

**ANALISIS PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP
KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH MANDIRI
KANTOR KAS ASSALAM SURAKARTA**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh:

DEVI KRISTIANA
B 100 020 440

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2010

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sektor perbankan memiliki peran sebagai penggerak utama pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Artinya, perbankan tetap menjadi pemain utama di sistem keuangan nasional. Karena itu, industri perbankan menjadi disorot dan diawasi. Akan tetapi tahun 1998 Indonesia dilanda krisis ekonomi, yang sangat dahsyat. Krisis tersebut merambah ke semua sektor, terutama perbankan.

Kebijakan pemerintah dalam perbankan dilakukan, salah satunya dengan melikuidasi beberapa bank yang bermasalah. Akibatnya banyak nasabah yang menarik tabungan mereka, dari bank yang terancam dilikuidasi tersebut. Tetapi dalam proses penarikan uang tabungan nasabah mengalami kesulitan yang disebabkan oleh pihak bank bersangkutan. Semenjak itu kepercayaan masyarakat terhadap perbankan nasional menurun drastis.

Kejadian ini mengakibatkan perubahan perilaku nasabah, seperti semakin banyaknya masyarakat yang menabung pada bank-bank pemerintah. Alasannya, bank pemerintah dianggap dapat memberikan jaminan keamanan yang lebih baik. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran perilaku pemilihan bank dari faktor layanan, fasilitas, dan pengalaman pada masa sebelum krisis ke faktor keamanan dan kepercayaan pada saat krisis. Situasi yang demikian akan membawa kepada situasi persaingan yang semakin kompetitif.

Berdasarkan kajian yang dilakukan oleh Biro Riset Info Bank (2007), ada sebanyak 92 bank berpredikat “sangat bagus”, 16 bank berpredikat “bagus”, 17 bank berpredikat “cukup bagus”, dan 5 bank berpredikat “tidak bagus”. Berdasarkan predikat bank tersebut, maka dapat diketahui bahwa persaingan antar bank di Indonesia untuk menjadi yang terbaik semakin ketat. Setiap tahun jumlah bank memang berkurang, baik karena dilikuidasi, dibekukan, atau merger (Kasmir, 2004:3). Jumlah bank itu bisa lagi dikurangi oleh Bank Indonesia alasannya, bank tersebut mengalami kerugian akibat dari pengelolaan yang salah.

Banyaknya bank menyebabkan persaingan dalam industri perbankan semakin ketat. Masing-masing bank berlomba menarik dana dari masyarakat, baik dengan tawaran hadiah maupun bunga yang tinggi. Bank yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus dapat memberikan jasa berkualitas dengan biaya yang lebih murah, dan pelayanan yang lebih baik dan dapat memuaskan kebutuhan nasabah sehingga timbul loyalitas. Dalam industri jasa kualitas pelayanan adalah faktor yang sangat penting karena merupakan suatu *profit strategy* untuk memikat lebih banyak pelanggan baru, mempertahankan pelanggan yang ada, menghindari berpindahnya pelanggan dan menciptakan keunggulan khusus.

Dunia perbankan sekarang ini sangat bertumpu kepada kualitas teknologi informasi yang digunakan oleh setiap bank yang mempunyai kemampuan teknologi hampir setara. Persamaan produk, fitur, atau kemudahan pelayanan menjadikan perbankan menjadi industri yang homogen.

Untuk memenangkan persaingan dalam industri yang homogen, salah satu cara adalah menyediakan jenis dan kualitas pelayanan yang bisa membedakan suatu bank dengan bank yang lain. Selain kualitas teknologi informasi yang digunakan bank, unsur lain yang penting dalam perbankan adalah unsur keamanan dan kepercayaan. Unsur tersebut menjadi faktor kunci bagi bank-bank untuk memenangkan persaingan selain faktor teknologi informasi. Bisnis perbankan merupakan bisnis jasa yang berdasar pada azas kepercayaan sehingga masalah kualitas layanan menjadi faktor yang sangat menentukan keberhasilan bisnis ini. Kualitas pelayanan merupakan bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*Perceived Services*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*Expected Services*) (Kotler, 2000:498).

Berdasarkan kualitas pelayanan jasa yang ada di industri perbankan, maka setiap nasabah dalam memilih bank memiliki kriteria sendiri-sendiri. Alasan lain dari para nasabah dalam memilih bank, yaitu: bank terkenal, bunga tinggi, produk bervariasi, teknologi canggih, layanan memuaskan, ada hadiah, keamanan terjamin, bergengsi, perhatian karyawan bank secara individu kepada nasabah.

