

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perbankan adalah salah satu motor penggerak ekonomi nasional. Indonesia mulai melakukan deregulasi perbankan pada 1983, saat itu Bank Indonesia (BI) memberikan keleluasaan kepada bank untuk menetapkan suku bunga. Perbankan di Indonesia kini semakin ramai dengan adanya bank syariah, yang menawarkan produk keuangan dan investasi dengan cara yang berbeda dibandingkan dengan bank konvensional yang sudah lama ada. Perbankan syariah saat ini berkembang cukup pesat, karena Indonesia merupakan negara muslim terbesar di dunia dan perbankan yang akan lebih diminati yaitu dengan menggunakan hukum dan asas Islam.

Perbankan Syariah disebut juga Perbankan Islam, yaitu perbankan yang pelaksanaannya berdasarkan prinsip-prinsip hukum Islam atau syariat. Prinsip-prinsip perbankan Islam telah digariskan dalam Al-Quran dan Sunnah oleh Nabi Muhammad lebih dari 1.400 tahun yang lalu. Karena berdasarkan hukum Islam, maka perbankan syariah tidak mengenal adanya “bunga pinjaman” atau *interest rate* dan kegiatan lain yang menyediakan barang atau jasa yang dipertimbangkan bertentangan dengan syariat. Sebagaimana Allah telah berfirman pada QS. Al-Baqarah ayat 275, yang artinya Allah mengizinkan perdagangan dan melarang riba. Konsep perbankan Islam dan nilai-nilai etis ini semakin menarik keuangan organisasi di seluruh dunia untuk memilih operasi etis dalam transaksi keuangan mereka. Dengan demikian, perbankan Islam tidak hanya menarik bagi pelanggan muslim tetapi juga pelanggan non-muslim

yang melihat manfaat dari sistem seperti itu. Dalam peningkatan industri perbankan global yang kompetitif dan diliberalisasi, persaingan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan muslim dan non-muslim cenderung meningkat.

Perkembangan perbankan syariah yang cukup pesat dibuktikan dengan jumlah peningkatan dari bank syariah serta aset yang dimilikinya. Menurut Sutan Remy (2014) Bank Muamalat Indonesia adalah bank syariah pertama di Indonesia pada tahun 1992 sebagai tanda dimulainya kegiatan yang berdasarkan prinsip syariah. Berdasarkan data statistik perbankan syariah sampai dengan bulan Februari 2012, Bank Umum Syariah berjumlah 11 bank salah satunya ialah Bank Syariah Mandiri dan Unit Usaha Syariah berjumlah 23 bank. Sedangkan dari segi aset, terjadi peningkatan pada tahun 2010, yaitu sebesar Rp 26,2 triliun meningkat menjadi Rp 97,52 triliun.

Perkembangan bank syariah hingga akhir Januari 2017 masih jauh dari harapan. Indonesia adalah negeri yang penduduknya mayoritas Muslim dan terbesar didunia tetapi untuk pertumbuhan keuangan sistem syariah nasional justru rendah. Bank Indonesia (BI) mencatat tingkat transaksi di pasar keuangan syariah masih sangat rendah. Jauh bila dibandingkan dengan transaksi di pasar keuangan konvensional. Menurut data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), total aset perbankan syariah baru mencapai 5,18% dari total nilai aset perbankan secara nasional. Terdapat kelemahan yang memicu lambatnya perkembangan perbankan syariah Indonesia, yaitu perbankan syariah saat ini hanya memfokuskan pada fungsi sebagai bank komersial biasa, namun tidak memaksimalkan fungsi sebagai bank investasi. Oleh

karena itu, butuh produk-produk unggulan yang menjadi lokomotif di perkembangan keuangan syariah.

