

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan sebuah Negara yang mayoritas penduduknya memeluk agama Islam. Mayoritas penduduk yang beragama Islam ini, menjadikan Indonesia sebagai pangsa pasar yang potensial dalam perkembangan di bidang lembaga keuangan. Perbankan merupakan suatu lembaga yang melaksanakan tiga fungsi yaitu menerima simpanan uang, meminjamkan uang, dan memberikan jasa pengiriman uang. Salah satunya yang saat ini sudah mulai berkembang dengan pesat yaitu dengan adanya bank-bank yang kegiatan operasionalnya menggunakan prinsip syariah yang sering disebut bank Islam atau perbankan syariah. Dari banyaknya perbankan syariah yang didirikan di Indonesia, salah satunya yaitu berdirinya Bank Muamalat Indonesia.

Menurut UU No 7 tahun 1992 bab 1 pasal 1 ayat 2, “Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.”¹ Bank Muamalat Indonesia merupakan bank Islam pertama yang didirikan di Negara

¹ *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan*

Indonesia pada 1 November 1991 atau 24 Rabi'us Tsani 1412 H.² Dengan perjalanan dan perkembangan yang dilalui oleh Bank Muamalat Indonesia, mulailah bermunculan lembaga-lembaga keuangan yang didirikan dengan berlandaskan syariah Islam. Hal tersebut dapat dikatakan menjadi perkembangan secara signifikan, karena dengan berdirinya lembaga keuangan syariah ini turut membantu masyarakat luas dalam bidang perekonomian.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan.³ Nasabah adalah semua orang yang menuntut kita atau perusahaan untuk memenuhi standar kualitas tertentu dan arena itu akan memberikan pengaruh pada performansi kita atau perusahaan dan mempunyai rekening simpanan maupun pinjaman pada bank.⁴ Kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanan atau ketidaksepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan pengorbanan yang dilakukan. Kepuasan pelanggan sebagai evaluasi secara sadar atau penilaian kognitif menyangkut apakah kinerja produk relatif bagus atau jelek atau apakah produk bersangkutan cocok atau tidak dengan tujuan pemakaiannya.⁵

² <http://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat> diakses 15 Oktober 2017

³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Indeks, 2005), hal.70

⁴ Saladin Djaslim, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: PT. Linda Karya, 2002), hal. 7

⁵ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: PT.Andi Offset,2014) hal. 353

Nasabah merupakan respon pelanggan terhadap sebuah ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian. Karena kepuasan nasabah menjadi sangat penting bagi suatu perusahaan, yang dalam penelitian ini adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan, di mana pelayanan yang baik memegang peran utama dalam memberikan kepuasan kepada para nasabahnya. Dengan pelayanan ini maka akan memunculkan suatu tingkat kepuasan pada nasabah baik itu kepuasan positif maupun kepuasan negatif. Bagi perusahaan perbankan suatu kepuasan nasabah sangat diperlukan, khususnya dalam rangka eksistensi perusahaan tersebut, sehingga nasabah tersebut akan tetap menggunakan jasa perusahaan tersebut.

Kualitas pelayanan adalah segala sesuatu yang memiliki nilai dipasar sasaran (target market) dimana kemampuannya memberikan manfaat dan kepuasan, termasuk hal ini adalah benda, jasa, organisasi, tempat, orang dan ide. Dalam hal ini perusahaan memusatkan perhatian mereka pada usaha untuk menghasilkan pelayanan yang unggul dan terus menyempurnakan. Pelayanan yang berkualitas tinggi merupakan masalah satu kunci sukses perusahaan. Memperbaiki kualitas pelayanan ataupun jasa merupakan tantangan penting bagi perusahaan bersaing di pasar global. Perbaikan kualitas pelayanan akan mengurangi biaya dan meningkatkan keunggulan bersaing, bahkan lebih jauh lagi, kualitas pelayanan yang tinggi menciptakan keunggulan bersaing yang tahan lama.

Selain menawarkan produk, sebuah bank ataupun lembaga keuangan syariah ini juga memberikan yang disebut pelayanan. Pelayanan merupakan upaya yang harus dilakukan untuk memenuhi kepuasan nasabahnya. Dalam pelayanan yang diberikan kepada nasabah akan menjadi tolak ukur sejauhmana pihak bank mampu memberikan yang terbaik kepada setiap nasabahnya. Pelayanan adalah upaya yang dilakukan secara langsung ataupun tidak langsung dalam menganalisis yang bersifat menyeluruh. Dalam pelayanan yang berlaku pada kegiatan perbankan analisisnya dapat meliputi aspek sebagai berikut: penentu kegiatan perbankan dan faktor-faktor yang mempengaruhinya, masalah transaksi dan pengawasan operasional bank dari sudut syariahnya, bentuk-bentuk kebijakan yang dibuat dalam menghadapi masalah yang timbul.⁶

Dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah maka perlu melakukan diversifikasi produk. Karena dibidang ekonomi, produksi juga dipandang sebagai suatu hal yang begitu penting. Al-Qur'an dan Sunnah Nabi menekankan arti pentingnya kegiatan ekonomi ini sebagai usaha untuk memperoleh karunia Allah. Menurut ismlail nawawi dalam bukunya "*Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Islam*" sebuah hadist nabi meriwayatkan bahwa hendaknya setiap orang tetap mengolah ladangnya kendatipun besok

⁶ Hidayat, R. (2009). Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk dan nilai nasabah terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah Bank Mandiri. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan (Journal of Management and Entrepreneurship)*, 11(1), pp-59

terjadi akan kiyamat. Berdasarkan hadist ini para sarjana muslim klasik telah memberi perhatian yang tinggi terhadap kegiatan produksi termasuk pula menjelaskan tentang diversifikasi karena produksi itu merupakan urat nadi dalam perkembangan dan kegiatan ekonomi.⁷

Begitu pula bagian pemasaran yang terdapat pada sebuah perusahaan yang harus mampu memberikan sebuah inovasi baru dan berbagai macam kreatifitas agar dapat menyempurnakan produk yang sudah ada yang dihasilkan oleh perusahaan dan mampu mengembangkan produk guna mempertahankan kelangsungan hidup sebuah perusahaan itu sendiri. Maka dari itu strategi pengembangan produk melalui diversifikasi sangat tetap sekali diperlukan oleh sebuah perusahaan untuk meningkatkan sebuah mutu perusahaan dalam memproduksi barang. Agar produk di bank tersebut bisa lebih baik dan banyak peminatnya dan supaya banyak yang menabung di bank tersebut. Karena semakin banyak sumber dana pihak ketiga maka nasabah semakin puas.⁸

Sesungguhnya strategi diversifikasi produk adalah upaya mencari dan mengembangkan produk atau pasar yang baru. Maka dari itu perusahaan melakukan strategi diversifikasi produk karena strategi diversifikasi produk adalah salah satu cara untuk meningkatkan volume penjualan yang dapat dilakukan oleh perusahaan terutama jika perusahaan tersebut telah berada

⁷ Ismail Nawawi, *Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: CV. Dwiputra Pustaka Jaya, 2010), hal.103

⁸ *Ibid.*, 104

dalam tahap kedewasaan. Karena bank merupakan sumber keungan bagi kehidupan di masyarakat dan untuk mengelola kegiatan ekonomi dengan baik. Dengan diversifikasi produk, suatu perusahaan akan bergantung pada satu jenis produknya saja. tetapi perusahaan juga dapat mengandalkan jenis produk lainnya. Di sisi lain sejumlah perusahaan melakukan diversifikasi guna mengantisipasi ancaman krisis yang muncul.⁹

Karena seperti pada prinsipnya bank muamalat mempunyai visi yaitu menjadi Bank Syariah terbaik dan termasuk 10 Besar di Indonesia dengan eksistensi yang diakui ditingkat regional, bank muamalat adalah bank yang terbaik di bank syariah. Maka bank muamalat harus menjaga kualitasnya dalam berbagai hal seperti pengembangan produk dan layanannya. Karena hal tersebut akan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah. Karena citra nasabah terhadap bank menjadikan bahan pertimbangan utama nasabah sebelum melakukan keputusan pembelian menabung dan meminjang pada bank Muamalat.

