

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Lembaga keuangan syariah sejak adanya regulasi dari payung hukum perbankan syariah di Indonesia semakin kuat. Berevolusi mulai dari Undang-undang Perbankan No.7 Tahun 1992, dan dikuatkan PP No.72 Tahun 1992 dan UU No. 10 Tahun 1998, serta Undang-undang Republik Indonesia No 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah seperti mendapatkan jalannya untuk membuka usaha di Indonesia. Melalui surat keputusan Direksi Bank Indonesia No. 32/34/KEP/DIR tanggal 12 Mei 1999 aturan mainnya pun ditetapkan pula oleh pemerintah. Hasilnya, perkembangan lembaga keuangan ini tiap tahunnya mengalami peningkatan, baik dari segi kuantitasnya maupun aset yang dimilikinya.

Perkembangan tersebut adalah bukti nyata bahwa masyarakat semakin hari semakin menaruh kepercayaan tinggi kepada lembaga keuangan berbasis syariah. Disamping karena penduduk Indonesia mayoritas beragama Islam, yang secara tegas dalam ajarannya melarang adanya bunga bank karena terdapat unsur riba didalamnya, serta didukung oleh usaha dari lembaga keuangan syariah itu sendiri karena semakin menunjukkan citra positif. Perkembangan dan peningkatan yang dialami oleh lembaga keuangan syariah tersebut tidak terjadi manakala manajemen yang ada tidak berusaha untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat. Karena sudah banyaknya lembaga

keuangan konvensional yang sudah ada sebelumnya menawarkan kualitas produk dan pelayanan yang lebih baik, dan masyarakat juga sudah sangat mengenal dan banyak yang telah menggunakannya (Arika Edy Mulyanto, 2010: 1).

Dalam teori perilaku konsumen, kepercayaan masyarakat dapat diperoleh dari sebuah perusahaan dengan menggunakan beberapa cara, diantaranya adalah dengan memberikan rangsangan pemasaran dari dalam dan luar perusahaan. Rangsangan pemasaran dari dalam perusahaan dapat berbentuk antara lain, promosi, dan sebagainya yang menerangkan tentang kualitas produk (barang maupun jasa), harga dan saluran distribusinya. Sedangkan rangsangan dari luar dapat berupa kondisi ekonomi, politik, teknologi dan kebudayaan yang ada di masyarakat setempat. Sebuah lembaga keuangan syariah secara otomatis akan mendapatkan setengah dari kepercayaan Indonesia sejak awal kemunculannya, karena telah dinantikan oleh masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam. Terlebih ketika krisis moneter melanda bangsa ini pada tahun 1998 yang banyak membuat lembaga keuangan *collapse* dan bahkan beberapa lembaga keuangan mengalami *likuiditas* (karena menerapkan sistem bunga).

BPRS (Bank Perkreditan Rakyat syariah) Yogyakarta sebagai lembaga keuangan syariah yang ada di Indonesia merupakan pemain-pemain yang sukses dalam meraih kepercayaan masyarakat. Oleh sebab itu, yang perlu diperhatikan dalam meningkatkan keprofesionalan BPRS di Yogyakarta yaitu dengan cara memperhatikan loyalitas yang telah terialin dikalangan

masyarakat. Karena itu akan berdampak positif bagi perkembangan BPRS di Yogyakarta. Salah satu cara agar penjualan jasa suatu perbankan lebih unggul dibandingkan para pesaingnya adalah dengan memberikan pelayanan yang berkualitas, yang memenuhi tingkat kepentingan nasabah. Tingkat kepentingan nasabah terhadap jasa yang akan mereka terima dapat dibentuk berdasarkan pengalaman dan saran yang mereka peroleh. Nasabah memilih pemberi jasa berdasarkan peringkat kepentingan, dan setelah menikmati jasa tersebut mereka cenderung akan membandingkannya dengan yang mereka harapkan. Bila jasa yang mereka nikmati ternyata berada jauh dibawah jasa yang mereka harapkan, para nasabah akan merasa tidak puas dan akan berdampak yang tidak baik kepada BPRS, sehingga para nasabah akan kehilangan minat terhadap BPRS tersebut. Sebaliknya, jika jasa yang mereka nikmati memenuhi atau melebihi tingkat kepuasan, mereka akan cenderung menggunakan kembali produk BPRS tersebut.

Dari seluruh kegiatan yang dilakukan oleh sebuah BPRS pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan. Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan yang diharapkan. Dalam era globalisasi, BPRS akan selalu menyadari pentingnya faktor nasabah. Oleh karena itu, mengkaji kepuasan nasabah serta membandingkan tingkat kepuasan nasabah sangatlah penting. Banyak manfaat yang diterima oleh BPRS dengan tercapainya tingkat kepuasan nasabah yang tinggi. Tingkat kepuasan nasabah yang tinggi dapat

meningkatkan loyalitas nasabah dan mencegah perputaran, mengurangi sensitivitas nasabah terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah nasabah, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis.

Bukti empiris tingkat kepuasan nasabah telah banyak diteliti oleh peneliti terdahulu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, kualitas pelayanan pada suatu bank berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah seperti: Eni Rachmawati (2007), Vani Rahmawati Suherman (2007), Fia Transtrianingzah (2008), Ayu Kartika Sari (2009). Akan tetapi disini peneliti berusaha untuk membandingkan tingkat kepuasan nasabah yang ada di Yogyakarta, karena peneliti merasa belum ada yang meneliti perbandingan tingkat kepuasan nasabah.

Ada banyak metode yang digunakan untuk menilai kualitas pelayanan sebuah perusahaan jasa. Dalam setiap metode tersebut terdapat kelebihan dan kekurangan, dengan tingkat kerumitan yang tidak sama pula. Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah metode SERVQUAL (*service quality*). Metode ini pertama kalinya dipopulerkan oleh Valarie A. Zeithaml, A. Parasuraman, dan Leonard L. Berry pada pertengahan tahun 80'an. Metode ini memiliki 5 dimensi kualitas pelayanan yang diteliti, yakni *Tangibles* (bukti nyata), *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (ketanggapan), *Assurance* (jaminan), *Empathy* (empati).

Dengan menggunakan metode SERVQUAL, kualitas pelayanan BPRS

Amal Mulia BPRS Dana Hidayatullah BPRS Formes akan menjadi pokok

permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini berdasarkan sudut pandang para nasabah di BPRS Amal Mulia, BPRS Dana Hidayatullah, BPRS Formes. Karena kualitas pelayanan dari waktu ke waktu akan berubah tergantung bagaimana konsumen/nasabah yang memandangnya.

Berdasarkan pokok masalah yang telah diuraikan di atas, penulis bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Perbandingan Tingkat Kepuasan Nasabah di BPRS Yogyakarta (Studi Kasus Pada BPRS Amal Mulia, BPRS Dana Hidayatullah, BPRS Formes).

B. Rumusan Masalah

1. Dimensi apa yang paling mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah pada BPRS Amal Mulia, BPRS Dana Hidayatullah dan BPRS Formes?
2. Bagaimana Menganalisis perbandingan tingkat kepuasan nasabah pada BPRS Amal Mulia, BPRS Dana Hidayatullah dan BPRS Formes?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis:

1. Dimensi apa yang paling mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah pada BPRS Amal Mulia, BPRS Dana Hidayatullah dan BPRS Formes.
2. Perbandingan tingkat kepuasan nasabah pada BPRS Amal Mulia, BPRS Dana Hidayatullah dan BPRS Formes

D. Kegunaan Penelitian

Bagi bank, Sebagai informasi untuk mengembangkan bank syariah ke depan dan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk memberikan pelayanan yang baik terhadap nasabah/konsumen.

Bagi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, agar hasil penelitian yang didapatkan oleh penulis ini dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan dibidang teoritis maupun praktis tentang pentingnya pelayanan yang baik.

Bagi penulis, menambah pengalaman dan menambah wawasan peneliti terutama yang berhubungan dengan tingkat kepuasan nasabah.

E. Sistematika Pembahasan

BAB I : Pendahuluan. Bab ini berisi tentang pendahuluan yang menggambarkan bentuk, isi, yang diajarkan dalam; latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II : Landasan Teori. Bab ini merupakan bab yang memberikan pemahaman serta gambaran tentang pengertian bank syariah, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, perilaku konsumen dalam perspektif ekonomi Islam, penelitian terdahulu, kerangka berfikir dan hipotesis.

BAB III : Metode Penelitian. Bab ini menguraikan secara detail tentang metode penelitian yang digunakan dalam menjawab setiap masalah yang ada. Bab ini terdiri dari jenis penelitian dan

lokasi penelitian, sifat penelitian, subyek penelitian, teknik pengumpulan data, sumber data, variabel penelitian, teknik pengukuran dan pengujian instrumen, analisis data.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan. Bab ini menjelaskan tentang profil BPRS Amal Mulia, BPRS Dana Hidayatullah dan BPR Formes yang menjadi obyek penelitian ini dan berisi data yang dianalisis sesuai dengan metode penelitian yang telah ditentukan sebelumnya. Bab ini merupakan inti dari penelitian dengan menguraikan data-data yang telah diolah sehingga terlihat hasil akhir dari penelitian ini.

BAB V : Kesimpulan dan Saran. Bab ini merupakan bab terakhir, yaitu bab penutup yang berisi kesimpulan dari seluruh masalah yang telah dibahas dan saran bagi pihak-pihak yang terkait sesuai dengan hasil penelitian yang ada yang diharapkan dapat memberikan masukan sebagai tindak lanjut dari penelitian ini