

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Memasuki era perdagangan bebas saat ini, perusahaan dihadapkan pada persaingan yang semakin pesat. Sudah menjadi kewajiban pelaku bisnis untuk memenangkan persaingan tersebut. Pelaku bisnis wajib memperhatikan pengaruh dari kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen ini memegang peran yang sangat penting dalam kesuksesan dari sebuah perusahaan untuk dapat bersaing. Kepuasan konsumen akan menjadi pedoman untuk mengarahkan seluruh organisasi kearah pemenuhan kebutuhan pelanggan sehingga menjadi sumber keunggulan daya saing berkelanjutan. Konsumen seringkali menyampaikan keluhan atas layanan yang telah diberikan oleh perusahaan seperti halnya pelayanan yang lambat, tidak ramah , harga yang terlalu tinggi serta rendahnya kualitas produk atau jasa yang tidak sesuai dengan harapan konsumen.

Pada kondisi tersebut, kini telah terjadi pergeseran strategi pemasaran yang lebih berorientasi pada konsumen. Strategi pemasaran tersebut membuat perusahaan harus memahami dan memenuhi baik perilaku maupun kebutuhan konsumen untuk mencapai kepuasan konsumen sehingga konsumen akan terus menggunakan produk maupun jasa perusahaan tersebut. Kepuasan konsumen sangat diperhatikan oleh perusahaan karena akan berdampak pada kinerja penjualan.

Salah satu perusahaan yang menggunakan strategi pemasaran yang berorientasi pada konsumen adalah perusahaan perbankan. Perusahaan perbankan hadir guna memenuhi kebutuhan para nasabahnya. Perusahaan perbankan memiliki keterkaitan yang sangat erat terhadap konsumennya, karena hubungan antara perbankan dan nasabah merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Oleh sebab itu, bank harus dapat memberikan pelayanan terbaik kepada para nasabahnya sehingga terjalin hubungan baik diantara kedua belah pihak.

Pada awal periode 1980-an, diskusi mengenai bank syariah sebagai pilar Ekonomi Islam mulai dilakukan. Keberadaan bank syariah di Indonesia relatif masih cukup baru, di mana bank umum syari'ah yang pertama berdiri adalah Bank Muamalat Indonesia (BMI) Pada tanggal 1 November 1991, tim perbankan MUI berhasil mendirikan BMI yang mulai beroperasi pada September 1992.

Perkembangan perbankan syariah pada era reformasi ditandai dengan disetujuinya undang-undang No.10 Tahun 1998. Undang-undang tersebut diatur dengan rinci landasan hukum serta jenis-jenis usaha yang dapat dioperasikan dan diimplementasikan oleh bank syariah. Perkembangan perusahaan perbankan di Indonesia yang semakin pesat dan telah memiliki landasan hukum yang memadai maka mulai banyak muncul perbankan-perbankan yang berlandaskan syariah.

Bank syariah merupakan sebuah lembaga keuangan yang menjalankan usahanya berdasarkan prinsip syariah. Dalam rangka memenuhi kebutuhan nasabah, bank syariah hendaknya benar-benar dioperasionalkan sesuai dengan prinsip yang berlandaskan syariah. Sehingga segala produk-produk yang ditawarkan dan dihasilkan dari bank syariah dapat membawa kesejahteraan masyarakat secara lahir dan batin.

Tujuan utama dari pendirian perbankan yang berlandaskan syariah adalah sebagai upaya kaum muslimin untuk mendasari segenap aspek kehidupan ekonominya berdasarkan Al-Qur'an dan As-Sunnah. Prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam (UU No. 21/2008, tentang perbankan syariah). Indonesia merupakan negara berpenduduk muslim terbesar di dunia. Ada sekitar 85,2% atau 199.959.285 jiwa dari total 234.693.997 jiwa penduduk. Dilihat dari potensi populasi umat Islam yang besar, karakteristik yang religius dan juga fatwa dari MUI tahun 2003 tentang pengharaman bunga bank, hal ini menjadikan perbankan syariah semakin diminati oleh nasabah.

