

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi ini, kualitas dipandang sebagai salah satu alat untuk mencapai keunggulan kompetitif, karena kualitas merupakan salah satu faktor utama yang menentukan pemilihan produk dan jasa bagi konsumen. Kepuasan konsumen akan tercapai apabila kualitas produk dan jasa yang diberikan sesuai dengan kebutuhannya. Kualitas jasa yang baik merupakan hal yang sangat penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan.

Pemasaran modern saat ini menjadikan kepuasan pelanggan sebagai orientasi yang menjadi pilar utama dalam menjalankan bisnis untuk mewujudkan tujuan perusahaan dalam memperoleh laba. Pelanggan yang terpuaskan oleh perusahaan menjadi aset besar untuk kelangsungan hidup perusahaan sehingga perlu dilakukan pengelolaan terhadap kualitas pelayanan yang ditawarkan untuk memenuhi kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang dikelola secara baik akan memberikan hasil yang baik untuk memenuhi kepuasan pelanggan.<sup>1</sup>

Pelayanan merupakan syarat utama bagi kelangsungan hidup suatu bank, khususnya bank syari'ah. Dengan pelayanan yang baik serta kenyamanan yang diberikan kepada nasabah dapat menentukan laju pertumbuhan suatu bank.

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat

---

<sup>1</sup> I Gusti Bagus Rai Utama. *Pemasaran Pariwisata*. (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2017)  
hlm 87

layanan yang diharapkan (*expected service*). Demikian pula dengan dunia perbankan yang merupakan bisnis berdasarkan pada azas kepercayaan, masalah kualitas layanan (*service quality*) menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan bisnis. Pemberian pelayanan harus ditafsirkan secara detail dalam pelaksanaannya, yang mengacu pada aspek-aspek yang baik.<sup>2</sup>

Prinsip-prinsip pelayanan dalam Islam atau bisnis secara Islam bahwa pelayanan merupakan hal yang sangat penting seperti bermuka manis, bertutur kata yang santun, melayani orang yang membutuhkan adalah perintah Allah.<sup>3</sup>

Memberikan pelayanan terbaik kepada umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang mau melakukannya. Dalam Al-Qur'an dijelaskan untuk saling tolong menolong, dalam hal ini termasuk memberikan pelayanan terbaik kepada sesama. Yaitu seperti di jelaskan oleh Allah dalam QS Al-Ma'idah/2:100.

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ

اللَّهُ شَدِيدُ الْعِقَابِ ۚ

“Dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.”<sup>4</sup>

<sup>2</sup> Hayat, *Manajemen Pelayanan Publik*. (Jakarta: Rajawali Pers, 2017) hlm, 5

<sup>3</sup> M. Syakir Sula, *Asuransi Syari'ah (Life and General) Konsep dan Sistem Operasional*, Jakarta: Gema Insani Press, 2004, h. 746.

<sup>4</sup> Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Bandung:Pustaka Alfatih, 2011), hlm. 107.

Melalui ayat diatas Allah memerintahkan kepada kita untuk saling menolong didalam koridor “mengerjakan kebajikan dan takwa” dan Allah melarang sebaliknya. Jika kita melanggar ketentuan Allah maka hukuman akan diberikan dan “Sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya”. Jadi interaksi itu boleh dilakukan kapanpun dan dengan siapapun selama tidak melanggar batasan diatas.

Terdapat lima dimensi yang dirancang untuk mengukur kualitas pelayanan yang didasarkan pada perbedaan antara nilai harapan dengan nilai kinerja yang dirasakan oleh konsumen yaitu <sup>5</sup> *responsivness, reliability, assurance, emphaty* dan *tangibles*.

*Responsivness* (daya tanggap / kesiapan) adalah kesiapan, kemauan yang muncul atas inisiatif dari dan ketanggapan (*helpful/willingness*), kecepatan (*promptness*), karyawan dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan oleh nasabah. *Reliability* (keandalan) adalah kemampuan melaksanakan janji pelayanan meliputi keandalan pelayanan dan keakurasian dan ketanggapan. *Assurance* (jaminan) adalah pengetahuan, keterampilan (*competence*), kesopanan (*courtesy/polite*) dan kejujuran (*credibility/trustworthy*) petugas serta keamanan (*security*) yang diberikan pada saat menggunakan jasa Bank tersebut. *Emphaty* (perhatian) adalah kepedulian, kemudahan (*accessible*), komunikasi (*communication*) dan pemahaman petugas atas kebutuhan (*understanding to customer caring*).

---

<sup>5</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran I*, Edisi Mileniem, (PT. Prenhallindo : Jakarta, 2003), hlm. 455

*Tangibles* (bukti fisik) adalah penampilan fasilitas fisik, peralatan maupun personal serta teknologi yang disediakan, yang dapat memberi kemudahan dan kenyamanan nasabah dalam melakukan transaksi.

Ada beberapa metode yang dapat dipergunakan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggan. Menurut Kotler ada 4 metode yang dapat mengukur kepuasan pelanggan yaitu: *complaint and suggestion system* (sistem keluhan dan saran), *customer satisfaction survey* (survei kepuasan pelanggan), *ghost shopping* (pembeli bayangan), dan *lost customer analysis* (analisis pelanggan yang lari).<sup>6</sup>

Masalah pelayanan sebenarnya bukanlah hal yang sulit atau rumit, tetapi apabila hal ini kurang diperhatikan maka dapat menimbulkan hal-hal yang rawan karena sifatnya yang sangat sensitif. Sistem pelayanan perlu didukung oleh kualitas pelayanan, fasilitas yang memadai dan etika atau tata krama. Sedangkan tujuan memberikan pelayanan adalah untuk memberikan kepuasan kepada konsumen/pelanggan, sehingga berakibat dengan dihasilkannya nilai tambah bagi perusahaan.

Di Banjarmasin dan sekitarnya telah berdiri beberapa bank yang menawarkan jasa perbankan, baik bank yang dimiliki oleh pihak pemerintah maupun pihak swasta. Di antaranya Bank Rakyat Indonesia (BRI), PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, BMT/BTM, Bank Pembangunan Daerah (BPD), Koperasi simpan pinjam dan lain sebagainya. Kehadiran bank-bank tersebut, secara ekonomi memberikan

---

<sup>6</sup> Muhammad Adam, *Manajemen Pemasaran Jasa*. (Bandung: Alfa Beta, 2015) hlm. 16-17

keuntungan kepada masyarakat umum, khususnya para pelaku ekonomi. Disadari atau tidak kehadirannya juga mampu meningkatkan pendapatan masyarakat dan memudahkan masyarakat untuk melakukan kegiatan perekonomian.

Menyadari akan berbagai hal di atas maka dalam penelitian ini peneliti tertarik untuk memilih Bank BTN syariah sebagai objek penelitian ini, peneliti memilih Bank BTN karena merasa bahwa BTN merupakan bank baru swasta yang termasuk cepat perkembangannya dan mampu bersaing dengan bank-bank swasta lainnya oleh sebab itu peneliti merasa perlu untuk mengetahui seperti apa dan bagaimana pelayanan terhadap nasabah yang dilakukan oleh PT. Bank Tabungan Negara (BTN) Kantor Cabang Syariah Banjarmasin. Selanjutnya peneliti akan meningkatnya menjadi bank BTN KCS Banjarmasin. Salah satu yang menyebabkan suatu perbankan maju dan berkembang adalah masalah pelayanan, pelayanan sudah seperti suatu bagian yang harus diperhatikan khusus oleh dunia perbankan. Permasalahan yang sering timbul akibat pelayanan yang kurang baik adalah menjauhnya nasabah atau nasabah perlahan akan meninggalkan bank tersebut yang akhirnya mempunyai efek negatif terhadap bank yang bersangkutan.

Berdasarkan hal itu maka dalam penelitian ini, peneliti mengangkat judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Persepsi Nasabah Pada PT. Bank Tabungan Negara (BTN) Kantor Cabang Syariah Banjarmasin”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka permasalahan pokok dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah variabel kualitas pelayanan (keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik) berpengaruh secara simultan terhadap persepsi nasabah pada bank BTN KCS Banjarmasin?.
2. Apakah variabel kualitas pelayanan (keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik) berpengaruh secara parsial terhadap persepsi nasabah pada bank BTN KCS Banjarmasin??".

## **C. Tujuan penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan :

1. Untuk mengetahui dan mengukur berpengaruh tidaknya variabel kualitas pelayanan (keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik), secara simultan terhadap persepsi nasabah pada bank BTN KCS Banjarmasin.
2. Untuk mengetahui dan mengukur berpengaruh tidaknya variabel kualitas pelayanan (keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik), secara parsial terhadap persepsi nasabah pada bank BTN KCS Banjarmasin.

## **D. Signifikansi Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan dengan harapan berguna;

1. Manfaat praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan bagi bank BTN KCS Banjarmasin dalam usaha meningkatkan persepsi nasabah.

2. Akademis

Untuk menambah pengetahuan dan pengalaman bagi penulis. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman khususnya dalam bidang perbankan, setelah mendapatkan ilmu pengetahuan di perkuliahan.

## **E. Definisi Operasional**

Agar lebih memperjelas maksud dari judul di atas dan untuk menghindari penafsiran keliru dalam memahami tulisan ini, maka penulis mengemukakan definisi operasional sebagai berikut

1. Persepsi yaitu tanggapan langsung atas sesuatu.<sup>7</sup>

Persepsi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah penilaian subjektif yang dikemukakan oleh responden terhadap kualitas pelayanan.

2. Nasabah yaitu orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan Bank (dalam keuangan).<sup>8</sup> Nasabah yang dimaksud dalam

---

<sup>7</sup> Umi Chulsum dan Windy Novita, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Ksahika Surabaya, 2006), Cet, hlm. 530

penelitian ini adalah nasabah yang menabung, melakukan pembiayaan, atau transaksi lainnya di BTN KCS Banjarmasin.

3. Kualitas Pelayanan adalah kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang atau jasa.<sup>9</sup> Kualitas Pelayanan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kualitas keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik yang diberikan BTN KCS Banjarmasin terhadap nasabah.

