

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perusahaan yang mampu bersaing dalam pasar adalah perusahaan yang dapat menyediakan produk atau jasa berkualitas. Sehingga perusahaan dituntut untuk terus melakukan beberapa perbaikan terutama pada pelayanan yang diberikan. Hal ini dimaksudkan agar seluruh jasa yang ditawarkan akan mendapat tempat yang baik di mata masyarakat selaku konsumen dan calon konsumen. Karena konsumen dalam memilih barang dan jasa di dasari motivasi akan mendapatkan kepuasan yang nantinya mempengaruhi jenis, cita rasa barang dan jasa berkualitas yang dibelinya.

Dengan adanya pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan oleh produk lain. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Hal ini juga terjadi dalam bisnis perbankan.

Bisnis perbankan merupakan bisnis yang dapat menunjang perbaikan perekonomian suatu negara. Di Indonesia misalnya, salah satu pemicu krisis yang terjadi adalah krisis perbankan. Sektor perbankan yang berfungsi sebagai intermediasi aliran dana, ternyata menduduki posisi yang kritis dalam krisis ekonomi yang berlangsung. Kalau sektor perbankan tidak tahan

menghadapi gejolak ekonomi, maka bukan hanya sektor perbankan yang mengalami kehancuran, tetapi sektor-sektor ekonomi lain khususnya yang bergantung pada dana perbankan seperti industri manufaktur, perdagangan dan konstruksi akan mengalami hal yang sama.

Bank-bank yang kini beroperasi di dunia khususnya di Indonesia adalah bank-bank yang menerapkan sistem bunga dalam setiap transaksinya. Bank umum ini sudah sangat dikenal oleh masyarakat seperti : BCA, BNI, Bank Mandiri (yang merupakan gabungan dari -Bank Exim, BBD dan BAPINDO) serta bank konvensional yang lain. Masyarakat muslim yang ada di Indonesia pada umumnya sudah terbiasa menggunakan jasanya. Suku bunga yang diberikan tersebut oleh para ulama diragukan kehalalannya, dengan alasan bahwa tambahan harta tersebut merupakan riba. Pengertian riba yang tercantum dalam Al Qur'an surat Ar-Rum ayat 39 : "Riba adalah nilai atau harga yang ditambahkan kepada harta atau uang yang dipinjamkan kepada orang lain". Di dalam surat Al baqoroh ayat 275 dinyatakan bahwa : "Orang-orang yang makan riba tidak dapat berdiri melainkan berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...".Di Indonesia umat Islam yang mayoritas yaitu 75 persen atau kira-kira 200 juta orang masih banyak menggunakan jasa perbankan umum, ini berarti umat islam masih terlibat dalam kegiatan riba. Hal ini terjadi karena bank yang berdasarkan syari'at islam masih terbatas.

Seperti dikemukakan oleh H. Karnaen A. Perwata Atmadja dalam Seminar Nasional Prospek Bank Tanpa Bunga dalam Bisnis Perbankan Indonesia pada tahun 1991 yang telah dibukukan dengan judul Bank Tanpa Bunga, bahwa diturunkanNya agama Islam adalah untuk menjadi rahmat bagi seluruh alam. Oleh karena itu, agama islam membawa pembaharuan dan modernisasi dari segala sistem yang menyangkut peri kehidupan manusia. Dari segala sistem lembaga keuangan yang telah ada sebelum Islam, hanya tata-cara pinjam-meminjam dengan sistem riba saja yang dilarang karena tidak sesuai dengan akidah, akhlak, dan syariah Islam.

Pemerintah tampaknya tidak tinggal diam dalam menghadapi keinginan rakyatnya. Oleh karena itu, pada bulan November 1998, lahirlah Undang-Undang No. 10 tahun 1998, tentang Perbankan. Undang-undang ini telah memberi peluang yang sangat baik bagi tumbuhnya bank-bank syariah di Indonesia. Undang-undang tersebut memungkinkan bank beroperasi sepenuhnya secara syariah atau dengan membuka cabang khusus syariah (sejarah pendirian Bank Mandiri Syariah, www.banksyariahmandiri.com).

Bank syariah berbeda dengan bank yang sudah ada sebelumnya, Bank syariah sebagai alternatif sebenarnya sangat inklusif dan terbuka untuk semua agama dan golongan, Menurut ensiklopedi islam bank islam atau bank syariah adalah lembaga keuangan yang memiliki usaha pokok memberikan kredit dan jasa-jasa dalam hal lalu lintas pembayaran dan peredaran uang, yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariat islam. Bank syariah didirikan dengan tujuan untuk mempromosikan dan mengembangkan penerapan prinsip-prinsip islam, Syariah dan

tradisinya ke dalam transaksi keuangan dan perbankan serta bisnis yang terkait. Prinsip utama yang diikuti oleh bank islami itu adalah : (1) Larangan riba dalam berbagai bentuk transaksi, (2) Melakukan kegiatan usaha dan perdagangan berdasarkan perolehan keuntungan yang sah, dan (3) Memberikan zakat. (Zainul, 2002:3).

