

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Keberadaan perbankan syariah di Indonesia merupakan perwujudan dari keinginan masyarakat yang membutuhkan suatu sistem perbankan alternatif yang menyediakan jasa perbankan yang memenuhi prinsip syariah. Menurut undang-undang No 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah pasal 1 menyatakan bahwasanya perbankan syariah adalah “segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya”. Sedangkan pengertian bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau dalam bentuk lainya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat.¹ Dalam dunia perbankan dikenal pula bank umum, bank umum menurut UU RI No. 10 Tahun 1998 adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan Prinsip Syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.²

¹ Undang-undang Tentang Perbankan Syariah No.21 Tahun 2008,(Jakarta:Sinar Grafika,2008), Cet.1, h.3

² Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*. (Jakarta : Sinar Grafika, 2008), hal. 150

Eksistensi bank syariah telah mencapai 26 tahun sejak dikeluarkannya UU No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan. Keberadaan bank syariah mendapat pengakuan yang tegas dengan dikeluarkannya UU No.10 Tahun 1998 tentang perubahan atas UU No.7 Tahun 1992 yang menyebutkan bahwa bank umum syariah atau perkreditan syariah dapat beroperasi menggunakan prinsip syariah atau bank umum konvensional dapat juga menjalankan kegiatan syariah disamping kegiatan konvensional. Kemudian muncul UU No. 21 Tahun 2008 yang mengatur secara spesifik tentang kegiatan perbankan syariah dan jenis-jenisnya.

Saat ini, persaingan antar perbankan syariah sangat kompetitif, baik di pasar nasional maupun dalam pasar global. Untuk menghadapi persaingan yang semakin tinggi dan ketat pada dunia perbankan, mengharuskan pada pihak manajemen untuk selalu memberikan inovasi guna mempertahankan nasabah-nasabahnya, sehingga dapat menjadi nasabah yang loyal terhadap bank. Dalam usaha mempertahankan nasabahnya salah satu caranya melalui konsep pelayanan. Pelayanan pada dasarnya berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen.³ Hal ini merupakan suatu tantangan yang harus dihadapi dan ditangani oleh bank syariah untuk dapat memberikan kontribusi dalam pembangunan bangsa melalui pemberdayaan ekonomi umat. Banyaknya Bank Syariah yang didirikan pada akhirnya menyebabkan konsumen memiliki banyak

³ Endar Sugiarto, *Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa*, (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 1999), hal. 39

pilihan produk bank syariah yang ditawarkan. Dalam kondisi seperti itu, bank syariah dituntut untuk dapat memberikan yang terbaik kepada nasabah untuk tetap bertahan dengan bank-bank lain yang ada di Indonesia.

Tingkat persaingan bank syariah tidak hanya bank syariah, melainkan juga bank konvensional. Oleh sebab itu, salah satu strategi yang sangat penting dan harus dimiliki oleh bank syariah adalah unggul dalam pelayanan. Karena bagi nasabah, pelayanan yang bermutu merupakan hal sangat penting. Pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah tujuan utama dalam perusahaan karena tanpa pelanggan, perusahaan tidak akan ada. Asset perusahaan sangat kecil nilainya tanpa keberadaan pelanggan. Karena itu tugas utama perusahaan yaitu mempertahankan pelanggan. Pelanggan ditarik dengan tawaran yang lebih kompetitif dan dipertahankan dengan memberi kepuasan.

Tabel 1.1

Produk dan Jumlah Nasabah Tabungan Tahun 2010 s/d September 2018

| No | Nama Produk | Jumlah Nasabah |
|---------------|----------------------------|----------------|
| 1. | iB Muamalat Wadiah | 596 |
| 2. | iB Muamalat Mudharabah | 3.604 |
| 3. | iB Muamalat Haji dan Umroh | 3.151 |
| 4. | iB Muamalat Prima | 40 |
| 5. | TabunganKu | 1.026 |
| JUMLAH | | 8.417 |

Sumber: Dokumen BMI KCP Blitar

Dari tabel di atas, menunjukkan bahwa minat masyarakat untuk menabung di Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar sangat tinggi, maka dari itu pihak Bank

Muamalat Indonesia KCP Blitar harus memberikan pelayanan yang baik kepada seluruh nasabah, karena pelayanan yang baik akan mempengaruhi kepuasan nasabah.

Pada prinsipnya, pelayanan yang baik harus diberikan oleh semua unsur yang terlibat. Semua harus mau dan mampu memberikan pelayanan yang sama. Masing-masing harus saling mendukung sehingga pelayanan yang diberikan dalam rangka memberikan yang terbaik kepada nasabah dapat optimal, mendorong para bankir untuk lebih inovatif, dalam melakukan berbagai perubahan peningkatan pelayanan yang lebih terarah kepada kepuasan nasabah.

Disisi yang lain para nasabah semakin kritis dengan kualitas pelayanan yang diharapkan dapat diperoleh dari jasa perbankan yang dipergunakannya. Jika terjadi sesuatu yang tidak diinginkan dalam pelayanan yang berakhir dengan kekecewaan, maka nasabah akan melakukan protes dengan kompensasi memindahkan aktivitas bisnisnya ke bank lain, bahkan lebih buruk lagi dengan melakukan protes melalui media massa yang dapat menghancurkan citra bank tersebut.

Ketatnya persaingan di industri perbankan saat ini harus mampu menarik dan mempertahankan nasabah sebanyak-banyaknya agar kelangsungan bank tersebut terjamin. Bank pada dasarnya harus dapat mempertahankan nasabahnya karena mencari nasabah adalah salah satu hal yang sulit. Salah cara yang dapat dilakukan manajer dalam mempertahankan nasabah maupun menarik nasabah baru dengan menggunakan teori *Servicescape* (Lingkungan Layanan) yaitu lingkungan fisik

bagi bank yang merupakan satu wujud dari jasa itu sendiri yang dapat mempengaruhi perilaku dan respon nasabah terhadap jasa yang diberikan oleh pihak bank. Bukti fisik mencakup semua aspek fasilitas fisik organisasi atau *the servicescape* yang merupakan lingkungan yang diciptakan, buatan manusia, lingkungan jasa. Elemen-elemen dari *the servicescape* mempengaruhi konsumen melalui atribut-atribut eksterior (seperti rambu-rambu, tempat parkir, halaman ataupun taman) dan atribut-atribut interior (seperti *design, layout, pencahayaan, musik, peralatan, dan dekorasi*).

Lingkungan fisik merupakan hal yang sangat penting bagi bank karena berdampak langsung pada kepuasan nasabah. Dalam hal ini perbankan menggunakan lingkungan layanan sebagai salah satu cara untuk menunjukkan kualitas yang dimiliki oleh perbankan, dengan tujuan untuk membuat nasabah merasa puas atas kualitas dan jasa yang diberikan perbankan kepada nasabah.

Untuk meningkatkan citra perbankan maka bank perlu menyiapkan karyawan yang mampu menangani keinginan dan kebutuhan nasabahnya. Karyawan yang diharapkan mampu melayani keinginan dan kebutuhan nasabah ini disebut dengan *frontliner* yang mempunyai peranan sangat penting dalam dunia perbankan. *Frontliner* yang terdiri dari *customer service, teller* dan satpam adalah barisan paling depan yang berperan dalam aktifitas utama di sebuah bank dan merupakan staf yang langsung berhubungan dengan nasabah (*quest contact*). Penempatan staf *frontliner* akan menciptakan kesan pertama yang baik atau buruk terhadap suatu bank. Pelayanan terhadap nasabah terutama petugas *frontliner* kini dituntut untuk

bekerja dengan efektif dan efisien, hanya unit layanan yang dapat melayani dengan cepat dan tepat sesuai kebutuhan nasabah yang mampu melaksanakan pekerjaan efektif dan efisien, sehingga akan berdampak kepada kepuasan nasabah. Tugas utama seorang *frontliner* bank secara umum adalah memberikan informasi dengan jelas dan lengkap kepada nasabah maupun calon nasabah. Keberadaan sosok *frontliner* yang handal dalam memenuhi kebutuhan nasabah merupakan faktor penting yang dapat mendorong loyalitas dan keterikatan nasabah serta pembentukan citra perbankan.

Dalam pelayanan nasabah yang bermutu menuntut adanya upaya dari keseluruhan karyawan bank tidak hanya pada *frontliner* saja. Perlu adanya kerjasama yang baik antar para karyawan bank untuk menciptakan kualitas pelayanan yang memuaskan bagi nasabah-nasabahnya. Nasabah akan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan dan juga dapat menarik calon-calon nasabah potensial sehingga terjadi peningkatan jumlah nasabah.

