

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Dewasa ini dunia perekonomian cukup diramaikan oleh banyak usaha, baik di sektor riil maupun di sektor finansial. Salah satu pelaku usaha yang ikut andil dalam perekonomian negeri ini yaitu Bank. Berdasarkan Undang – undang nomor 10 tahun 1998 tentang perubahan atas Undang – undang nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan pada BAB I Ketentuan Umum Pasal 1, Bank didefinisikan sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup orang banyak.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 Bank umum dibedakan menjadi dua yaitu bank umum konvensional dan bank umum syariah.

Awal kemunculan bank syariah di Indonesia didahului oleh berdirinya Bank Muamalat Indonesia pada tahun 1992. Salah satu alasannya yaitu kebutuhan

¹ Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*. (Jakarta : Sinar Grafika, 2008), hal. 150

² *Ibid*

masyarakat muslim akan jasa keuangan yang tidak berprinsip bunga sebagaimana diterapkan oleh bank konvensional. Selain itu, bank syariah juga menunjukkan keberadaannya dengan tetap berdiri walaupun gelombang krisis moneter menerpa perekonomian Indonesia pada tahun 1999. Sementara itu, bank konvensional mengalami pailit bahkan ada yang harus dimerger dengan bank lainnya. Bank konvensional sangat rentan terhadap perubahan ekonomi misalnya karena inflasi, karena sistem yang digunakannya yaitu sistem bunga. Berbanding terbalik dengan bank syariah, sistem yang membawanya tetap berdiri tanpa goyah yaitu prinsip bagi hasil, yang tidak terpengaruh oleh perubahan suku bunga maupun inflasi. Oleh karena itu mulai bermunculan bank-bank yang menerapkan sistem bagi hasil atau prinsip syariah di Indonesia.

Bank syariah secara yuridis normatif dan yuridis empiris diakui keberadaannya di negara Republik Indonesia. Pengakuan secara yuridis normatif sebagaimana peraturan perundang-undangan di Indonesia, diantaranya Undang-undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, Undang-undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas Undang-undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, Undang-undang No. 3 Tahun 2004 tentang Perubahan atas Undang-undang No. 23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia, Undang-undang No. 3 Tahun 1989 tentang Peradilan Agama dan Undang-undang No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah. Selain itu, pengakuan secara yuridis empiris dapat diketahui perbankan syariah tumbuh dan berkembang pada umumnya di seluruh ibukota provinsi dan kabupaten di Indonesia, bahkan beberapa bank konvensional dan lembaga keuangan lainnya membuka unit usaha syariah (bank syariah, asuransi

syariah, pegadaian syariah dan semacamnya). Pengakuan secara yuridis dimaksud memberi kesempatan kepada bank umum (konvensional) untuk membuka kantor cabang yang khusus melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah.³

Saat ini *market share* bank syariah di Indonesia berkisar 5% dari total aset bank secara nasional. Jumlah nasabah bank syariah saat ini masih di bawah 10 juta orang, sehingga potensi peningkatan nasabah perbankan syariah masih sangat besar mengingat jumlah penduduk usia produktif Indonesia yang terus bertambah. Hingga Oktober 2014 jumlah industri Bank Umum Syariah (BUS) tercatat sebanyak 12 bank, jumlah Unit Usaha Syariah (UUS) sebanyak 22 bank, BPRS sebanyak 163 bank, dan jaringan kantor sebanyak 2.950. Adapun total aset (khusus BUS dan UUS) adalah sebesar Rp260,366 triliun, pembiayaan sebesar Rp196,491 triliun, dan penghimpunan DPK perbankan syariah adalah sebesar Rp207,121 triliun.⁴

Salah satu bank Syariah yang ikut andil dan meramaikan dunia perbankan di Indonesia yaitu Bank Negara Indonesia (BNI) Syariah. Dengan berlandaskan pada Undang-undang No.10 Tahun 1998, pada tanggal tanggal 29 April 2000 didirikan Unit Usaha Syariah (UUS) BNI dengan 5 kantor cabang di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin. Selanjutnya UUS BNI terus berkembang menjadi 28 Kantor Cabang dan 31 Kantor Cabang Pembantu.

Disamping itu nasabah juga dapat menikmati layanan syariah di Kantor Cabang BNI Konvensional (*office channelling*) dengan lebih kurang 1500 outlet yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Di dalam pelaksanaan operasional

³ Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*,..., hal. 2

⁴ Otoritas Jasa Keuangan dalam <http://www.ojk.go.id/dl.php?i=1932> diakses 14 April 2015

perbankan, BNI Syariah tetap memperhatikan kepatuhan terhadap aspek syariah. Dengan Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang saat ini diketuai oleh KH.Ma'ruf Amin, semua produk BNI Syariah telah melalui pengujian dari DPS sehingga telah memenuhi aturan syariah.