Bank Syariah tumbuh karena pola bagi hasil yang diterapkannya. Pada sistem yang berdasarkan atas prinsip bagi hasil (*profit and loss sharing*) dan berbagi resiko (*risk sharing*). Jadi dalam operasinya bank melakukan kemitraan dengan pengusaha dan meminjamkan dana, tanpa memungut bunga, tetapi memperoleh bagi hasil dan berbagi resiko dengan perusahaan jika tidak memperoleh keuntungan. Sistem bagi hasil lebih menjamin penggunaan sumber daya dalam perusahaan secara murni untuk kepentingan masyarakat, karena bank tidak akan terdorong untuk meminjamkan dana hanya kepada usaha besar saja yang memiliki agunan cukup, tetapi juga akan mampu membiayai usaha kecil yang memiliki prospek yang bagus dengan didampingi atau dibimbing oleh pihak bank. Sampai tahun 1999-2002 perkembangan lembaga-lembaga keuangan Syariah tersebut tergolong pesat, hal itu ditunjukkan bahwa dalam periode antara tahun 1999 sampai Desember 2002, perkembangan pangsa perbankan Syariah nasional dari total aktiva dari 0,11 persen menjadi 36 persen, Dana pihak ketiga (DPK) naik dari 0,007 persen menjadi 0,35 persen, dan pembiayaan dari 0,17 persen naik menjadi 0,80 persen. Dari sisi jaringan , sampai dengan akhir tahun 2002 terdapat dua Bank Umum Syariah (BUS), enam Unit Usaha Syariah, 127 kantor bank, dan 83 BPR

Syariah. Total aktiva yang dihimpun oleh seluruh bank syariah nasional (tidak termasuk BPRS) sebesar Rp 4.045 miliar atau 0,36 persen dari total aktiva seluruh perbankan nasional. Terjadi peningkatan 48,8 persen dari tahun sebelumnya. (Pengantar Deputi Senior Gubernur BI Anwar Nasution dalam buku “Mengapa saya memilih bank Syariah”).

Secara umum fungsi dasar dari bank Syariah adalah sebagai lembaga intermediasi antara pihak-pihak yang mempunyai kelebihan dana dengan pihak-pihak yang membutuhkan dana baik untuk keperluan produktif maupun konsumtif.

Namun demikian dalam pengembangan bank Syariah tidak dapat hanya berlandaskan pada aspek legalitas melalui keberadaan UU dan keunggulan nilai-nilai moral semata yang dioperasikan dalam perbankan Syariah, namun juga harus berdasarkan pada *market driven*. Bank Syariah dapat berkembang dengan baik bila mengacu pada *Demand* masyarakat akan produk dan jasa bank Syariah. Sistem bank dengan sistem Syariah sedang meraih momentum diseluruh dunia. Sekarang ada 180 bank dengan sistem bank Syariah dan institusi finansial beroperasi di Asia, Afrika, Eropa dan Amerika dengan lebih dari 8000 cabang dengan asset \$170 milyar. Popularitas sistem perbankan Islam tidak hanya terbatas pada bank-bank Syariah saja. Sejumlah besar bank konvensional yang semakin meningkat juga menunjukkan minatnya. Sebagai contoh, Citibank telah mendirikan cabang-cabang di negara-negara seperti Bahrain dan Sudan untuk beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah Islam. Demikian juga Bank ANZ,

Jardine Flemming, dan ABN-AMRO ternyata sudah melebarkan sayapnya memasuki industri keuangan Syariah.

Penelitian terbaru mengindikasikan bahwa umat Muslim yang mendukung bank-bank Syariah tidak terlalu banyak disebabkan oleh faktor religius, tapi lebih karena keuntungan yang akan mereka peroleh (Erol dan El-Bdour,1989). Pelanggan di negara-negara Islam juga tidak membedakan antara jasa yang diberikan oleh bank Syariah dan bank konvensional (Erol et al,1990). Sejak agama bukan lagi menjadi faktor utama dalam menarik customer, bank-bank Syariah harus memahami bahwa para customer melihat mereka seperti bank komersil lainnya. Untuk alasan ini *quality of service*, dan produk-produk dan jasa-jasa yang ditawarkan harus kompetibel dengan yang ditawarkan oleh bank-bank komersil. Adalah kepuasan pelanggan yang dapat mempengaruhi kinerja sebuah bank Syariah dan menentukan tingkat *competitiveness* dan kesuksesannya. Disinilah letak pentingnya mengukur tingkat kepuasan konsumen (nasabah) atas operasi bank Syariah di Yogyakarta. Penting bagi bank untuk memiliki sebuah sistem dimana kepuasan customer diukur secara berkelanjutan (Chakvarty et al., 1996; Chitwood, 1996; Morall, 1996; Noe, 1996, Romano dan Sanfillipo, 1996 dalam Saad A. Metawa dan Mohammed Almassawi, 1998).

