

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di Era Globalisasi saat ini, bisnis perbankan merupakan bisnis kepercayaan dimana bank harus mampu memberikan jasa yang aman pada nasabahnya. Bagi dunia perbankan, khususnya di Indonesia semaraknya kegiatan perbankan baru dilakukan di era tahun 1980-an. Sebelumnya, dunia perbankan di Indonesia masih bersifat pasif, dalam arti hanya menunggu nasabah datang ke bank. Sistem Perbankan di Indonesia diatur dalam UU No. 7 Tahun 1992 (diubah dengan UU No. 10 Tahun 1998) tentang Perbankan bahwa perbankan di Indonesia terdiri dari 2 (dua) jenis yaitu bank umum dan bank pengkreditan rakyat. Kedua jenis bank tersebut melaksanakan kegiatan konvensional atau syariah. Hal ini berarti bahwa Indonesia menganut sistem perbankan ganda (*dual banking system*), yaitu ketika bank konvensional dan bank syariah beroperasi berdampingan. Semenjak itu, dalam bentuk bank umum syariah (*full fledged Islamic bank*), unit usaha syariah (bank konvensional yang membuka cabang syariah), dan *office channelling* (gerai syariah dikantor bank konvensional).

Setelah didirikannya Bank Muamalat pada tahun 1992 Perbankan Syariah di Indonesia semakin diperkenalkan dan difahami keberadaannya. Masyarakat pun semakin merasakan manfaat perbankan ini, semakin kuat dukungan dari Pemerintah, dunia usaha maupun Perbankan Konvensional

untuk memperluas jaringan Perbankan Syariah sehingga semakin berkembang. Perkembangan bank syariah dapat dilihat sejak munculnya atau berdirinya Bank Muamalat pada tahun 1992 sebagai pelopor bank-bank syariah di Indonesia. Kemudian disusul Bank Syariah Mandiri dan bank-bank syariah lainnya hingga sampai sekarang.

Bank syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah, yaitu aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan Syariah. Dalam menjalankan usahanya bank syariah menggunakan pola bagi hasil yang merupakan landasan utama dalam segala operasinya, baik dalam produk pendanaan, pembiayaan maupun dalam produk lainnya. Produk-produk bank syariah mempunyai kemiripan tetapi tidak sama dengan produk bank konvensional karena adanya pelarangan riba, gharar, dan mayshir. Oleh karena itu, produk-produk pendaan dan pembiayaan pada bank syariah harus menghindari dari unsur-unsur yang dilarang tersebut.¹

Pelayanan sangat penting dilakukan pada sektor perbankan khususnya perbankan syariah. Pelayanan merupakan perilaku bank dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan demi tercapainya kepuasan nasabah. Upaya pengembangan kualitas pelayanan yang diberikan Bank Syariah tidak hanya berlandaskan Undang-Undang saja tetapi juga harus berorientasi pada pasar atau masyarakat sebagai pengguna jasa perbankan. Bank Syariah dalam

¹ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA, 2013), hal. v

hal layanan kepada masyarakat jenis produk atau jasa yang ditawarkan perlu ditingkatkan. Hal ini terkait dengan harapan masyarakat bahwa mereka berhubungan baik dengan bank yang nyaman dan mudah dalam melakukan transaksi.

Menurut Tjiptono, kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan (service quality) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan.²

Selain pelayanan yang baik produk yang berkualitas juga berperan penting terhadap kepuasan nasabah. Produk sangat berarti penting dalam sebuah perusahaan. Karena tanpa adanya sebuah produk maka perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dalam usahanya. Produk adalah apa yang dapat ditawarkan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan nasabah yang dapat berupa objek fisik, jasa, dan tempat organisasi atau gagasan. Kualitas produk merupakan hal yang perlu mendapat perhatian utama dari perusahaan/produsen, mengingat kualitas suatu produk berkaitan erat dengan masalah kepuasan konsumen, yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan. Menurut Sofyan, kualitas produk menunjukkan ukuran tahan

² Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2014), hal.194

lamanya produk itu, dapat dipercayainya produk tersebut, ketepatan produk, mudah mengoperasikan, dan memeliharanya serta atribut lain yang dinilai.³

Operasional perbankan syariah sebagai menghimpun dan menyalurkan dana harus memastikan sebuah sistem yang adil, khususnya pada sistem *profit loss sharing* (bagi hasil). Bagi hasil inilah yang membedakan antara lembaga keuangan syariah dan non syariah. Dalam praktek mekanisme perhitungan bagi hasil dapat di dasarkan dua cara *profit sharing* (bagi laba) dan *revenue sharing* (bagi pendapatan). Bagi Hasil adalah suatu sistem pengolahan dana dalam perekonomian Islam yakni pembagian hasil usaha antara pemilik modal (*Shahibul Mal*) dan pengelola (*Mudharib*). Proses penentuan tingkat bagi hasil diperlukan kesepakatan kedua belah pihak, yang terungkap dalam nisbah bagi hasil.⁴

Tabel 1.1
Data Perkembangan Jumlah Nasabah Dan Rekening BSM KCP
Tulungagung

TAHUN	REKENING	NASABAH
2015	8,854	10,358
2016	10,071	11,245
2017	11,255	12,185
s.d Oktober 2018	12,491	13,921

Sumber: Data diolah⁵

³ Sofjan Assauri, Manajemen Pemasaran, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014) hal. 211

⁴ Viethzal Rivai dan Arviyan Arifin, Islamic Banking : sebuah teori, konsep dan aplikasi, Ed 2 Cet 1, (Jakarta : Bumi Aksara, 2010), h. 799 - 800.

⁵Komarudin, Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pemebantu Tulungagung, 15 Novmber 2018 pukul 19.51 WIB

Berdasarkan dari data diatas dapat diketahui bahwa Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung mengalami perkembangan yang sangat baik. Hal ini dilihat dari jumlah nasabah dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang signifikan dan banyaknya jumlah nasabah yang membuka rekening pada Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung.

Dari situ nasabah secara langsung atau tidak langsung akan memberikan penilaian terhadap jasa yang akan dibeli atau yang pernah dikonsumsi. Tergantung pada bagaimana fasilitas aktual dibandingkan dengan fasilitas yang diharapkan, mereka akan mengalami emosi yang positif, negatif atau netral. Tanggapan emosional ini bertindak sebagai masukan atau input dalam persepsi kepuasan atau ketidakpuasan menyeluruh mereka. Tingkat kepuasan atau ketidakpuasan ini juga akan dipengaruhi oleh evaluasi konsumen atas ekuitas pertukaran, serta oleh atribusi mereka terhadap kinerja produk. Evaluasi dilakukan berdasarkan penilaian keseluruhan antara apa yang diterima dan dialami dibandingkan dengan yang diharapkan.⁶

Kepuasan pelanggan merupakan pendorong utama bagi retensi dan loyalitas pelanggan. Sebagian pelanggan mendasarkan kepuasannya semata-mata hanya pada dorongan harga, sedangkan kebanyakan pelanggan lainnya mendasarkan kepuasannya pada keputusan pembelian atas dasar tingkat kepuasan produk yang mereka butuhkan. Peningkatan kepuasan pelanggan sangat dibutuhkan dalam persaingan pasar yang semakin tajam. Oleh

⁶ Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), hal 118.

karena itu banyak perusahaan akan selalu berupaya memantau kepuasan pelanggan yang sangat berpengaruh atas tingkat loyalitas dan profitabilitas pelanggan.⁷

Dari uraian diatas ada beberapa alasan peneliti memilih judul, alasan pertama peneliti memilih variabel dependen kepuasan nasabah, dan variabel independen kualitas pelayanan, kualitas produk, dan tingkat bagi hasil, karena ingin mengetahui seberapa jauh nasabah menilai dan merasa puas dengan pelayanan yang sudah diberikan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung. Sedangkan alasan kedua peneliti memilih Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung karena Bank Syariah Mandiri merupakan bank komersial Syariah yang kedua setelah bank Muamalat Indonesia. Sebagai anak perusahaan dari bank beraset terbesar di Indonesia, Bank Mandiri Syariah sudah barang tentu memiliki *sense of development* yang berbeda dari lembaga perankan lainnya. Hal ini ditandai dengan kemampuan lembaga tersebut membuat produk-produk yang *marketable* dan *acceptable* di tengah-tengah masyarakat sehingga rasio kecukupan modal (CAR) BSM mengalami kenaikan dari angka 32 persen menjadi 60 persen.

Di samping itu, bank Mandiri Syariah mempunyai produk-produk yang cukup digemari nasabah. Bank syariah Mandiri dalam menghimpun dana masyarakat dilengkapi dengan tabungan, deposito dan giro. Khusus untuk pelayanan uang yang plastik, BSM meluncurkan kartu ATM Bank Syariah Mandiri yang bisa diakses di seluruh ATM BSM dan Bank Mandiri.

⁷ Sofjan Assauri, *Strategic Marketing: Sustaining Lifetime Customer Value*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), hal. 11

Kartu ATM ini juga dijadikan kartu identitas lewat kerjasama dengan berbagai lembaga. Selain itu BSM juga dilengkapi fasilitas *short message service* (SMS Banking) bahkan produk kartu debit card.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk meneliti lebih mendalam, sehingga diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai variabel yang sudah ditetapkan yang dituangkan dalam penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Tingkat Bagi Hasil Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungaung”**.

B. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah merupakan penjelasan tentang kemungkinan-kemungkinan cakupan yang dapat muncul dalam penelitian dengan melakukan identifikasi dan inventarisasi sebanyak-banyaknya kemungkinan yang dapat diduga sebagai masalah. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas dapat diidentifikasi masalah pada penelitian ini adalah bauran pemasaran khususnya terkait dengan kualitas pelayanan, kualitas produk, dan tingkat bagi hasil terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung?
3. Apakah tingkat bagi hasil berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung?
4. Apakah kualitas pelayanan, kualitas produk, dan tingkat bagi hasil bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, tujuan penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung.
2. Untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung.
3. Untuk menguji pengaruh tingkat bagi hasil terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung.
4. Untuk menguji pengaruh secara bersama-sama kualitas pelayanan, kualitas produk, tingkat bagi hasil terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung.

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat antara lain:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menyajikan informasi sebagai acuan dan untuk menambah wawasan pemikiran dalam hal pengembangan ilmu mengenai lembaga keuangan perbankan maupun lembaga keuangan non perbankan.

2. Secara Praktis

a. Bagi Penulis

Sebagai penambah wawasan penulis dalam pemahaman mengenai kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung.

b. Bagi Lembaga Keuangan

Menjadi masukan yang berarti bagi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung dalam mempertahankan nasabah yang sudah ada dan menambah jumlah nasabah baru sehingga bisa memperkuat dan mengembangkan lembaga keuangan syariah.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan dapat menjadi sebuah pemikiran awal dalam mengembangkan penelitian selanjutnya dan memberikan informasi sebagai referensi yang terkait dengan kualitas pelayanan nasabah, kualitas produk, tingkat bagi hasil.

F. Ruang Lingkup Dan Pembatasan Masalah

Agar masalah yang diteliti tidak terlalu luas maka peneliti memberikan batasan masalah menyangkut kualitas pelayanan, kualitas produk, dan tingkat bagi hasil terhadap kepuasan nasabah, antara lain:

1. Peneliti memberikan batasan masalah pada atribut-atribut dari produk Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung yang dinilai dalam kualitas pelayanan, kualitas produk, dan tingkat bagi hasil.

2. Peneliti menggunakan model pengaruh yaitu peneliti ini menguji apakah terdapat pengaruh pada kualitas pelayanan, kualitas produk, dan tingkat bagi hasil terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung.
3. Subyek penelitian adalah seluruh nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung.
4. Peneliti mengambil sampel penelitian di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung.

G. Penegasan Istilah

Persoalan yang sering terjadi dalam memahami judul sebuah karya tulis adalah terjadinya banyak penafsiran terhadap substansi maksud peneliti. Oleh karena itu perlu kiranya dijelaskan beberapa istilah penting dari judul penelitian yaitu “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Tingkat Bagi Hasil Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung”.

1. Definisi konseptual

a. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang

sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan.⁸

b. Kualitas produk

Kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan nasabah.⁹

c. Tingkat bagi hasil

Bagi Hasil adalah suatu sistem pengolahan dana dalam perekonomian Islam yakni pembagian hasil usaha antara pemilik modal (*Shahibul Maal*) dan pengelola (*Mudharib*). Proses penentuan tingkat bagi hasil diperlukan kesepakatan kedua belah pihak, yang terungkap dalam nisbah bagi hasil.¹⁰

d. Kepuasan nasabah

Kepuasan nasabah merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya.¹¹

2. Definisi operasional

Dari penegasan konseptual tersebut, maka dapat diambil pengertian yang dimaksud dengan kualitas pelayanan, kualitas produk, dan tingkat

⁸ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian...*, hal.194

⁹ Bilson Simamora, *Aura Merek*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002), hal. 23

¹⁰ Viethzal Rivai dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking: sebuah teori, konsep dan aplikasi*,.... hal. 799 - 800.

¹¹ Kasmir, *Etika Customer Service*...., hal. 34

bagi hasil (variabel independen X) yaitu suatu kegiatan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah agar nasabah mengetahui kualitas dari suatu produk yang ditawarkan serta pemberian tingkat bagi hasil sehingga dapat mempengaruhi kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung (variabel dependen Y).

H. Sistematika Skripsi

Sistematika penelitian ini berisi tentang isi keseluruhan penelitian yang terdiri dari bagian awal, bagian isi, dan bagian akhir penelitian.

Bagian awal berisi tentang halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan dosen pembimbing, pernyataan easlian, motto, persembahan, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, pedoman transliterasi, abstrak, daftar isi.

Bagian isi terdiri dari enam BAB, yaitu: Bab I Pendahuluan, terdiri dari latar belakang pemilihan judul, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan masalah, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan pembatasan masalah, penegasan istilah, sistematika penulisan skripsi.

Bab II Landasan teori, membahas tentang penjabaran dasar teori yang digunakan untuk penelitian, adapun teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, kualitas produk, tingkat bagi hasi, dan kepuasan nasabah. Penelitian terdahulu sebagai pembanding dalam penelitian ini, kerangka konseptual, dan hipotesis.

Bab III Metodologi penelitian, terdiri dari rancangan penelitian, pendekatan penelitian dan jenis penelitian, variabel penelitian, populasi dan

sampel penelitian, kisi-kisi instrumen, data dan sumber data, teknik dan pengumpulan data.

Bab IV Hasil penelitian, deskripsi data dan pengujian hipotesis. Bab V Pembahasan, dalam penelitian ini merupakan jawaban dari hipotesis yang diteliti, jumlah dari pembahasan ini sama dengan jumlah hipotesis yang diteliti.

Bab VI Penutup, dalam bab ini dikemukakan kesimpulan dari hasil pembahasan, implikasi penelitian, dan memberikan saran berdasarkan hasil yang telah dilaksanakan. Bagian akhir laporan penelitian ini berisi daftar isi, lampiran-lampiran, dan riwayat hidup peneliti.