

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Indonesia sebagai negara dengan populasi muslim terbesar di dunia, mempunyai potensi yang besar dalam pusat pengembangan lembaga keuangan berbasis syariah. Dalam beberapa tahun terakhir Indonesia telah menunjukkan perkembangan yang signifikan. Salah satu lembaga keuangan syari'ah yaitu Perbankan syariah. Bank Syariah Indonesia (BSI) yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, yang perjanjian diatur berdasarkan hukum Islam antara bank dengan pihak lain untuk penyimpanan pendanaan, penyimpanan kegiatan usaha atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah (Beti & Yusqi, 2021). Perbankan secara konvensional merupakan suatu kegiatan usaha yang dijalankan dengan sistem konvensional, sementara Bank Syariah Indonesia (BSI) menjalankan usahanya berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Fungsi bank syariah dalam membangkitkan perkembangan perekonomian daerah secara strategis bertujuan untuk memperoleh struktur perekonomian menjadi stabil (Jannah, 2014).

Perkembangan dunia perbankan di Indonesia, khususnya di Provinsi Aceh ingin mewujudkan perekonomian yang berkeadilan sesuai dengan prinsip syariah maka munculah Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai satu-satunya perbankan yang pertama kali menerapkan sistem syariah. Keputusan nasabah merupakan pilihan oleh konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk diawali oleh

adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan. Oleh karena itu, perbankan harus memberikan pelayanan yang maksimal kepada nasabahnya agar produk yang ditawarkan oleh bank dapat diterima oleh nasabah (Dwi, 2018). Maka bank harus memberikan nilai yang lebih kepada nasabah dengan memberikan produk yang berkualitas sesuai dengan harapan konsumen

Pembahasan produk perbankan Syariah sebagai bentuk pelayanan perbankan kita fokuskan pada produk penghimpunan dana (*funding*), produk penghimpunan dana dalam perbankan syariah berupa giro, tabungan dan deposito. Bank Syariah Indonesia (BSI) juga memiliki produk penghimpunan dana salah satunya adalah Tabungan Haji dan Umroh. Produk penghimpun dana (*funding*) yang akan dibahas kita fokuskan pada tabungan haji dan umrah. Seperti yang kita ketahui Indonesia sebagian besar masyarakatnya adalah umat muslim, sebagai umat muslim tentunya setiap individu memiliki keinginan untuk melaksanakan ibadah haji sebagai penyempurna ibadahnya. Antara lima pilar Islam, menunaikan ibadah haji merupakan ibadah yang menempati posisi paling sulit dalam tingkat keikhlasan, karena dalam pelaksanaannya tidak sekedar meminta pengorbanan fisik, melainkan juga materi (Dwi, 2018).

Salah satu faktor penting yang membuat konsumen tertarik dan menggunakan jasa pada Bank Syariah Indonesia (BSI) dan kepuasan nasabah yaitu pada layanan produk. Kualitas produk merupakan hal yang utama didalam pemilihan suatu produk oleh konsumen. Oleh karena itu produk ditawarkan kepada konsumen harus produk yang sudah teruji dengan baik terkait dengan kualitasnya. Hal ini karena konsumen mengutamakan produk tersebut. Banyak produk yang

dihasilkan dengan bermacam jenis, dan bentuk dimana keseluruhan tersebut ditujukan untuk menarik minat konsumen sehingga konsumen dapat tertarik untuk melakukan pembelian produk tertentu. Selain mempertahankan kualitas produk, kebanyakan konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang diterapkan, meskipun ada sebagian masyarakat berpendapat bahwa produk yang mahal adalah produk yang berkualitas (Asraf, 2019).

