

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi persaingan bisnis dunia jasa keuangan syariah mengalami perkembangan yang pesat dan semakin berada pada kondisi persaingan yang semakin ketat. Salah satu trend yang muncul ditengah masyarakat adalah mulai meningkatnya minat masyarakat untuk menggunakan produk-produk yang ditawarkan di lembaga keuangan syariah. Kesadaran masyarakat yang semakin tinggi terhadap pengamalan nilai-nilai Islam dalam kegiatan perekonomian adalah salah satu yang melatarbelakangi makin berkembangnya lembaga keuangan syariah di Indonesia.<sup>1</sup>

Perusahaan memerlukan strategi untuk menghadapi persaingan yang saat ini semakin lama semakin ketat. Terdapat berbagai tantangan dalam mencapai keberhasilan perusahaan. Untuk mengantisipasi, perusahaan dituntut untuk dapat bekerja dengan baik dengan menggunakan berbagai macam sumber daya yang dimiliki agar dapat diterima di pasar. Salah satu yang perlu diperhatikan perusahaan dalam mencapai keberhasilan adalah kualitas pelayanan.<sup>2</sup>

Secara umum, pelayanan di Indonesia masih dinilai kurang baik sehingga masalah tersebutlah yang harus diperbaiki oleh perusahaan dan lembaga lainnya agar dapat merubah citra buruk tersebut menjadi lebih baik. Seperti yang kita ketahui, masalah adalah ketidaksesuaian suatu keadaan dengan apa yang diinginkan. Begitu juga halnya dalam dunia perbankan, perkembangan teknologi yang semakin maju membuat keunggulan suatu produk sulit untuk dipertahankan, karena pada dasarnya produk lebih mudah untuk ditiru. Untuk itulah, pelayanan yang baik dan berkualitas sangat diperlukan agar dapat memberikan pelayanan yang prima dan kualitas sesuai yang diinginkan serta diharapkan oleh para nasabahnya agar dapat membuat nasabah merasa puas.

Selain itu, banyak pula perusahaan yang kurang berupaya untuk menuluri dan mempelajari kepuasan pelanggan. Mereka hanya terpaku pada standar baku yang dianggap sudah cukup memuaskan para pelanggan tanpa mencari inovasi lain yang

---

<sup>1</sup> Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2008), 168.

<sup>2</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Prehalindo: Jakarta, 2000), 231.

mungkin berpotensi meningkatkan kepuasan pelanggannya. Ada pula perusahaan yang menganggap remeh kekuatan informasi yang dapat diperoleh dari para pelanggan pesaing-pesaingnya, yang sebenarnya dapat menjadi kekuatan potensial untuk mengungguli pesaingnya tersebut.<sup>3</sup>

Salah satu cara untuk menciptakan kepuasan nasabah melalui peningkatan kualitas, karena pelanggan adalah fokus utama ketika kita mengungkap tentang kepuasan dan kualitas nasabah. Persoalan kualitas sudah menjadi “harga yang harus dibayar” oleh perusahaan agar tetap dapat bertahan dalam bisnisnya. Saat ini hampir semua perusahaan, terlebih perusahaan jasa dapat menghasilkan kualitas pelayanan yang sama dengan diterapkan ISO 9001.<sup>4</sup>

Kualitas layanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi.<sup>5</sup> Menurut Parasuraman, et al, Kualitas pelayanan mengidentifikasi upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen. Bagi perusahaan yang bergerak di sektor jasa, pemberian pelayanan yang berkualitas pada pelanggan merupakan hal mutlak yang harus dilakukan apabila perusahaan ingin mencapai keberhasilan.<sup>6</sup>

Kualitas jasa pada dasarnya berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Wyckof dan Lovelock sebagaimana dikutip oleh A. Usmara mengatakan bahwa, kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain menurut Parasuraman bahwa ada faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *preceived service*. Jika jasa yang diterima atau dirasakan sesuai yang diharapkan, kualitas jasa tersebut tersebut dipandang ideal. Sebaliknya, jika jasa diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, kualitas jasa itu akan dianggap buruk. Jadi baik

---

<sup>3</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Bisnis Modern* (Yogyakarta: Andi, 2017), 2.

<sup>4</sup> Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, 168.

<sup>5</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, 231.

<sup>6</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET, 2014),

buruknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.<sup>7</sup>

Dalam salah satu studi mengenai *servqual* oleh parasuraman (1998) yang melibatkan 800 pelanggan (yang terbagi dalam 4 perusahaan), disimpulkan bahwa terdapat 5 dimensi *services quality* (dimensi kualitas pelayanan) sebagai berikut: *tangible* (kemampuan fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati).<sup>8</sup>

Dimensi-dimensi ini menentukan tingkat kepuasan dari para nasabah. Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah sangat berkaitan sangat erat. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan yang kuat dengan bank. Ikatan seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas produk atau jasa akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya.

