

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada zaman globalisasi ini pada awal tahun 2016 kondisi perekonomian Indonesia masih dalam tahap pertumbuhan. Hal ini dipengaruhi oleh harga minyak dunia yang tidak stabil dan pertumbuhan uang beredar yang cenderung lambat dibandingkan pada akhir tahun 2015. Perlambatan uang beredar luas juga dipengaruhi oleh melambatnya pertumbuhan kredit dan aktiva luar negeri bersih. Perlambatan uang beredar sempit tersebut terutama dipengaruhi oleh penurunan pertumbuhan uang kartal dari 9,8% menjadi 7,9%, sementara simpanan giro rupiah meningkat. Hal ini menyebabkan penghimpunan simpanan masyarakat di bank (DPK) juga mengalami perlambatan.

Perkembangan dunia perbankan di Indonesia telah mengalami banyak perubahan. Faktor yang menyebabkan perubahan tersebut disebabkan oleh perkembangan internal dari perbankan maupun eksternal seperti pengaruh dari sektor riil dalam perekonomian, politik, hukum, dan sosial. Berdasarkan UU nomor 21 tahun 2008. Bank adalah badan usaha

yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk Simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat. Jenis-jenis perbankan dapat dibagi menjadi Bank Umum Konvensional dan Bank Umum Syariah, serta Bank Pembiayaan Rakyat Konvensional dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

Berdasarkan UU nomor 21 tahun 2008, Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Berbeda dengan Bank Syariah, Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Perbedaan antara Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah terletak pada jasa dalam lalu lintas pembayaran. Pada Bank Umum Syariah dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran, sedangkan pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Kondisi sejarah dalam perbankan di Indonesia dimulai pada masa orde baru yaitu pada tahun 1980-1998. Pada masa ini deregulasi perbankan dimulai dengan penghapusan pagu kredit, bank bebas menetapkan suku bunga kredit, tabungan, dan deposito, serta menghentikan pemberian Kredit Likuiditas Bank Indonesia (KLBI) kepada semua bank kecuali untuk jenis kredit tertentu yang berkaitan dengan pengembangan koperasi dan ekspor.

Akibatnya banyak bermunculan bank-bank baru yang tidak sesuai dengan aturan kesehatan bank. Pada tahun 1997-1998 terjadi kondisi krisis perbankan, pemerintah terpaksa melakukan pembenahan pada sektor perbankan dalam rangka melakukan stabilitasi ekonomi. Pemerintah memperkuat kerangka peraturan dengan menyusun rencana implementasi serta menutup bank-bank yang bermasalah dan melakukan konsolidasi perbankan dengan melakukan merger. Sehingga pada pasca krisis, kondisi perbankan di Indonesia semakin membaik meski tekanan krisis keuangan global semakin terasa. Dampak krisis sempat memberikan sentimen buruk bagi lembaga keuangan bank dan non bank di Indonesia. Akibatnya, kepanikan para nasabah perbankan dalam negeri bertambah dan mereka menilai menyimpan dana di bank sudah tidak aman lagi.

Setiap perusahaan atau organisasi memiliki tujuan serta sasarannya masing-masing. Pada lembaga keuangan syariah memiliki proses dalam melakukan perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian dari kegiatan menghimpun dana, menyalurkan dana dan memberikan jasa-jasa lainnya dalam rangka memenuhi kebutuhan, keinginan dan kepuasan nasabahnya. Selain ini pada lembaga keuangan syariah menggunakan proses kerja yang berdasarkan nilai dan prinsip-prinsip islam.

PT. BPR Syariah Bangun Drajat Warga berdiri karena bermula dari ide yang muncul dari Majelis Ekonomi Pimpinan Wilayah Muhammadiyah Yogyakarta. Majelis ini mengusulkan agar dibentuk sebuah Lembaga Keuangan yang berlandaskan *Syari'at Islamiyah*, yang selama ini

Muhammadiyah masih menganggap bahwa Lembaga Keuangan atau disebut dengan bank dengan sistem bunga masih dihukumi *Musytabihat* (perkara yang masih meragukan, karena tidak jelasnya antara halal dan haram). Setelah melalui proses yang panjang, pada hari Rabu, 02 Februari 1994 telah berdiri PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Bangun Drajat Warga yang berkedudukan di Ngipik, Baturetno, Banguntapan, Bantul diresmikan oleh Ketua Pimpinan Pusat Muhammadiyah pada saat itu Bapak KH. Akhmad Azhar Basyir, MA.

Perkembangan dari PT. BPR Syariah Bangun Drajat Warga tidak lepas dari jumlah nasabah yang terus meningkat serta kepercayaan nasabah yang menggunakan produk dari PT. BPR Syariah Bangun Drajat Warga tersebut. Disamping itu para pendiri yang merasakan perjuangan mengembangkan PT. BPR Syariah Bangun Drajat Warga masih saling menjaga hubungan antar nasabah dengan pihak bank sampai sekarang. Tidak hanya para pendiri, akan tetapi karyawan dari PT. BPR Syariah Bangun Drajat Warga sendiri memiliki inisiatif yang sama dalam melakukan hubungan positif tersebut. Hubungan kekeluargaan yang dibangun antara pihak bank dengan nasabah sangat melekat satu sama lain. Hal tersebut yang menumbuhkan sikap nyaman antara kedua pihak tersebut dalam menjalankan kerja sama dengan baik.

Semakin berkembangnya PT. BPR Syariah Bangun Drajat Warga sebagai lembaga keuangan syariah, maka semakin dibutuhkan tenaga kerja tambahan untuk mendukung prosesnya. Banyaknya tenaga kerja yang

bergabung dengan berbagai tahap seleksi menjadikan suasana lingkungan kerja yang semakin beragam. Akan tetapi pada karyawan yang tidak merintis sejak awal, terkadang tidak dapat merasakan langsung hubungan kekeluargaan yang sudah berjalan dengan baik antara para perintis dan nasabah. Masalah tersebut yang mendasari peneliti untuk melakukan penelitian ini. Peneliti ingin mengetahui bagaimana respon nasabah saat sedang berhubungan langsung dengan penyedia layanan maupun dengan tenaga penjual (*personal selling*).

Persaingan yang semakin ketat dimana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Keseluruhan kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan, pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh konsumen mengenai kepuasan yang dirasakan. Kepuasan adalah perasaan senang seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya (Kotler, 2007 : 42). Apabila tingkat perasaan terhadap kinerja tidak memenuhi harapan, maka akan terjadi ketidakpuasan.

Pada perbankan, keberadaan nasabah merupakan objek yang harus dipertahankan serta harus ditingkatkan. Salah satu faktor untuk menarik nasabah adalah dengan mengenalkan produk yang akan ditawarkan, selain itu kualitas pelayanan juga faktor yang harus diperhatikan. Lupiyoadi (2006 : 173) mengemukakan dalam pelayanan jasa, sistem manajemen kualitas

mengarahkan apabila pelayanan jasa merupakan persyaratan yang ditentukan, pemasok harus membuat dan memelihara prosedur yang terdokumentasi untuk menjalankan, menverifikasi, dan melaporkan bahwa pelayanan jasa memenuhi persyaratan yang ditentukan. Kualitas layanan merupakan hal yang mutlak yang harus dimiliki oleh perusahaan yang menawarkan jasa karena dengan kualitas pelayanan kepada konsumen, perusahaan dapat mengukur tingkat kinerja yang telah dicapai.

Pengaruh kualitas pelayanan yang merupakan aspek penting dalam menjaga hubungan antar organisasi maupun konsumen. Dalam dunia bisnis, kualitas layanan mempengaruhi dalam keberhasilan organisasi. Hadinoto (2008 : 70) mengemukakan ketika perang suku bunga deposito mereda akibat hampir meratanya besaran suku bunga deposito, persaingan antar bank lebih ditekankan pada pemberian hadiah dan pelayanan. Karena itu, pelayanan yang baik (*service excellence*) juga menjadi faktor untuk memikat nasabah.

Tingkat pelayanan dapat mempengaruhi pada tingkat kepuasan konsumen yang nantinya akan berpengaruh pada tingkat loyalitas konsumen. Konsumen yang sudah berada pada tingkat loyalitas akan bersedia untuk terus menggunakan produk tersebut hingga mengajak konsumen lain untuk menggunakannya.

Semakin meluasnya pasar global semakin banyak pula tingkat persaingan antar perusahaan maupun organisasi. Hubungan antar organisasi merupakan hal utama untuk membangun relasi. Konsep pemasaran telah berkontribusi dalam kehidupan sehari-hari, pengaruh dari pemasaran yang

tepat akan meningkatkan jumlah konsumen. Pada umumnya, di dalam industri perbankan telah terjadi peningkatan kualitas terhadap aplikasi pemasaran, baik dari kompetensi *sales*, *service*, maupun *brand*. Dalam mengembangkan bisnisnya sebuah perusahaan harus tahu target pasar yang diinginkan dan melakukan pendekatan yang tepat untuk menangkap pasar tersebut (Kartajaya, 2010 : 129). Dengan menerapkan pemasaran, sebuah perusahaan dapat memberikan nilai yang terbaik kepada konsumennya. Hal ini merupakan pondasi dari sebuah perusahaan agar dapat lebih kompetitif lagi dalam menghadapi persaingan. Hal itu berarti setiap perusahaan harus peka dalam menanggapi perubahan yang terjadi dan terus melakukan penyesuaian.

