

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. LATAR BELAKANG**

Dunia perbankan syariah ini sudah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Bahkan dunia perbankan konvensionalpun sudah banyak yang mendirikan cabang syariah pula. Hal ini membuat setiap perbankan syariah untuk melakukan persaingan yang sangat ketat dalam memajukan usahanya. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah menarik minat masyarakat yakni dengan cara memberikan pelayanan yang berkualitas sehingga terjadi kepuasan nasabah.

Menurut Lovelock, (dalam Tjiptono, 2000: 145) didalam pemasaran perbankan syariah kualitas pelayanan yang baik dan efektif akan meningkatkan kepuasan nasabah dan loyalitas konsumen. Dengan demikian pelayanan yang berkualitas harus benar-benar dikelola secara professional, karena bank syariah bergerak dibidang jasa yaitu memberikan pelayanan kepada nasabah. Adapun tujuan dari manajemen jasa adalah pelayanan kepada nasabah. Adapun tujuan dari manajemen jasa pelayanan adalah untuk mencapai kualitas pelayanan tertentu dimana erat kaitannya bila dihubungkan dengan kepuasan nasabah.

Dalam perbankan syariah, kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang sangat besar

dalam mempertahankan nasabah. Ketika nasabah diberikan pelayanan yang berkualitas dan baik, perasaan yang didapatkan oleh nasabah akan merasa senang dan puas. Apabila nasabah diberikan pelayanan yang buruk, perasaan yang didapatkan oleh nasabah ia akan merasa kecewa. Setiap perasaan yang dialami oleh nasabah akan menciptakan image terhadap bank tersebut apakah bank tersebut memang layak untuk dipertahankan atau nasabah harus berpindah ke bank yang dimana mereka akan mencari bank yang pelayanannya lebih baik. Karena tidak menutup kemungkinan, nasabah yang telah merasa kecewa ia akan berpindah tempat dan mencari yang lebih baik.

Suatu bank dapat memuaskan nasabahnya, jika bank dapat memahami atribut-atribut apa yang sebenarnya diinginkan dan dibutuhkan nasabah. Dalam hal ini dapat dilakukan melalui peningkatan kepuasan pelayanan terhadap semua nasabah BPRS Amal Mulia serta perbaikan-perbaikan dan inovasi-inovasi terhadap produk tersebut. Dengan memperhatikan atribut yang diinginkan nasabah, maka kepuasannya akan terpenuhi. Keberhasilan bank dalam memberikan kepuasan pelayanan kepada nasabahnya akan membuat nasabah merasa loyal kepada bank.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang selama ini mempengaruhi kepuasan nasabah dan faktor utama dalam kepuasan konsumen disebuah perbankan syariah. Peningkatan kualitas pelayanan sebagai salah satu motivator untuk meningkatkan loyalitas nasabah adalah inti dari usaha

Parasuraman identifikasi jasa mempunyai lima dimensi (Rangkuti, 2003:29): *Tangibels* (bukti langsung), *Reability* (Kehandalan), *Responsiveness* (Cepat Tanggap), *Assurancy* (Jaminan), *Empathy* (rasa empaty). Dimensi ini sangat berpengaruh besar terhadap kepuasan nasabah, karena kualitas pelayanan yang bermutu dan baik dapat mengakibatkan nasabah yang semula tidak puas menjadi puas terhadap pelayanan yang diberikan nasabah. Nasabah yang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan menyebabkan nasabah menjadi loyal terhadap bank tersebut. Hal tersebut akan menguntungkan bagi nasabah dan juga bank syariah. Keuntungan yang didapatkan nasabah adalah rasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan dan keuntungan yang didapatkan bank syariah adalah mereka dapat mempertahankan nasabah untuk tetap loyal terhadap bank tersebut.

Sebagai sebuah lembaga keuangan, salah satu fungsi BPRS adalah menghimpun dana dari masyarakat yang kemudian dana tersebut disalurkan kepada masyarakat yang membutuhkan. BPRS memberikan pelayanan kepada nasabah berupa produk *funding* dan juga produk *financing*. Produk yang telah ada sudah mendapatkan persetujuan dari Dewan Syariah Nasional. Pelaksanaan produk-produk dituangkan dalam bentuk akad. Semua akad harus diperiksa oleh Dewan Pengawas Syariah terlebih dahulu, agar tidak menyimpang dari ketentuan syariah. Apabila ada akad yang belum difatwakan, Dewan Pengawas Syariah harus meminta fatwa terlebih dahulu kepada Dewan Syariah Nasional. Sebelum ada persetujuan dari Dewan

Syariah Nasional, akad tersebut belum dapat dikeluarkan. Oleh karena itu, harus ada batasan waktu bagi Dewan Syariah Nasional untuk memutuskan produk tersebut sesuai atau tidak menurut syariah demi kelancaran dan perkembangan perbankan islam yang pesat (Martono, 2002: 105).

