

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi telah membawa dampak di semua bidang, salah satunya adalah industri perbankan. Saat ini, semua orang membutuhkan layanan perbankan. Selain untuk menabung dan melakukan pinjaman, bank juga dijadikan sebagai sarana untuk melakukan pembayaran tagihan-tagihan dan segala bentuk transaksi lainnya yang dapat dilakukan melalui layanan perbankan.

Dalam dunia industri hampir keseluruhan kegiatan konsumen tidak terlepas dari peranan perbankan, maka kualitas dan layanan yang tepat dan memuaskan sangat diharapkan oleh konsumen dan juga perbankan dalam menjaga citra perusahaan. Perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Menurut Undang-Undang RI No 10 Tahun 1998 yang dimaksud dengan bank adalah suatu badan usaha yang menghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.¹ Sedangkan bank syariah adalah bank yang menjalankan segala bentuk kegiatannya dengan berpedoman pada prinsip-prinsip syariah. Secara umum kualitas pelayanan sangat penting dalam bisnis perbankan. Bank-bank semakin bersaing dalam merebut *customer based* dengan mengandalkan kualitas pelayanan.

¹Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2008), hlm.9

Kualitas didefinisikan sebagai suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa dapat berguna dengan baik dan dapat dikerjakan dengan memiliki mutu yang bernilai harganya. Pelayanan yang baik juga mendukung kualitas atau mutu dari perusahaan itu sendiri, sehingga baiknya pelayanan berdampak pada tinggi rendahnya tingkat kepuasan nasabah. Perusahaan diharapkan mampu memberikan kepuasan bagi nasabahnya sehingga bisa berdampak kepada kepercayaan nasabah serta meningkatkan citra bank di mata nasabah dan masyarakat.²

Kualitas pelayanan adalah suatu tindakan atau penilaian pelanggan tentang kessuaian tingkat pelayanan yang diberikan dengan tingkat pelayanan yang diharapkannya.³

Pelayanan yang diberikan antara satu penyedia layanan jasa dengan pemberi layanan jasa lainnya berfariatif sesuai dengan kebutuhn dan keinginan nasabah. Kondisi persaingan yang semakin kompetitif seperti sekarang ini, menampilkan jasa yang memiliki kualitas pelayanan yang dapat membetuk citra positif dan mendorong nasabah hingga mampu merasakan kepuasan, merupakan salah satu hal yang menjadi tujuan bagi setiap perusahaan.⁴

Hubungan dengan nasabah merupakan kunci kesuksesan sebuah perusahaan perbankan. Kepuasan nasabah yang dihasilkan oleh produk atau layanan yang baik merupakan suatu permulaan dari hubungan nasabah yang baik

²I Gede Yogi Pramana dan Ni Made Rastin, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali, "E-Jurnal Manajemen Unud", Vol. 5, No.1, 2016: 706-733, hlm. 708.

³ Veithzal Rivai Zainal, dkk, *Islamic Marketing Management*, hlm.180.

⁴Luh Ayu Mulyaningsih dan Gst Agung Ketut Gede Suasana, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank OCBC NISP Di Denpasar." *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No. 1, 2016: 1-30. hlm. 1-2

dan mendorong rekomendasi untuk mendapatkan calon nasabah yang lain. Oleh karena itu untuk menjaga dan meningkatkan kepercayaan nasabahnya, maka bank perlu menjaga citra positif dimata masyarakatnya. Citra ini dapat dibangun melalui kualitas produk, kualitas pelayanan dan kualitas keamanan. Tanpa citra yang positif, maka kepercayaan yang sedang dan akan dibangun tidak akan efektif.⁵ Dalam rangka meningkatkan citranya, lembaga keuangan perlu menyiapkan karyawan yang mampu menangani kebutuhan dan keinginan nasabahnya. Karyawan yang diharapkan dapat melayani keinginan dan kebutuhan nasabah tersebut kita sebut *Customer Services* (CS) atau ada juga yang menyebutnya *Services Assistance* (SA).⁶ *Customer Services* ialah seseorang yang bertugas dalam memberikan pelayanan dalam dunia industri perbankan.

Masyarakat sebagai nasabah tentu selalu mengharapakan adanya pelayanan yang baik dalam usaha memenuhi kebutuhan dan keinginannya, hal ini disebabkan karena berkembangnya ekonomi, teknologi dan daya pikir, membuat nasabah menyadari bahwa mereka mempunyai hak untuk mendapatkan pelayanan yang baik serta biaya yang dikeluarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan harus sesuai dengan yang diterima, sehingga dalam rangka pemenuhan kebutuhan dan keinginan tersebut harus diiringi oleh diperolehnya kepuasan. Dalam menciptakan kepuasan nasabah, perusahaan harus dapat meningkatkan nilai maupun citra yang telah dimilikinya. Semakin baik penilaian nasabah, akan semakin tinggi pula kepuasannya.⁷

⁵ Kasmir, *Pemasaran Bank*, hlm.179

⁶ Kasmir, *Customer Services Excellent:Teori dan Praktik*, (Jakarta:PT.RajaGrafindo),hlm.250.

