

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Pemerintah selalu memiliki rencana pembangunan setiap tahun untuk meningkatkan taraf hidup masyarakatnya. Salah satunya pembangunan pada ekonomi di Indonesia. Ekonomi negara selalu berkaitan dengan sektor perbankan. Begitu pentingnya dunia perbankan, sehingga ada anggapan bahwa bank merupakan “nyawa” untuk menggerakkan roda perekonomian suatu negara (Kasmir, 2014:3). Dalam dunia perbankan saat ini perkembangan bergerak begitu pesat, disertai dengan adanya tantangan yang semakin luas dan kompleks. Hal tersebut menuntut perbankan harus cepat dan tanggap dalam menjalankan fungsi tanggung jawab melayani masyarakat (Andespa, 2016). Perbankan merupakan penyedia jasa keuangan, jasa yang dimiliki oleh bank adalah penghimpun dana nasabah dan menyalurkan dana tersebut. Ada dua jenis bank di Indonesia, yaitu bank konvensional dan bank syariah.

Seperti yang kita ketahui, bank konvensional dan bank syariah memiliki perbedaan. Bank konvensional dalam menjalankan kegiatannya menggunakan dua metode yaitu menetapkan bunga sebagai harga jual dan harga beli atas produknya atau biasa dikenal dengan istilah *spread based*, dan menggunakan atau menerapkan biaya-biaya dalam jasa-jasa lainnya yang dikenal dengan istilah *fee based* (Kasmir, 2014:33). Secara operasional bank konvensional menggunakan bunga sebagai keuntungan dan dana nasabah disalurkan dalam bentuk kredit, kredit dapat disalurkan pada semua bidang. Sedangkan bank syariah adalah bank

yang dalam aktivitasnya baik penghimpunan dana maupun dalam rangka penyaluran dananya memberikan dan mengenakan imbalan atas dasar prinsip syariah yaitu jual beli dan bagi hasil (Budisantoso dan Nuritmo, 2014:207). Disimpulkan bahwa bank konvensional menetapkan bunga sebagai keuntungannya, sedangkan bank syariah menggunakan bagi hasil karena pelaksanaannya sesuai dengan prinsip syariah. selain mencari keuntungan, bank juga berorientasi pada kepuasan nasabah karena bank bergerak dibidang jasa. Untuk mencapai kepuasan tersebut, bank sebagai penyedia jasa keuangan menyediakan *service quality* layanan untuk memenuhi kebutuhan nasabah.

*Service quality* menurut (Kotler, 2008) adalah sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Kinerja ini dapat berupa tindakan yang tidak berwujud serta tidak berakibat pada kepemilikan barang apapun dan terhadap siapapun. Kesimpulannya, penyedia jasa berkewajiban memenuhi kebutuhan konsumen untuk mencapai kepuasan. Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1998) ada beberapa dimensi *service quality* yang diberikan kepada nasabah. dimensi-dimensi tersebut ialah dimensi *assurance, reliability, tangible, empathy, dan responsiveness*. Kelima dimensi tersebut digunakan untuk *service quality* pada umum. Pada bank syariah, dimensi *service quality* menurut Othman dan Owen (2001) penting untuk bank syariah mendapatkan perbedaan budaya dengan *service quality*, dan menyarankan satu indikator baru untuk mengukur *service quality* yaitu kepatuhan syariah.

Syariat islam merupakan landasan berjalannya perbankan syariah. Kepatuhan syariah merupakan pemenuhan yang dilakukan sesuai dengan prinsip syariah.

Menurut Arifin (2009:2) kepatuhan syariah adalah penerapan prinsip-prinsip islam, syariah dan tradisinya dalam transaksi keuangan dan perbankan serta bisnis yang terkait. Kepatuhan syariah ini merupakan pembeda utama dan salah satu daya tarik nasabah kepada bank syariah. Dengan ini kepatuhan syariah sangatlah penting bagi keberlangsungan bank syariah. Bank syariah masih disamakan dengan bank konvensional, ini disebabkan karena sebagian besar bank syariah di Indonesia mempunyai bank induk yaitu bank konvensional. Maka dari itu kepatuhan syariah merupakan sarana bank syariah membuktikan kepada nasabah bahwa bank syariah dan konvensional berbeda. Naser (1999) menyebutkan bahwa faktor utama nasabah mempertahankan hubungannya atau tetap loyal pada bank syariah adalah kepatuhan syariah pada perbankan syariah.

Loyalitas nasabah timbul karena adanya kepuasan nasabah atas apa yang telah diberikan bank. Menurut (Lovelock & Wirtz, 2011) kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Pengguna jasa perbankan disebut nasabah. Seperti yang dijelaskan pada Pasal 1 angka (16) UU Perbankan diintroduksikan rumusan nasabah yaitu nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank. Maka, ketika nasabah merasa puas dengan *service quality* yang diberikan oleh bank maka akan timbul juga loyalitas dari nasabah. Kepuasan nasabah adalah tujuan utama bank untuk mendapatkan loyalitas nasabah. Kepuasan merupakan Menurut Porral & Lang (2015) yang membuktikan bahwa pelanggan yang loyal terhadap sebuah produk, akan berniat untuk membeli ulang produk tersebut di kemudian hari. Dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah sangat berpengaruh pada loyalitas nasabah.

Kepuasan nasabah adalah rasa terpenuhi oleh pengguna jasa perbankan atas pelayanan yang diberikan oleh bank, sehingga timbul keinginan untuk membeli ulang jasa yang telah diberikan. Tujuan utama pelayanan adalah untuk mendapatkan kepercayaan nasabah sehingga terjalin hubungan baik antara bank dengan nasabah. Seperti yang dilakukan oleh Bank Muamalat Surabaya yang telah memberikan *service quality* yang maksimal untuk nasabahnya.

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk (“Bank Muamalat Indonesia”) memulai perjalanan bisnisnya sebagai bank syariah pertama di Indonesia pada 1 November 1991. Hingga saat ini, Bank Muamalat telah memiliki 325 kantor layanan termasuk 1 (satu) kantor cabang di Malaysia. Awaldi (2019) Direktur Operasi Bank Muamalat mengatakan, perseroan terus berupaya meningkatkan kualitas layanan dan membangun budaya melayani yang meliputi berbagai aspek, mulai kompetensi, penampilan karyawan hingga lingkungan kerja. Hal ini yang mendorong nasabah Bank Muamalat tetap loyal.

Dari data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Jumlah nasabah yang menabung di bank syariah terus tumbuh hingga menembus angka 23,18 juta nasabah pada akhir Agustus 2018. Jumlah nasabah tersebut tumbuh 13% dibandingkan setahun lalu sebanyak 20,48 juta nasabah. Hal ini tidak terlepas dari besarnya minat penduduk muslim Indonesia yang hijrah untuk memenuhi syariat Islam (CNBC Indonesia, 2018).

Berdasarkan hasil survei *Satisfaction, Loyalty, and Engagement* (SLE) 2019 yang dilakukan oleh *Marketing Research Indonesia* (MRI) bekerja sama dengan Infobank. Berfokus pada empat aspek yakni satisfaction, loyalty, engage-

ment dan experience secara keseluruhan. Pada aspek satisfaction yang merupakan tingkat kepuasan nasabah, unsur-unsurnya antara lain customer service, teller, security, fisik bank dan ATM. Selanjutnya pada aspek loyalitas unsur-unsur layanannya antara lain retain, repurchase, dan recommendation. (Bank Muamalat, 2016).

Ada beberapa perbedaan dalam melakukan penilaian dalam *service quality*, penelitian yang dilakukan oleh Suryani, (2019) yang berjudul Implementasi *Service Quality* pada *Frontliner* PT Bank Muamalat Kantor Cabang Malang, hasil yang didapat penelitiannya *frontliner* Bank Muamalat Kantor Cabang Malang telah menjalankan *service quality* yang sesuai dengan enam dimensi *service quality* yang duserankan Othman & Owen(2001).

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Mudiyani (2017) yang berjudul Strategi Untuk Meningkatkan Kualitas *Frontliner* pada PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah Kantor Cabang Purwokerto, kesimpulan dari hasil penelitiannya adalah BRI Syariah Kantor Cabang Purwokerto menggunakan lima dimensi *service quality* untuk meningkatkan kualitas pelayanan.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Febriana, (2016) Analisis Kualitas Pelayanan Bank terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Tulungagung. penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif asosiatif. Hasil dari analisa menggunakan metode *service quality* untuk mengukur kepuasan nasabah atas layanan yang sudah diberikan. Hasilnya metode lima dimensi *service quality* berpengaruh pada kepuasan nasabah, terdapat kesenjangan dalam melaksanakan lima dimensi *service quality*, nilai harapan nasabah dengan pela-

yanan yang diberikan kurang sesuai, hal ini disebabkan kurangnya pemahaman nasabah terhadap perbankan syariah.

Zakiy & Azzahroh (2017) melakukan penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. Hasil dari penelitian diatas menyebutkan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah, kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah, dan kepuasan nasabah memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalahnya adalah:

1. Apakah *service quality* yang diberikan Bank Muamalat Surabaya berpengaruh pada kepuasan nasabah?
2. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat Surabaya?
3. Apakah kepuasan nasabah memediasi *service quality* dengan loyalitas nasabah?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penelitiannya adalah:

1. Mengetahui pengaruh *service quality* Bank Muamalat Surabaya terhadap kepuasan nasabah.
2. Mengetahui kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat Surabaya.

3. Mengetahui kepuasan nasabah memediasi *service quality* dengan loyalitas nasabah Bank Muamalat.

#### **1.4 Manfaat penelitian**

Pembaca dapat mengetahui perbedaan bank syariah dan bank konvensional melalui kualitas pelayanan yang diberikan. Menambah wawasan pembaca mengenai enam dimensi *service quality* yang diterapkan oleh Bank Muamalat Surabaya dan mengetahui pengaruh *service quality* terhadap loyalitas nasabah dengan mediasi kepuasan nasabah. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk penelitian yang akan datang.

#### **1.5 Kontribusi Riset**

Sarana bagi bank untuk mengetahui pengaruh *service quality* yang diberikan terhadap kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Sarana bank sebagai evaluasi *service quality*, sehingga bank dapat meningkatkan dan memperbaiki *service quality*.