Bank Syariah Mandiri adalah obyek penelitian yang digunakan oleh peneliti. Bank Syariah Mandiri merupakan salah satu bank syariah papan atas dinegeri ini yang tentunya tidak ingin ketinggalan dalam percaturan bisnis perbankan nasional khususnya pada perbankan syariah. Pesatnya laju bisnis Bank Syariah Mandiri akan berbanding lurus dengan peningkatan jumlah nasabah, baik itu nasabah simpanan maupun nasabah pembiayaan. Adapun misi dari Bank Syariah Mandiri yaitu peningkatan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi guna melampaui harapan nasabah, serta dalam perkembangannya selalu berupaya kualitas pelayanan karyawan ataupun fasilitas yang akan diberikan oleh Bank Syariah Mandiri. Alasan pemilihan Bank Syariah Mandiri adalah karena bank tersebut berada pada urutan pertama di Bank Umum Syariah yang berdasarkan jumlah aset pada kuartal I tahun 2015. Dan pada tahun 2016 aset Bank Syariah Mandiri terus meningkat sebesar 12,03%. Selain itu, BSM telah meraih beragam penghargaan dari berbagai lembaga, baik dalam maupun luar negeri. *Best Islamic Retail Bank Indonesia* merupakan penghargaan yang telah diterima oleh BSM untuk ketujuh kalinya sejak tahun 2011. Penghargaan-penghargaan tersebut mencerminkan kepercayaan masyarakat kepada BSM.

Tabel 1. 1
Urutan Bank Umum Syariah Berdasarkan Jumlah Aset di Indonesia

No. Urut	Nama Bank	Kuartal I 2015
1	Bank Syariah Mandiri	67,2
2	PT. Bank Muamalat Indonesia	56,1

3	Bank BRI Syariah	20,6
4	Bank BNI Syariah	20,5
5	Bank Panin Syariah	6,4

Meskipun BSM dalam hal jumlah aset berada pada urutan pertama di Indonesia yaitu sebesar 67,2 triliun namun BSM juga telah menunjukkan keberhasilannya sebagai bank syariah dalam membawa umat untuk menerapkan sistem ekonomi secara syariah yang berperan dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia hingga saat ini oleh kepemimpinan yang kuat, strategi kualitas pelayanan prima dalam pengembangan usaha yang tepat serta ketaatan terhadap pelaksanaan Perbankan Syariah secara murni.

Pertumbuhan bisnis yang sustain diantaranya tercermin dengan peningkatan aset, pembiayaan berkualitas dan komposisi dana murah. Per posisi Juni 2017 aset Mandiri Syariah tercatat Rp81,90 triliun atau tumbuh 13,72% dibandingkan posisi Juni 2016. Sampai dengan triwulan II 2017 Mandiri Syariah berhasil menyalurkan pembiayaan sebesar Rp58,06 triliun atau tumbuh 10,16% dibanding Rp52,71 triliun pada triwulan II 2016. Adapun dana pihak ketiga (DPK), tumbuh 13,34% menjadi Rp72,30 triliun dibandingkan periode sebelumnya yang sebesar Rp63,79 triliun. Mayoritas DPK adalah dana murah dengan komposisi sebesar 51,11% yang terdiri dari Giro dan Tabungan (<https://infobanknews.com>).

Berdasarkan Laporan Tahunan, BSM, (2014), adanya penurunan pada *market share* aset yang semula sebesar 33,76% pada tahun 2011 menjadi 26,40% pada tahun 2013. Selain itu *market share* DPK BSM yang semula sebesar 40,63% pada tahun

2010 mengalami penurunan menjadi 30,76% pada tahun 2013. Fenomena selanjutnya adalah terjadinya penurunan laba komprehensif pada tahun 2013 sebesar 19,43% dimana pada tahun-tahun sebelumnya pertumbuhan laba komprehensif terus mengalami kenaikan hingga tahun 2012. Penurunan laba yang terjadi tersebut menunjukkan bahwa profitabilitas perusahaan juga mengalami penurunan. Dalam hal kepuasan nasabah, berdasarkan *Customer Satisfaction Index* pada tahun 2015 BSM menempati peringkat ke-3 yang mana relatif mengalami penurunan sejak 2011 yang menempati pada peringkat pertama. Dengan demikian telah terjadi penurunan kepuasan yang dirasakan oleh nasabah BSM. Nasabah yang puas dengan dengan meningkatkan kualitas layanan, memberikan kepercayaan, memperhatikan kualitas produk, memberikan nilai tambah kepada nasabah serta diberitahukannya keuntungan yang akan didapatkan ketika adanya perjanjian bagi hasil yang merupakan salah satu alasan utama nasabah dalam memilih bank syariah sehingga kepuasan nasabah akan kembali meningkat.

