

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang dan Masalah

Perusahaan didirikan pada umumnya bertujuan untuk memperoleh laba. Disamping itu juga bertujuan untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan dengan baik agar perusahaan dapat berkembang sesuai dengan kegiatan yang dijalankan pada waktu yang akan datang. Dengan adanya harapan tersebut maka perusahaan diharuskan dan dituntut untuk dapat mengambil tindakan dan kebijakan yang tepat dalam segala aktivitasnya.

Perusahaan umumnya memperoleh pendapatan diperoleh dari transaksi barang atau jasa yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan tersebut. Saat ini perusahaan jasa berkembang dengan pesatnya. Hal ini tidak lepas dari masyarakat yang semakin membutuhkan jasa atau pelayanan yang beragam. Konsumen akan bersedia menggunakan jasa atau pelayanan dari suatu perusahaan jasa bila mereka yakin bahwa mereka akan mendapatkan manfaat dan puas dengan jasa yang disampaikan tersebut.

Salah satu bentuk perusahaan jasa adalah perusahaan perbankan yang berbasis syariah. Lembaga jasa keuangan bank adalah menghimpun dan menyalurkan dana dari masyarakat untuk masyarakat yang terdiri dari BUS (Bank Umum Syariah), UUS (Unit Usaha Syariah) dan BPRS (Bank Syariah dan Bank Pengkreditan Rakyat Syariah) Lembaga keuangan bank juga memberikan layanan yang paling lengkap di bandingkan dengan lembaga jasa keuangan lainnya dan lembaga keuangan non bank lebih focus pada salah satu bidang saja,

penyaluran dana atau penghimpun dana meskipun ada beberapa lembaga yang melakukan kedua-duanya (Dharmawati & Suryaningsih, 2018).

Munculnya konsep bank syariah di Indonesia dimungkinkan melalui Undang-Undang Perbankan Nasional No. 7 tahun 1992 yang menyatakan dimungkinkan bank dengan sistem bagi hasil yang pada akhirnya mengilhami lahirnya Bank Muamalat Indonesia. Sejalan dengan munculnya krisis moneter yang akhirnya menjadi krisis ekonomi di Indonesia yang antara lain ditandai dengan banyaknya bank yang dilikuidasi. Pada sisi lain Bank Muamalat Indonesia tetap tegap menjalankan operasinya. Terjadinya perubahan Undang-Undang No.7 tahun 1992 menjadi Undang-Undang (UU) No. 10 tahun 1998 semakin memberikan stimulus munculnya perbankan syariah di Indonesia. Karena dalam UU baru tersebut dinyatakan dimungkinkan bank beroperasi dalam dua sistem yaitu bank konvensional dan bank syariah (dual banking system). Terhitung sejak 17 Juni 2008, industri perbankan syariah Indonesia secara resmi memasuki era baru. RUU Perbankan Syariah yang telah masuk ke DPR sejak pertengahan 2005 sebagai RUU inisiatif DPR, telah disahkan sehingga Indonesia kini resmi memiliki regulasi perbankan syariah yaitu UU Nomor 21 Tahun Perbankan Syariah (Suryani, 2014).

Produk perbankan syariah tidak akan memiliki arti tanpa didukung oleh pelayanan yang prima. Oleh karena itu setiap perusahaan perbankan menekankan pentingnya upaya peningkatan kualitas pelayanan kepada nasabah. Pada dasarnya pengertian kualitas pelayanan merupakan penilaian antara harapan dan kinerja yang dirasakan (Yamit, 2013). Jadi, kualitas pelayanan berarti bahwa

kinerja suatu produk sekurang-kurangnya sama dengan apa yang diharapkan. Kualitas juga berhubungan dengan para karyawan yang secara langsung tampak dan berhubungan dengan pemakai jasa, sehingga perbaikan kualitas pelayanan juga menuntut adanya perbaikan dari karyawan. Apabila kualitas pelayanan perusahaan baik, maka omzet atau penjualan akan meningkat.

Terkait dengan kualitas pelayanan di bank syariah, banyak kritik dari masyarakat, terutama mengenai penerapan sistem bagi hasil yang diterapkannya. Beberapa diantara mereka masih meragukan kesesuaian bank syariah dengan syariat Islam. Selain itu, beberapa keluhan pelayanan di bagian front office yang terkesan kurang profesional juga banyak dilontarkan masyarakat. Hal semacam ini tentu saja harus segera diselesaikan untuk menjaga loyalitas nasabah yang mengutamakan prinsip syariah sebagai motivator untuk menggunakan bank syariah. Upaya yang memungkinkan untuk dilakukan adalah dengan memperbaiki dan meningkatkan pelayanan bank syariah yang di dalamnya juga melibatkan kesesuaian produk dengan prinsip syariah yang menjadi pembeda bank syariah dengan bank konvensional (Astuti, Wilasari, & Utama, 2009)

Pengukuran kualitas pelayanan oleh Parasuraman, Zaithmal, & Berry (1988) pada riset eksplanatorinya, dijelaskan pelayanan dan faktor-faktor yang menentukannya. Dalam penelitian ini didefinisikan bahwa kualitas pelayanan sebagai derajat ketidakcocokan antara harapan normatif nasabah pada jasa dan persepsi nasabah pada kinerja pelayanan yang diterima. Dari penelitian ini digunakan instrument SERVQUAL, yaitu suatu skala yang terdiri dari 22 item untuk mengukur kualitas pelayanan yang tercakup dalam lima dimensi, yaitu:

reliability, responsiveness, assurance, empathy dan *tangibles*. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa dimensi *reliability* yang paling penting dalam menentukan kepuasan pelanggan. Kemudian diikuti dimensi *responsiveness, assurance, empathy*, dan *tangibles*.