⁷ Conny Sondakh, “Kualitas Layanan, Citra Merek Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado)” *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*” Vol.3 ,No.1, 2014:19-32, hlm. 19-20.

Oleh karena itu, manajemen dari industri layanan jasa perlu meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah. Terutama pada layanan *Customer Service* dan *Teller* sehingga mampu bersaing secara sehat dengan Bank lainnya. Seorang petugas *Customer Service* dan *Teller* dituntut untuk memberikan pelayanan yang prima, maka ia harus mengenal karakteristik nasabahnya dengan baik. Peningkatan kualitas pelayanan akan diharapkan juga dapat meningkatkan citra sebuah perusahaan, sebab citra dapat diperkuat ketika nasabah mendapatkan kualitas pelayanan yang rendah.⁸

Sekarang ini banyak sekali perusahaan atau organisasi memahami sekali perlunya memberi perhatian yang cukup untuk membangun suatu citra yang menguntungkan bagi suatu perusahaan tidak hanya dengan melepaskan diri terhadap terbentuknya suatu kesan publik negatif. Dengan perkataan lain, citra perusahaan adalah *frangible commodity* (komoditas yang rapuh/mudah pecah). Namun, kebanyakan perusahaan juga meyakini bahwa citra perusahaan yang positif adalah esensial, sukses yang berkelanjutan dan dalam jangka panjang.⁹

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sarana Prima Mandiri adalah bank yang secara resmi beroperasi pada tanggal 1 Juli 2008 berdasarkan Keputusan Gubernur Bank Indonesia N0.10/41/KEP.GBI/2008 Jkt. 19 Juni 2008 yang diresmikan oleh Ibu Hj. Siti Fajriyah selaku Deputy Gubernur Bank Indonesia. Awal mula peresmian tersebut memakai nama PT BPRS Sarana Pamekasan Membangun dengan Kantor Pusat beralamat di Jl. KH. Agus Salim No. 20 Pamekasan. Seiring dengan dibukanya Kantor Cabang Bangkalan pada tahun

⁸ Luh Ayu Mulyaningsih dan Gst Agung Ketut Gede Suasana, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank OCBC NISP Di Denpasar." *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No. 1, 2016: 1-30. hlm. 2-3.

⁹ Soleh Soemitra, *Dasar-Dasar Public Relation*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2012), hlm.111.

2011 maka pada tahun 2012 nama bank mengalami perubahan menjadi PT BPRS Sarana Prima Mandiri. Selain itu memiliki kantor kas di Bandaran, Sampang. Dan Tahun 2018 membuka kantor kas di Jl. Larangan. Seiring berjalannya perkembangan dan melesatnya kinerja BPRS SPM nantinya akan membuka Cabang di Sumenep, Sampang dan Surabaya. Karena makin menunjukkan profesionalismenya kepada publik. Bank ini juga selalu memberikan apresiasi atas pencapaian kinerja manajemen baru.

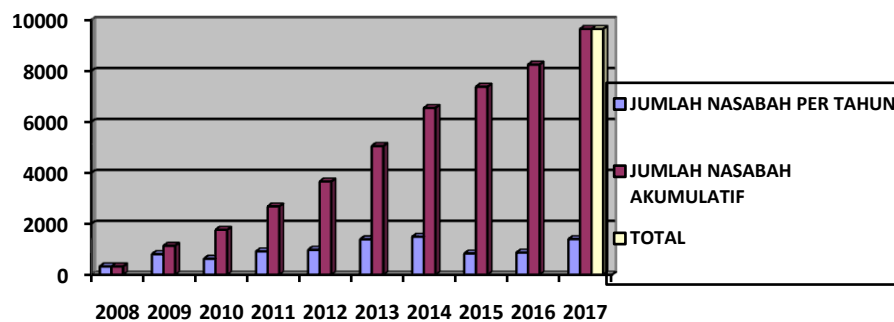
Pelayanan *Customer Service* di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sarana Prima Mandiri Pamekasan memiliki cara Tersendiri dalam melayani nasabah lama ataupun baru yang ingin mendepositokan dananya (nasabah lama dan nasabah baru memiliki rekening tabungan PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan, atau nasabah lama sebelumnya pernah mengajukan deposito), pelayanan ini dilakukan ketika nasabah baru ataupun lama yang tidak membawa Kartu Tanda Penduduk (KTP) sebagai salah satu persyaratan untuk menjadi nasabah deposan maka, *Customer Service* akan tetap melayani nasabah selama identitas nasabah tersebut tidak berubah (identitas nasabah di KTP tidak mati atau masih aktif).

