

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Lembaga keuangan perbankan adalah instrumen penting dalam memperlancar jalannya pembangunan suatu bangsa. Saat ini perbankan Syariah telah memasuki persaingan berskala global, merupakan suatu tantangan yang harus dihadapi dan ditangani oleh Bank Syariah untuk dapat memberikan kontribusi dalam pembangunan bangsa. Banyaknya Bank Syariah yang berdiri, maka konsumen akan dihadapkan pada banyak pilihan akan produk Bank Syariah yang ditawarkan. Dengan semakin banyaknya jumlah Bank Syariah, struktur pasar Syariah pun berubah dari monopoli menjadi oligopoli, yang menyebabkan semakin tinggi persaingan diantara Bank Syariah.

Meningkatnya tingkat persaingan antar lembaga keuangan syariah telah mengarahkan bisnis jasa perbankan Syariah mencari cara yang menguntungkan untuk mendiferensiasikan diri mereka terhadap pesaing. Salah satu strategi yang dapat menunjang keberhasilan bisnis dalam sektor perbankan adalah berusaha menawarkan kualitas jasa dengan kualitas pelayanan tinggi yang nampak dalam kinerja atau performa dari layanan yang ada. Bagi nasabah pelayanan yang bermutu sangat penting. Oleh karena itu persaingan akan sangat dipengaruhi oleh kemampuan bank

memberikan pelayanan terbaik yang bermutu dibandingkan pesaingnya. Perusahaan yang gagal memuaskan pelayanannya akan menghadapi masalah yang kompleks. Umumnya pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain dan dapat dibayangkan betapa besarnya kerugian dari kegagalan memuaskan pelanggan.

Pelayanan yang berkualitas tentu saja tidak sebatas senyum ramah dari petugas teller atau *customer service* saja, tetapi lebih dari itu. Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Fandy Tjiptono (2011:198) terdapat lima dimensi utama yang relevan untuk menjelaskan kualitas pelayanan yang dikenal dengan *service quality* (SERVQUAL) yaitu *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati). Kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut merupakan kunci utama untuk meningkatkan kepuasan nasabah yang pada akhirnya berujung pada loyalitas nasabah. Pengalaman membuktikan, nasabah-nasabah yang puas dan loyal akan membangun *customer based* yang lebih kokoh buat perkembangan masa depan sebuah bank. Dengan memperbesar *customer based* diharapkan nasabah tidak rentan menghadapi perubahan suku bunga dan Bank pun bisa memperoleh margin yang baik.

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat layanan yang diharapkan. Kepuasan pelanggan dalam bidang jasa merupakan elemen penting dan menentukan dalam menumbuhkembangkan perusahaan agar tetap eksis dalam menghadapi persaingan. Bisnis perbankan, merupakan bisnis yang berdasarkan pada asas kepercayaan,

masalah kualitas layanan (*service quality*) menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan bisnis ini. Peningkatan kualitas pelayanan ragam produk dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, serta pemahaman prinsip-prinsip Syariah dalam transaksi perbankan, mutlak harus dilakukan.

Berlakukannya Undang-Undang No. 10 tahun 1998 tentang perbankan, perbankan Syariah telah mendapatkan kesempatan yang lebih luas untuk melaksanakan kegiatan usaha, termasuk pemberian kesempatan pada Bank Umum Konvensional untuk membuka kantor cabangnya yang khusus melakukan kegiatan berdasarkan prinsip Syariah dilakukan dalam upaya meningkatkan jaringan perbankan Syariah yang dilakukan secara bersamaan dengan upaya pemberdayaan perbankan Syariah yang sudah ada. Dengan upaya tersebut diharapkan akan mendorong perluasan jaringan kantor, pengembangan pasar uang antar Bank Syariah, peningkatan kualitas sumber daya manusia, dan kinerja Bank Syariah yang pada akhirnya akan menunjang pembentukan landasan perekonomian yang lebih tangguh.

Penelitian ini dilakukan di CIMB Niaga Syariah Bandar Lampung. CIMB Niaga Syariah sebagai salah satu penyedia jasa pelayanan berdasarkan hukum Islam dengan prinsip syariah, yaitu prinsip keadilan, kesederajatan, dan ketentraman. CIMB Niaga Syariah merupakan Unit Usaha Khusus CIMB Niaga yang didirikan untuk memberikan respon terhadap perkembangan *Sharia Banking Business* di Indonesia dan *demand* nasabah terhadap transaksi perbankan secara Syariah yang semakin besar. CIMB Niaga syariah berupaya untuk terus memberikan pelayanan terbaik kepada nasabahnya melalui konsep yang diterapkan yaitu keunggulan teknologi

dipadukan dengan *excellent service quality*. Transaksi perbankan secara syariah yang ditawarkan oleh CIMB Niaga Syariah, Insya Allah, memberikan rasa aman, nyaman, adil dan tentram bagi seluruh *stakeholder*.