Kelima dimensi tersebut apabila diterapkan di bank syariah cenderung akan menilai hal-hal normatif. Penambahan dimensi di dalam SERVQUAL agar lebih sesuai dengan industri, dimana akan diukur kualitas layanannya, dalam hal ini sangat diperlukan (Othman & Owen, 2001) karena bank syariah memiliki karakteristik lain dibandingkan bank konvensional yaitu menerapkan prinsip syariah di dalam perbankan. Satu dimensi yaitu *compliance*, yang berarti mengukur kemampuan perusahaan agar sesuai dengan hukum Islam dan prinsip-prinsip perbankan dan ekonomi Islam, telah diusulkan oleh (Othman & Owen, 2001).

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian Abdul Rehman (2012). Penelitian ini hubungan antara kepuasan pelanggan dan enam dimensi kualitas layanan (model CARTER) di bank-bank Islam Pakistan, Inggris dan UEA.

Penelitian ini menggunakan sampel dari 225 pelanggan bank syariah; 75 tanggapan telah diambil dari masing-masing negara. Teknik kuesioner terstruktur telah digunakan untuk mengumpulkan data. Hasil penelitian menunjukkan pelanggan perbankan Islam Pakistan dan Inggris menganggap jaminan, keandalan, dan empati sebagai faktor penting untuk kepuasan pelanggan,

sedangkan pelanggan UEA menganggap jaminan dan nyata sebagai dimensi kepuasan yang signifikan.

Salah satu perusahaan perbankan syariah adalah BCA Syariah. BCA Syariah mencanangkan untuk menjadi pelopor dalam industri perbankan syariah Indonesia sebagai bank yang unggul di bidang penyelesaian pembayaran, penghimpun dana dan pembiayaan bagi nasabah perseorangan, mikro, kecil dan menengah. Masyarakat yang menginginkan produk dan jasa perbankan yang berkualitas serta ditunjang oleh kemudahan akses dan kecepatan transaksi merupakan target dari BCA Syariah.

Komitmen penuh BCA sebagai perusahaan induk dan pemegang saham mayoritas terwujud dari berbagai layanan yang bisa dimanfaatkan oleh nasabah BCA Syariah pada jaringan cabang BCA yaitu setoran (pengiriman uang) hingga tarik tunai dan debit di seluruh ATM dan mesin EDC (Electronic Data Capture) milik BCA, semua tanpa dikenakan biaya. Selanjutnya, untuk mendapatkan informasi maupun menyampaikan pengaduan dan keluhan, masyarakat dan nasabah khususnya dapat menghubungi HALO BCA di 1500888.

BCA Syariah hingga saat ini memiliki **49 jaringan cabang** yang terdiri dari 9 Kantor Cabang (KC), 3 Kantor Cabang Pembantu (KCP), 3 Kantor Cabang Pembantu Mikro Bina Usaha Rakyat (BUR), 8 Kantor Fungsional (KF) dan 26 Unit Layanan Syariah (ULS) yang tersebar di wilayah DKI Jakarta, Tangerang, Bogor, Depok, Bekasi, Surabaya, Semarang, Bandung, Solo dan Yogyakarta (data per Agustus 2016).

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis mengajukan judul skripsi
“**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN BANK CENTRAL ASIA SYARIAH DI YOGYAKARTA
DENGAN PENDEKATAN MODEL CARTER**”.

1.2 Rumusan Masalah

Dengan mendasar pada penjelasan tentang latar belakang masalah di atas, maka dapat dikemukakan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah *compliance* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
2. Apakah *assurance* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
3. Apakah *reliability* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
4. Apakah *tangibles* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
5. Apakah *emphaty* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
6. Apakah *responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan yang ada, maka hasil yang ingin diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh *compliance* terhadap kepuasan konsumen
2. Untuk membuktikan secara pengaruh *assurance* terhadap kepuasan konsumen.
3. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh *reliability* terhadap kepuasan konsumen..

4. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh *tangibles* terhadap kepuasan konsumen.
5. Untuk membuktikan secara pengaruh *emphaty* terhadap kepuasan konsumen..
6. Untuk membuktikan secara pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan konsumen..

1.4 Manfaat Penelitian

a. Kontribusi Ilmu

Penelitian ini meningkatkan pemahaman kita tentang dampak dari pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen perbankan syariah dengan pendekatan model CARTER.

b. Kontribusi Praktis

Penelitian ini bisa mengungkap hal penting bahwa jika kualitas layanan model CARTER merupakan faktor kunci dari pembentukan kepuasan konsumen perbankan syariah.