Berdasarkan Keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor 12/41/KEP.GBI/2010 tanggal 21 Mei 2010 mengenai pemberian izin usaha kepada PT Bank BNI Syariah. Dan di dalam Corporate Plan UUS BNI tahun 2000 ditetapkan bahwa status UUS bersifat temporer dan akan dilakukan spin off tahun 2009. Rencana tersebut terlaksana pada tanggal 19 Juni 2010 dengan beroperasinya BNI Syariah sebagai Bank Umum Syariah (BUS). Realisasi waktu spin off bulan Juni 2010 tidak terlepas dari faktor eksternal berupa aspek regulasi yang kondusif yaitu dengan diterbitkannya UU No.19 tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) dan UU No.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Disamping itu, komitmen Pemerintah terhadap pengembangan perbankan syariah semakin kuat dan kesadaran terhadap keunggulan produk perbankan syariah juga semakin meningkat hingga Juni 2014 jumlah cabang BNI Syariah mencapai 65 Kantor Cabang, 161 Kantor Cabang Pembantu, 17 Kantor Kas, 22 Mobil Layanan Gerak dan 20 Payment Point.⁵

Dalam era globalisasi ini persaingan bisnis sangat kompetitif, baik di pasar domestik (nasional) maupun di pasar internasional / global. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggannya. Perusahaan yang mampu memberikan kepuasan yang maksimal

⁵ <http://www.bnisyariah.co.id/sejarah-bni-syariah> diakses tanggal 17 Januari 2015

kepada pelanggan akan memperoleh simpati. Demikian pula halnya dengan nasabah dalam dunia perbankan, mereka telah pandai memilih produk – produk mana yang memberikan keuntungan yang lebih serta mendapatkan pelayanan yang memuaskan.

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 penyampaianya untuk mengimbangi harapan konsumen.⁶ Pelayanan yang diberikan kepada konsumen merupakan cerminan baik atau buruknya perbankan dimata nasabahnya. Dengan demikian pelayanan merupakan salah satu faktor yang dapat mendongkrak pangsa pasar suatu perbankan. Dalam memberikan pelayanan yang prima terhadap nasabahnya, pihak perbankan dalam manajemennya bisa menerapkan atau berpedoman pada variabel pelayanan prima yang dijelaskan oleh Fandy Tjiptono (2001). Variabel pelayanan prima tersebut adalah *Tangible* (bukti langsung), *Relibility* (kehandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Ansurance* (Jaminan) dan Empati.⁷

Kepuasan nasabah merupakan orientasi pasar yang semakin penting untuk terus dikaji. Pengkajian kepuasan nasabah dilakukan agar nasabah menjadi

⁶ Endar Sugiarto, *Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa*, (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 1999), hal. 39

⁷ Fandy Tjiptono dan Anastasia Dian, *Total Quality Management (TQM)*. (Yogyakarta, ANDI :2003), hal. 27 - 28

nasabah yang loyal terhadap bank sehingga dapat mempengaruhi calon nasabah-nasabah lain dengan cara mengkomunikasikannya dari mulut ke mulut. Dengan cara itu diharapkan nantinya dapat terjadi peningkatan pada jumlah nasabah pada bank tersebut.

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 kita sebut 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.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk memilih judul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung*”.

B. RUMUSAN MASALAH

1. Apakah *Tangible* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung?
2. Apakah *Reliability* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung?
3. Apakah *Responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung?
4. Apakah *Ansurance* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung?
5. Apakah Empati berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung?
6. Apakah *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Ansurance* dan Empati berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung?

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk menguji pengaruh *Tangible* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung.
2. Untuk menguji pengaruh *Relibility* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung.
3. Untuk menguji pengaruh *Responsiveness* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung.
4. Untuk menguji pengaruh *Ansurance* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung.
5. Untuk menguji pengaruh Empati terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung.
6. Untuk menguji pengaruh *Tangible, Relibility, Responsiveness, Ansurance,* dan Empati terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung.

D. HIPOTESIS PENELITIAN

Hipotesis adalah suatu anggapan atau pernyataan yang mungkin benar atau mungkin tidak benar tentang suatu populasi. Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang secara teoretis dianggap paling mungkin dan paling tinggi tingkat kebenarannya. Oleh karena itu, biasanya rumusan masalah disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara jawaban yang diberikan baru berdasarkan pada teori yang relevan belum

didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.⁸

Hipotesis pada penelitian ini adalah:

1. H₁ : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *Tangible* dan kepuasan nasabah pada PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung.
2. H₂ : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *Reliability* dan kepuasan nasabah pada PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung.
3. H₃ : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *Responsiveness* dan kepuasan nasabah pada PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung.
4. H₄ : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *Ansurance* dan kepuasan nasabah pada PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung.
5. H₅ : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *Empati* dan kepuasan nasabah pada PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung.
6. H₆ : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Ansurance*, dan *Empati* dan kepuasan nasabah pada PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung.

E. KEGUNAAN PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh berbagai pihak, antara lain:

1. Dalam Industri Keuangan Syariah, diharapkan penelitian dapat berguna bagi PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung khususnya dan perusahaan perbankan lainnya pada umumnya untuk menjadi pedoman atau acuan dalam pengambilan keputusan dan kebijakan bank terkait pengembangan dalam kualitas pelayanannya.