Demikian pula dengan bisnis perbankan, yang merupakan bisnis berdasarkan asas kepercayaan, masalah kualitas pelayanan menjadi faktor yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan ini. Karena berhasil atau tidaknya suatu bisnis perbankan bergantung pada kepuasan nasabahnya. Jika nilai dalam perbankan bagi nasabah adalah kemudahan bertransaksi, maka kepuasan nasabah akan didapat pada bank yang mampu memberikan kemudahan dalam bertransaksi finansial yang dilakukan.<sup>9</sup>

Selain kualitas pelayanan yang mendasari sebuah jasa, faktor lain yang dapat mempengaruhi yaitu lokasi jasa tersebut. Nasabah akan merasa puas, apabila tempat yang dituju memiliki lokasi yang strategis. Pemilihan lokasi bank lebih baik mempertimbangkan akses jalan, tempat parkir, dan lokasi usaha yang nyaman. Lokasi yang dapat dilihat atau ditemukan dengan mudah akan membuat nasabah merasa nyaman dan dapat memenuhi kepuasan nasabah.

Menurut Hurriyati, lokasi merupakan tempat produksi industri jasa, lokasi diartikan sebagai tempat pelayanan jasa. Keputusan mengenai lokasi pelayanan yang akan digunakan melibatkan pertimbangan penyerahan jasa kepada pelanggan dan dimana itu

---

<sup>7</sup> A. Usmara, *Strategi Baru Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Amara Book, 2003), 231

<sup>8</sup> Rambat Lupiyoadi dan A.Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, 182.

<sup>9</sup> Nur Rianto Alarif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah* (Yogyakarta: CV Andi Offset,2010), 194

akan berlangsung. lokasi juga penting sebagai lingkungan dimana dan bagaimana jasa akan diserahkan.<sup>10</sup>

Sebagaimana di BSI Cabang Kudus sendiri, memperhatikan pelayanan yang diberikan pada nasabah sebab pelayanan ini akan memberikan kepuasan tersendiri dalam melakukan kerjasama antara nasabah dengan pihak BSI Cabang Kudus. Kepuasan nasabah yang dimaksud dalam penelitian ini adalah perilaku nasabah yang didasarkan pada keyakinan dalam mengambil suatu keputusan untuk melakukan kerjasama di BSI Cabang Kudus, dan menyakini bahwa keputusan yang diambil adalah hal yang tepat.

BSI Cabang Kudus adalah lembaga keuangan syariah yang berbadan hukum, yang didirikan karena rasa keprihatinan terhadap kondisi ekonomi masyarakat dan bertujuan membantu peningkatan taraf hidup nasabah atau masyarakat dalam bidang ekonomi. Pengelolaan BSI Cabang Kudus menggunakan prinsip-prinsip syariah, yang diterapkan pada produk-produk penghimpun dana dan produk pembiayaan atau financing yang diterapkan pada sistem bagi hasil dalam setiap transaksi (akad) merupakan upaya menghindari sistem riba.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Nasabah dalam 2021**

No	Kuartal	Jumlah
1	Pertama	221 ribu
2	Kedua	530 ribu
3	Ketiga	16,5 juta

Sumber: <https://www.itworks.id/45739/top-digital-awards-2021-lewat-digitalisasi-bsi-optimistis-masuk-top-5-bank-syariah-global.html>

Berdasarkan data di atas bisa di jelaskan sejak BSI resmi rilis dan beroperasi pada bulan Februari 2021 dan sejak saat itu juga jumlah nasabah pada tahun pertama BSI selalu mengalami peningkatan jumlah nasabah yang bisa dilihat pada kuartal pertama sebanyak 221 ribu nasabah, pada kuartal kedua berjumlah 530 ribu nasabah dan pada kuartal ketiga mengalami peningkatan yang cukup pesat yakni sebanyak 16,5 juta nasabah. Pertambahan jumlah

---

<sup>10</sup> Didin Fatihudin dan Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)* (Yogyakarta: Deepublish, 2019), 187.

nasabah yang sangat signifikan, di sebabkan karena keberhasilan pihak BSI yang fokus menjaring nasabah muslim dan juga fokus untuk menjaring kalangan milenial.

