

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank syariah yaitu lembaga keuangan yang menerapkan prinsip syariah didalam operasionalnya, yang terdiri dari tiga jenis kegiatan seperti penghimpunan dana dalam bentuk simpanan, penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan serta penawaran berbentuk jasa. Sebagai lembaga keuangan syariah, perbankan syariah memiliki komitmen untuk mewujudkan keadilan dan kesejahteraan hidup manusia (*al-falah*) secara umum. Keadilan yang dimaksud adalah menciptakan keseimbangan dalam bermuamalah, tidak mendholimi sesama demi mendapatkan hasil yang banyak dengan menempuh cara yang bathil.¹

Perbankan Syariah Indonesia terus mengalami pertumbuhan. Ini sudah menunjukkan bahwa perbankan syariah berada dalam tren positif, dan kepercayaan masyarakat terhadap perbankan syariah terus mengalami peningkatan. Tidak perlu takut lagi menggunakan perbankan syariah dan merasa bank syariah yang tergolong baru ini lebih buruk dari konvensional. Selain sama-sama sudah dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan, bank syariah justru memiliki nilai tambah daripada bank konvensional, yakni lebih tidak berisiko.

¹ Zulfikri Charis Darmawan, dkk. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 3, No. 2, (Juni, 2014), hlm. 108.

Bank syariah memiliki potensi besar untuk menjadi pilihan utama dan pertama bagi nasabah dalam pilihan transaksi mereka. Hal ini ditunjukkan dengan akselerasi pertumbuhan dan perkembangan perbankan syariah di Indonesia. Lembaga keuangan merupakan lembaga yang berperan penting dalam menstabilkan sistem keuangan di Indonesia. Perkembangan bank syariah di Indonesia sangatlah pesat dan persaingan di dunia perbankan juga semakin ketat. Dalam kondisi seperti ini mengharuskan para pelaku pasar perbankan syariah harus bekerja keras demi meningkatkan dan mempertahankan daya saing perbankan.

Industri perbankan yang pertama kali menggunakan sistem syariah adalah PT Bank Muamalat Indonesia Tbk yang didirikan pada tahun 1991 dan memulai kegiatan operasionalnya pada bulan Mei 1992. Pendirian bank dimaksud, diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), Pemerintah Indonesia, serta mendapat dukungan nyata dari eksponen Ikatan Cendekiawan Muslim se-Indonesia (ICMI) dan beberapa pengusaha muslim.² Pada tanggal 27 Oktober 1994, hanya dua tahun setelah didirikan, Bank Muamalat berhasil menyanggah predikat sebagai Bank Devisa. Pengakuan ini semakin memperkokoh posisi Perseroan sebagai Bank Syariah pertama dan terkemuka di Indonesia dengan beragam kualitas pelayanan jasa dan produk yang dikembangkan.

Dalam perkembangan selanjutnya kehadiran Bank Syariah di Indonesia khususnya cukup menggembirakan. Disamping BMI, saat ini juga telah lahir Bank Syariah milik pemerintah seperti Bank Syariah Mandiri (BSM). Kemudian berikutnya berdiri Bank Syariah sebagai cabang dari Bank Konvensional yang sudah

² Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2010), hlm. 10-11.

ada seperti Bank Jatim, Bank BNI, Bank IFI, dan BPD Jabar. Bank-bank syariah lain yang direncanakan akan membuka cabang adalah BRI, Bank Niaga, dan Bank Bukopin.³

Dengan semakin banyaknya lembaga keuangan yang menjalankan kegiatan dalam hal pembiayaan ini mendorong setiap perbankan untuk memberikan kualitas pelayanan yang terbaik. Kualitas pelayanan terhadap nasabah akan mampu meningkatkan kepercayaan terhadap Bank. Pemberian pelayanan yang baik juga akan menumbuhkan citra yang baik pula pada nasabah. Kualitas (*quality*) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.⁴

Bank sebagai lembaga keuangan dalam menjalankan kegiatan bisnis tidak luput dari permasalahan yang sering dihadapi, yang tentu saja bisa berpengaruh pada sektor usaha. Maka, peran bank di sektor jasa memiliki peranan yang amat penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan bagi para nasabahnya.⁵ Hal utama yang harus diprioritaskan oleh Bank yang bergerak dalam bidang pelayanan adalah kepuasan nasabah agar dapat bertahan, bersaing, dan menguasai pangsa pasar. Dengan menyadari bahwa sebenarnya nilai merupakan sintesa dari sejumlah hal yang diantaranya adalah kualitas dan pelayanan, maka keputusan atau ketidakpuasan nasabah. Kepuasan nasabah ditentukan oleh kualitas jasa yang dikehendaki pelanggan, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap Bank

³ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: Rajawali Press, 2002), hlm. 167.

⁴ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm. 143.

⁵ Kusuma wijayanto, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank", *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, Vol. 17, No. 1, (Juni 2015), hlm. 38.

sebagai tolak ukur keunggulan daya saing tersebut. Kualitas pelayanan dalam Bank merupakan hal yang sangat penting.⁶

Bank perlu memperhatikan dimensi kualitas pelayanan yang dijadikan nasabah sebagai indikator dalam menilai apakah pelayanan yang diberikan bank berkualitas atau tidak untuk meningkatkan kepuasan nasabah. Adapun kualitas pelayanan dalam Islam dapat diukur dengan enam dimensi yaitu, *compliance* (kepatuhan), *reability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *emphaty* (empati), *tangibles* (bukti fisik).⁷ Keenam dimensi kualitas pelayanan tersebut harus ditunjukkan dan dibuktikan agar memberikan kesan yang baik kepada nasabah karena dengan cara inilah kepercayaan nasabah terhadap bank dapat tercipta sehingga merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh bank. Untuk mencapai tujuan tersebut dapat dilakukan dengan berbagai macam cara dan salah satunya memberikan kepuasan nasabah. Kepuasan menjadi sangat bernilai bagi bank, sehingga tidak heran selalu ada slogan bahwa pelanggan adalah raja, yang perlu dilayani sebaik-baiknya.

Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan bagi perusahaan agar mampu mendapat kepercayaan dari pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menurut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Adanya

⁶ Muh. Ali Maskuri, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Romosi Terhadap Kepuasan Nasabah Bank," *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, Vol. 20, No. 03 (Desember 2018: 183-192), hlm. 183-184.

⁷ Veithzal Rivai Zainal, *Islamic Marketing Management : Mengembangkan Bisnis Dengan Hijrah Ke Pemasaran Islami Mengikuti Praktik Rasulullah SAW*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), hlm. 181-186.

kualitas pelayanan yang baik di suatu perusahaan akan menciptakan kepuasan bagi pelanggan. Salah satu tindakan untuk memuaskan pelanggan, yaitu dengan memberikan pelayanan yang baik. Pelayanan tersebut dapat berupa kecepatan dan ketepatan waktu dalam melayani, tangkap terhadap keluhan, serta memberikan pilihan solusi yang baik. Kenyataan ini dapat dilihat, bahwa ada beberapa hal yang dilakukan perusahaan dengan menaruh perhatian yang lebih pada kepuasan pelanggan. Fokus pada kepuasan pelanggan merupakan salah satu upaya dalam mempertahankan pelanggan.⁸

Kualitas berkaitan erat dengan kepuasan nasabah. Kualitas memberikan dorongan khusus bagi para nasabah untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan lembaga keuangan. Ikatan semacam ini memungkinkan bank untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan spesifik nasabah, dimana bank memaksimalkan pengalaman nasabah yang kurang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan nasabah yang kurang menyenangkan.⁹ Pengaruh kepuasan bagi perusahaan yang berpusat pada nasabah, kepuasan nasabah merupakan tujuan dan sarana pemasaran. Dewasa ini perusahaan harus lebih baik lagi memperhatikan tingkat kepuasan pelanggannya, karena internet menyediakan sarana bagi konsumen untuk menyebarkan berita buruk dengan cepat dan juga berita baik ke seluruh dunia. Beberapa pelanggan bahkan membuat situs web sendiri untuk menyiarkan kekesalan dan ketidakpuasan.

⁸ Sally Garar Murti, dkk. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Survey Pada Nasabah PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Cabang Pasuruan". hlm.1.

⁹ Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality, and Satisfaction*, (Yogyakarta: ANDI, 2011), hlm. 172.

Salah satu bank syariah yang menjadi objek dalam penelitian ini yaitu Bank Jatim Syariah Cabang Pembantu Kabupaten Sampang. Dengan semakin banyaknya perbankan syariah maka Bank Jatim Syariah dituntut untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada nasabah agar nasabah merasa puas. Pelayanan menjadi salah satu unsur penting dalam pengembangan bisnis bank. Terkait dengan hal itu, Bank Jatim Syariah berkomitmen untuk memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam bertransaksi melalui perluasan jaringan, baik jaringan kantor, layanan syariah, maupun electronic channel berupa ATM (*Automatic Teller Machine*), SMS Banking, EDC dan Mobile Banking.¹⁰

Sebagai lembaga keuangan yang terpercaya Bank Jatim Syariah membangun karakter Sumber Daya Insani (SDI) dengan prinsip luhur yang di contohkan oleh Rasulullah SAW yaitu insane BJS yang beriman, cerdas, amanah, jujur, berkomunikasi dengan baik. Pribadi demikian diharapkan akan memiliki empati, edifikasi, dan berorientasi hasil yang sepenuhnya mengutamakan layanan fokus kepada nasabah. Kami menyebut karakter tersebut dengan *BJS FASTER (Fathonah, Amanah, Sidiq, Tabligh, Empati dan Edifikasi, Result Oriented)*.¹¹