CIMB Niaga Syariah merupakan salah satu perbankan syariah di Bandar Lampung. Untuk menjaga eksistensi bank, maka bank perlu memberikan pelayanan yang prima dan memberikan kepuasan kepada nasabah. Penelitian ini mencoba meneliti pengaruh kualitas pelayanan (*service quality*) CIMB Niaga Syariah Lampung Terhadap Kepuasan Nasabah. SERVQUAL (*service quality*) yang dilakukan CIMB Niaga Syariah sendiri adalah sebagai berikut:

1. *Tangibles* (Bukti Fisik)

CIMB Niaga Syariah mempunyai 1 gedung dengan fasilitas yang baik, mempunyai 9 mesin ATM yang memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi, juga mempunyai 13 karyawan tetap dengan penampilan yang menarik dengan seragam khusus dari CIMB Niaga Syariah itu sendiri.

2. *Reliability* (Kehandalan)

CIMB Niaga Syariah juga berusaha melakukan pelayanan sesuai dengan janji yang ditawarkan dan waktu yang disepakati yaitu apabila nasabah ingin membuat ATM dan mengambilnya dengan tepat waktu sesuai dengan yang dijanjikan oleh pihak Bank, juga memberikan hadiah-hadiah dari Bank untuk nasabah tertentu sesuai dengan promo yang ada.

3. *Responsiveness* (Ketanggapan)

Kemampuan atau kesiapan karyawan CIMB Niaga Syariah dalam menyediakan pelayanan dan merespon permintaan nasabah dengan cepat, yaitu dimana setiap nasabah yang datang dilayani dengan menanyakan apa kebutuhan mereka dan ditunjukkan kemana tempat yang dapat membantu sesuai dengan kebutuhan. Karyawan juga melayani nasabah dengan cepat dimana dibutuhkan waktu 1,5 menit untuk pelayanan setoran dan 2 menit untuk melakukan transfer atau pengambilan.

4. *Assurance* (Jaminan)

CIMB Niaga Syariah selalu menumbuhkan kepercayaan nasabahnya untuk tetap merasa aman dan nyaman, yaitu melalui sikap sopan dan pengetahuan yang selalu dibina pihak Bank dengan melakukan program *morning briefing* minimal seminggu sekali yang membahas memo-memo atau produk dan *hot promo*, program *five minute talking* sebelum memulai kerja dimana menyampaikan informasi dan semangat dalam menjalani *service*, melakukan *training-training* untuk menambah ilmu pengetahuan mengenai produk ataupun pelayanan, serta melakukan monitoring dan menegur bila tidak dijalankan standar secara konsisten.

5. *Empathy* (Empati)

Dimana karyawan CIMB Niaga Syariah mencoba memahami masalah yang dihadapi nasabahnya dengan memberikan perhatian menanyakan keluhan-keluhan nasabah dan menawarkan bantuan kepada nasabah juga karyawan selalu memohon maaf atas kejadian yang terjadi.

Produk atau jasa yang ditawarkan oleh Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Bandar

Lampung, antara lain:

Tabel 1.1 Produk atau jasa PT. Bank CIMB Niaga Syariah

| | Produk | | | | | |
|--------------------------|--|---|--|--|--|--|
| | Tabungan iB X-tra Syariah | Tabungan iB Pendidikan | Tabungan iB Junior | Tabungan iB Perencanaan | Deposito iB Syariah | Giro iB Syariah |
| Deskripsi Produk | Simpanan dana pihak ketiga dalam bentuk tabungan dimana pemilik memberikan kebebasan penuh kepada bank untuk mengelola dananya. | Produk Tabungan berjangka dalam mata uang rupiah yang dirancang untuk mempersiapkan masa depan pendidikan buah hati anda dengan menabung secara rutin setiap bulan sesuai jangka waktu yang diinginkan. | Simpanan dana pihak ketiga dalam bentuk tabungan yang diperuntukan khusus untuk anak-anak usia < 18 tahun. | Produk tabungan berjangka yang dirancang untuk mewujudkan impian masa depan anda dengan menabung secara rutin setiap bulan sesuai jangka waktu dan anggaran yang ingin dipersiapkan. | Simpanan berjangka dengan nisbah yang disepakati pada saat pembukaan rekening. | Giro perorangan dalam mata uang Rupiah dilengkapi dengan manfaat dan kemudahan transaksi |
| Tipe Produk | Tabungan | Tabungan berjangka | Current Account | Tabungan berjangka | Time Deposit | Perorangan dan perusahaan |
| Setoran Awal Min. | Rp. 200.000,- | Rp. 100.000,- | Rp. 100.000,- | Rp. 100.000,- | Rp. 8.000.000,- | Rp. 1.000.000,- |
| Tipe Imbalan | Bersifat sukarela dari bank dalam bentuk bonus dan tidak disyaratkan | Bagi hasil | Bersifat sukarela dari bank dalam bentuk bonus dan tidak disyaratkan | Bagi hasil | Bagi hasil | Bersifat sukarela dari bank dalam bentuk bonus dan tidak disyaratkan |
| Nisbah | - | 55% | - | 54% | 55% | - |
| Fitur Istimewa | - CIMB Clicks - Bebas biaya administrasi buku dan Kartu Debit - Quick Pay (Auto Debit) - Mobile Banking - Call Center CIMB Niaga 14041 | Nisbah setara dengan nisbah Deposito Mendapatkan perlindungan asuransi jiwa | Bebas biaya administrasi buku dan kartu ATM | Bagi hasil yang tinggi Mendapatkan perlindungan asuransi jiwa dan rawat inap | | Mendapat Cek ataupun bilyet giro |

Sumber : PT. Bank CIMB Niaga Syariah

Keberhasilan kebijaksanaan pemasaran yang dijalankan perusahaan salah satunya terlihat dari bagaimana kemampuan kebijaksanaan yang dilakukan dapat memberikan andil bagi peningkatan dan tercapainya nilai jumlah nasabah perusahaan dari target yang diterapkan.

Tabel 1.2 Jumlah Nasabah Yang Membuka Rekening Selama Tahun 2011

| Bulan | Target | Realisasi |
|--------------|---------------|------------------|
| Januari | 124 | 53 |
| Februari | 112 | 57 |
| Maret | 124 | 76 |
| April | 120 | 85 |
| Mei | 124 | 51 |
| Juni | 120 | 52 |
| Juli | 124 | 32 |
| Agustus | 124 | 30 |
| September | 120 | 30 |
| Oktober | 124 | 44 |
| November | 120 | 32 |
| Desember | 124 | 25 |

Sumber : PT. Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Bandar Lampung

Setiap cabang PT. Bank CIMB Niaga Syariah mempunyai target yang sama, dan tidak diperbolehkan membuat target sendiri karena target tersebut telah ditentukan oleh pusat. Khusus Bandar Lampung realisasinya masih rendah karena peminat nasabah yang masih rendah sehingga jika dilihat dari sisi persentase tidak mencapai

seratus persen. Target yang tinggi dibuat oleh pihak Bank itu didasarkan untuk memotivasi dan memicu kinerja karyawan.

Hasil ini mengidentifikasi tidak tercapainya target nasabah yang membuka rekening pada tahun 2011. PT Bank CIMB Niaga Syariah perlu waspada dan harus sesegera mungkin menemukan strategi pemasaran yang sesuai sehingga dapat meningkatkan atau setidaknya mempertahankan eksistensi yang telah dicapai serta dapat merebut pangsa pasar pesaing-pesaingnya. Melalui pemahaman kepuasan nasabah terhadap jenis yang ada pada suatu produk, dapat diramalkan perilaku pembelian konsumen sehingga dapat dirumuskan suatu strategi pemasaran yang tepat dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat.

1.2. Permasalahan

Persepsi pelanggan terhadap mutu jasa merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa atau pelayanan. Perusahaan harus memperhatikan hal-hal yang dianggap penting agar mereka merasa puas. Untuk itulah maka perusahaan perlu menilai faktor-faktor apa saja yang akan mempengaruhi kepuasan pelanggannya dan apakah yang telah terpenuhi. Disamping itu masalah yang dihadapi perusahaan adalah target dan realisasi (Tabel 3.1) yang tidak tercapai.

Berdasarkan masalah tersebut diatas, maka rumusan permasalahan tersebut, yaitu Apakah kualitas pelayanan (*service quality*) yang terdiri dari variabel *tangible* (bukti langsung), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance*

(jaminan), dan *empathy* (empati) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (*customer satisfaction*) di CIMB Niaga Syariah Cabang Bandar Lampung?

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan judul penelitian yang menyangkut analisis dimensi kualitas jasa perbankan untuk memenuhi kepuasan nasabah CIMB Niaga Syariah, maka tujuan penelitiannya adalah Mengetahui pengaruh variabel kualitas pelayanan (*service quality*) yang terdiri dari variabel *tangible* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati) terhadap kepuasan nasabah CIMB Niaga Syariah di Bandar Lampung.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan hasil yang akan diperoleh dari penelitian ini dapat dipergunakan sebagai dasar pertimbangan bagi perusahaan dalam memberikan pelayanan terhadap nasabah

2. Bagi Peneliti

Sebagai sarana untuk mengaplikasikan teori-teori yang telah diperoleh dimasa kuliah serta dapat mewabah wawasan pengetahuan

3. Peneliti Selanjutnya

Dapat dijadikan bahan masukan, ataupun perbandingan bagi penelitian yang setara dengan penelitian ini

1.5. Kerangka Pemikiran

Kepuasan pelanggan menurut Kotler dalam Mts. Arief (2007: 167) adalah tingkat perasaan senang seseorang setelah antara kinerja yang ia rasakan terhadap harapannya.

Evaluasi pasca konsumsi bahwa suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi melebihi harapan. Laba jangka panjang akan dipengaruhi oleh banyak dikitnya kepuasan konsumen yang diupayakan oleh perusahaan tersebut. Persaingan yang semakin tajam diantara perbankan Syariah ini, maka kepuasan pelanggan menjadi prioritas utama dimana tingkat kepentingan dan harapan serta pelaksanaan atau kinerja yang dilakukan perusahaan haruslah sesuai. Perusahaan harus memperhatikan hal-hal yang dianggap penting oleh pelanggan agar mereka merasa puas. Untuk itu maka perusahaan perlu menilai faktor-faktor apa saja yang akan mempengaruhi kepuasan pelanggannya. Lima dimensi dari kualitas jasa (SERVQUAL) yang diidentifikasi oleh Parasuraman, Zeithaml, Berry (1996) yaitu:

1. *Tangible* (bukti fisik)

Yang meliputi fasilitas fisik (gedung dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

2. *Reliability* (kehandalan)

Meliputi kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan janji, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan.

3. *Responsiveness* (ketanggapan)

Meliputi kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan informasi yang jelas.

4. *Assurance* (jaminan)

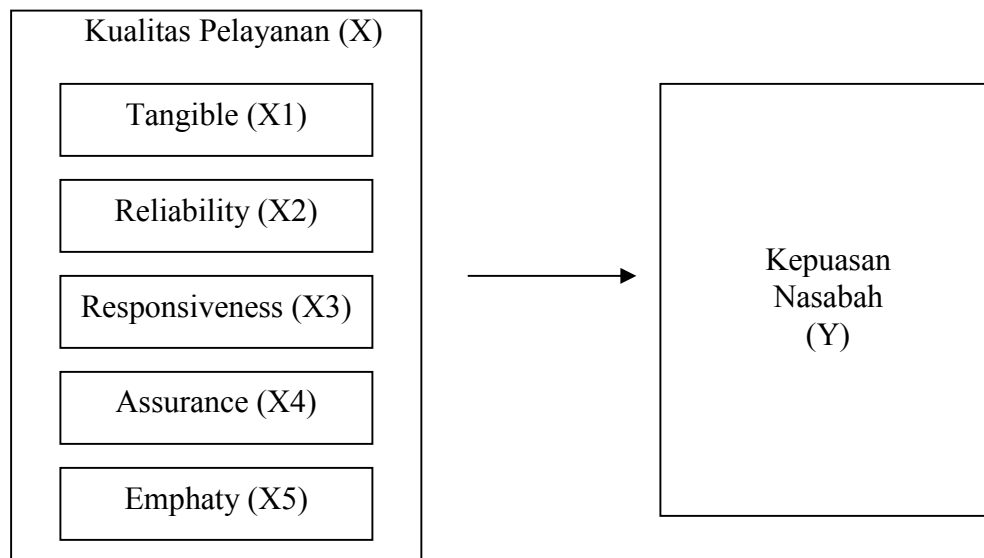
Yaitu pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.

5. *Empathy* (empati)

Yaitu syarat untuk peduli, memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Persepsi pelanggan terhadap mutu jasa merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa atau pelayanan. Adapun indikator dari jasa atau pelayanan yang berdasarkan teori mencakup 5 hal yaitu: bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.

Bagan Kerangka Pemikiran



1.6.Hipotesis

Kualitas pelayanan (*service quality*) yang terdiri dari variabel *tangible* (bukti langsung), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (*customer satisfaction*) di CIMB Niaga Syariah Cabang Bandar Lampung?