Tabel 1.1
Tingkat Jumlah Tabungan 2010-2014

Tahun	Jumlah (Dalam Rupiah)	Kenaikan Atau Penurunan
2010	5.258,47	-
2011	6.913,57	1.655,10

⁹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi Ke-3, (Yogyakarta: ANDI, 1997), hal.132

2012	9.353,92	2.440,35
2013	11.871,07	2.517,15
2014	14.768,11	2.897,04

Sumber : Laporan Keuangan Bank Muamalat Tahun 2014

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa tingkat tabungan pada tahun 2014 dari tahun 2010 sampai 2014 mengalami peningkatan dari tahun ke tahun tersebut. Tidak dipungkiri bahwa persaingan bisnis yang bergerak di bidang jasa perbankan syariah sangat di minati dan ini juga bisa menunjukkan juga bahwa bank muamalat Indonesia semakin berkembang dan semakin pesat. Saat ini masalah produk dari bank muamalat sudah tergolong begitu maju karena sudah ada beragam produk dan kemudahannya supaya nasabah dibank muamalat semakin puas. Bank Muamalat mencakup berbagai macam jenis produk unggulan yang dimiliki oleh Bank Muamalat, baik berupa produk penghimpunan (*funding*) dana maupun produk penyaluran dana (*financing*). Dan semua itu bisa dilihat dari kualitas layanannya dan bank muamalat juga telah menawarkan produk tabungannya melalui via internet situs resminya PT Bank Muamalat Indonesia .

Berdasarkan uraian-uraian tersebut diatas maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Diversifikasi Produk terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang dikemukakan di atas, maka identifikasi masalahnya sebagai berikut:

1. Kualitas layanan selama ini menjadi faktor penentu jumlah dana pihak ketiga.
2. Adanya persaingan dan diversifikasi produk atau pengembangan produk di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri.
3. Kepuasan nasabah bisa mempengaruhi kualitas layanan dan diversifikasi produk.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka perlu ditetapkan rumusan masalah yang terkait dengan penelitian ini guna menjawab segala permasalahan yang ada. Adapun rumusan masalah yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri ?
2. Apakah diversifikasi produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pada PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri ?
3. Apakah secara bersama-sama kualitas pelayanan dan diversifikasi produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri ?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada, tujuan yang hendak dan ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh signifikansi kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.
2. Untuk menguji pengaruh signifikansi diversifikasi produk terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.
3. Untuk menguji pengaruh signifikansi secara bersama-sama antara kualitas pelayanan dan diversifikasi produk terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.

E. Kegunaan Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis dan pihak yang terkait. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan sebagai pengembangan ilmu pengetahuan tentang lembaga keuangan Syariah perbankan khususnya terkait pelayanan, diversifikasi produk dan kepuasan nasabah menabung untuk memperluas pengetahuan umum lainnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Manajemen Perbankan/Lembaga Keuangan Syariah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan dan pertimbangan kepada PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri dalam melayani nasabah.

b. Bagi Akademik

Semoga dapat memberikan literatur mengenai PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri terkait variabel kualitas pelayanan, diversifikasi produk dan kepuasan nasabah.

c. Bagi Peneliti yang akan datang

Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi selanjutnya dan sebagai pengembangan penelitian lanjut untuk penelitian yang akan datang.

F. Ruang lingkup dan Keterbatasan Penelitian

1. Ruang Lingkup Penelitian

Adapun ruang lingkup penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Objek penelitian ini adalah seluruh nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.

b. Penelitian ini mengkaji tentang kualitas pelayanan, diversifikasi produk, dan kepuasan nasabah. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X1), diversifikasi produk

(X2), dan variabel terikat dalam penelitian ini adalah Kepuasan Nasabah (Y).

2. Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Penelitian ini hanya dibatasi pada kualitas pelayanan, dan diversifikasi produk yang mempengaruhi kepuasan nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.
- b. Penelitian ini hanya dibatasi pada produk tabungan
- c. Karena keterbatasan waktu dan biaya dalam penelitian ini maka, peneliti hanya mengambil sampel nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia KC Kediri.
- d. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner.

G. Penegasan Istilah

Dalam karya ilmiah ini peneliti memberi penegasan istilah dari judul yang peneliti angkat dengan tujuan agar tidak terjadi kerancuan atau ketidaksamaan pemahaman dalam membaca skripsi ini, yaitu:

1. Definisi Konseptual

- a. Pengaruh adalah sebuah daya yang ada atau sedang bertumbuh dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk sebuah watak yang

- ada pada objek tersebut. Menurut kamus besar Indonesia, pengaruh berarti daya kekuatan yang datang dari keadaan sekelilingnya.¹⁰
- b. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendaliannya atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.¹¹
 - c. Diversifikasi Produk adalah upaya untuk mencari dan mengembangkan produk atau pasar yang baru atau keduanya dalam rangka mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan, profitabilitas dan fleksibilitas.¹²
 - d. Kepuasan nasabah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan.¹³

2. Definisi Operasional

Definisi operasional dimaksudkan untuk menjabarkan variabel-variabel yang timbul dari suatu penelitian ke dalam indikator-indikator yang lebih terperinci.

- a. Kualitas pelayanan merupakan tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menyebabkan kepemilikan sesuatu. Dengan

¹⁰ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (Balai Pustaka, Jakarta.2000), hal.74

¹¹ Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta : Andi Ofset, 2007), edisi pertama, hal.59

¹² Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta : Andi,2004), hal.132

¹³ *Ibid.*,hal.133

- indikator *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty*.¹⁴
- b. Diversifikasi produk merupakan suatu upaya mencari dan mengembangkan produk atau pasar yang baru, atau keduanya, dalam rangka mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan. Dengan indikator. *Diversifikasi Horizontal Diversifikasi Konsentris*.¹⁵
- c. Kepuasan nasabah merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Indikator pada variabel ini yaitu perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan, Biaya dan kemudahan, Harga, *Service Quality, Emotional Factor, Kualitas produk*.

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Bagian awal, terdiri dari: halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran, transliterasi dan abstrak.

¹⁴ Fandi Tjiptono, *Service, quality and Satisfactio, Edisi Pertama*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2005), hal.111

¹⁵ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi Ke-3, (Yogyakarta: ANDI, 1997), 132.

BAB I PENDAHULUAN

Meliputi :

- a. Latar Belakang Masalah
- b. Identifikasi Masalah
- c. Rumusan Masalah
- d. Tujuan Penelitian
- e. Kegunaan Penelitian
- f. Ruang lingkup dan Keterbatasan Penelitian
- g. Definisi Operasional

BAB II LANDASAN TEORI

Terdiri dari:

- a. Kerangka teori yang didasarkan pada variabel-variabel penelitian
- b. Kajian penelitian yang relevan
- c. Kerangka konseptual dan
- d. Hipotesisi penelitian

BAB III METODE PENELITIAN

Terdiri dari :

- a. Berisi pendekatan dan jenis penelitian
- b. Populasi, sampling dan sampel penelitian
- c. Sumber data, variabel dan skala pengukurannya
- d. Teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian
- e. Teknik analisis data

BAB IV HASIL PENELITIAN

Terdiri dari:

1. Hasil penelitian (yang berisi deskripsi data dan pengujian hipotesis).

BAB V PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

1. Berisikan pembahasan data penelitian dan hasil analisis data.

BAB VI PENUTUP

Terdiri dari:

1. Kesimpulan dan
2. Saran.

Bagian akhir

Terdiri dari:

1. Daftar Pustaka
2. Lampiran-Lampiran