Berdasarkan wawancara dengan salah satu karyawan BSI KC Kudus Elok Sischa, pegawai 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.<sup>11</sup>

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, pelayanan dan lokasi yang diberikan oleh BSI KC Kudus belum dapat memenuhi kepuasan nasabah sepenuhnya. Hal ini dibuktikan dengan wawancara oleh salah satu nasabah bernama Yuli Aryanti yang mengeluh mengenai antrian yang terlalu lama pada saat di Customer Service saat pertama kali ingin menggunakan layanan di BSI KC Kudus dan tempat parkir yang kurang nyaman.<sup>12</sup>

Sedangkan hasil wawancara kedua dengan Wahyu Eka Saputri, menyatakan bahwa ketersediaan ATM BSI masih sedikit dan sulit ditemukan karena ATM BSI hanya terdapat ditengah kota saja sehingga ketika ingin melakukan tarik tunai dirasa jauh karena jarak. Dalam hal ini membuat ketidakefisienan waktu maupun biaya.<sup>13</sup>

Dari pernyataan diatas fenomena yang dihadapi Bank Syariah Indonesia (BSI) kantor cabang Kudus di dalam memberikan pemenuhan kualitas pelayanan jasa dan lokasi kepada nasabah belum sesuai harapan nasabah. Terlihat masih ada beberapa nasabah yang mengeluh mengenai kualitas pelayanan dan lokasi.

Dari penelitian Jaka Atmaja Pelayanan nasabah yang bermutu menuntut adanya upaya keseluruhan karyawan bank bukan hanya bertugas di front office yang berhadapan langsung dengan nasabah dalam menghasilkan pelayanan yang mencerminkan kualitas, tetapi juga karyawan di back office. Pelayanan yang diberikan dan kepuasan nasabah merupakan tolak ukur berhasilnya suatu bank dalam mempertahankan nasabah. Pengukuran pelayanan dan kepuasan nasabah ini yang menjadi dasar dalam penelitian ini. Penelitian ini bersifat penelitian deskriptif kuantitatif untuk menguji signifikansi hubungan antar variabel serta untuk mengukur besarnya pengaruh yang terjadi pada variabel bebas Kualitas Pelayanan, variabel terikat Loyalitas Nasabah, sedangkan Kepuasan Nasabah

---

<sup>11</sup> Elok Sischa, wawancara oleh penulis, 8 Februari, 2022

<sup>12</sup> Yuli Aryanti, wawancara oleh penulis, 8 Februari, 2022

<sup>13</sup> Wahyu Eka Saputri, wawancara oleh penulis, 8 Februari, 2022

sebagai variabel mediasi. Berdasarkan hasil perhitungan diketahui bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah berpengaruh kuat terhadap Loyalitas Nasabah. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa Kualitas Pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam menentukan puas atau tidak nasabah dalam pelayanan, yang dimulai dari Loyalitas para nasabah atau konsumen. Sehingga melalui pelaksanaan Kualitas Pelayan yang dengan baik akan memberikan dorongan ketertarikan nasabah dan memunculkan loyalitas para nasabah.<sup>14</sup>

Selain itu dari penelitian Restu Khaliq, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan CARTER yang terdiri dari compliance assurance, reliability, tangible, empathy, dan responsiveness terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri Banjarmasin karena seluruh nilai T-Statistics berada diatas 1,960. Dimensi yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan nasabah adalah dimensi compliance tentang penerapan prinsip syariah islam.<sup>15</sup>

Dari Penelitian Nur Alfiyani Umi Dan Dahlia Amelia menunjukkan besarnya pengaruh lokasi terhadap kepuasan nasabah dengan nilai original sample (Path Coefficient) sebesar 0,433 atau 43,3%. Maka dapat dikatakan bahwa lokasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT Bank Central Asia KCP Taman Tekno kota Tangerang Selatan yaitu sebesar 43,3%.<sup>16</sup>

Namun dari Penelitian yang dilakukan oleh Makmur Hasanuddin bahwa lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.<sup>17</sup> Dari penelitian yang di lakukan oleh Rizka Putri

---

<sup>14</sup> Jaka Atmaja, "Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB", *Jurnal Ecodemica* 2 No. 1 (2018): 49, diakses pada 25 November, 2021, <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/2713/pdf>

<sup>15</sup> Restu Khaliq, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Bank Syariah Mandiri di Banjarmasin Kalimantan Selatan", *Journal Of Management and Bussines* 2 No. 1 (2019): 177, diakses pada 25 November 2021, <https://ejournal.iainsurakarta.ac.id/index.php/relevance/article/view/1609>

<sup>16</sup> Nur Alfiyani Umi Dan Dahlia Amelia, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Central Asia KCP Taman Tekno", *Jurnal Kesekretarisan dan Manajemen* 8 No. 1 (2021) : 38

<sup>17</sup> Makmur Hasanuddin, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Penjualan Logam Mulia Emas", *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen* 4 No. 1 (2016) : 49

Rumastari dan Aris Sunindyo bahwa variabel lokasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.<sup>18</sup>