Data identitas nasabah yang sudah ada di rekening tabungan tetap tersimpan dengan baik, karena pada saat pembukaan awal rekening tabungan nasabah sebelumnya sudah menyertakan KTP sebagai identitas diri nasabah, ini mengartikan bahwa *Customer Service* akan berhadapan langsung dengan nasabah untuk menunjukkan *skill* yang dimilikinya ketika melayani nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa *Customer Service* PT. BPRS Sarana Prima Mandiri

Pamekasan memiliki kehususan tersendiri ketika melayani nasabah, bentuk pelayanan ini menjadi suatu penilaian tersendiri bagi nasabah.¹⁰

Dapat dilihat data jumlah nasabah PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan melalui Grafik di bawah ini.

Gambar 1.1
Grafik Jumlah Nasabah BPRS SPM Pamekasan
2008-2017



Dengan melihat grafik Data diatas menunjukkan bahwa setiap tahunnya Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sarana Prima Mandiri Pamekasan mengalami pasang surut jumlah nasabah. Terlihat dari tahun ke tahun, dimana pada awal pembukaan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sarana Prima Mandiri hanya memiliki 329 nasabah. Akan tetapi pada tahun berikutnya Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sarana Prima Mandiri mengalami peningkatan yaitu sebanyak 809 nasabah. Jadi, dapat diakumulasikan bahwasannya dalam jangka 10 tahun tersebut jumlah nasabah yaitu sebanyak 9653. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sarana Prima Mandiri mengalami peningkatan karena dengan adanya kualitas pelayanan yang baik terhadap nasabah sehingga

¹⁰Kamilah "Pengaruh Pelayanan Customer Service Terhadap Kredibilitas Nasabah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sarana Prima Mandiri Pamekasan", (Skripsi S1 IAIN Madura,), hlm. 5

mampu meningkatkan kepercayaan nasabah untuk tetap menjadi nasabah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sarana Prima Mandiri.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut diatas peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan *Costumer Servicedan Teller* terhadap Citra Perusahaan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sarana Prima Mandiri Pamekasan.**”

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang dikemukakan diatas, dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh kualitas pelayanan *Costumer Service* dan *Teller* terhadap citra perusahaan di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sarana Prima Mandiri Pamekasan?
2. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan *Costumer Service* dan *Teller* terhadap citra perusahaan di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sarana Prima Mandiri Pamekasan ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian harus selaras dengan fokus penelitian. Karenanya penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan *Costumer Service* dan *Teller* terhadap citra perusahaan di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sarana Prima Mandiri Pamekasan.

2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan *Costumer Servic* dan *Teller* terhadap citra perusahaan di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sarana Prima Mandiri Pamekasan.

D. Asumsi

Asumsi penelitian atau anggapan dasar atau postulat tentang suatu hal berkenaan dengan masalah penelitian yang sebenarnya sudah diterima oleh peneliti.¹¹ Asumsi sangat dibutuhkan dalam melakukan suatu penelitian, agar seorang peneliti memiliki anggapan dasar yang kokoh terhadap masalah yang diteliti. Adapun asumsi yang peneliti ajukan dalam penelitian ini yaitu sebuah lembaga perbankan akan dianggap berhasil dalam membangun citra banknya apabila berhasil untuk menciptakan atau membangun suatu hal yang menyenangkan dan dapat berhasil untuk menarik minat nasabah, baik itu nasabah baru maupun nasabah yang telah ada. Untuk menjaga dan meningkatkan kepercayaan nasabah, lembaga keuangan perlu menjaga citra positif di mata masyarakatnya. Citra ini dapat dibangun melalui kualitas produk, kualitas pelayanan dan kualitas keamanan. Tanpa citra positif, maka kepercayaan yang sedang dan akan dibangun tidak akan efektif.

Dari faktor-faktor yang mempengaruhi citra perusahaan yaitu Pelayanan, Fasilitas fisik, dan Kualitas produk dan jasa. Sedangkan yang mencerminkan *image* perusahaan yaitu kualitas produk dan layanan yang dihasilkan, cara memberikan pelayanan dan Hubungan antar pribadi yang terbentuk melalui layanan tersebut.

¹¹ Tim Penyusunan Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah* (Pamekasan: STAIN Press, 2015), hlm. 10.