Pemasaran jasa khususnya jasa perbankan syariah yang bergerak dibidang *funding* memang sangat bertumpu pada jasa pelayanan terutama peran dari staff dan karyawan. Pelayanan yang buruk dari staf dan karyawan akan langsung merusak bisnis jasa ini, kondisi seperti ini akan dapat menyebabkan nasabah enggan berhubungan lebih lanjut dengan bank, bahkan tidak menutup kemungkinan nasabah akan berpindah ke bank yang lain. Oleh karena itu, untuk menjaga kepuasan nasabah sangat perlu dilakukan.

Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji adakah pengaruh dimensi pelayanan dalam memasarkan produk *funding* terhadap kepuasan nasabah. Pelayanan merupakan hal yang sangat penting didalam menghadapi persaingan yang ketat diantara bank-bank yang sudah mulai banyak didirikan. Dan dengan munculnya perbankan syariah yang lain, akan terjadi sebuah persaingan untuk menarik minat masyarakat. Salah satu cara yang bisa dilakukan untuk menghadapi sebuah persaingan itu adalah dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih baik. Karena pelayanan yang baik akan menciptakan kepuasan nasabah.

Penelitian ini terinspirasi dari Afrizal (2004) yang berjudul "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di PT Bank Syariah*

*Mandiri Cabang Mandiri*”, menyatakan bahwa pelayanan prima diluar kinerja seperti total asset, rasio kecukupan modal, kredit bermasalah bagi nasabah merupakan faktor yang dijadikan pertimbangan dalam memilih bank. Faktor pelayanan menjadi begitu sangat penting ketika persaingan antar bank semakin ketat. Seperti yang terjadi saat ini, ketatnya regulasi perbankan, adanya tuntutan internasional untuk mengadopsi praktik *good government*, dan standar perbankan internasional mendorong bank-bank untuk melakukan pembenahan diri dari segi operasional maupun manajemen resiko.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu atribut penting dalam industri jasa seperti perbankan syariah, disampingkan masalah keamanan dan kepastian serta harga (yang sesuai dengan kualitas). Pengalaman membuktikan bahwa nasabah-nasabah yang loyal akan membangun *customer based* yang lebih kokoh buat perkembangan masa depan sebuah bank. Dengan memperbesar *customer based* diharapkan nasabah tidak rentan menghadapi perubahan suku bunga dan bank pun masih bisa memperoleh margin.

Berdasar latar belakang diatas, maka penulis ingin melakukan penelitian tentang “Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Produk Funding Bank Syariah (Studi Kasus RPRS Amal Mulia Cabang

## B. RUMUSAN MASALAH

Dari latar belakang diatas, rumusan masalah yang diambil :

1. Apakah dimensi *tangibels* (bukti langsung), *responsiveness* (cepat tanggap), *reliability* (kehandalan), *assurance* (jaminan), *empathy* (rasa empati) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?
2. Apakah dimensi *tangibles* (bukti langsung), *responsiveness* (cepat tanggap), *reliability* (kehandalan), *assurance* (jaminan), *empathy* (rasa empati) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?

## C. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk menganalisis pengaruh dimensi *tangibles* (bukti langsung), *responsiveness* (cepat tanggap), *reliability* (kehandalan), *assurance* (jaminan), *empathy* (rasa empati) secara parsial terhadap kepuasan nasabah.
2. Untuk menganalisis pengaruh dimensi *tangibles* (bukti langsung), *responsiveness* (cepat tanggap), *reliability* (kehandalan), *assurance* (jaminan), *empathy* (rasa empati) secara simultan terhadap kepuasan nasabah.

## **D. MANFAAT PENELITIAN**

### **1. Bagi Akademik**

Sebagai bahan pertimbangan dalam pengembangan ekonomi islam mengenai kualitas pelayanan diperbankan syariah.

### **2. Bagi Praktisi**

Sebagai bahan pertimbangan bagi perbankan syariah maupun praktisi untuk memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah bank