Salah satu cara meningkatkan jumlah nasabah yaitu melalui bauran pemasaran. Selain itu bauran pemasaran juga dapat menuju kepada pasar sasaran. Kegiatan bauran pemasaran mencakup pengiklanan (*advertising*), *personal selling*, *sales promotion*, *public relation*, *word of mouth*, *direct marketing*, dan publikasi (Lupiyoadi, 2001 : 108).

Personal selling atau penjualan personal adalah bagian interpersonal dari bauran pemasaran. Perusahaan saat ini bergantung pada tenaga penjual atau *Sales Person* untuk membidik dan mencari calon pembeli yang potensial, menjadikan mereka pelanggan, kemudian dapat mengembangkan bisnis. *Personal selling* memiliki karakteristik yang berbeda dengan alat promosi lainnya. Perbedaan karakteristik menyebabkan penjualan tatap muka memiliki keunggulan tertentu dibandingkan dengan alat promosi lainnya.

Keunggulan *personal selling* dapat memberikan komunikasi personal sehingga dapat lebih memahami serta menyesuaikan keinginan konsumen.

Menurut Beekun (2004 : 8) setiap individu memasuki dunia kerja dengan membawa nilai yang berbeda-beda. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku etis seseorang adalah : tahap perkembangan moral, rujukan nilai dan moral pribadi, pengaruh keluarga, pengaruh teman sebaya, dan pengalaman hidup. Pada setiap lingkungan kerja diperlukan etika yang berbeda, masing-masing individu diharapkan bisa beradaptasi dengan cepat dan selanjutnya bisa bekerja dengan profesional.

Berdasarkan uraian mengenai fenomena di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh langsung dari : “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Personal Selling* terhadap Kepuasan Nasabah” studi kasus pada PT. BPR Syariah Bangun Drajat Warga Yogyakarta.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) terhadap Kepuasan Nasabah di PT. BPR Syariah Bangun Drajat Warga Yogyakarta?
2. Apakah terdapat Pengaruh *Personal Selling* (*prospecting, pre approach, approach, presentation and demonstration, handling objecting, closing, dan follow up maintenance*) terhadap Kepuasan Nasabah di PT. BPR Syariah Bangun Drajat Warga Yogyakarta?

3. Apakah secara simultan Kualitas Pelayanan dan *Personal Selling* berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah di PT. BPR Syariah Bangun Drajat Warga Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) terhadap Kepuasan Nasabah di PT. BPR Syariah Bangun Drajat Warga Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui Pengaruh *Personal Selling* (*prospecting, pre approach, approach, presentation and demonstration, handling objecting, closing, dan follow up maintenance*) terhadap Kepuasan Nasabah di PT. BPR Syariah Bangun Drajat Warga Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui secara simultan Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Personal Selling* terhadap Kepuasan Nasabah di PT. BPR Syariah Bangun Drajat Warga Yogyakarta.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Praktis

Penelitian ini bermanfaat untuk dijadikan referensi tambahan bagi pengembangan ilmu yang berkaitan dengan kualitas layanan dan *personal selling* pada karyawan perbankan syariah maupun lembaga keuangan syariah.

2. Kegunaan Teoritik

Penelitian ini bermanfaat untuk dijadikan bahan pertimbangan bagi perbankan syariah maupun lembaga keuangan syariah untuk meningkatkan komitmen kerja karyawan agar lebih produktif, dengan pertimbangan kualitas layanan dan *personal selling* yang diberikan kepada nasabah akan menghasilkan kepuasan nasabah.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan ini bertujuan untuk memberikan gambaran tentang alur dari awal hingga kesimpulan akhir. Secara garis besar, penelitian ini dibagi menjadi 5 bab, yang secara singkat dapat dijelaskan sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan

Pada bab ini memuat uraian berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan, serta sistematika pembahasan.

BAB II Tinjauan Pustaka dan Kerangka Teori

Pada bab ini memuat uraian tentang tinjauan pustaka terdahulu dan kerangka teori yang relevan dan terkait dengan tema skripsi yaitu berupa artikel ilmiah, hasil penelitian maupun buku.

BAB III Metode Penelitian

Pada bab ini memuat secara rinci metode penelitian yang digunakan peneliti beserta justifikasi atau alasannya; jenis penelitian, desain, lokasi,

populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi konsep dan variabel, serta analisis data yang digunakan.

BAB IV Hasil dan Pembahasan

Pada bab ini berisi (1) Hasil Penelitian. Kualifikasi bahasan disesuaikan dengan pendekatan, sifat penelitian, dan rumusan masalah atau focus penelitiannya. (2) Pembahasan, Sub Bahasan (1) dan (2) dapat digabung menjadi satu kesatuan, atau dipisah menjadi sub bahasan tersendiri.

BAB V Penutup

Bab terakhir berisi kesimpulan, saran-saran atau rekomendasi. Kesimpulan menyajikan secara ringkas seluruh penemuan penelitian yang ada hubungannya dengan masalah penelitian. Kesimpulan diperoleh berdasarkan hasil analisis dan interpretasi data yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya.