

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang sangat berperan penting dalam kehidupan, terutama dalam kegiatan ekonomi suatu negara. Salah satu fungsi bank ialah sebagai perantara keuangan yang menyalurkan dana antara pihak yang memiliki kelebihan dana kepada pihak yang kekurangan dana. Tidak dapat dipungkiri bahwa permasalahan ekonomi yang terjadi di masyarakat dapat teratasi dengan adanya campur tangan suatu bank. Seperti yang diketahui bahwa kegiatan utama bank yakni menghimpun dana dan menyalurkan dana. Dalam kegiatan penghimpunan dana, produk yang ditawarkan berupa tabungan, giro dan deposito. Sedangkan dalam kegiatan penyaluran dana, produk yang ditawarkan berupa pinjaman untuk modal kerja, investasi dan konsumsi.¹ Dana yang dimiliki oleh bank tersebut didapat dari dana bank itu sendiri, masyarakat dan dana pinjaman. Selain kegiatan tersebut, suatu bank juga melakukan kegiatan usaha berupa tukar menukar uang, melakukan berbagai macam pembayaran dan setoran serta pembayaran yang lain.² Selain bank konvensional, kehadiran bank syariah juga ikut meramaikan kegiatan perekonomian negara. Bank ini kegiatannya mengacu pada syariat atau hukum Islam dan tidak menerapkan sistem bunga kepada nasabah. Namun sistem yang digunakan berupa imbalan. Besarnya imbalan didasarkan pada akad dan perjanjian yang telah disepakati oleh kedua belah pihak, yakni bank dan nasabah.

Seiring berjalannya waktu, suatu bank harus mampu bersaing dengan bank yang lain, salah satunya upaya untuk memuaskan kebutuhan setiap nasabahnya. Dalam UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, pelanggan ialah setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia di

¹ Ivalaina Astarina dan Angga Hapsila, *Manajemen Perbankan* (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2015), 3.

² Kurniati Karim, *Aspek Kepuasan Nasabah Berdasarkan Kualitas Jasa Perbankan* (Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2020) 5.

masyarakat baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup dan tidak untuk diperdagangkan. Pelanggan dalam dunia perbankan lebih dikenal sebagai nasabah.³ Menurut Kotler, kepuasan ialah perasaan senang atau kecewa yang berasal dari perbandingan antara kesan terhadap kinerja produk dan harapan. Apabila kinerja dari suatu bank tidak dapat memenuhi harapan, maka kepuasan nasabah dianggap belum terpenuhi, sebaliknya apabila kinerja dari suatu bank dapat memenuhi harapan, maka kepuasan nasabah dianggap telah terpenuhi. Kemudian, kepuasan yang diperoleh oleh nasabah tersebut akan menjadi faktor penting yang mendukung terciptanya loyalitas dari nasabah itu sendiri. Menurut Edvarderson, kepuasan pelanggan atau konsumen dapat menciptakan loyalitas pelanggan, peningkatan reputasi suatu perusahaan, pengurangan elastisitas harga, pengurangan biaya transaksi di masa mendatang, peningkatan efisiensi serta kemampuan pegawai.⁴

Kepuasan nasabah salah satunya dapat berasal dari kualitas pelayanan memuaskan yang dilakukan oleh suatu bank. Apabila suatu bank menerapkan konsep pelayanan dengan baik, maka hal itu dapat memberikan peluang untuk bersaing dalam merebut hati nasabah. Konsumen menjadi faktor utama dalam menilai kualitas dan kinerja pelayanan karena telah menerima dan merasakannya secara langsung. Konsumen dalam hal ini nasabah akan selalu memberikan penilaian terhadap suatu pelayanan yang diterima, lalu membandingkannya dengan harapan dan keinginan mereka. Melalui kepuasan ini juga, nasabah secara tidak langsung akan memberikan keloyalitasan mereka dan dapat mengindikasikan keberhasilan suatu bank. Para nasabah harus mendapat pelayanan yang baik, meskipun mereka memiliki kebutuhan yang beraneka ragam. Hal itu menunjukkan bahwa suatu bank telah menerapkan sikap adil terhadap nasabahnya atau jauh dari kata diskriminasi. Pelayanan ini dapat ditunjukkan melalui berbagai hal, mulai dari ketepatan waktu dalam pemenuhan janji, kemampuan

³ Candrianto, *Kepuasan Pelanggan Suatu Pengantar* (Malang: Literasi Nusantara, 2021), 2.

⁴ Inggang Perwangsa Nuralam, *Etika Pemasar dan Kepuasan Konsumen dalam Pemasaran Perbankan Syariah* (Malang: UB Press, 2017), 57.

memberikan sarana dan prasarana fisik, sikap tanggap dalam melayani nasabah, keramahan pegawai hingga berusaha memahami keinginan nasabah. Jika hal-hal tersebut mendapat perhatian lebih oleh pihak bank, maka nasabah akan mendapat kepuasan dari pelayanan yang dilakukan, kemudian memberikan kelayalitan mereka secara penuh. Di sisi lain, dengan adanya konsep pelayanan ini dapat menimbulkan situasi yang kompetitif bagi antar bank dan dapat diimplementasikan dalam strategi perusahaan.⁵

Selain pelayanan, kepuasan nasabah juga dapat diperoleh melalui kualitas produk yang ditawarkan oleh suatu bank. Menurut Kotler dan Keller, produk merupakan sesuatu yang ditawarkan kepada pasar yang memiliki tujuan untuk memuaskan suatu kebutuhan atau keinginan, termasuk barang berwujud maupun barang tidak berwujud.⁶ Produk yang ditawarkan oleh suatu bank kepada nasabah yakni berwujud jasa yang dapat meliputi aktivitas, manfaat atau kepuasan. Selain itu, produk-produk tersebut haruslah berkualitas demi menarik perhatian nasabah. Kualitas yang dimaksud ialah produk tersebut memiliki nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh pesaing. Nasabah mengharapkan produk yang berkualitas sesuai dengan apa yang mereka harapkan. Misalnya produk itu telah sesuai dengan kebutuhan mereka. Nasabah memanfaatkan jasa dari suatu bank untuk menyelesaikan masalah ekonomi mereka. Setiap nasabah memiliki kriteria sendiri dalam menilai suatu produk dianggap berkualitas atau tidaknya. Penilaian tersebut berhubungan erat dengan keuntungan yang akan diterimanya.⁷ Adapun Paul J. Peter dan Jerry C Olson (2000) mengungkapkan bahwa konsumen yang merasa puas dengan produk, layanan atau merek dari suatu perusahaan cenderung akan membeli secara berulang dan memberitahu orang lain

⁵ Indy Zelviean Adhari, *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust* (Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media, 2021), 14.

⁶ Farid Firmansyah dan Rudy Haryanto, *Manajemen Kualitas Jasa Peningkatan Kepuasan & Loyalitas Pelanggan* (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2019), 17.

⁷ Rachmad Hidayat, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri," *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 11, no. 1 (2009): 59.

terkait pengalaman positif yang mereka terima melalui produk tersebut.

Lokasi dari suatu bank juga dapat memberikan kepuasan bagi nasabah. Sebelum memutuskan untuk menggunakan jasa dari perbankan, terlebih dahulu mereka mempertimbangkan segala hal, salah satunya ialah lokasi bank tersebut. Menurut Rambat Lupiyoadi, lokasi ialah tempat di mana perusahaan bermarkas serta melakukan operasi kerjanya.⁸ Lokasi ini dapat disebut sebagai tempat dilaksanakannya suatu bidang usaha. lokasi juga berarti letak berdirinya suatu tempat. Kelancaran dari usaha suatu bank juga dipengaruhi oleh lokasi, maka dari itu bank harus memilih lokasi terbaik dalam mendirikan perusahaannya agar nasabah mendapatkan kemudahan. Setiap nasabah akan merasa puas apabila lokasi dari suatu bank tersebut strategis, maksudnya lokasi bank dapat mudah dijangkau oleh siapapun terutama para nasabah, kemudahan akses menuju bank, keberadaan bank pada pusat perekonomian, lingkungan yang nyaman serta bersih dan kriteria lainnya. Lokasi menjadi salah satu saluran distribusi bagi perusahaan perbankan. Menurut Swastha dan Irawan (2002), suatu lokasi juga dapat menarik pembeli dan dapat membantu menghasilkan keuntungan bagi perusahaan terkait, letak yang strategis tidak hanya memberikan keuntungan bagi penjual namun juga bagi pembeli.

Kepuasan konsumen dalam bidang jasa menjadi elemen penting yang dapat dijadikan tolak ukur tumbuh kembangannya suatu perusahaan agar kehadirannya dapat tetap eksis untuk menghadapi persaingan yang ada, salah satunya perusahaan perbankan yang harus mengutamakan kepuasan nasabahnya. Kepuasan nasabah dapat dilihat dari perilakunya sebagai konsumen utama sebuah bank. Faktanya, nasabah menggunakan layanan jasa yang ditawarkan oleh bank untuk menyelesaikan permasalahan yang dialami, kemudian mereka akan memberikan nilai terhadap suatu bank dalam proporsi tertentu. Sebelum nasabah menggunakan jasa perbankan, pasti mereka telah memiliki harapan atas kualitas pelayanan yang

⁸ Muhammad Fajar Fahrudin dan Emma Yulianti, "Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Bank Mandiri Surabaya," *Journal of Business and Banking* 5 no.1 (2015): 152.

diterima dan kualitas produk yang akan didapat. Sehingga apabila suatu bank memberikan kualitas pelayanan dan kualitas produk yang melebihi harapan atau ekspektasi, mereka akan merasakan kepuasan atas bank tersebut dan memutuskan untuk menggunakan jasanya dalam waktu yang lama, kemudian bank akan mendapat keuntungan dari hal ini. Pada dasarnya kualitas pelayanan dan produk berkaitan erat dengan kepuasan. Pelayanan dan produk yang memiliki kualitas baik akan mendapat respon baik, begitu pula sebaliknya. Sama halnya dengan kualitas pelayanan dan produk, lokasi juga akan memberikan pengaruh bagi suatu bank. Lokasi yang strategis, mudah diakses dan berada di perkotaan juga akan mendapat penilaian dari nasabah dan menentukan tingkat kepuasan mereka terhadap suatu bank. Maka dari itu, penentuan lokasi juga menjadi hal penting yang harus dipertimbangkan oleh pihak bank, karena seperti yang diketahui bahwa bisnis perbankan tidak direncanakan untuk berdiri dalam jangka waktu pendek, tetapi untuk kepentingan jangka panjang.

Untuk merespon kebutuhan masyarakat atas permasalahan ekonomi yang dihadapi mereka terutama wilayah Kudus, maka PT Bank Syariah Mandiri yang berada di Jakarta memutuskan untuk mendirikan Kantor Cabang di Kudus pada 5 September 2005 silam. Dalam kegiatannya, bank ini menggunakan prinsip syariah sebagai pedoman dalam melakukan segala transaksi. Selain itu, produk dan jasa yang ditawarkan juga beragam untuk memenuhi semua kebutuhan nasabahnya. Hal itu diharapkan untuk menarik minat masyarakat terhadap bank. Di sisi lain, Bank Syariah Mandiri KC Kudus juga selalu berusaha untuk mendapatkan loyalitas nasabah dengan memberikan kepuasan kepada mereka, melalui peningkatan kualitas pelayanan, kualitas produk yang ditawarkan serta pemilihan lokasi bank yang bagus. Hal ini tentunya akan memberikan dampak positif bagi keberlangsungan bank. Seiring bejalannya waktu, perbaikan strategi mulai digencarkan oleh PT Bank Syariah Mandiri, mulai dari fokus dalam pertumbuhan tabungan, memperbaiki kualitas pembiayaan melalui restrukturasi, penguatan tiga pilar dalam penyaluran pembiayaan, perbaikan IT *system* hingga peningkatan kualitas dan kompetensi SDM. Hal ini dilakukan bank demi menghadapi tantangan seiring perubahan zaman.

Selain itu hadirnya *mobile banking* syariah juga dilakukan untuk menghadapi tantangan seiring perubahan dunia *digital* terutama pada bidang *financial technology*. Selain untuk bertransaksi, aplikasi ini juga dilengkapi dengan fitur kebutuhan ibadah. Sehingga segala kegiatan disesuaikan dengan prinsip syariah. Hal di atas menjadi bukti bahwa Bank Syariah Mandiri, termasuk yang berada di wilayah Kudus selalu berupaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas produknya salah satunya demi mementingkan kebutuhan nasabah tanpa mengenyampingkan syariat yang berlaku. Sehingga tidak dipungkiri bahwa masyarakat luas mulai mengenal bank ini.

Pada penelitian dengan variabel yang sama milik Ramadhani Sugita (2017) menyatakan bahwa hasil penelitian tersebut menunjukkan hanya variabel kualitas pelayanan yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, sedangkan dua variabel lainnya, yakni kualitas produk dan lokasi tidak berpengaruh positif dan signifikan. Namun dalam penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Ade Ananto Terminanto (2019) menunjukkan hasil yang berbeda bahwa ketiga variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Pada penelitian ini, peneliti telah melakukan uji kepada 30 orang nasabah yang telah mendapatkan kepuasan atas pelayanan, produk dan lokasi dari bank terkait, hal ini dapat dibuktikan bahwa mereka telah melakukan pembelian jasa secara berulang pada Bank Syariah Mandiri KC Kudus.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian terkait pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan lokasi terhadap kepuasan nasabah. Ketiga hal tersebut dipilih untuk dijadikan variabel bebas, sedangkan kepuasan nasabah akan dijadikan sebagai variabel terikat. Pada penelitian ini, peneliti akan meneliti Bank Syariah Mandiri KC Kudus dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PRODUK DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH MANDIRI KC KUDUS”**.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri KC Kudus?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri KC Kudus?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri KC Kudus?
4. Apakah kualitas pelayanan, kualitas produk dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri KC Kudus?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri KC Kudus.
2. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri KC Kudus.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri KC Kudus.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan lokasi terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri KC Kudus.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Manfaat secara teoritis tentang penelitian ini ialah hasil dari penelitian diharapkan mampu memberikan dampak positif bagi perkembangan ilmu pengetahuan secara khusus tentang pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan lokasi terhadap kepuasan nasabah. Di sisi lain, hasil dari penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai salah satu bentuk kontribusi atau sumbangan pemikiran bagi akademisi. Konsep dan teori yang terdapat dalam penelitian diharapkan dapat memperkaya ilmu pengetahuan yang sesuai dengan bidang ilmu yang akan dikaji.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Nasabah

Nasabah dapat menjadikan hasil penelitian ini sebagai alat untuk mengukur kepuasan mereka terhadap suatu bank. Terdapat beberapa indikator yang dapat digunakan. Mereka juga dapat membandingkan bank-

bank dalam memberikan kepuasan terhadap para nasabahnya. Selain itu, bagi masyarakat, hasil dari penelitian ini juga dapat dijadikan bahan informasi di masa yang akan datang untuk menciptakan dunia bisnis yang lebih baik, terutama dalam bidang perbankan.

b. Bagi Bank

Hasil penelitian ini dapat dijadikan pihak bank sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas perusahaan. Mulai dari kualitas pelayanan, produk hingga lokasi yang dapat memberikan kepuasan bagi para nasabahnya. Apabila kepuasan tersebut telah didapat, maka hal tersebut akan memberikan dampak positif bagi kemajuan perusahaan, misalnya bank akan mendapat loyalitas dari para nasabah. Di sisi lain, bank dapat menjadikannya salah satu strategi perusahaan demi mencapai tujuan.

c. Bagi Peneliti Mendatang

Bagi peneliti di masa depan diharap dapat menjadikan hasil penelitian ini sebagai informasi dan referensi untuk melakukan penelitian lanjutan secara luas dan lebih mendalam terkait dengan pengaruh pelayanan, produk dan kualitas terhadap kepuasan nasabah.

E. Sistematika Penulisan

Penelitian ini dilaporkan dalam lima bab dengan urutan sebagai berikut:

BAB I ialah pendahuluan. Bab ini berisi uraian argumentasi terhadap pentingnya terkait penelitian yang dilakukan, antara lain mencakup latar belakang masalah dari penelitian, kemudian ditarik secara eksplisit dalam bentuk rumusan masalah. Lalu, acuan dari keseluruhan dalam penelitian ini lebih ditegaskan lagi dalam tujuan penelitian agar lebih terarah serta terdapat manfaat penelitian secara teoritis dan praktis. Terakhir terdapat sistematika penulisan yang menunjukkan panduan penulisan skripsi.

Pada BAB II menjelaskan tentang landasan teori dalam penelitian ini. Mulai dari deskripsi teori mengenai bank syariah, kualitas pelayanan, kualitas produk hingga pembahasan lokasi suatu bank. Kemudian terdapat uraian hasil

penelitian terdahulu yang relevan karena memiliki fokus penelitian atau variabel yang sama dengan yang diteliti. Selanjutnya ada kerangka berfikir yang berisi alur berfikir yang menggambarkan munculnya rumusan hipotesis penelitian. Dan terakhir terdapat hipotesis yang didalamnya berisi dugaan sementara atas rumusan masalah dalam penelitian yang dilakukan.

Selanjutnya BAB III berisi pemaparan metode penelitian, di dalamnya terdapat jenis penelitian dan pendekatan yang digunakan dalam penelitian, *setting* penelitian yang berisi tempat dan waktu dilakukannya penelitian, populasi dan sampel yang diambil, desain dan definisi organisasi terkait variabel, uji validitas dan reliabilitas dari instrumen, sumber data, teknik yang digunakan dalam pengumpulan data, teknik analisis data, analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis.

BAB IV terdapat pemaparan dan pembahasan hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti. mulai dari penjabaran hasil penelitian berupa gambaran obyek penelitian dan analisis data yang berupa pengujian-pengujian. Kemudian terdapat pembahasan berupa komparasi analisis data dengan penelitian lainnya.

Terakhir BAB V sebagai penutup yang berisi kesimpulan akhir dari penelitian disertai beberapa saran yang dapat dijadikan sebagai masukan atau sumbangan pemikiran yang dapat berguna bagi pembaca maupun pihak terkait.