Kepuasan nasabah menjadi demikian penting, sehingga sejumlah bank mempertimbangkannya sebagai elemen kunci dalam strategi pemasaran mereka. Istilah "*aftermarketing*" telah digunakan secara luas untuk memberi arti pada memfokuskan perhatian dan upaya-upaya pada

current konsumen demi memaksimalkan kepuasan konsumen (Vavra, 1995 dalam Saad A. Metawa dan Mohammed Almossawi, 1998)

Kepuasan konsumen akan terpenuhi apabila proses penyampaian jasa dari si pemberi jasa kepada konsumen sesuai dengan apa yang dipersepsikan konsumen. Berbagai faktor seperti; subyektifitas si pemberi jasa, keadaan psikologis (konsumen maupun pemberi jasa), kondisi lingkungan eksternal dan sebagainya tidak jarang turut mempengaruhi sehingga jasa sering disampaikan dengan cara yang berbeda dengan yang dipersepsikan oleh konsumen. Secara singkat Zeithaml dan Bitner yang disadur oleh Soeratno dan Lincoln Arsyad (1998, 43) menyebutnya sebagai gap kualitas jasa yang mencakup 5 gap yaitu:

1. Gap antara harapan konsumen dengan persepsi manajemen
2. Gap antara persepsi manajemen dengan harapan akan kualitas jasa
3. Gap antara kualitas jasa yang diharapkan dengan penyampaian jasa
4. Gap antara penyampaian jasa dengan komunikasi eksternal kepada konsumen
5. Gap antara jasa yang diharapkan dengan jasa yang diterima.

Pemahaman tentang hubungan antara kepuasan pelanggan dengan kualitas pelayanan penting bagi perusahaan, karena perusahaan sebagai penyedia pelayanan perlu mengetahui tujuan perusahaan yang sesungguhnya. Hal ini penting karena menyangkut kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka waktu yang panjang.

Dalam kondisi persaingan yang sangat ketat saat ini, hal utama yang harus diprioritaskan oleh perusahaan perbankan adalah kepuasan konsumen

(nasabah). Kepuasan maupun ketidakpuasan konsumen (nasabah) menjadi topik yang sangat hangat dibicarakan pada tingkat internasional, nasional, industri dan perusahaan. Kepuasan konsumen (nasabah) ditentukan oleh kualitas barang dan jasa yang dikehendaki pelanggan, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan, yang dapat dijadikan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan. Dengan demikian penulis mengambil judul penelitian ini sebagai :

“ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PT. BANK SYARIAH MANDIRI CABANG YOGYAKARTA TERHADAP KEPUASAN NASABAH”

1.2. RUMUSAN MASALAH

Rumusan masalah yang hendak dipecahkan dalam penelitian ini adalah;

1. Bagaimanakah kualitas pelayanan yang diberikan bank tersebut terhadap kepuasan nasabahnya?
2. Dimensi kualitas pelayanan apa yang paling memuaskan nasabah pengguna jasa Bank Mandiri Syariah?

1.3. BATASAN MASALAH

Batasan masalah ini perlu diberikan mengingat luasnya ruang lingkup penelitian. Tujuannya agar penelitian ini nantinya akan menjadi terfokus, terarah dan tidak jauh dari pokok permasalahannya. Di sini diberikan batasan-batasan masalah seperti yang tersebut di bawah ini :

1. Lokasi Penelitian pada Bank Mandiri Syariah, Jalan Cik Di Tiro No. 1 Yogyakarta.
2. Responden yang diteliti adalah nasabah yang mengunjungi dan atau yang sekaligus melakukan transaksi pada Bank Mandiri Syariah.
3. Kualitas pelayanan yang di teliti berdasarkan lima dimensi yang dikembangkan oleh Pasuraman et. al yaitu dimensi *tangible* (bukti fisik pelayanan), *reliability* (kemampuan mewujudkan janji), *responsiveness* (ketanggapan dalam memberikan pelayanan), *empathy* (kemampuan memberi jaminan pelayanan), dan *assurance* (jaminan).
4. Kepuasan yang diteliti berdasarkan dari harapan konsumen dan performance perusahaan.

1.4. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah;

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan Bank Mandiri Syariah terhadap kepuasan nasabahnya.
2. Untuk mengetahui dimensi kualitas pelayanan yang paling memuaskan nasabah pengguna jasa Bank Mandiri Syariah.

1.5. MANFAAT PENELITIAN

1. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini dapat membantu memberikan masukan dan pertimbangan bagi peningkatan kualitas pelayanan yang sesuai dengan keinginan konsumen. Manfaat lainnya adalah dapat