⁸ Sugiyono, *Metodologi Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 1999), hal. 51

2. Dalam Ranah Akademik, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan salah satu sumber pengetahuan bagi para pelajar maupun mahasiswa dalam memahami pengaruh kualitas pelayanan *frontliner* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung.
3. Peneliti lain, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan masukan atau referensi yang cukup berarti bagi penelitian yang lebih lanjut.

F. RUANG LINGKUP DAN KETERBATASAN PENELITIAN

Ruang lingkup dari penelitian ini adalah: variabel yang diteliti ada dua variabel yaitu kualitas pelayanan *frontliner* yang terdiri dari *Tangible* (bukti langsung), *Relibility* (kehandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Ansurance* (Jaminan) dan Empati sebagai *variable independent* / variabel bebas serta kepuasan nasabah sebagai *variable dependent* / variabel terikat.

Keterbatasan dalam penelitian ini untuk menghindari tidak terkendalinya bahasan masalah yang berlebihan pada studi ini, yaitu sebagai berikut :

1. Penelitian ini berfokus pada kualitas pelayanan *frontliner* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung.
2. Subyek penelitian yang akan diteliti adalah karyawan–karyawan yang menjabat sebagai *frontliner* diantaranya *customer service*, *teller*, dan satpam pada PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung.
3. Tempat yang akan dijadikan penelitian adalah PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung yang beralamat di Ruko Nirwana Plaza A-12 Jl.Supriyadi No.41 Tulungagung.

G. DEFINISI OPERASIONAL

Definisi operasional diperlukan untuk diberikan untuk menghindari kesalahpahaman studi penelitian.

1. Pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari suatu pihak kepada pihak lainnya.
2. *Tangible* adalah bukti fisik yang harus dimiliki oleh karyawan bank.
3. *Reliability* adalah kemampuan bank dalam memberikan pelayanan yang telah dijanjikan dengan cepat, akurat serta memuaskan nasabahnya.
4. *Responsiveness* adalah adanya keinginan dan kemauan karyawan bank dalam memberikan pelayanan kepada nasabah.
5. *Ansurance* adalah adanya jaminan bahwa karyawan memiliki pengetahuan, kompetensi, kemampuan, dan sifat atau perilaku yang dapat dipercaya.
6. Empati adalah kemampuan memberikan kemudahan serta menjalin hubungan dengan nasabah secara efektif.
7. *Frontliner* adalah orang yang langsung berhadapan atau berhubungan dengan pelanggan (nasabah), yang merupakan sebuah kategori dan bukan sebuah jabatan.
8. *Customer service* adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan melalui pelayanan yang diberikan seseorang secara memuaskan. Pelayanan yang diberikan termasuk menerima keluhan / masalah yang sedang dihadapi.

9. Teller adalah seorang petugas dari pihak bank yang berfungsi untuk melayani nasabah dalam hal transaksi keuangan perbankan kepada semua nasabahnya.
10. Satuan pengamanan atau SATPAM adalah petugas yang dibentuk oleh bank untuk melakukan keamanan fisik (*physical security*) dalam rangka penyelenggaraan keamanan.
11. Kepuasan Nasabah adalah suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi produk / jasa yang merupakan evaluasi alternatif yang dipilih sekurang – kurangnya sama / melampaui harapan konsumen / nasabah.

H. SISTEMATIKA PEMBAHASAN SKRIPSI

BAB I : Pendahuluan meliputi Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Hipotesis Penelitian, Kegunaan Penelitian, Ruang lingkup dan Keterbatasan penelitian, Definisi Operasional dan Sistematika Pembahasan Skripsi. Dengan pendahuluan ini dimaksudkan agar pembaca dapat mengetahui konteks penelitian. Pendahuluan ini berisi tentang hal - hal pokok yang dapat dijadikan pijakan dalam memahami bab-bab selanjutnya.

BAB II : Landasan Teori meliputi Kerangka Teori, Kajian Penelitian terdahulu, dan Kerangka Berfikir Penelitian. Tanpa ada ulasan kajian teori yang mendahului pembahasan dalam sebuah penelitian, maka akan terjadi ketidakjelasan hasil penelitian. Oleh sebab itu kajian teori ini diletakkan sebelum bab IV. Dalam bab II ini peneliti akan memaparkan tentang kualitas layanan *frontliner* di PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung.

BAB III : Metode Penelitian meliputi Pendekatan dan Jenis Penelitian, Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian, Sumber Data, Variable, dan Skala Pengukurannya, Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian dan Analisis Data.

BAB IV : Hasil Penelitian Dan Pembahasan meliputi Hasil Penelitian yaitu Deskripsi Data dan Pengujian Hipotesis serta Pembahasan.

BAB V : Penutup. Bab ini menguraikan tentang kesimpulan peneliti yang dilakukan berdasarkan analisis data dari hasil temuan di lapangan, adapun saran ditujukan kepada pihak bank maupun kepada pihak lain yang ingin mengembangkan atau mengadakan penelitian lanjutan.