Dengan adanya perbedaan kriteria pemilihan bank oleh nasabah ini, maka bank dituntut untuk selalu berusaha meningkatkan layanan dan melakukan inovasi secara terus menerus. Untuk itu bank perlu melakukan riset konsumen untuk mengevaluasi kualitas layanan. Kesuksesan pemasaran bank dapat dicapai melalui pemfokusan pada kualitas pelayanan untuk memuaskan

pelanggan. Kualitas pelayanan jasa bisa dilihat dari segi *Reliability* (kemampuan mewujudkan janji), *Responsiveness* (ketanggapan dalam membantu dan memberi pelayanan yang cepat), *Assurance* (jaminan layanan), *Empathy* (kemampuan bank memahami keinginan pelanggan), dan *Tangibles* (tampilan fisik layanan). Bentuk kualitas pelayanan yang diberikan bank kepada nasabah dalam bentuk *reliability* adalah kemampuan bank memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, konsisten dan memuaskan, *responsiveness* merupakan tanggapan karyawan bank terhadap tuntutan atau permintaan dari nasabah, *assurance* merupakan jaminan layanan yang diberikan bank kepada nasabah, *emphaty* merupakan perhatian karyawan bank terhadap tiap nasabah secara profesional dan *tangibles* melalui jaminan rasa aman dan menyenangkan terhadap nasabah melalui fasilitas fisik. Kepuasan pelanggan merupakan perbandingan antara perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang layanan yang akan diterimanya (harapan) dengan karakteristik operasi pokok dari layanan kinerja, namun kenyataan yang dihadapi tidak sesuai dengan harapan pelanggan.

Penelitian ini dibuat untuk mengetahui dimensi-dimensi kualitas layanan jasa yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah bank dan untuk mengetahui dimensi kualitas layanan jasa yang paling dominan. Berdasarkan uraian di atas maka dilakukan penelitian dengan judul: "Analisis Pengaruh *Service Quality* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Kas Assalam Surakarta".

B. Perumusan Masalah

Dalam industri jasa, pelanggan berharap untuk mendapatkan layanan yang berkualitas dan memuaskan. Di lain pihak pemberi jasa juga mempunyai standar kualitas dalam memberikan jasanya. Demikian juga halnya dalam industri perbankan, yang merupakan industri jasa, nasabah sebagai pelanggan mempunyai harapan terhadap kualitas jasa tertentu yang mungkin berbeda dengan pemberi layanan. Persepsi konsumen terhadap kualitas layanan itu sendiri merupakan penilaian menyeluruh konsumen atas keunggulan suatu layanan (Kotler, 2000: 54). Berdasarkan penjelasan di atas, maka perumusan masalahnya adalah:

1. Apakah *service quality* Bank Syari'ah Mandiri Kantor Kas Assalam Surakarta berdasarkan dimensi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?
2. Diantara dimensi-dimensi *service quality* (*reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles*), manakah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan Bank Syari'ah Mandiri Kantor Kas Assalam Surakarta?

C. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan uraian yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *service quality* Bank Syari'ah Mandiri Kantor Kas Assalam Surakarta berdasarkan dimensi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* terhadap kepuasan nasabah.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis diantara dimensi *service quality* bank yang ada, manakah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah Bank Syari'ah Mandiri Kantor Kas Assalam Surakarta.

D. Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini sebagai suatu pengetahuan dan pengalaman serta sekaligus pengaplikasian ilmu pengetahuan yang diperoleh selama mengikuti kuliah melalui pengkajian dalam karya ilmiah yang melalui beberapa metode.
2. Sebagai masukan pada Bank Syari'ah Mandiri Kantor Kas Assalam Surakarta sebagai bahan pertimbangan dalam proses pengambilan keputusan perencanaan dan pengimplementasian strategi pemasaran jasa bank untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat, juga bermanfaat dalam merencanakan, mendesain, menganalisis, mengukur, mengimplementasikan, dan mengoperasikan serta, memelihara tingkat layanan yang menguntungkan di masa sekarang dan di masa yang akan datang.

E. Sistematika Penulisan

Penulis menyusun skripsi ini dengan menggunakan sistematika yang sederhana dengan maksud agar lebih mudah menerangkan segala permasalahan menjadi terarah pada sasaran.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang teori-teori yang menjadi landasan dari penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari hipotesis, kerangka pemikiran, data dan sumber data, populasi, sampel, teknik sampel, metode pengumpulan data, defnisi operasional, alat instrumen, metode analisis data, uji hipotesis.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi gambaran umum mengenai obyek penelitian, hasil analisis data dan pembahasannya dengan pembuktian hipotesis penelitian.

BAB V PENUTUP

Penutup berisi simpulan dari serangkaian pembahasan skripsi dan saran-saran yang perlu untuk disampaikan baik untuk subyek penelitian maupun bagi penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN