

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Pertumbuhan Bank Syariah di dunia perbankan Indonesia telah menjadi topik hangat yang sangat menarik untuk ditelaah. Dimulai pada tahun 2002 yaitu dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia yang bermain sendiri dipasar yang kemudian disusul oleh Bank Perkreditan Rakyat Syariah (sekarang menjadi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah). Saat ini bermunculan perbankan umum yang membuka cabang syariah setelah Bank Mandiri, Bukopin, Bank Rakyat Indonesia dan Bank Negara Indonesia, Bank Umum Danamon mulai membuka kantor cabang syariah. Ditahun yang akan datang diperkirakan jumlah Bank Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah akan terus bertambah. Tingkat pertumbuhan tinggi bank-bank syariah ini terutama karena telah dikeluarkannya undang-undang baru yaitu UU No 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah secara spesifik.

Dengan dikeluarkannya Undang-undang No. 21 tahun 2008 ini perbankan syariah telah mendapatkan kesempatan yang lebih luas untuk menyelenggarakan kegiatan usaha, termasuk memberikan kesempatan kepada bank umum konvensional untuk membuka cabang yang khusus melaksanakan kegiatan berdasarkan prinsip syariah, pemberian kesempatan membuka cabang syariah ini adalah sebagai upaya meningkatkan jaringan perbankan syariah yang tentunya akan dilakukan bersamaan dengan upaya pemberdayaan

perbankan syariah, upaya tersebut diharapkan akan mendorong perluasan jaringan kantor, pengembangan pasar uang antar bank syariah, peningkatan sumber daya manusia, kinerja bank syariah yang pada intinya akan menunjang pembentukan perekonomian rakyat yang lebih tangguh.

Dengan munculnya bank-bank baru, baik dalam arti baru berdiri ataupun perluasan dari bank yang sudah ada (pembukaan cabang-cabang) akan memberikan suatu dampak yang nyata yaitu menjadikan persaingan didunia perbankan menjadi semakin ketat dan tajam, terutama persaingan untuk meraih simpati masyarakat yang dalam hal ini adalah calon nasabah bank. Oleh karena itu pemasar bank syariah dituntut harus bisa menganalisis perilaku konsumen guna mengetahui kebutuhan serta keinginan mereka akan jasa keuangan dengan begitu bank syariah dapat menarik dan meraih simpati mereka. Perbankan yang ingin berkembang dan mendapat keunggulan kompetitif tentu saja harus dapat memberikan produk atau jasa yang berkualitas dengan harga bersaing, penyerahan lebih cepat dan pelayanan yang baik kepada nasabah, sesuai dengan harapan mereka yang tentu saja dapat memuaskan kebutuhan dan keinginannya.

Pada dasarnya kepuasan nasabah atas kualitas jasa akan berpengaruh pada pola perilaku nasabah selanjutnya, salah satunya yaitu terciptanya nasabah yang membentuk suatu rekomendasi dari mulut kemulut yang sangat menguntungkan bagi pihak bank. Nasabah yang puas cenderung akan memberikan referensi dan rekomendasi yang baik terhadap produk bank

Tidak demikian dengan seorang nasabah yang tidak puas, dimana melakukan tindakan komplain atau memberikan referensi yang tidak menguntungkan bagi pihak bank kepada media massa, hal ini tentu saja dapat merusak citra bank. Tetapi hal tersebut dapat diantisipasi dengan cara menghilangkan faktor-faktor penyebab tidak puasnya nasabah, dan untuk mengetahui puas atau tidak puasnya seorang nasabah perlu dilakukan penelitian. Salah satu komponen yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah adalah kualitas pelayanan (jasa), yang juga merupakan salah satu ujung tombak dalam mencapai kepuasan nasabah. Keterangan-keterangan hasil penelitian ini akan melengkapi informasi yang di butuhkan untuk merumuskan kebutuhan dan keinginan nasabah. Dengan demikian manajer perbankan dapat memilih dan melaksanakan kegiatan pemasaran yang dapat membantu dalam mencapai tujuan serta menyesuaikan dengan perubahan perilaku konsumen.

^{iBank}
Bank Muamalat Indonesia sebagai lembaga keuangan pertama yang menggunakan sistem syariah harus benar-benar memperhatikan apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan nasabah hingga mereka memberikan kepercayaan pada ^{iBank} Bank Muamalat Indonesia dan memilih produk Shar-e sebagai sarana menabung mereka. Shar-e merupakan salah satu produk penghimpun dana dari ^{iBank} Bank Muamalat Indonesia, Secara fisik, Shar-e sama seperti produk perbankan syariah berjenis tabungan yang lainnya. Yang membuat Shar-e beda dari yang lain adalah inovasi produknya. *Easy* (mudah), *everywhere* (dimana-mana) dan *extraordinary* (luar biasa), adalah jargon produk perbankan syariah ini. Rekening Shar-e tidak dilengkapi dengan buku

tabungan tapi hanya memakai kartu yang berfungsi sebagai kartu identitas pemilik Shar-e sekaligus berfungsi sebagai kartu ATM.

Shar-e merupakan sarana investasi syariah yang dikemas khusus dalam bentuk paket perdana dan dapat diperoleh di kantor-kantor Pos online di seluruh Indonesia. Ada salah satu kekurangan dari layanan produk Shar-e ini yakni masih terbatasnya ketersediaan jaringan ATM Bank Muamalat Indonesia, walaupun memang Shar-e menawarkan kemudahan untuk tarik tunai bebas biaya di ATM Bersama tanpa cek saldo. Kemudian yang menjadi hal baru bagi Shar-e saat ini adalah kebijakan dikenakannya biaya pemeliharaan rekening untuk jumlah saldo berapa pun sebesar Rp.7.500 perbulan, yang sebelumnya hanya saldo dibawah Rp. 100.000,- saja yang dikenakan biaya pemeliharaan rekening. Melalui penelitian ini akan diketahui bagaimana kepuasan nasabah terhadap kedua hal tersebut.

✓ Di kota Serang sendiri masih sedikit terdapat Bank Syariah, dan jumlah seluruh Bank Syariah di provinsi Banten hanya 14 kantor cabang Bank Syariah. Jumlah ini tentu masih sangat sedikit dibanding maraknya Bank Umum yang mencapai hampir 289 kantor. Disini penulis merasa penelitian tentang perbankan syariah di Serang perlu dilakukan karena disana masih sangat sedikit penelitian tentang perbankan syariah, terutama yang menyangkut produk perbankan syariah.

Berdasarkan permasalahan tersebut diatas, penulis ingin melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas layanan Produk Shar-e di PT. Bank Muamalat Indonesia cabang Serang**”.

B. BATASAN MASALAH

Untuk lebih memfokuskan penelitian pada pokok permasalahan, maka penulis membatasi masalah dalam penelitian ini. Adapun batasan masalah tersebut adalah sebagai berikut :

1. Responden yang dipakai dalam penelitian ini adalah nasabah yang memiliki atau menggunakan tabungan Shar-e di kota Serang.
2. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah atribut layanan produk shar-e, yang meliputi 5 dimensi kualitas jasa, yaitu: keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*) ,jaminan (*assurance*), bukti langsung (*tangible*), dan empati (*empathy*).

C. RUMUSAN MASALAH

Dari uraian yang ada dalam latar belakang masalah, maka dapat dikemukakan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tingkat kepuasan nasabah dilihat dari masing-masing atribut layanan produk Shar-e ?
2. Sejauhmana tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas layanan produk Shar-e di PT. Bank Muamalat Indonesia cabang Serang?

D. TUJUAN PENELITIAN

1. Menganalisis tingkat kepuasan nasabah dilihat dari masing-masing atribut layanan produk Shar-e.
2. Menganalisis tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas layanan produk Shar-e di PT. Bank Muamalat Indonesia cabang Serang.

E. MANFAAT PENELITIAN

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan pertimbangan dalam memecahkan masalah yang dihadapi terutama yang menyangkut keinginan dan kebutuhan nasabah dan dapat digunakan sebagai bahan untuk mengevaluasi kebijakan apa yang ditetapkan.

2. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini akan memberikan tambahan pengetahuan dan dapat digunakan untuk menerapkan ilmu yang didapat dari bangku kuliah khususnya manajemen pemasaran terhadap masalah sesungguhnya