan perbaikan terhadap kualitas layanan secara terus menerus. *OnlineBanking* atau *i-banking* (*internetbanking*) adalah praktik membuat transaksi bank baik informasi maupun transaksional via internet. Dengan hanya satu klik mouse, perbankan online memungkinkan bagi paranasabah untuk melakukan deposit, penarikan dan membayar tagihan. Oleh karena itu, dalam *i-banking*, nasabah memiliki interaksi dengan situs web bank, dan dalam situasi seperti itu, penting bagi bank untuk memberikan layanan berkualitas tinggi melalui internet. Dibandingkan dengan perbankan tradisional, *i-banking* mencakup interaksi non tunai antara sistem informasi bank *online* dan nasabahnya (Malik dan Oberoi, 2017).

Pemasaran produk jasa bank harus dilakukan dengan pelayanan dan etika yang baik dan benar sehingga mendapat simpati dan menarik bagi nasabah. Apabila pelayanan dan etika bank dilakukan dengan baik dan benar maka pemasaran produknya diharapkan akan berhasil baik pula. Kualitas karyawan atau SDM yang baik itu harus memiliki pengetahuan akademik yang luas serta keterampilan yang handal, karena pengetahuan dan keterampilan merupakan kunci utama seorang SDM yang berkualitas pengembangan pengetahuan dan keterampilan harus dilakukan agar pelayanan terhadap nasabah dapat ditingkatkan, tidak hanya pengetahuan dan dan wawasan saja yang menjadi faktor penting dalam kualitas seorang SDM, pelayanan yang diberikan oleh seorang SDM merupakan kualitas SDM itu sendiri, pelayanan yang diberikan dari satu pihak kepada pihak lainya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara tamah, adil,

cepat tepat, dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi nasabah itu sendiri (Hasibuan, 2012).

Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah dalam sebuah perusahaan perbankan yang memberikan pelayanan jasa mempunyai keterkaitan yang sangat erat. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan yang kuat dengan bank. Ikatan seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan bank untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhannya, dengan demikian bank dapat meningkatkan kepuasan nasabah dimana bank memaksimumkan pengalaman nasabah yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman nasabah yang kurang menyenangkan. Perusahaan yang gagal memuaskan pelayanannya akan menghadapi masalah yang kompleks. Umumnya nasabah yang tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain dan bisa dibayangkan betapa besarnya kerugian dari kegagalan memuaskan pelanggan. Oleh karena itu, setiap bank wajib merencanakan, mengorganisasikan, mengimplementasikan, dan mengendalikan suatu sistem kualitas sedemikian rupa, sehingga pelayanan dapat memuaskan para pelanggannya. Penilaian akan kualitas layanan dikembangkan oleh Leonard L. Barry, A. Parasuraman dan Zeithaml yang dikenal dengan *service quality* (*SERVQUAL*), yang berdasarkan pada lima dimensi kualitas yaitu *tangibles* (bukti langsung), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati) (Kotler, 2009).

Penilaian nasabah terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*) merupakan suatu bentuk kualitas pelayanan. Kepuasan nasabah dalam bidang jasa merupakan elemen penting dan menentukan dalam menumbuhkembangkan bank agar tetap eksis dalam menghadapi persaingan. Demikian pula dengan bisnis perbankan, merupakan bisnis yang berdasarkan pada azas kepercayaan, masalah kualitas layanan (*service quality*) menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan bisnis ini. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang "**Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah**".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kehandalan (*reliability*) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah?
2. Apakah daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah?
3. Apakah jaminan (*assurance*) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah?
4. Apakah empati (*empathy*) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah?

5. Apakah bukti langsung (*tangibles*) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dengan adanya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh kehandalan (*reliability*) terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah.
2. Menganalisis pengaruh daya tanggap (responsiveness) terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah.
3. Menganalisis pengaruh jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah.
4. Menganalisis pengaruh empati (*empathy*) terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah.
5. Menganalisis pengaruh bukti langsung (*tangibles*) terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pada berbagai aspek, diantaranya adalah:

1. Manfaat Teoritis

   Bagi akademisi, hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai pengembangan wacana keilmuan serta sebagai bahan referensi untuk

penelitian dibidang kualitas pelayanan jasa dimasa yang akan datang dan sebagai bahan untuk menambah khasanah pustaka dibidang pemasaran berdasarkan penerapan yang ada dalam kenyataan.

2. Manfaat Praktis

Bagi perbankan syariah, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi bagi pihak bank dalam usaha meningkatkan kualitas pelayanan supaya lebih memuaskan nasabah serta untuk mempertahankan tingkat pelayanan yang menguntungkan dimasa kini dan dimasa mendatang. Hasil penelitian ini juga membantu pihak bank apabila ingin meningkatkan kepuasan nasabah dengan menekankan pada dimensi-dimensi *service quality* yang paling signifikan berpengaruh pada kepuasan nasabah.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Bab I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian pembahasan mengenai latar belakang masalah yang ingin diteliti, rumusan masalah penelitian, tujuan dan penelitian, manfaat penelitianserta sistematika penelitian.

Bab II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas tentang teoritis yang digunakan dalam penelitian yaitu berkaitan dengan variabel-variabel penelitian dan penelitian terdahulu serta uraian hipotesis dari penelitian dan kerangka penelitian.

Bab III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi uraian pembahasan mengenai jenis penelitian sumber data yang digunakan, jenis data yang dipakai dalam penelitian, definisi operasional variabel, pengukuran variabel penelitian, metode penelitian yang digunakan dalam menganalisis data.

Bab IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi uraian pembahasan mengenai sejarah singkat atau subyek yang dijadikan penelitian, bagaimana menganalisis data peneliti, serta hasil dari analisis data.

Bab V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari uraian hasil penelitian serta disajikan pula keterbatasan dan saran dalam penelitian yang telah dilakukan dimana diharapkan berguna bagi para peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN