

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Perdagangan melalui pertukaran sudah lama dikenal umat manusia. Sebelum sistem moneter yang berlaku sekarang ini, sudah ada pertukaran melalui sistem barter. Perbedaan kedua sistem ini sangat jelas tampak dari instrumen yang digunakan. Dalam pertukaran sistem moneter yang menjadi alat pembayaran adalah uang yang terdiri dari uang logam atau uang kertas. Sedangkan dalam sistem barter yang menjadi instrumen pembayarannya adalah barang atau jasa, dalam praktiknya sistem barter sudah lebih dulu dikenal sebelum sistem moneter.<sup>1</sup>

Kehadiran sistem moneter dalam dunia perdagangan juga merupakan cikal bakal lahirnya lembaga keuangan. Sistem moneter yang menggunakan uang sebagai alat pembayarannya membutuhkan bank sebagai tempat untuk mencetak, mengatur dan mengawasi peredaran uang suatu negara. Perbankan adalah lembaga yang mempunyai peran utama dalam pembangunan suatu negara,<sup>2</sup> oleh karena itu, kehadiran bank dalam sistem moneter merupakan darah dan tulang punggung suatu negara dalam rangka memperlancar sistem moneter yang digunakan di seluruh negara di dunia ini.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup>Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2016, hal 12-13

<sup>2</sup>Khotibul Umam, Setiawan Budi Utomo, *Perbankan Syariah*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2017, hal 1

<sup>3</sup> Kasmir, Op., Cit hal 14

Meningkatnya kebutuhan masyarakat akan jasa keuangan maka peranan dunia perbankan semakin dibutuhkan oleh seluruh lapisan masyarakat baik yang berada di negara maju maupun negara berkembang. Perbankan semakin mendominasi kehidupan manusia terutama dalam kaitannya dengan ekonomi dan bisnis suatu negara, bahkan aktivitas dan keberadaan perbankan sangat menentukan kemajuan suatu negara. Bank berdasarkan operasional kegiatan dibedakan menjadi bank konvensional dan bank yang berdasarkan prinsip syariah, meliputi Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat. Bank Syariah mulai tumbuh pesat semenjak bermunculannya unit usaha syariah (UUS) dengan berdirinya UUS bank IFI pada tahun 1999, perkembangan tidak terbatas pada sektor keuangan syariah, tetapi juga pada sektor riil berbasis syariah, *voluntary sector* (zakat, infaq, sadaqah dan wakaf) dan pada sektor pendidikan dari tingkat pendidikan dasar sampai tingkat perguruan tinggi.<sup>4</sup>

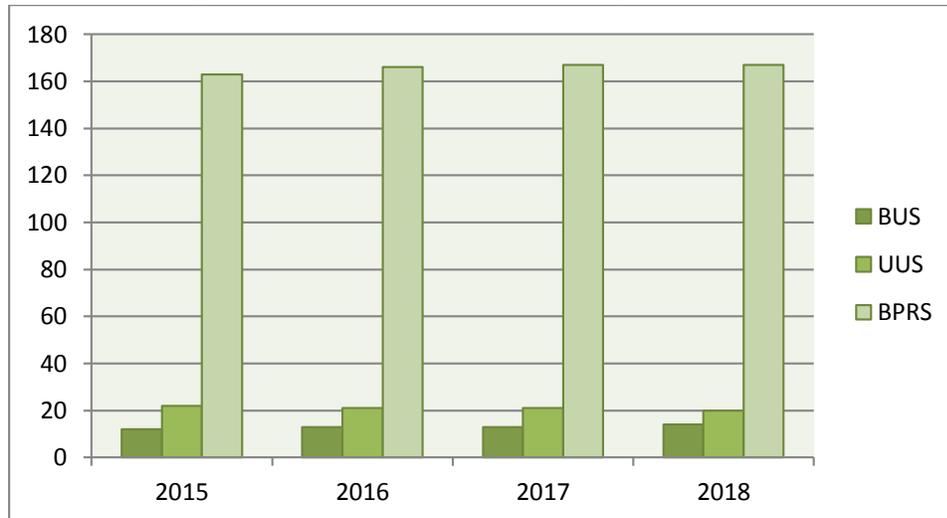
Perkembangan perbankan syariah di Indonesia tidak dapat terlepas dari perkembangan perbankan syariah dunia Internasional. Bank- bank syariah dalam bentuknya yang sekarang untuk pertama kalinya didirikan adalah *Mit Ghamr Savings Bank* di Mesir sebagai bank Syariah modern pertama sebagaimana dikemukakan diatas itu, selanjutnya pasar perbankan Islam terus berkembang diseluruh dunia.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta: Rajawali Press, 2015, hal 208

<sup>5</sup> Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah: Produk-produk dan Aspek-aspek Hukumnya*, Jakarta: Prenamedia Group, 2014 hal 52

**Tabel 1.1**  
**Perkembangan Jumlah Bank Perbankan Syariah di Indonesia**

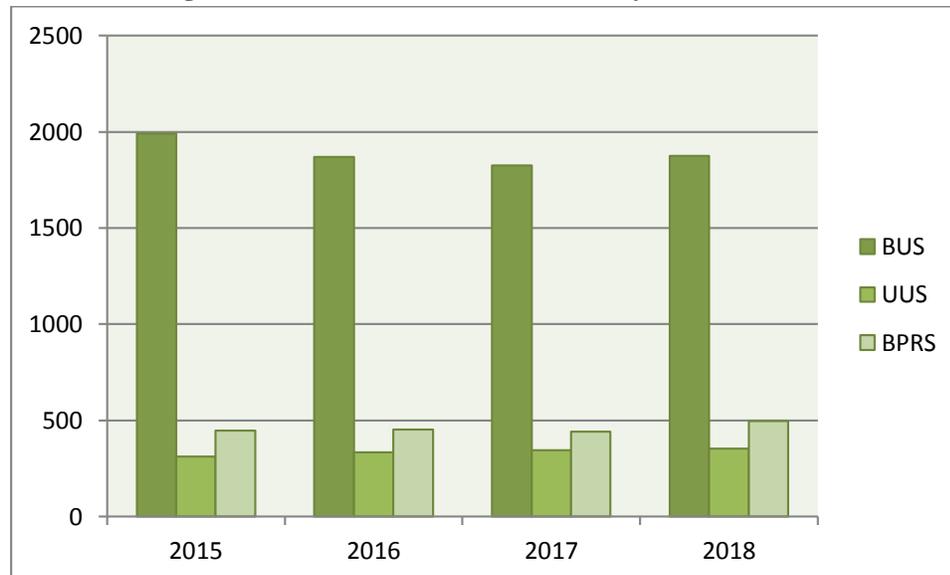


Sumber : Statistik Perbankan Syariah, Data Diolah 2019

Jika dilihat dari tabel diatas, perkembangan jumlah bank Perbankan Syariah di Indonesia cukup mengesankan karena dari tahun ketahun terus mengalami peningkatan meskipun tidak terlalu banyak. Pada tahun 2015 jumlah Bank Umum Syariah sebanyak 12 bank, mengalami peningkatan pada tahun 2016 menjadi 13 bank, tetapi pada tahun 2017 tidak mengalami peningkatan sehingga jumlah bank sama dengan tahun sebelumnya yaitu 13 bank, akan tetapi mengalami peningkatan kembali pada tahun 2018 yaitu sebanyak 14 bank. Sedangkan untuk Unit Usaha Syariah pada tahun 2015 terdapat 22 bank, pada tahun 2016 mengalami penurunan sehingga menjadi 21 bank, pada tahun 2017 tidak mengalami kenaikan maupun penurunan sama seperti tahun 2016 yaitu 21 bank, sedangkan pada tahun 2018 mengalami

penurunan lagi sehingga menjadi 20 bank. Untuk BPRS dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan.

**Tabel 1.2**  
**Perkembangan Jumlah Kantor Perbankan Syariah di Indonesia**



Sumber : Statistik Perbankan Syariah, Data Diolah 2019

Dilihat dari tabel diatas menunjukkan perkembangan kantor bank Syariah secara fluktuatif atau berubah-ubah. Pada tahun 2015 jumlah kantor Bank Umum Syariah pada tahun 2015 berjumlah 1990 kantor, mengalami penurunan pada tahun 2016 menjadi 1869 kantor, mengalami penurunan kembali pada tahun 2017 menjadi 1825 kantor, dan terjadi kenaikan pada tahun 2018 menjadi 1875 kantor. Kantor Unit Usaha Syariah berjumlah 311 kantor pada tahun 2015, mengalami peningkatan pada tahun 2016 menjadi 332 kantor, pada tahun 2017 mengalami peningkatan kembali menjadi 344 kantor, dan mengalami kenaikan kembali pada tahun 2018 menjadi 354 kantor. Jumlah kantor BPRS pada tahun 2015 berjumlah 446 kantor,

mengalami peningkatan pada tahun 2016 menjadi 463 kantor, dan mengalami penurunan kembali pada tahun 2017 menjadi 441 kantor, dan mengalami kenaikan kembali pada tahun 2018 menjadi 495 kantor.