Berdasarkan kelima penelitian terdahulu yang sudah dilakukan, maka penelitian ini merupakan pengembangan dari pengembangan seelumnya dan menggunakan data terbaru yang di dapatkan. Selain itu, penelitian ini juga memberikan penguatan terhadap kelemahan dan juga kelebihan dari penelitian sebelumnya yang telah dilakukan. Penelitian ini menguatkan penelitian yang dilakukan oleh Makmur Hasanudin dan penelitian Rizka putri bahwa variabel lokasi memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang dilakukan oleh Peneliti sebelumnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah pada variabel lokasi, sampel, tahun penelitian dan objek penelitian. Penelitian terdahulu juga menggunakan kualitas pelayanan sebagai variabel independen dan menggunakan variabel kepuasan nasabah sebagai variabel dependen, objeknya pada Bank Syariah Mandiri Banjarmasin Kalimantan Selatan pada tahun 2019 sedangkan penelitian sekarang menambahkan variabel independen yaitu lokasi, menggantikan sampel dan Lokasi penelitian pada Bank Syariah Indonesia cabang Kudus tahun 2021.

BSI kantor cabang Kudus atas senantiasa memahami beragam kebutuhan nasabah dan memberikan layanan finansial yang tepat demi tercapainya kepuasan optimal bagi nasabah. Menurut praduga penulis bahwa pelayanan di Indonesia masih dinilai kurang baik dan dianggap betelete sehingga masalah tersebutlah yang harus diperbaiki oleh perusahaan dan lembaga, dan dari beberapa nasabah masih ada yang mengeluhkan dan merasa tidak puas setelah datang ke kantor cabang, hal ini disebabkan karena antrian yang lama, informasi yang diberikan oleh petugas bank masih ada yang belum dipahami, dan parkiran yang sempit sehingga susah untuk memarkirkan mobil dan kadang tidak kebagian tempat parkir, seharusnya terdapat security yang membantu memarkirkan kendaraan.

Berdasarkan latar belakang di atas, mendorong penulis untuk mengadakan suatu penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas

---

<sup>18</sup> Rizka Putri Rumastari dan Aris Sunindyo, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada PT Bank Rakyat Indonesia PERSERO Unit Ngresep Semarang)

Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Bank Syariah Indonesia Cabang Kudus)”

### **B. Rumusan Masalah**

Adapun permasalahannya yang dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syari’ah Indonesia kantor cabang Kudus?
2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syari’ah Indonesia kantor cabang Kudus?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syari’ah Indonesia kantor cabang Kudus.
2. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syari’ah Indonesia kantor cabang Kudus.

### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian yang berusaha untuk mengidentifikasi permasalahan diatas tentu memiliki manfaat, di antaranya:

1. Manfaat Teoritis
  - a. Mengembangkan khasanah ilmu pengetahuan ekonomi, khususnya mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia.
  - b. Sebagai bahan dasar untuk penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia.
  - c. Bagi penulis lain yang sejenis, dapat digunakan sebagai revisi untuk pengembangan selanjutnya.
2. Manfaat Penulisan
  - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan oleh perusahaan dalam mengetahui bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia dan dapat dijadikan bahan masukan pemikiran yang bermanfaat bagi Bank Syariah Indonesia untuk mengetahui pelayanan mana yang sesuai dengan keinginan dan harapan nasabah BSI.
  - b. Bagi nasabah dan masyarakat diharapkan dapat memahami adanya pelayanan yang sesuai dengan syariah.



## E. Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan skripsi dimaksudkan untuk memberikan gambaran tentang dari masing-masing bagian atau yang saling berhubungan, sehingga nantinya akan diperoleh penelitian yang sistematis dan ilmiah. Adapun sistematika penulisan adalah sebagai berikut:

### 1. Bagian Awal

Berisi halaman sampul, nota persetujuan pembimbing, nota pengesahan, pernyataan asli, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, abstrak, daftar isi dan daftar tabel.

### 2. Bagian Isi

Pada bagian isi terdapat lima bab yang saling terkait, kelima bab tersebut adalah sebagai berikut:

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini penulis membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Pada bab ini membahas tentang teori Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah penelitian terdahulu, kerangka berfikir dan hipotesis penelitian.

#### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel, identifikasi variabel, variabel operasional, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

#### **BAB IV : HASIL PENELITIAN dan PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, analisis data dan pembahasan.

#### **BAB V : PENUTUP**

Bab ini membahas tentang simpulan dan saran yang dianggap berguna. Simpulan menjelaskan tentang hasil penelitian yang disajikan secara jelas dan singkat, sedangkan saran merupakan himbauan kepada pembaca atau perusahaan terkait agar saran yang dapat dikembangkan menjadi bahan penelitian berikutnya.