Berkembangnya perbankan yang berlandaskan syariah baik bank murni syariah maupun bank konvensional yang mengadopsi prinsip syariah menjadikan dunia perbankan harus lebih memperhatikan nasabah atau pelanggan untuk dapat mempertahankan komitmennya sebagai pelanggan setia. Kompetisi dalam persaingan semakin ketat dengan bertambahnya jumlah pemain di industri perbankan dengan prinsip syariah ini. Sehingga hal ini menjadikan bank syariah mulai menonjolkan

keunggulan dan diferensiasinya baik dalam hal produk maupun layanannya. Selain itu perbankan juga harus mempertimbangkan kepuasan yang diharapkan oleh nasabah.

Sebagai usaha mempertahankan nasabah, bank harus bisa memilih mana yang bentuk kebijakan maupun teknologi yang paling tepat digunakan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Hal tersebut akan mempengaruhi ketepatan, keakuratan, kemampuan, dan kecepatan bank dalam memberikan pelayanan terhadap nasabahnya. Pelayanan yang diberikan kepada nasabah akan mencerminkan baik tidaknya bank tersebut di mata nasabah. Segala upaya akan dilakukan oleh bank untuk memenuhi kebutuhan nasabah dan memberikan kepuasan bagi nasabah.

Kepuasan nasabah tentu menjadi faktor utama yang sangat mempengaruhi loyalitas nasabah. Kepuasan nasabah bisa dipupuk melalui berbagai strategi seperti, mempertahankan kualitas layanan, nisbah bagi hasil yang sesuai dengan harapan nasabah, atribut produk yang sesuai dengan prinsip syariah, serta adanya pengungkapan informasi keuangan yang dapat memberikan gambaran pada nasabah dalam pengambilan keputusan investasinya.

Kualitas layanan merupakan salah satu unsur penilaian konsumen terhadap perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Nasabah tentunya memiliki harapan akan layanan yang berkualitas. Layanan yang berkualitas adalah layanan yang secara ekonomis menguntungkan dan secara prosedural mudah serta menyenangkan. Berawal dari kebutuhan itu

kemudian nasabah memperoleh layanan atas suatu kebutuhannya Muslich dalam Bakhtiar (2011). Kualitas layanan merupakan faktor yang dapat mendongkrak pangsa pasar dalam dunia perbankan sehingga menciptakan kepuasan bagi nasabahnya.

Selanjutnya yang dapat meningkatkan pangsa pasar dalam dunia perbankan sehingga menimbulkan kepuasan kepada para nasabahnya adalah nisbah bagi hasil yang diberikan oleh perbankan syariah atas dana yang telah diinvestasikan oleh nasabah tersebut. Bagi hasil dalam sistem perbankan syariah merupakan ciri khusus yang ditawarkan kepada nasabah sebagai imbalan dan salah satu cara menarik nasabah untuk menabung di bank tersebut.

Perusahaan akan selalu menciptakan inovasi yang baru pada produk-produk yang akan ditawarkan oleh konsumen. Perusahaan dengan jenis produknya yang sangat inovatif, bermutu tinggi, dan harga yang bersaing maka akan dapat memenangkan persaingan dengan produk lain yang sejenis dan dapat menarik lebih banyak pelanggan. Semakin inovatif suatu produk sehingga dapat memenuhi segala kebutuhan pelanggan, maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan (Song and Parry, 1997).

Produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah sama dengan produk perbankan konvensional, namun yang membedakan antara bank syariah dengan bank konvensional adalah atribut-atribut khusus yang melekat pada bank syariah. Seperti tidak ada unsur riba, sistem bagi hasil,

tidak ada unsur judi, untuk investasi yang halal, dan melakukan aktivitas bisnis sesuai dengan prinsip syariah. Atribut-atribut produk Islam ini yang akan menjadi alasan utama para nasabah memilih menggunakan bank syariah dan menjadi indikator penilaian nasabah. Maka kepuasan akan dirasakan oleh nasabah apabila nilai syariah yang ada pada atribut produk bank syariah semakin tinggi.

Faktor lain yang dapat menciptakan kepuasan bagi nasabahnya adalah pengungkapan informasi keuangan. Pengungkapan informasi keuangan ini sangat penting dikarenakan nasabah akan memastikan keamanan berinvestasi dengan informasi keuangan yang diperoleh. Oleh karena itu dengan adanya pengungkapan informasi keuangan pada publik maka kebutuhan masyarakat akan informasi keuangan dapat terpenuhi. Selain itu melalui informasi keuangan juga seseorang mampu melihat seberapa besar sebuah perusahaan mampu menjalankan perusahaannya dengan sebaik mungkin.