E. Hipotesis

Hipotesis Penelitian adalah pernyataan sementara yang masih lemah kebenarannya, maka perlu diuji kebenarannya. Kemudian para ahli menafsirkan arti hipotesis adalah dugaan terhadap hubungan antara dua variabel atau lebih. Atau dasar definisi diatas dapat diartikan bahwa hipotesis adalah jawaban atau dugaan sementara yang harus di uji kebenarannya.¹² Adapun hipotesis Penelitian ini adalah:

- Ha1 : Terdapat pengaruh *Compliance* terhadap citra Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sarana Prima Mandiri Pamekasan.
- Ha2 : Terdapat pengaruh *Reliability* terhadap citra Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sarana Prima Mandiri Pamekasan.
- Ha3 : Terdapat pengaruh *Responsiveness* terhadap citra Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sarana Prima Mandiri Pamekasan.
- Ha4 : Terdapat pengaruh *Assurance* terhadap citra Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sarana Prima Mandiri Pamekasan.
- Ha5 : Terdapat pengaruh *Empathy* terhadap citra Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sarana Prima Mandiri Pamekasan.
- Ha6 : Terdapat pengaruh *Tangible* terhadap citra Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sarana Prima Mandiri Pamekasan.
- Ha7 : Terdapat pengaruh *Compliance, Reliability, Responsiveness, assurance, Empathy, Tangible* secara simultan terhadap citra Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sarana Prima Mandiri Pamekasan.

¹²Syofiyah Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS* (Jakarta: Kencana, 2013), hlm.. 38.

F. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan mempunyai nilai manfaat atau kegunaan dari beberapa kalangan diantaranya:

1. Kegunaan Praktis

a. Bagi PT. BPRS SPM Pamekasan.

Dapat menambah sumbangan pemikiran yang dapat menjadi bahan evaluasi dan kita dapat mengetahui kualitas pelayanan *Customer Service* dan *Teller* terhadap citra.

b. Bagi Masyarakat.

Hasil penelitian dapat digunakan sebagai gambaran atau lebih mendekatkan dan mengenal PT.BPRS SPM Pamekasan.

c. Bagi Peneliti.

Dapat menambah wawasan dan pengalaman langsung tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap citra perusahaan.

d. Bagi IAIN Madura.

Dapat menambah bahan rujukan kepustakaan khususnya di bidang perbankan syariah.

G. Ruang Lingkup Penelitian

Ada dua variabel yang menjadi fokus kegiatan dalam penelitian ini yaitu: *kualitas pelayanan*(Variabel X), dan *citra perusahaan* (Variabel Y). Agar variabel menjadi fokus tersebut tidak meluas, maka perlu adanya batasan terhadap materi yang akan diteliti.

Untuk kualitas pelayanan (Variabel X), indikator-indikator yang akan diteliti yaitu:¹³

1. *Compliance*/Kepatuhan.(X₁)
2. *Reliability*/Keandalan.(X₂)
3. *Responsiveess*/Daya Taggap.(X₃)
4. *Assurance*/Jaminan.(X₄)
5. *Empathy*/Empati.(X₅)
6. *Tangible*/Bukti Fisik.(X₆)

Untuk Citra Perusahaan (Variabel Y), indikator-indikator yang akan diteliti yaitu:¹⁴

1. *Reputasi*
2. *Kredibilitas*
3. *Sikap*
4. *Daya tarik*

H. Definisi Istilah

Adanya definisi istilah bertujuan untuk menghindari perbedaan pengertian atau kurang jelasnya makna. Maka dari itu peneliti mendefinisikan istilah-istilah yang digunakan dalam judul penelitian, definisi istilah tersebut adalah sebagai berikut:

¹³Veithzal Rivai Zainal, *Islamic Marketing Management*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), hlm.181-186.

¹⁴ Andra Miranthi Idris, "Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Penumpang New Atlas Taksi Semarang)", *Diponegoro Journal Of Management*, hlm. 4.

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah tingkat mutu yang diharapkan dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan nasabah. Pelayanan adalah perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah itu sendiri. Pada umumnya pelayanan yang tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi. Jadi, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan nasabah.

2. *Customer Service*

Customer Service merupakan suatu kegiatan yang ditujukan untuk memberikan kepuasan melalui pelayanan yang diberikan seseorang kepada nasabah dalam menyelesaikan masalah dengan memuaskan. Pelayanan yang diberikan termasuk menerima keluhan atau masalah yang sedang dihadapi.

3. *Teller*

Teller merupakan petugas bank yang bekerja dan melakukan transaksi langsung dengan nasabah dalam bentuk penerimaan/penarikan secara tunai maupun non tunai.

4. Citra Perusahaan

Citra perusahaan adalah persepsi dari suatu perusahaan yang direkam di memori nasabah dan bekerja sebagai penyaring yang mempengaruhi penilaian terhadap perusahaan. Dengan terbentuknya citra yang baik dimata nasabah, hal ini akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah terhadap perusahaan tersebut.