

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. LATAR BELAKANG**

Bank merupakan lembaga perantara keuangan atau biasa disebut dengan *financial intermediary*. Artinya lembaga bank adalah lembaga yang dalam aktivitasnya berkaitan dengan masalah uang. Oleh karena itu, usaha bank akan selalu dikaitkan dengan masalah uang yang merupakan alat pelancar terjadinya perdagangan utama. Kegiatan dan usaha bank akan selalu terkait dengan komoditas, antara lain: (1) memindahkan uang; (2) menerima dan membayarkan kembali uang nasabah; (3) membeli dan menjual surat berharga; dan (4) memberi jaminan bank.<sup>1</sup> Maka dari itu kegiatan bank akan berjalan dengan adanya nasabah dalam menggunakan produk yang ada di bank maupun jasa-jasa yang telah disediakan oleh bank.

Lahirnya perbankan syariah di Indonesia dengan beroperasinya bank Indonesia pada tahun 1992 M yang mempunyai bentuk operasionalisasi yang jauh berbeda dengan perbankan konvensional diharapkan akan memenuhi kebutuhan yang sangat urgent bagi umat Islam di Indonesia dalam menggunakan jasa.

---

<sup>1</sup>Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN 2005) hlm 1.

perbankan secara syariah perbedaan yang mendasar antara perbankan syariah dengan perbankan konvensional adalah adanya dengan larangan riba (bunga).<sup>2</sup>

Berdasarkan ayat Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 275 yang berbunyi:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَفُومُونَ إِلَّا كَمَا يَفُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۚ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۚ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۗ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۗ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ( )

Artinya: “Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan), dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya”.

---

<sup>2</sup>Evi Yupitri, Raina Linda Sari, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah di Medan”, *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol 1 No 1, (Desember 2012) hlm 46.

Ayat diatas menjelaskan bahwa Allah SWT telah mengharamkan riba. Kultur yang dibangun perbankan syariah adalah membangun sistem bagi hasil (*profit and loss sharing system*) yang menjadi prinsip dasar operasional perbankan syariah.<sup>3</sup>

Industri perbankan syariah telah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Dengan diterbitkannya Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah tertanggal 16 Juli 2008, pengembangan industri perbankan syariah nasional semakin memiliki landasan hukum yang memadai dan akan mendorong pertumbuhannya secara lebih cepat lagi.<sup>4</sup> Perkembangan bank syariah yang semakin meningkat membuat persaingan antara bank syariah dan bank konvensional semakin ketat. Hal ini menuntut setiap bank agar dapat mempertahankan nasabahnya maupun menarik minat nasabah-nasabah baru.

Minat adalah aspek kejiwaan dan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktifitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu.<sup>5</sup> Tentunya untuk menarik minat nasabah faktor utama yang harus diperhatikan adalah kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah menjadi salah satu tujuan utama bagi setiap perusahaan termasuk bank. Untuk tetap menjaga kepuasan nasabah maka salah satu cara yang harus terus dibenahi

---

<sup>3</sup>Departemen Agama RI, “*Tarjamah Al-Qur’an Al-Karim*” (Bandung: PT. Al-Ma’arif, 1996), Surat Al-Baqarah ayat 275, hlm 43.

<sup>4</sup>Hutomo Rusdianto, Chanafi Ibrahim, “Pengaruh Produk Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating Di Pati”. *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol 4 No 1, 2016. hlm 44-45.

<sup>5</sup>Ibid, hlm 49

kembali adalah peningkatan kualitas baik itu dari segi fasilitas maupun pelayanan yang harus terus disesuaikan dengan kebutuhan nasabah.

Pentingnya faktor-faktor pendukung untuk menarik minat nasabah dalam hal ini adalah dari segi faktor fasilitas. Disadari atau tidak, nasabah sekarang ini sangat kritis terhadap ketersediaan fasilitas yang ada di bank, baik dari tampilan gedung, area parker, ruang tunggu, keamanan, dan sebagainya. Selain fasilitas tersebut, fasilitas yang tidak kalah penting lainnya adalah fasilitas perbankan itu sendiri yang sangat dibutuhkan oleh nasabah dalam rangka memberikan kemudahan dalam transaksi, mulai dari sarana transfer antar rekening, tarik tunai lewat ATM, kelengkapan ruang tunggu, fasilitas pendukung untuk transaksi.<sup>6</sup> Fasilitas yang diberikan oleh bank diharapkan dapat memenuhi kebutuhan nasabah.

Selain factor fasilitas yang tidak kalah penting adalah dari faktor kualitas pelayanan, perusahaan jasa tidak dapat terlepas dari sektor pelayanan. Setiap perusahaan memerlukan *service excellence*, yang dimaksud dengan *service excellence* atau pelayanan unggul, yakni suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan, secara garis besar ada 4 unsur pokok dalam konsep ini yaitu kecepatan, ketepatan, keramahan, dan kenyamanan. Maka dari itu 4 konsep tersebut diharapkan dapat menimbulkan rasa puas untuk nasabah dan loyalitas yang besar dari nasabah. Nasabah akan setia untuk menggunakan jasa layanannya.

