BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia dimulai pada tahun 1991 dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia, kemudian perkembangannya mulai terlihat pesat pada tahun 1998 dengan diterbitkannya Undang-Undang No. 10 Tahun 1998, yang mengatur tentang Perbankan. Perkembangan ini terlihat dengan banyak berdirinya bank syariah, baik bank umum maupun masih sebatas Unit Usaha Syariah pada bank konvensional. Seiring dengan semakin banyaknya bank syariah tersebut, maka bank syariah dituntut untuk meningkatkan kinerja serta mutu pelayanannya supaya dapat bersaing dengan perbankan konvensional yang telah lama berdiri.

Kunci keberhasilan dan perkembangan bank tergantung kepada manajemen bank itu sendiri. Salah satu tolok ukur keberhasilan itu adalah kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan oleh perbankan. Untuk mencapai hal tersebut, salah satu cara yang dapat digunakan adalah dengan mempertinggi tingkat pelayanan (*service*) untuk meningkatkan kepuasan nasabah. Untuk dapat meningkatkan pelayanan tersebut, maka bank dituntut untuk trampil dalam melaksanakan pemasaran dan pelayanannya dalam rangka meningkatkan kepuasan nasabah. Pemasaran yang trampil harus dapat mempengaruhi nasabah, baik perilaku maupun

motivasi nasabah agar memilih produk yang ditawarkan. Untuk itu, pihak bank perlu menetapkan strategi pemasaran yang tepat dan pemahaman akan sikap serta perilaku nasabah.

Mengukur kepuasan nasabah sangat bermanfaat bagi bank dalam rangka mengevaluasi posisi bank saat ini dibandingkan dengan pesaing dan menemukan bagian mana yang membutuhkan peningkatan. Umpan balik dari nasabah tersebut secara langsung, misalnya dari keluhan nasabah merupakan alat mengukur kepuasan nasabah. Untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah, maka kita harus lebih dulu mengetahui faktor-faktor apa yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah, sehingga bank bisa memperbaiki bagian yang dirasa kurang menurut pandangan nasabahnya.

Pelayanan yang bagus dan sesuai dengan harapan nasabah akan menghasilkan kepuasan, dan selanjutnya akan menumbuhkan rasa loyal nasabah, sehingga timbullah rasa kelekatan dan kedekatan terhadap suatu jasa yang diterima. Selain itu, loyalitas akan mendorong nasabah untuk menarik temannya, bagian keluarganya ataupun tetangganya untuk menjadi nasabah baru. Hal ini seperti yang tertulis dalam buku *"Komunikasi Bisnis"* karangan Sri Haryani (2001: 17), bahwa penekanan komunikasi antar pribadi akan mengandung kadar perasaan dan emosi yang relatif besar, meskipun dalam situasi pengambilan keputusan. Dengan teori ini, nasabah yang mendapatkan pelayanan yang memuaskan, dengan tidak segan akan menceritakan pengalamannya [illegible]

mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk atau jasa tersebut dari percakapan atau membincangkan kualitas pelayanannya misalnya, melalui mulut ke mulut. Dalam konsep pemasaran, informasi dari teman atau orang yang dikenal akan lebih dapat dipercaya dibandingkan dengan informasi yang diperoleh dari iklan ataupun brosur. Demikian pula sebaliknya jika kinerja pelayanan tidak sesuai dengan harapan nasabah, maka nasabah akan merasa kecewa dan kurang puas. Kurang tanggapnya suatu lembaga jasa (bank) akan sikap nasabahnya dapat mengakibatkan hal yang fatal, mungkin nasabah akan meninggalkan perusahaan jasa (bank) tersebut dan beralih ke jasa perbankan lainnya. Berdasarkan hasil riset tentang kepuasan nasabah terhadap pelayanan bank, maka manajemen bank akan tahu bagaimana bertindak dalam mengambil keputusan untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar menarik dan meningkatkan sikap positif nasabah terhadap bank.

Untuk dapat melihat tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan perbankan, dapat dilihat dari pelayanan staf dan karyawan perbankan itu sendiri dalam melayani nasabah, produk-produk yang ditawarkan (baik jasa penyimpanan uang dan jasa pinjaman uang), fasilitas dan sarana prasarana, kebersihan serta kenyamanan ruang dan keamanan. Beberapa hal tersebut perlu dilihat, apakah sudah sesuai dengan harapan nasabah atau tidak.

Selain dari faktor kualitas pelayanan, faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah meliputi lokasi kantor harus strategis

tersedianya produk yang variatif, mekanisme perbankan dijalankan sesuai dengan syariat, dan bagi hasil. Yang dimaksud faktor bagi hasil, dapat dilihat dari besarnya bagi hasil dan transparansi baik berupa pembayaran pinjaman, maupun simpanan/tabungan. Hal tersebut merupakan faktor-faktor pendukung perkembangan bank syariah (Muhammad, 2005: 240).

Dari segi nasabah, faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan atau minat nasabah meliputi faktor agama, pendapat tentang keberadaan bank syariah dan bagi hasil, tingkat pendidikan, pekerjaan, tingkat pendapatan, preferensi terhadap bank syariah, serta pengetahuan tentang produk dan mekanisme bank syariah (Muhammad, 2005: 239).

Kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa nasabah sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau kinerja yang dialami dan dirasakan dengan yang diharapkan nasabah (Freddy Rangkuti, 2003: 23). Jika kinerja yang dirasakan oleh nasabah di bawah harapan mereka, maka nasabah akan merasa kurang puas, begitu pula sebaliknya. Namun apabila kinerja yang dirasakan melebihi harapan maka nasabah akan merasa sangat puas. Oleh karena itu, perlu meningkatkan strategi untuk membentuk suatu kualitas kinerja yang baik dan dapat memuaskan nasabah, karena kinerja yang dijalankan sangat mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah.

Penelitian ini terinspirasi oleh penelitian Prasetyo Adi (2008) yang mengkaji tentang kepuasan nasabah. Dengan menggunakan obyek pada BMT Kaffah Yogyakarta, hasil menunjukkan bahwa dengan meningkatkan

kualitas pelayanan dari segi *assurance* (jaminan) dan *tangibles* (kemampuan fisik) akan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan faktor *tangibles* (kemampuan fisik) adalah faktor yang paling dominan berpengaruh pada kepuasan nasabah.

PT. BPRS Formes Sleman Yogyakarta merupakan salah satu bank yang melayani transaksi keuangan yang berdasarkan prinsip-prinsip syariah. PT. BPRS Formes telah berdiri sejak tahun 2009. Dalam kurun waktu dua tahun tersebut PT. BPRS Formes telah berhasil mendapatkan kepercayaan dari 700 nasabah, bahkan data dari PT. BPRS Formes menunjukkan bahwa mereka tidak hanya dapat menarik nasabah perorangan saja, namun justru sebagian besar nasabah pembiayaan yang terdapat pada PT. BPRS Formes adalah Baitul Maal wat Tamwil (BMT). Hal ini membuktikan bahwa PT. BPRS Formes mempunyai pelayanan yang baik, sehingga mendapatkan kepercayaan yang tinggi dari nasabah, bahkan dari BMT yang secara tidak langsung menunjukkan bahwa PT. BPRS Formes mempunyai kepedulian terhadap perkembangan BMT yang menjadi tonggak bagi perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). Sebagai lembaga intermediasi, maka pelayanan merupakan faktor yang penting dalam mendukung perkembangan perbankan, tidak terkecuali dalam perkembangan dan kemajuan pada PT. BPRS Formes. Oleh karena itu, penulis memilih PT. BPRS Formes Sleman Yogyakarta sebagai obyek penelitian dengan harapan mampu memberikan manfaat bagi kemajuan PT. BPRS Formes Sleman Yogyakarta dari hasil penelitian yang

dilakukan untuk mengetahui keunggulan PT. BPRS Formes Sleman Yogyakarta.

Berdasarkan paparan di atas, maka penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam tentang kepuasan nasabah yang dipengaruhi oleh kinerja karyawan di PT. BPRS Formes Sleman Yogyakarta, dengan judul **"Faktor–faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Formes Sleman Yogyakarta".**

B. Rumusan Masalah

Berangkat dari latar belakang masalah tersebut, penulis mengangkat pokok masalah berkenaan dengan kepuasan nasabah terhadap jasa yang ditawarkan oleh PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Formes Sleman Yogyakarta, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

Faktor apakah yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam memilih jasa pada PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Formes Sleman Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan di atas maka tujuan penelitian yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah:

Untuk mengevaluasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini yaitu:

a. Kegunaan Teoritis.

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan kepuasan nasabah dan untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah atas pelayanan yang ditawarkan bank.

b. Kegunaan Praktis.

1. Bagi Penulis.

Dengan hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan wawasan/pengetahuan terutama mengenai kepuasan nasabah suatu bank, khususnya di PT. BPRS Syariah Formes Yogtakarta.

2. Bagi Praktisi.

Penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan yang berhubungan dengan kepuasan nasabah dan untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah atas pelayanan yang ditawarkan bank.

3. Bagi Akademisi.

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai

dan menambah bahan bacaan bagi yang membutuhkan dan berminat terutama yang berhubungan dengan kepuasan nasabah.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi merupakan garis besar penyusunan skripsi yang bertujuan untuk memudahkan jalan pikiran dalam memahami secara keseluruhan isi skripsi. Sistematika penulisan skripsi terdiri dari lima bab dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Kegunaan Penelitian, serta Sistematika Penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini merupakan tinjauan kepustakaan yang berisi pembahasan mengenai Landasan Teori, Hasil Penelitian Terdahulu dan Kerangka Penelitian.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan secara detail tentang metode penelitian yang digunakan dalam menjawab permasalahan ini. Bab ini terdiri dari Obyek Penelitian, Populasi, Tehnik Pengambilan Sampel, Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Definisi Operasional, Uji Kualitas Instrumen serta Analisa Data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan pembahasan mengenai Sejarah Berdirinya BPRS Formes, Visi dan Misi BPRS Formes, Struktur Organisasi BPRS Formes, Makna Logo/Budaya Perusahaan BPRS Formes, Budaya Kerja BPRS Formes, Informasi Umum tentang BPRS Formes, Perkembangan Daya Insani BPRS Formes, Produk pada BPRS Formes, Deskripsi Data, Uji Kualitas Instrumen, dan Analisis Data.

BAB V: KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Bab ini berisi Kesimpulan, Keterbatasan dan Saran yang didapat dari pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya serta saran-saran yang direkomendasi oleh penulis kepada instansi yang