Perbaikan layanan jasa bank saat ini seperti merancang interior menjadi lebih menarik, kenyamanan ruang tunggu, kebersihan lingkungan layanan, kualitas peralatan dan perabotan kantor yang menunjang kecepatan dan kemudahan dalam memberikan layanan terhadap nasabah, serta para karyawan yang bersikap ramah dan berpenampilan rapi. Perbaikan layanan bank tersebut merupakan cara untuk membentuk kepuasan nasabah yang pada akhirnya kepuasan nasabah makin tinggi serta nasabah tidak mudah berpindah ke bank lain bahkan akan merekomendasi relasinya berhubungan dengan bank tersebut.

Kepuasan nasabah dipengaruhi oleh *servicescape* dan kualitas pelayanan *frontliner*. Dengan adanya *servicescape* dan kualitas pelayanan petugas frontliner yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, maka berpengaruh juga dalam peningkatan bank itu sendiri. Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh *Servicescape* Dan Kualitas Pelayanan *Frontliner* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT.Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar**”

B. Batasan Masalah

Pembatasan masalah yang dimaksud untuk memperoleh pemahaman yang sesuai dengan tujuan penelitian yang ditetapkan dapat tercapai dari masalah yang diteliti tidak terlalu meluas. Maka penulis memberikan batasan penelitian sebagai berikut:

1. Objek penelitian ini adalah PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar.
2. Periode penelitian yang diamati adalah tahun 2018.
3. Dalam penelitian ini dibatasi pada variabel independent *servicescape* dan kualitas pelayanan *frontliner* dan kepuasan nasabah sebagai variabel dependent.

C. Rumusan Masalah

1. Apakah *servicescape* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar?
2. Apakah kualitas pelayanan *frontliner* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar?

3. Apakah *servicescape* dan kualitas pelayanan *frontliner* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar?

D. Tujuan Penelitian

- 1 Untuk menganalisis pengaruh *servicescape* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar.
- 2 Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan *frontliner* terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar.
- 3 Untuk menganalisis pengaruh *servicescape* dan kualitas pelayanan *frontliner* terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar.

E. Manfaat Penelitian

- 1) Manfaat secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan memberikan sumbangan berupa pengembangan ilmu yang berkaitan dengan perbankan syariah. Serta merupakan suatu peningkatan dan perluasan pengetahuan dalam usaha menganalisis suatu permasalahan pelayanan kualitas pelayanan di Indonesia yang terkait dengan dunia perbankan khususnya perbankan syariah dalam ruang lingkup pengaruh *servicescape* dan kualitas pelayanan *frontliner* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar.

- 2) Manfaat secara Praktis

- a. Bagi Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar

Sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar untuk meningkatkan kualitas *servicescape* dan kualitas pelayanan *frontliner* dalam usahanya.

b. Bagi akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan bagi pembaca dan penyusun tentang pengaruh *servicescape* dan kualitas pelayanan *frontliner* terhadap kepuasan nasabah. Dan diharapkan dapat menambah sumbangsih perbendaharaan kepustakaan IAIN Tulungagung.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi referensi atau literatur penelitian lebih lanjut lagi dengan judul atau tema yang sejenis

F. Penegasan Istilah

Secara konseptual dalam penelitian ini memiliki dua variabel bebas, yakni *servicescape*, dan kualitas pelayanan *frontliner*. Serta satu variabel terikat yakni kepuasan nasabah PT Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar.

1. *Servicescape*

Servicescape adalah sebuah konsep yang diciptakan Bitner pada tahun 1992 untuk menekankan dampak penyesuaian fisik dan lingkungan dari suatu jasa di mana proses pelayanan berlangsung yang dapat membantu menilai perbedaan dalam pengalaman yang dirasakan pelanggan. Gabungan kata '*servicescape*' adalah dari kata-kata 'layanan' dan

'pemandangan'. *Servicescape* telah dipelajari selama puluhan tahun di berbagai pengaturan layanan, seperti hotel, restoran, dan kasino. Dalam *servicescape*, produk dan jasa dikemas dalam suatu kesatuan sehingga dapat menciptakan *image* tertentu dan dapat menciptakan perasaan emosional konsumen.⁴