Salah satu tujuan perusahaan khususnya perusahaan jasa adalah menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dalam pandangan Islam adalah tingkat perbandingan harapan terhadap suatu produk baik barang maupun jasa, yang seharusnya sesuai syariat dengan kenyataan yang diterima. Menurut pendapat Qardhawi (1993), sebagai pedoman untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan, sebuah perusahaan barang maupun jasa harus melihat kinerja perusahaannya yang berkaitan dengan hal seperti : sikap jujur dan benar serta sikap amanah. Tingkat kepuasan pelanggan merupakan faktor penting dalam mengembangkan sistem penyediaan produk baik barang maupun jasa yang tanggap terhadap kebutuhan pelanggan, serta dapat meminimalkan biaya dan waktu.<sup>6</sup>

Kepuasan nasabah merupakan faktor utama dalam menilai kualitas pelayanan, dimana nasabah menilai kinerja pelayanan yang diterima dan yang dirasakan secara langsung terhadap suatu produk. Kualitas pelayanan ditentukan oleh bagaimana tingkat kesesuaian antara pelayanan yang diberikan dengan harapan yang diharapkan oleh pengguna layanan. Semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna atau nasabah selanjutnya akan berdampak

---

<sup>6</sup> Veithzal Rivai Zainal dkk, *Islamic Marketing Management*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2017 hal 173-174

positif pada perilaku ataupun niat seseorang dalam menyikapi pelayanan tersebut.<sup>7</sup>

Pelayanan (*service*) bukan sebatas melayani, melainkan mengerti, memahami dan merasakan. Dengan demikian, penyampaian dalam pelayanan akan mengenai *heart share* pelanggan, yang kemudian dapat memperkokoh posisi dalam *mind share* pelanggan. *Heart Share* dan *Mind Share* tersebut dapat menumbuhkan loyalitas pelanggan terhadap suatu produk atau perusahaan.

Pemberian layanan dalam perusahaan berbasis Islam dan konvensional tidak memiliki perbedaan yang signifikan. Perbedaannya hanya terletak pada proses penggunaan, yaitu ketika pelaku bisnis memberikan pelayanan dalam bentuk fisik sebaiknya tidak menonjolkan kemewahan. Islam menganjurkan setiap pelaku bisnis dapat bersikap professional yaitu dapat bekerja dengan cepat dan tepat sehingga tidak menyia-nyiakan amanah yang menjadi tanggung jawabnya.<sup>8</sup>

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah kualitas produk. Kualitas produk merupakan keseluruhan ciri dari suatu produk yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan sesuai dengan yang diharapkan pelanggan. Kualitas produk memiliki peran penting dalam mempengaruhi

---

<sup>7</sup> Conny Sondakh, *Kualitas Layanan, Citra Merek dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Tablul BNI Cabang Manado)*. Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Vol 3, No.1, 2014. Hal 20

<sup>8</sup> Veithzal Rivai Zainal dkk, Op.,Cit hal 173-174

kepuasan pelanggan dan membentuk pelanggan yang loyal terhadap produk yang ditawarkan perusahaan.<sup>9</sup>

Kualitas produk merupakan hal perlu mendapat perhatian utama dari perusahaan/produsen, mengingat kualitas suatu produk berkaitan erat dengan masalah kepuasan konsumen yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan. Setiap perusahaan/produsen harus memilih tingkat kualitas yang akan membantu atau menunjang usaha untuk meningkatkan atau mempertahankan posisi produk itu dalam pasar sasarannya. Kualitas menyatakan tingkat kemampuan dari suatu merek atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsi yang diharapkan. Kualitas produk menunjukkan ukuran tahan lamanya produk itu, dapat dipercayainya produk tersebut, ketepatan produk, mudah mengoperasikan dan memeliharanya serta atribut lain yang dinilai.<sup>10</sup>

Penelitian ini dilakukan pada Bank Syariah Mandiri karena Bank Syariah Mandiri merupakan salah satu Bank Umum Syariah di Indonesia yang sudah dikenal dikalangan masyarakat dan Bank Syariah Mandiri juga ikut berpartisipasi dalam pembangunan nasional melalui peranannya sebagai lembaga intermediasi yang menawarkan berbagai jasa layanan perbankan. Bank Syariah Mandiri juga ikut bersaing dengan bank lainnya seperti Bank

---

<sup>9</sup> Dita Putri Anggraeni dkk, *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan* (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan), *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol. 37 No.1 Agustus 2016, hal 171

<sup>10</sup> Sofian Assuri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2015, hal 211-212

Konvensional maupun Bank Syariah. Dengan adanya persaingan tersebut maka Bank Syariah Mandiri harus lebih memperhatikan kualitas perusahaan baik kualitas layanan maupun kualitas produk yang ada untuk meningkatkan kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri.

Mengingat pentingnya menjaga kualitas pelayanan bank terhadap nasabahnya dalam rangka menjawab tantangan dalam persaingan dewasa ini maka harus selalu mampu mengukur sejauh mana kualitas layanan dan kualitas produk yang mereka berikan, juga tingkat kepuasan nasabah atas hasil dari pelayanan yang telah diberikan. Bank Syariah Mandiri KC Palembang menyadari bahwa kualitas layanan dan kualitas produk memiliki peran yang cukup penting dalam pencapaian kepuasan nasabah. Semakin berkembangnya jaman maka nasabah akan menjadi lebih kritis terhadap pelayanan yang diberikan, hal tersebut yang mendorong Bank Syariah Mandiri dalam menjalankan kegiatan operasionalnya terus melaksanakan yang terbaik agar dapat memberikan pelayanan yang terbaik sehingga terciptanya kepuasan nasabah. Bank Syariah Mandiri terus meningkatkan kualitas layanan baik dari segi karyawan maupun dari segi fasilitas yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri.

Dari fenomena tersebut diketahui bahwa kualitas layanan dan kualitas produk yang diberikan oleh suatu bank dapat menciptakan kepuasan nasabah, hal tersebut juga dinyatakan dalam penelitian Conny Sondakh dan hasil dari penelitian tersebut diketahui bahwa nasabah berpendapat kualitas layanan

mempunyai pengaruh yang baik terhadap kepuasan dan berdampak pada loyalitas. Artinya kualitas layanan yang dirasakan sebanding dengan harapan nasabah. Perusahaan harus tetap menjaga dan meningkatkan layanan walaupun citra mereka sudah melekat di benak konsumen. Hal ini dapat dilaksanakan dengan melakukan inovasi-inovasi ataupun terobosan baru khususnya terhadap produk layanan yang bisa lebih memuaskan kebutuhan nasabah sehingga tujuan yang diharapkan perusahaan bisa tercapai yaitu nasabah yang loyal.<sup>11</sup>

Berdasarkan uraian tersebut, dapat diketahui kualitas layanan dan kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan nasabah, dengan meneliti bagaimana pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah, maka Tugas Akhir ini dituangkan dalam judul “ **Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri KC Palembang**”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas, maka pokok permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri KC Palembang?

---

<sup>11</sup> Conny Sondakh, *Kualitas Layanan, Citra Merek dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Tablusi BNI Cabang Manado)*. Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Vol 3, No.1, 2014. Hal 31

2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri KC Palembang?
3. Bagaimana pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri KC Palembang?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah

### **D. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan yang hendak dicapai, penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah, serta juga diharapkan sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan secara teoritis dipelajari di perkuliahan, dan juga sebagai referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah.

## **2. Manfaat Praktis**

Dengan dilakukan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang membutuhkannya seperti :

### **a. Bagi Penulis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah.

### **b. Bagi Lembaga (Bank Syariah Mandiri KC Palembang)**

Dari laporan ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pihak Bank Syariah Mandiri KC Palembang dalam meningkatkan perkembangan kegiatan-kegiatan perusahaan agar menjadi yang terbaik.

### **c. Bagi Akademisi**

Hasil dari laporan ini diharapkan dapat membantu rekan-rekan terutama mahasiswa ataupun pihak lain yang membutuhkan informasi dan bahan referensi pada tema laporan sejenis yang akan dibahas.

## **E. Sistematika Penulisan**

Untuk memudahkan para pembaca dalam memahami materi-materi yang terdapat dalam penelitian ini, penulis membuat sistematika penulisan menjadi lima bab, dimana tiap bab terbagi menjadi beberapa sub bab. Sub bab sebagai berikut:

## **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini berisi dengan latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

## **BAB II: LANDASAN TEORI**

Bagian ini mengkaji teori yang digunakan dalam penelitian yaitu kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri KC Palembang. penelitian terdahulu, kerangka berpikir serta hipotesis yang digunakan.

## **BAB III: METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang ruang lingkup penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, variabel-variabel penelitian dan teknik analisis data.

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

Bab ini terdiri dari gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan.

## **BAB V: KESIMPULAN**

Bab ini terdiri dari simpulan yang menunjukkan keberhasilan tujuan dari penelitian. Simpulan juga menunjukkan hipotesis mana yang di dukung dan mana yang tidak didukung oleh data. Kelebihan dan kekurangan. Saran-

saran yang berisi keterbatasan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran bagi penelitian yang akan datang.

## **DAFTAR PUSTAKA**