---

<sup>6</sup>Nurastuti Wiji, *Technologi Perbankan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011) hlm 110.

Pelayanan nasabah diberikan oleh berbagai pihak yaitu *Customer Service* (CS) yang berperan sangat penting, tugas utamanya adalah memberikan pelayanan dan membina pelayanan, melayani para nasabah dan selalu berusaha menarik dengan cara meyakinkan para calon nasabah dengan baik. Namun istilah CS digunakan secara khusus untuk dunia perbankan.

Selain itu pelayanan juga diberikan oleh teller. Teller lebih banyak berhubungan kepada nasabah dalam bidang penyetoran dan penarikan uang nasabah, akan tetapi walaupun peran teller tidak sama dengan CS, teller juga dituntut untuk memberikan pelayanan yang baik terhadap para nasabah. Daya tanggap dari seorang karyawan dalam merespon dan membantu konsumen untuk memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap merupakan suatu alat pengukur sederhana dalam kualitas pelayanan yang ada di Bank Syariah Mandiri Tulungagung.

Kenyataannya pelayanan yang baik pada akhirnya akan mampu memberikan kepuasan kepada nasabah, di samping akan mampu mempertahankan nasabah yang ada untuk terus mengkonsumsi atau membeli produk yang kita tawarkan, serta akan mampu pula untuk menarik calon nasabah baru untuk mencobanya. Pelayanan yang optimal pada akhirnya juga akan mampu meningkatkan image perusahaan sehingga citra perusahaan di mata nasabah terus meningkat.

Kondisi yang selalu berubah mengakibatkan sebuah lembaga mengalami kesulitan di dalam membentuk dan menciptakan para nasabah yang loyal. Dengan

kondisi Bank Syariah Mandiri yang mempunyai produk yang cukup banyak namun belum dikenal banyak masyarakat dan tetap, strategi pemasaran yang masih bersifat lokal, serta dipromosikan yang masih kurang gencar serta persaingan yang cukup ketat menyebabkan Bank Syariah Mandiri kurang dikenal oleh masyarakat secara umum. Hal ini menjadi fenomena yang sangat menarik untuk mengetahui tingkat pelayanan dan kepuasan nasabah dan pada akhirnya akan berdampak pada kelayaitasan dari nasabahnya.

Nasabah secara langsung atau tidak langsung akan memberikan penilaian terhadap jasa yang akan dibeli atau yang pernah dikonsumsinya. Penilaian kinerja ini ternyata sangat erat hubungannya dengan penilaian kualitas produk. Konsumen membandingkan persepsi mereka atas kualitas produk setelah menggunakan produk tersebut sesuai dengan ekspektasi kinerja produk sebelum mereka membelinya. Tergantung pada bagaimana kinerja aktual dibandingkan dengan kinerja 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.

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 dari pemasaran yang dilakukan perusahaan.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup>Assauri, Sofjan, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015) hlm 211.

Pelanggan yang puas akan memberitahu orang mengenai produk atau layanan yang mereka terima tetapi di sisi lain pelanggan yang tidak puas akan mengatakan ke orang yang mereka kenal. Yang dapat mendongkrak kepuasan adalah penanganan keluhan yang bijak. Sebuah keluhan dari nasabah bukan semata untuk menjatuhkan nama perusahaan namun adalah salah satu proses yang penting bagi perusahaan untuk introspeksi dan berbenah, maka dari itu bagaimana cara perusahaan dalam menangani keluhan adalah sangat penting untuk menjaga para nasabahnya. Ketika perusahaan dapat menangani keluhan nasabah dengan baik sesuai dengan apa yang diinginkan nasabah maka nasabah akan senang dan merasa bahwa nasabah tersebut penting dan dihargai oleh perusahaan.

Dari fenomena ini, menunjukkan bahwa setiap kejadian empiris tidak selalu sama dengan teori yang ada. Hal ini ditunjukkan dengan adanya *research gap* dengan menunjukkan adanya pengaruh yang berbeda pada setiap variable pelayanan, fasilitas, kualitas produk, dan kepuasan nasabah. Dengan demikian PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung harus memberikan pelayanan, fasilitas, dan kualitas produk yang terbaik agar nasabah merasa aman dan nyaman. Dengan melihat dasar inilah yang melatarbelakangi dan membuat penulis merasa tertarik untuk membahas dan menuangkannya dalam karya tulis ilmiah dengan judul **“Pengaruh Pelayanan, Fasilitas, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah Mandiri Tulungagung”**.

## **B. IDENTIFIKASI MASALAH**

### **1. Batasan Penelitian**

Ruang lingkup penelitian ini adalah Pengaruh Pelayanan, Fasilitas, Dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Mandiri Tulungagung. Dengan berbagai keterbatasan maka dalam penelitian ini penulis membatasi ruang lingkup dan pembahasan agar tidak menyimpang dari pokok pembahasan. Ruang lingkup penelitian ini terbatas pada tiga variabel penelitian, yakni: (1) tiga variabel bebas yaitu Pelayanan, Fasilitas, dan Kualitas Produk dan (2) satu buah variabel terikat yakni Kepuasan Nasabah.