Tabel 1. 2
Indeks Kepuasan Nasabah Bank Syariah
Tahun 2011-2015

Peringkat	Bank	2015	2014	2013	2012	2011
1.	Muamalat	77,4	75,2	75,2	74,9	71,4
2.	BNI Syariah	76,6	78,5	75,3	75,8	72,0
3.	Mandiri Syariah	76,5	77,4	75,5	75,4	76,4
4.	CIMB Niaga Syariah	76,3	72,2	74,7	72,8	-
5.	Mega Syariah	76,2	77,3	75,1	73,1	68,7

Sumber: Infobank, Desember 2015

Untuk bersaing, bank Islam mungkin perlu mengembangkan strategi pemasaran yang efektif, meningkatkan kemampuan teknologi mereka dan

mengembangkan sumber daya manusia mereka. Di khususnya, ada kebutuhan bagi bank syariah untuk mengembangkan dan mempertahankan layanan yang lebih baik kualitas dan kepuasan pelanggan. Bisnis perbankan merupakan salah satu bisnis dibidang jasa yang didasari dengan azas kepercayaan sehingga masalah kualitas layanan menjadi faktor yang sangat menentukan dalam keberhasilan usaha.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang dilakukan oleh Kharisma Mahkota Perdana dan Agus Prayitno (2015). Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah peneliti menambahkan variabel kualitas produk dan kepercayaan. Alasan penambahan variabel kualitas produk adalah karena masyarakat menginginkan produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka, jika produk yang tidak memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen maka dengan sangat mudah ditinggalkan dan akhirnya pelanggan beralih ke perusahaan atau bank lain. Peneliti menambahkan variabel kepercayaan dengan alasan karena fungsi utama dari produk perbankan adalah jaminan keamanan dana nasabah dan bisnis perbankan merupakan usaha yang sangat mengandalkan kepercayaan. Perbedaan lain dalam penelitian ini adalah objek penelitian yang digunakan yakni Bank Syariah Mandiri Yogyakarta. Sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan Bank Victoria Syariah di Brebes. Yogyakarta sebagai kota yang maju dengan budaya, pariwisata serta pendidikannya tentu memerlukan jasa lalu lintas keuangan yang cukup tinggi. Perkembangan BSM di Yogyakarta cukup pesat dengan hadirnya banyak kantor cabang bahkan sampai kampus-kampus, serta memiliki aset untuk area Yogyakarta sebesar Rp. 2,25 Triliun dengan jumlah nasabah sekitar 166 ribu

(<https://ekbis.sindonews.com>). Yogyakarta dengan mobilitasnya yang tinggi merupakan tempat yang strategis dan potensial dalam memperluas jaringan nasabah pengguna produk layanan syariah.

Ditengah banyaknya jumlah penduduk yang ada di wilayah Yogyakarta dan adanya persaingan yang semakin ketat dan kompetitif khususnya pada jasa keuangan seperti bank syariah maupun bank konvensional maka BSM dituntut untuk melakukan strategi dan taktik pemasaran yang baik. Dalam melaksanakan kegiatan penyediaan jasa perbankan bagi para nasabahnya, BSM dihadapkan pada beberapa masalah yang menyangkut kegiatan operasionalnya. Permasalahan tersebut yang paling sering dihadapi ialah pada bagian *front liner* dikarenakan pelayanan pada bank lebih difokuskan pada bagian tersebut. Beberapa orang nasabah menceritakan bahwa di salah satu Kantor Cabang Pembantu BSM yang ada di Kota Yogyakarta terdapat seorang *front liner* teller yang tidak memberikan senyum kepada nasabah ketika bertransaksi, dan juga ketika nasabah sudah selesai bertransaksi teller tersebut memberikan hasil transaksi nasabah tanpa melihat kepada nasabah dan mengucapkan terima kasih sambil duduk. Terdapat ketidakpuasan dari segi kualitas layanan internet banking seperti kurangnya informasi web pada pengguna baru sehingga merasa kebingungan saat menggunakannya dan pada saat menggunakan internet banking di jaringan yang baik tetapi kegiatan transaksi tidak bisa dilakukan karena server internet banking yang bermasalah padahal bank menyediakan layanan internet banking untuk memenuhi setiap kebutuhan nasabah sebagai alternatif media untuk melakukan transaksi perbankan tanpa harus datang ke bank.