2. Kualitas Pelayanan *Frontliner*

Feigenbun dalam Nasution menyatakan, bahwa kualitas adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya (*full customer satisfaction*). Suatu produk berkualitas apabila dapat memberi kepuasan sepenuhnya kepada konsumen, yaitu sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen atas suatu produk.⁵

Pelayanan adalah semua kegiatan untuk mempermudah konsumen menghubungi pihak-pihak yang tepat di perusahaan dan mendapatkan pelayanan, jawaban dan penyelesaian masalah yang cepat dan memuaskan.⁶ Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Pada umumnya pelayanan yang tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi, serta pembelian ulang yang lebih sering.

⁴ Bitner, Mary Jo. *Servicescape: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees. Journal of Marketing*. 1992.

⁵ Nur Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*, (Bogor :Ghalia Indonesia, 2005), hal. 3

⁶ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran : Analisis, Implementasi, dan Kontrol*, edisi ke-9 Jilid 1 (Jakarta : PT. Prenhalindo, 1997), hal. 8

Frontliner adalah barisan paling depan yang berperan dalam aktifitas utama disebuah bank dan merupakan staf yang langsung berhubungan dengan nasabah. Penempatan staf *frontliner* akan menciptakan kesan pertama yang baik atau buruk terhadap suatu bank. Di Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar, *Frontliner* terdiri dari *customer service*, *teller*, dan *security*.

3. Kepuasan nasabah

Kepuasan merupakan tingkat perasaan konsumen yang diperoleh setelah konsumen melakukan atau menikmati sesuatu. Dengan demikian dapat diartikan bahwa kepuasan konsumen merupakan perbedaan antara yang diharapkan konsumen (nilai harapan) dengan situasi yang diberikan perusahaan di dalam usaha memenuhi harapan konsumen. Adapun konsumen merupakan *stakeholder* yang hakiki dalam bisnis modern. Bisnis tidak akan berjalan tanpa adanya konsumen yang menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh produsen.⁷

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika penelitian ini berisi tentang isi keseluruhan penelitian yang terdiri dari bagian awal, bagian isi, dan bagian akhir penelitian. Untuk mempermudah pembahasan dan penulisan skripsi ini, terlebih dahulu penulis uraikan sistematika penelitian yang terdiri dari:

⁷ Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta : UPP AMP YKPN, 2004), hal. 159

1. Bagian Awal Bagian awal usulan penelitian ini meliputi: sampul atau *cover* depan, halaman judul, halaman persetujuan, pengesahan, pernyataan keaslian, motto, persembahan, prakata, daftar tabel, daftar gambar, daftar lambang dan singkatan, daftar lampiran, abstrak, dan daftar isi.

2. Bagian Inti

Bagian inti dari penelitian ini terdiri dari beberapa bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis menguraikan terkait Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Ruang Lingkup dan Pembatasan Masalah, Penegasan Istilah, dan Sistematika Penulisan Skripsi..

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini penulis menguraikan terkait Deskripsi Teori yang terdiri dari Kualitas Layanan, Kemampuan Manajerial Pengurus, Lokasi dan Partisipasi Anggota, Penelitian terdahulu, Kerangka Konseptual dan Hipotesis Penelitian

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini penulis menguraikan terkait tentang metode penelitian yang didalamnya memuat Pendekatan dan Jenis Penelitian, Populasi, Sampel dan Sampling, Sumber Data,

Variabel dan Skala Pengukuran, Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian, dan Teknik Analisis Data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab ini penulis menguraikan terkait Deskripsi Data Hasil Penelitian dan Pengujian Hipotesis serta Temuan Penelitian.

BAB V PEMBAHASAN

Pembahasan yang berisi tentang Pengaruh Kualitas Layanan, Kemampuan Manajerial Pengurus dan Lokasi terhadap Partisipasi Anggota. Menjawab masalah penelitian, menafsirkan temuan-temuan penelitian dan menjelaskan implikasi lain dari hasil penelitian.

BAB IV PENUTUP

Dalam bab ini terdiri dari kesimpulan, dan saran.

Bagian akhir laporan penelitian ini berisi daftar rujukan, lampiranlampiran, surat pernyataan keahlian tulisan dan daftar riwayat hidup peneliti.