## **C. RUMUSAN MASALAH**

1. Bagaimana pengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri Tulungagung?
2. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri Tulungagung?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri Tulungagung?
4. Bagaimana pengaruh pelayanan, fasilitas, dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri Tulungagung?

#### **D. TUJUAN PENELITIAN**

1. Pengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri Tulungagung.
2. Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri Tulungagung.
3. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri Tulungagung.
4. Pengaruh pelayanan, fasilitas, kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri Tulungagung.

#### **E. KEGUNAAN PENELITIAN**

1. Secara Teoritis

Dapat menambah pengetahuan di bidang keilmuan maupun pengembangan ilmiah dari penulis maupun pembaca tentang manajemen sumber daya manusia khususnya kepuasan nasabah yang dipengaruhi oleh pelayanan, fasilitas, dan kualitas produk perbankan syariah.

2. Secara Praktis

- a. Untuk lembaga

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu masukan atau sebagai pemikiran bagi Bank Syariah Mandiri untuk menentukan langkah-langkah selanjutnya dalam menghadapi masalah mengenai pelayanan, fasilitas, dan kualitas produk di Bank Syariah Mandiri Tulungagung.

b. Untuk akademis

Untuk perbendaharaan perpustakaan IAIN Tulungagung dibidang kualitas SDM serta untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan terkait dengan manajemen sumber daya manusia khususnya mengenai pelayanan, fasilitas, dan kualitas produk.

3. Untuk peneliti selanjutnya

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan penelitian sejenis dan sebagai pengembangan penelitian lebih lanjut serta sebagai rujukan atau referensi bagi peneliti selanjutnya untuk mengkaji dalam bidang MSDM dengan variabel yang sama.

## **F. RUANG LINGKUP DAN KETERBATASAN PENELITIAN**

1. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian dilakukan dalam ruang lingkup pengaruh pelayanan, fasilitas, dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah, serta mengenai riset konsumen yang hanya berfokus kepada kepuasan nasabah pengguna jasa Bank Syariah Mandiri Tulungagung.

2. Keterbatasan penelitian

Penelitian ini hanya terbatas pada satu tempat penelitian yaitu di Bank Syariah Mandiri Tulungagung. Selain itu penelitian ini hanya mencakup pelayanan, fasilitas, dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah.

## G. PENEGASAN ISTILAH

### 1. Definisi Konseptual

- a. Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang.<sup>8</sup>
- b. Kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima/peroleh.<sup>9</sup>
- c. Fasilitas adalah sesuatu yang dapat membantu memudahkan pekerjaan, tugas, pelaksanaan fungsi, dan alat untuk membedakan program lembaga yang satu dengan pesaing lainnya.<sup>10</sup>
- d. Kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia/tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen.<sup>11</sup>
- e. Kepuasan nasabah adalah keadaan yang dicapai bila produk sesuai dengan kebutuhan atau harapan konsumen dan bebas dari kekurangan. Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan pula sebagai keadaan dimana kebutuhan,

---

<sup>8</sup>Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi 3*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), hlm 849.

<sup>9</sup>Rambat Lupiyadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hlm 148.

<sup>10</sup>Wahyu Untara, *Kamus Bahasa Indonesia: Lengkap & Praktis Cet. 1*, (Yogyakarta: Indonesia Tera, 2013).

<sup>11</sup>Bagus Dwi Setyawan, 2013. "Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Sebagai variabel Intervening", di akses pada tanggal: 04 Oktober 2017.

keinginan dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi.<sup>12</sup>

## 2. Definisi Operasional

Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah di Banks Syariah Mandiri Tulungagung adalah daya yang timbul dari ukuran baik buruknya usaha menjaga kualitas produk, melayani, dan fasilitas yang disediakan berdampak pada kepuasan, kesenangan serta kelegaan bagi orang yang menjadi langganan di Bank Syariah Mandiri Tulungagung.

## H. SISTEMATIKA PENULISAN SKRIPSI

Untuk memberikan gambaran isi skripsi maka sistematikanya adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, didalamnya memuat latar belakang masalah, rumusan masalah tujuan penelitian, hipotesis, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, definisi operasional, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI, didalamnya terdiri dari kerangka teori, kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN, terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampel dan sampling penelitian, sumber data, variabel

---

<sup>12</sup>Daryanto dan Ismanto Setyobudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Gava Media, 2014) hlm 90.

penelitian dan skala pengukuran, teknik pengumpulan data instrument penelitian, dan analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN, terdiri dari deskripsi data dan pengujian hipotesis.

BAB V PEMBAHASAN, dalam bab ini dikemukakan tentang pembahasan rumusan masalah 1, rumusan masalah 2, dan seterusnya.

BAB VI PENUTUP, yang berisi kesimpulan dan saran. Bagian akhir laporan penelitian ini berisi daftar rujukan, lampiran-lampiran, dan riwayat hidup peneliti.