Masalah-masalah tersebut dapat menyebabkan munculnya ketidakpuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak bank. Pihak bank harus benar-benar mengetahui dan memahami mengenai perilaku para nasabah seperti apa yang dibutuhkan dan apa yang diinginkan. Pihak perbankan juga harus memberikan pelayanan yang berkualitas yang nantinya akan berpengaruh pada tingkat kepuasan nasabah. Menurut Rianto (2012) kualitas layanan bagi perbankan syariah adalah hal yang sangat penting dan harus diperhatikan sebaik-baiknya. Karena pelayanan yang baik dapat membantu perusahaan dalam menghadapi persaingan di era globalisasi saat ini. Banyak penelitian yang dilakukan oleh (Perdana dan Prayitno, 2014; Sigit dan Soliha, 2017; Pontoh *et al.*, 2014) mengatakan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Kualitas layanan suatu bisnis perbankan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima dengan tingkat layanan yang diharapkan. Bank juga memegang peranan penting bagi perekonomian dunia. Bank menjadi salah satu produk jasa yang digunakan banyak orang dengan tujuan utamanya adalah menghimpun dan menyalurkan dana. Untuk meningkatkan nilai dari produk dan jasa, perusahaan perlu mengetahui tingkat kepuasan pelanggan potensial atas jasa yang akan ditawarkan sehingga pengukuran tingkat kepuasan nasabah pada perbankan syariah dianggap perlu diteliti.

Kualitas layanan menjadi penting agar tujuan perbankan syariah dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan nasabah dengan tetap memenuhi prinsip syariah dapat terpenuhi. Kualitas layanan perbankan syariah tentu akan menghadapi

persaingan dengan kualitas layanan perbankan konvensional, sehingga menjadi tantangan tersendiri bagi perbankan syariah bahwa kualitas layanan yang dibangun juga harus mampu membangun kepercayaan nasabah terhadap perbankan syariah untuk menjalankan prinsip syariah. Menurut Tjiptono (2001) kepercayaan merupakan respon terhadap evaluasi ketidaksiesuaian yang dirasakan antara harapan dan kinerja aktual produk dalam pemakaiannya. Semakin tinggi tingkat kepercayaan dalam suatu hubungan, akan menjadi semakin bernilai hubungan tersebut. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Pontoh *et al.*, 2014; Pratiwi dan Seminari, 2015) mengatakan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Faktor selanjutnya yang memengaruhi kepuasan nasabah adalah nilai bagi nasabah (*Customer Value*). Memberikan nilai nasabah yang lebih tinggi diakui sebagai salah satu faktor yang paling penting untuk keberhasilan perusahaan dan memiliki potensi untuk meningkatkan aliran pendapatan dimasa depan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Perdana, 2014; Pratiwi dan Seminari, 2015) menyebutkan bahwa nilai nasabah memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan nasabah.

Untuk meningkatkan nilai terhadap nasabah supaya menciptakan kepuasan nasabah, perusahaan harus dapat memberikan yang terbaik bagi nasabahnya dengan cara menghasilkan produk yang memiliki keunggulan dan juga dapat merasakan jaminan dari produk yang dihasilkan. Dalam hal ini keunggulan produk yang ditawarkan perbankan menjadi bagian penting untuk mencapai kesuksesan dan kemakmuran pada perusahaan modern. Terdapat lima produk andalan yang

difokuskan oleh BSM, kelima produk itu adalah Gadai Emas, Cicil Emas, Pembiayaan Griya, Pembiayaan Pensiunan, dan Tabungan Mabruur. Menurut penelitian yang dilakukan (Sigit dan Soliha, 2017; Endarwita, 2013) diperoleh hasil bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berarti bahwa semakin baik kualitas produk yang diberikan maka nasabah akan semakin puas.