Penelitian yang dilakukan oleh Dwi (2013), menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, nilai bagi nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, atribut produk Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Penelitian lain dilakukan oleh Yunita (2012), pada penelitian ini menggunakan kualitas produk, bagi hasil, kepuasan nasabah dan kualitas pelayanan sebagai variabel independen. Sedangkan variabel dependen

yang digunakan adalah loyalitas nasabah. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa dari ke empat variabel yang diteliti yaitu, kualitas produk, bagi hasil, kualitas layanan, dan kepuasan nasabah sebagai variabel moderating berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Abidin (2014), berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, menunjukkan hasil bahwa variabel independen (kualitas layanan, nilai nasabah, citra perusahaan, dan atribut produk Islam) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Namun secara parsial (Uji t) hanya variabel kualitas layanan dan citra perusahaan yang berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah, sedangkan variabel nilai nasabah dan atribut produk Islam tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Oleh karena itu, kualitas layanan dan citra perusahaan mempunyai andil cukup besar dalam menciptakan kepuasan nasabah.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Atmojo (2010), hasil dari penelitiannya yaitu secara parsial (Uji t) variabel-variabel dalam penelitian ini berpengaruh positif dan signifikan di mana nilai nasabah memiliki pengaruh terbesar dibandingkan dengan variabel lain sedangkan atribut produk Islam memiliki pengaruh paling rendah terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan hasil simultan (Uji F) menunjukkan hasil bahwa variabel dari penelitian ini yaitu kualitas layanan, nilai nasabah, dan atribut produk Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan perbedaan hasil penelitian tersebut maka menarik untuk diteliti kembali dengan judul “Faktor-Faktor yang berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Dana Pihak Ketiga Bank Syariah”. Penelitian ini menggunakan kualitas layanan, tingkat bagi hasil, atribut produk Islam, dan pengungkapan informasi keuangan sebagai variabel independen Sedangkan Variabel dependen yang digunakan adalah kepuasan nasabah.

### **B. Batasan Masalah**

Batasan masalah ini bertujuan memberikan batasan yang paling jelas dari permasalahan yang ada untuk memudahkan pembahasan. penelitian ini terbatas pada pengujian terhadap nasabah dana pihak ketiga yang menabung di bank syariah.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan yang akan diteliti dapat dirumuskan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah variabel kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah dana pihak ketiga bank syariah?
2. Apakah variabel bagi hasil berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah dana pihak ketiga bank syariah?
3. Apakah variabel atribut produk Islam berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah dana pihak ketiga bank syariah?
4. Apakah variabel pengungkapan informasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah dana pihak ketiga bank syariah?



#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji dan menemukan bukti empiris bahwa kualitas Layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah dana pihak ketiga bank syariah.
2. Untuk menguji dan menemukan bukti empiris bahwa bagi hasil berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah dana pihak ketiga bank syariah.
3. Untuk menguji dan menemukan bukti empiris bahwa atribut produk Islam berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah dana pihak ketiga bank syariah.
4. Untuk menguji dan menemukan bukti empiris bahwa pengungkapan informasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah dana pihak ketiga bank syariah.

#### **E. Manfaat Penelitian**

1. Teoritis
  - a. Manfaat penelitian bagi akademik adalah memberikan sumbangan referensi bagi rekan-rekan mahasiswa dalam pengembangan ilmu syariah tentang atribut produk Islam, kualitas layanan, kepuasan nasabah, nisbah bagi hasil, dan pengungkapan informasi keuangan.

**b.** Memberikan bukti empiris dan dapat dijadikan sebagai referensi bagi pembaca, serta dapat memberikan informasi bagi penulis lain dalam penelitian selanjutnya.

## 2. Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai kontribusi untuk perusahaan terutama lembaga keuangan syariah dalam mengelola sumber daya manusia dan sistem operasionalnya yang berazaskan pada prinsip syariah.