Amalina (2015) berpendapat bahwa peranan bank syariah dapat memurnikan operasional pada perbankan syariah sehingga meningkatkan suatu kepercayaan masyarakat serta dapat meningkatkan kesadaran syariah pada umat Islam yang bertujuan untuk memperluas segmen dan pasar perbankan syariah. Menurut UU No. 21 tahun 2008, bahwa bank syariah adalah segala sesuatu yang berkaitan terhadap bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta sistem dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya dengan berdasarkan pada prinsip syariah. Perbankan syariah memiliki fungsi utama yaitu menghimpun dana dari masyarakat dan kemudian menyalurkan dananya kembali ke masyarakat.

Provinsi Aceh telah menerapkan pemberlakuan bank Syariah sejak tahun 2018. Hal ini disebabkan sistem keuangan di Aceh diatur berdasarkan *Qanun* Lembaga Keuangan Syariah (LKS). Artinya, seluruh layanan bank dan produk keuangan yang boleh diakses di Aceh hanyalah yang berskema syariah. Untuk itu, aktivitas keuangan konvensional atau nonsyariah harus ditutup dan beroperasi lagi. Sebagaimana diketahui, pemberlakuan bank Syariah di Aceh

hampir bersamaan dengan resminya berdiri Bank Syariah Indonesia (BSI) setelah dilakukan merger tiga bank syariah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yaitu Bank Syariah Mandiri, BRI Syariah, dan BNI Syariah. Kebijakan merger mulai Februari 2021 tersebut selaras dengan Masterplan Ekonomi dan Keuangan Syariah Indonesia (MEKSI).

Namun, peleburan 3 bank yang berbeda ini menimbulkan beragam pendapat. Ada yang menyebutkan peleburan tersebut masih kurang tepat karena dapat membuat kondisi perbankan di Aceh menjadi tidak normal, namun ada juga yang berharap dengan adanya kebijakan ini akan membawa nuansa baru untuk Aceh. Mergernya Bank Syariah Mandiri, BRI Syariah, dan BNI Syariah berdampak pada perubahan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dalam menggunakan bank baru, yakni Bank Syariah Indonesia (BSI).

Kualitas pelayanan sebelum *merger* memiliki perbedaan antar satu bank dengan lainnya, dimana Bank Syariah Mandiri, BRI Syariah, dan BNI Syariah memiliki SOP masing-masing dalam melayani nasabahnya. Selain itu, antar bank tersebut juga memiliki visi dan misi bank yang berbeda. Sehingga pada saat terjadinya merger, semua bank tersebut harus mengikuti SOP dari Bank Syariah Mandiri. Hal ini dikarenakan kepemilikan saham oleh Bank Syariah Mandiri yang lebih besar dibandingkan oleh bank lainnya. Dengan adanya perubahan SOP pelayanan ini, maka kualitas pelayanan yang dirasakan oleh nasabah juga akan berubah. Nasabah memiliki persepsi yang berbeda-beda dalam merasakan pelayanan yang diberikan, apalagi bagi nasabah BRI Syariah dan BNI Syariah yang sangat merasakan perbedaannya. Perbedaan yang dirasakan tidak hanya itu saja.

Perbedaan lainnya adalah dari segi pengambilan keputusan pada nasabahnya. Dengan perubahan yang besar, keputusan nasabah juga akan berubah.

Salah satu tujuan utama bank adalah menciptakan kepuasan nasabah dalam dunia perbankan menjadi hal yang sangat penting, sehingga dapat menimbulkan loyalitas kepada setiap nasabah. Dalam hal ini kepuasan nasabah sebagai hasil penilaian terhadap apa yang diharapkannya dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk/jasa. Kepuasan nasabah sangat bergantung pada harapan pelanggan, oleh karena itu strategi kepuasan nasabah harus didahului dengan pengetahuan yang detail dan akurat terhadap harapan pelanggan.

Kepuasan nasabah merupakan hal yang krusial dalam eksistensi sebuah perbankan. Kepuasan pelanggan dapat dikatakan sebagai perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dipersepsikannya dengan harapannya (Kotler, 2014). Kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur perusahaan bagaimana hal ke depannya atau bahkan ada beberapa hal yang harus dirubah karena pelanggan merasa tidak puas atau dirugikan. Jika nasabah tidak puas tentunya nasabah tidak akan kembali lagi dan mungkin bisa juga mengeluhkan ketidakpuasannya kepada nasabah lain. Tentunya hal ini akan menjadi ancaman bagi pengusaha tersebut. Widodo dalam Putra (2016) menyatakan bahwa seseorang yang kembali membeli, dan akan memberitahu yang lain tentang pengalaman baiknya dengan produk tersebut dapat dikatakan pelanggan tersebut merasa puas.

Ketika suatu bank memiliki nasabah yang sangat loyal itu merupakan suatu asset berharga bagi bank tersebut. Sederhananya adalah ketika nasabah

merasa puas maka hal baik akan terjadi pada perusahaan dimasa yang akan datang. Ketika perusahaan mampu memahami kebutuhan, keinginan serta permintaan nasabah maka itu sebagai masukan penting bagi perusahaan untuk membentuk strategi pemasaran agar kualitasnya semakin lebih baik. Bagi dunia perbankan kualitas pelayanan merupakan hal yang penting dan yang harus diperhatikan karena hal tersebut mampu membuat perusahaan menghadapi persaingan saat ini (Darmawan & Ridlwan, 2018).

Nasabah cenderung memiliki kepuasan untuk memilih barang dan jasa yang memberikan mashlahah maksimum dimana dalam masalah tersebut terdapat unsur manfaat dan berkah berbeda dengan ekonomi konvensional yang mengkonsumsi dengan tujuan kepuasan (*utility*) semata. Hal ini sesuai dengan rasionalitas islami bahwa setiap pelaku ekonomi selalu ingin meningkatkan masalah yang di perolehnya. Keyakinan bahwa ada kehidupan dan pembalasan yang adil di akhirat serta informasi yang berasal dari Allah adalah sempurna akan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kegiatan konsumsi (Neng, 2018).

Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah menabung memiliki hubungan yang erat karena usaha-usaha yang dilakukan pemasar dalam memberikan pelayanan terbaik untuk nasabah sehingga nasabah merasa nyaman dan aman menyimpan dananya di bank. Pelayanan yang baik akan menciptakan simpati, baik dari masyarakat maupun dari bank-bank saingan. Jika masyarakat simpati, akan menimbulkan kepercayaan sehingga pemasaran produk jasa bank itu akan lebih lancar. Pelayanan juga merupakan daya penarik bagi (calon) nasabah untuk menjadi nasabah pada suatu bank. Oleh karena itu, bank harus memiliki strategi untuk

menjaga kualitas bank. Sehingga, bank dituntut untuk dapat memberikan sesuatu yang berharga dan dapat memberikan kesan tersendiri kepada nasabahnya. Pelayanan itu juga harus dilakukan secara terus menerus tanpa henti, karena bank bekerja berdasarkan kepercayaan sehingga value itu menjadi penting (Annisa, 2021).

Penurunan pelayanan jumlah kantor layanan Bank Syariah Indonesia (BSI) ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian dengan tujuan penggabungan Bank Syariah Indonesia (BSI) untuk memberikan layanan yang lebih lengkap dan jangkauan yang lebih luas. Hal ini dapat menimbulkan dampak terhadap keputusan nasabah. Para nasabah dari BRI Syariah, Bank BNI Syariah dan Bank Syariah Mandiri yang sebelumnya berpindah ke Bank Syariah Indonesia (BSI) akan menilai adanya penggabungan atau merger Bank Syariah Indonesia (BSI) ini meningkatkan kualitas atau sebaliknya.

Kepuasan nasabah perlu diperhatikan bagi perusahaan di bidang perbankan. Kepuasan nasabah menjadi aspek penting bagi perbankan untuk mempertahankan citra perusahaan bagi masyarakat luas. Pelanggan atau nasabah akan berusaha mendapatkan produk yang berasal dari perusahaan yang mampu memberikan pelayanan terbaik kepadanya. Citra kualitas perusahaan yang baik dilihat dari persepsi pelanggan/nasabah, sehingga orientasi kepuasan pelanggan selalu menjadi yang utama dalam visi misi perusahaan (Rahmadiani dkk, 2017).

Berdasarkan wawancara dengan salah satu karyawan Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Lhokseumawe Bapak Miky Heritoz, pegawai Bank Syariah Indonesia (BSI) sudah memberikan pelayanan yang maksimal dan meningkatkan

kualitas pelayanan kepada nasabah serta fasilitas yang diberikan sudah sesuai dengan ketentuan, sehingga diharapkan Kepuasan nasabah akan terpenuhi untuk tetap kebersamaan dengan Bank Syariah Indonesia (BSI). Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, pelayanan dan lokasi yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) Lhokseumawe belum dapat memenuhi kepuasan nasabah sepenuhnya. Hal ini dibuktikan wawancara dengan salah satu nasabah Bank syariah indonesia (BSI) Lhokseumawe bernama Zunu Yanis yang mengeluh mengenai antrian yang terlalu lama pada saat di Customer Service saat pertama kali ingin menggunakan layanan di Bank Syariah Indonesia (BSI) Lhokseumawe, seringnya gangguan *mobile banking* sehingga menghambat transaksi dan ATM yang sering *error* dan bermasalah.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis bertujuan untuk melakukan penelitian tentang kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Lhokseumawe dengan judul “Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Lhokseumawe”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Mengacu pada latar belakang, maka rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Apakah *Reliability* (keandalan) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Lhokseumawe?
- 2) Apakah *Responsiveness* (ketanggapan) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Lhokseumawe?



- 3) Apakah *Assurance* (jaminan/kepastian) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Lhokseumawe?
- 4) Apakah *Empathy* (empati) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Lhokseumawe?
- 5) Apakah *Tangible* (berwujud/bukti langsung) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Lhokseumawe?

### **1.3 Tujuan Masalah**

- 1) Untuk menganalisis pengaruh *Reliability* (keandalan) terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Lhokseumawe.
- 2) Untuk menganalisis pengaruh *Responsiveness* (ketanggapan) terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Lhokseumawe.
- 3) Untuk menganalisis pengaruh *Assurance* (jaminan/kepastian) terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Lhokseumawe.
- 4) Untuk menganalisis pengaruh *Empathy* (empati) terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Lhokseumawe.
- 5) Untuk menganalisis pengaruh *Tangible* (berwujud/bukti langsung) terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Lhokseumawe.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini mempunyai manfaat, baik segi teoritis maupun praktis. Manfaat teoritis merupakan manfaat jangka panjang dalam kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Lhokseuawe, sedangkan manfaat praktis memberikan dampak secara langsung terhadap komponen-komponen produk dan pelayanan. Manfaat teoritis dan manfaat praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

##### **a) Manfaat Teoritis**

Penelitian diharapkan dapat meningkatkan pemahaman tentang pengaruh Pelayanan Terhadap kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Lhokseumawe. Di samping itu, penelitian ini diharapkan juga dapat memberikan kontribusi untuk dijadikan acuan penelitian selanjutnya mengenai Pelayanan Terhadap kepuasan Nasabah, dan dapat menambah wawasan di bidang pemasaran.

##### **b) Manfaat Praktis**

1. Penulis berharap hasil penelitian ini dapat menjadi masukan dalam menentukan strategi yang tepat dan kebijakan perusahaan dalam menghadapi persaingan dalam dunia perbankan dan diharapkan dapat memberikan masukan atau pertimbangan bagi perbankan dan pihak terkait lainnya khususnya dalam menetapkan pelayanan yang tepat di bidang pemasaran produk dengan target pasar nasabah bank syariah.
2. Hasil penelitian ini dapat menjadi pertimbangan publik dalam menentukan produk yang akan digunakan.