Faktor lain yang memengaruhi kepuasan nasabah adalah tingkat bagi hasil. Bagi hasil adalah kerja sama antara dua pihak yang satu sebagai penyedia dana dan yang lain sebagai pengelola, dimana hasil usahanya akan dibagi bersama sesuai dengan nisbah yang disepakati (Sri Indah Nikensari, 2012). Bagi hasil dalam sistem perbankan syariah merupakan ciri khas tersendiri yang ditawarkan kepada masyarakat, dan dalam pembagian hasil usaha harus ditentukan dahulu pada awal terjadinya kontrak atau akad. Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh (Perdana, 2014; Hastuti, 2013) diperoleh bahwa bagi hasil memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Prinsip bagi hasil dalam perbankan syariah akan mendorong investor untuk menanamkan uang mereka di dalam bank. Kongsu dalam bank ini akan menanggung untung dan rugi bersama, yang berbeda dengan sistem bank konvensional dimana kerugian hanya akan ditanggung oleh peminjam sedangkan pemberi pinjaman akan selalu mendapatkan keuntungan (Muhammad Syafi'i Antonio, 2001). Nasabah cenderung akan memilih pembagian bagi hasil yang lebih besar oleh bank-bank syariah yang sudah memiliki nasabah lebih banyak.

Kepuasan nasabah diteliti karena, pertama: untuk memberikan nilai kepuasan kepada nasabah melalui penyampaian produk, artinya jika nasabah merasa tidak puas terhadap produk yang dikonsumsi maka nasabah akan meninggalkan bank tersebut dan kemudian mencari bank lain yang mampu memuaskan kebutuhannya (Ruthmaira, 2015). Kedua: kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan dapat dijadikan masukan bagi pihak manajemen untuk meningkatkan dan memperbaiki kualitas pelayanan yang diberikan (Sudirman, 2011).

Responden dari penelitian ini dipilih secara acak berdasarkan kriteria spesifik yang telah ditetapkan peneliti, yaitu responden yang telah menjadi nasabah dari BSM selama 1 tahun. Oleh sebab itu, penulis termotivasi untuk melakukan penelitian ini untuk mengetahui fakta mengenai seberapa besar pengaruh dari kualitas layanan, kepercayaan, nilai nasabah, kualitas produk dan tingkat bagi hasil terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri. Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta juga perlu mengidentifikasi apakah pelayanan yang selama ini diberikan telah sesuai dengan yang diharapkan nasabah. Hal ini merupakan bukti perhatian dari bank terhadap kepuasan nasabahnya.

Berdasarkan uraian diatas, mengenai fenomena serta gap literatur dan hubungan-hubungan variabel sebagaimana dikemukakan sejumlah teori maupun beberapa penelitian, merupakan argumentasi bagi peneliti untuk melakukan penelitian yang berjudul: *“Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Kualitas Produk, Nilai Nasabah, dan Tingkat Bagi Hasil terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Yogyakarta”*

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian permasalahan yang diulas dalam latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta ?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta ?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta ?
4. Apakah nilai nasabah berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta ?
5. Apakah tingkat bagi hasil berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta ?

C. Tujuan Penelitian

Dalam menjawab dari permasalahan yang sudah dijelaskan tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta

4. Untuk mengetahui pengaruh nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta
5. Untuk mengetahui pengaruh tingkat bagi hasil terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kegunaan atau manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan di bidang perbankan syariah yang berkaitan dengan faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan nasabah bank syariah.
- b. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pembaca dan dapat memberikan informasi bagi penulis lain dalam penelitian sejenis di masa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Perbankan Syariah, penelitian ini dapat dijadikan masukan positif mengenai kepuasan nasabah demi menunjang kinerja yang lebih baik.
- b. Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan diskusi dan dapat memberikan pengertian terkait kepuasan nasabah.