Guna memenuhi kebutuhan finansial masyarakat yang beragam, maka Unit Usaha Syariah Bank Jatim menerbitkan produk layanan dengan prinsip-prinsip syariah, yaitu, Produk Dana: 1. Giro Amanah Penyimpanan dana dengan menggunakan prinsip Wadiah Yad Adh Dhamanah yang penarikannya dapat

¹⁰ Brosur Bank Jatim Syariah Cabang Pembantu Kabupaten Sampang

¹¹ Irma Pratiwi, Staf Pelayanan Nasabah di Bank Jatim Syariah Cabang Pembantu Kabupaten Sampang Wawancara Langsung, (05 September 2019).

dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek atau bilyet giro. 2. Tabungan Haji Amanah Tabungan yang dipergunakan untuk mewujudkan niat dan langkah untuk menunaikan haji menuju Baitullah. 3. Tabungan Barokah Tabungan dengan prinsip Bagi Hasil (Mudharabah) antara Bank Jatim dengan Nasabah sesuai nisbah yang telah disepakati, yang penarikannya bisa dilakukan setiap saat yang diakses melalui ATM yang tersebar di seluruh nusantara melalui jaringan ATM Prima maupun ATM Bersama. 4. TabunganKu Tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dengan menggunakan prinsip Wadiah Yad Adh Dhamanah dimana simpanan nasabah diperlakukan sebagai titipan dan penarikannya dapat dilakukan setiap saat. 4. Deposito Barokah Simpanan dengan prinsip mudharabah mutlaqoh, sebagai investasi berjangka dengan nisbah yang telah disepakati. 6. Tabungan Simpel iB Tabungan untuk pelajar dibawah usia 17 tahun dan belum memiliki KTP yang diterbitkan secara bersama oleh perbankan di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung sejak dini bagi kalangan pelajar di Indonesia.¹²

Terciptanya kepuasan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara Bank dengan nasabah menjadi harmonis sehingga memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya kesetiaan terhadap produk serta membuat suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi Perusahaan. Loyalitas pelanggan sangat penting artinya bagi Perusahaan yang menjaga kelangsungan usahanya maupun kelangsungan kegiatan

¹² Ibid

usahanya, pelanggan yang setia adalah mereka yang sangat puas dengan produk atau pelayanan tertentu, sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkan kepada siapapun yang mereka kenal. Selanjutnya pada tahap berikutnya pelanggan yang loyal tersebut akan memperluas “kesetiaan” mereka pada produk-produk lain buatan produsen yang sama. Dan pada akhirnya mereka adalah konsumen yang setia pada produsen atau Perusahaan tertentu untuk selamanya.¹³

Berdasarkan uraian latar belakang di atas dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan sangat penting untuk menentukan kepuasan nasabah. Sehingga peneliti merasa perlu untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Jatim Syariah Cabang Pembantu Sampang”**.

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang dapat dirumuskan berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Bank Jatim Syariah Cabang Pembantu Sampang?
2. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Bank Jatim Syariah Cabang Pembantu Kabupaten Sampang?

¹³ Erfine Kumala Furi, dkk. “Pengaruh Kualitas Peelayanan dan Promosi Terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Nasabah pada PT Adira Dinamika Multifinance tbk”, *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, Vol. 5. No. 1 (Januari 2017), hlm. 6.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Bank Jatim Syariah Cabang Pembantu Sampang.
2. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan Nasabah di Bank Jatim Syariah Cabang Pembantu Sampang.

D. Asumsi Penelitian

Asumsi Penelitian adalah anggapan dasar atau postulat tentang suatu hal berkenaan dengan masalah penelitian yang kebenarannya sudah diterima oleh peneliti. Fungsi dari adanya asumsi penelitian ini adalah sebagai landasan berfikir dan bertindak dalam melaksanakan penelitian, untuk mempertegas variabel serta merumuskan hipotesis.¹⁴ Adapun asumsi yang diajukan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan merupakan rangkaian kegiatan sikap dan perilaku petugas bank yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah.
2. Kepuasan Nasabah dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Bank Jatim Syariah Cabang Pembantu Sampang sudah menyediakan kebutuhan nasabah.

¹⁴ Tim Penyusun Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Pamekasan: STAIN Press, 2015) hlm. 100.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis Penelitian adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya masih harus diuji atau rangkuman kesimpulan teoritis yang diperoleh dari tinjauan pustaka. Hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya masih diuji secara empiris.¹⁵

Adapun hipotesis yang peneliti ajukan dalam penelitian ini yaitu:

1. HA : Terdapat pengaruh pada kualitas pelayanan terhadap kepuasan Nasabah di Bank Jatim Syariah Cabang Pembantu Sampang.
2. H0 : Tidak terdapat pengaruh pada kualitas pelayanan terhadap kepuasan Nasabah di Bank Jatim Syariah Cabang Pembantu Sampang.

F. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, baik akademi maupun praktisi :

1. Bagi Peneliti

Penelitian memberikan pengalaman dan pengetahuan, serta pembelajaran mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Bank Jatim Syariah Cabang Pembantu Sampang. Serta untuk menyelesaikan tugas akhir kuliah sebagai syarat kelulusan di program studi Perbankan Syariah IAIN Madura.

2. Bagi Institut Agama Islam Negeri Madura

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah literature kepustakaan dan dapat dijadikan referensi atau rujukan di bidang lembaga keuangan atau perusahaan

¹⁵ Ibid, hlm. 11.

dan sebagai perbandinganserta referensi bagi penelitian selanjutnya yang lebih relevan. Serta untuk memberikan pemahaman untuk dapat melakukan kajian mendalam tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada perbankan syariah dan menambah wawasan keilmuan bagi para mahasiswa/siswi IAIN Madura, khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

3. Bagi Bank Jatim Syariah Cabang Pembantu Sampang

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan untuk mengambil kebijakan untuk lebih memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah khususnya di Bank Jatim Syariah Cabang Pembantu Sampang.

G. Ruang Lingkup Penelitian

1. Ruang Lingkup Materi

Variabel adalah konsep yang mempunyai bermacam-macam nilai. Konesp menggambarkan fenomena secara abstrak yang dibentuk dengan jalan membuat generalisasi terhadap suatu yang khas. Konsep dapaat diubah menjadi variabel dengan cara memusatkan pada aspek tertentu dari variabel itu sendiri. Dalam membuat model matematik, variabel biasanya dinyatakan dalam huruf, misalnya dalam huruf X dan huruf Y, dan sebagaimana X dan Y merupakan simbol, dan untuk simbol ini ditunjukkan nilai. Setiap variabel memiliki dua buah nilai.¹⁶

Adapun variabel-variabel yang diteliti adalah sebagai berikut :

- a. Kualitas pelayanan (variabel X)

¹⁶ Moh. Nazir, *Metode Penelitian* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014), hlm. 107.

Indikator-indikator yang akan diteliti:¹⁷

- 1) Kepuasan (*compliance*)
- 2) Keandalan (*reliability*),
- 3) Ketanggapan (*responsiveness*),
- 4) Jaminan (*assurance*),
- 5) Empati (*empathy*), dan
- 6) Bentuk fisik (*tangibles*)

b. Kepuasan Nasabah (variabel Y)

Indikator-indikator yang akan diteliti adalah:¹⁸

- 1) Terjadinya hubungan yang harmonis antara nasabah dengan perusahaan (Bank).
- 2) Terjadinya loyalitas nasabah terhadap perusahaan (Bank), sehingga tidak akan berpaling kepada perusahaan lain.
- 3) Terjadinya suatu bentuk isu *public* yang positif dari mulut ke mulut (*word of mouth*).
- 4) Terjadinya pembelian ulang (*repeated sales*).

2. Ruang Lingkup Lokasi

Adapun lokasi penelitian yang menjadi objek penelitian adalah Bank Jatim Syariah Cabang Pembantu Sampang yang beralamat di Jl. Jaksa Agung Suprpto No. 65, Rw. III, Gn. Sekar, Kab. Sampang.

¹⁷ Veithzal Rivai Zainal, *Islamic Marketing Management : Mengembangkan Bisnis Dengan Hijrah Ke Pemasaran Islami Mengikuti Praktik Rasulullah SAW*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), hlm. 180-186.

¹⁸ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syari'ah.*, hlm. 199.

H. Definisi Istilah

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

1. Kualitas pelayanan itu suatu penilaian pelanggan tentang kesesuaian tingkat pelayanan yang diberikan dengan tingkat pelayanan yang diharapkannya.¹⁹
2. Kepuasan nasabah itu harapan atau perasaan seseorang atas pembelian suatu barang ataupun jasa, dan apa yang diharapkan dapat dicapai oleh nasabah sesuai dengan keinginannya.²⁰

¹⁹ Veinza Rival Zainal, dkk. *Islamic Marketing Management: Mengembangkan Bisnis dengan Hijrah*
M. Nur Khamid Al-Ahik, *Dasar-dasar Pemasaran Syariah*, hlm. 199.
²⁰ M. Nur Khamid Al-Ahik, *Dasar-dasar Pemasaran Syariah*, hlm. 199.
²⁰ Veinza Rival Zainal, dkk. *Islamic Marketing Management: Mengembangkan Bisnis dengan Hijrah ke Pemasaran Islami Mengikuti Praktik Rasulullah SAW* (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), hlm. 65