## F. Kajian Pustaka

Kajian pustaka sangat diperlukan untuk menghindari penelitian yang sama dengan penelitian yang akan diteliti. Oleh karena itu penulis melakukan penelahaan terhadap penelitian terdahulu yang berkaitan dengan permasalahan pengaruh pelayanan. Ada beberapa penelitian yang penulis temukan yang berhubungan dengan penelitian yang penulis teliti diantaranya:

1. Noor latifah, Nim 0901150116 yang membahas tentang “*Pengaruh Kualitas Produk Pashmina Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Komunitas Hijabi Banjarmasin*”, 2013. Hasilnya dapat diketahui bahwa kualitas produk pashmina berpengaruh secara simultan dan

---

<sup>8</sup> Robert Marshall dan Miranda, *Kamus Populer Uang dan Bank*, (Jakarta: Ladang Pustaka dan Intimedia, t.th), hlm. 82.

<sup>9</sup> T. Pembinaan Penyusun Kamus Pusat dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta:Balai Pustaka,1994), cet 3, h. 526.



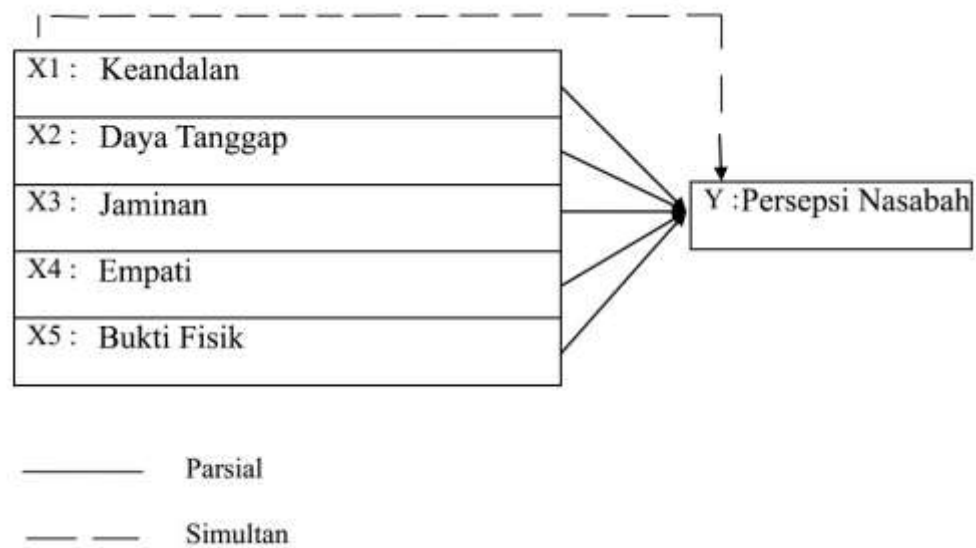
parsial terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap kualitas dari suatu produk berdasarkan persepsi konsumen. Namun tidak membahas kualitas penjualan produk tersebut dari segi pelayanannya.

2. Sainah, Nim 1101150129 yang membahas tentang “*Persepsi Mahasiswa IAIN Antasari Terhadap Kualitas pelayanan pada bank kalsel kedai syariah IAIN Antasari Banjarmasin*”, 2011. Mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa fakultas tarbiyah jurusan PAI angkatan 2008/2009 dan 2009/2010 terhadap kualitas pelayanan pada bank kalsel kedai syariah IAIN Antasari Banjarmasin. Dimensi jaminan adalah dimensi yang paling dominan terhadap kepuasan nasabah jika dibandingkan dengan dimensi lain. Namun penelitian ini bersifat lokal karena berupa studi kasus sehingga tidak bisa digeneralisir kepada objek penelitian atau bank lainnya yang mesti dilakukan peninjauan sendiri.
3. Multisya Elma, NIM 0801158999 yang membahas tentang “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal Terhadap Kepuasan Konsumen pada Upik Putsal Banjarmasin*” skripsi ini lebih menekankan pada kepuasan konsumen dengan kualitas pelayanan jasa penyewaan, sedangkan penelitian yang penulis lakukan ini lebih menekankan pada persepsi nasabah dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak instansi atau perusahaan.

Dengan demikian, terdapat pokok permasalahan yang sangat berbeda antara penelitian yang telah penulis kemukakan di atas dengan persoalan yang penulis teliti. Dalam penelitian ini bertujuan ingin mengetahui bagaimana persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan pada PT. Bank Tabungan Negara (BTN) Kantor Cabang Syariah Banjarmasin dengan sebagai variabel independen yaitu pelayanan (X) yang terdiri dari reliability, responseveness, assurance, emphaty dantangibles, Sedangkan variabel dependennya yaitu persepsi nasabah (Y). Jadi tidak ada kesamaan dalam penelitian yang penulis angkat.

#### **G. Kerangka Berpikir**

Kerangka pemikiran adalah bagian penting dalam menyusun sebuah penelitian, karena dari sinilah pembaca bisa mengetahui apa yang dilakukan oleh peneliti dan bagaimana urutan penelitian itu dilakukan. Penelitian ini bertujuan mengkaji permasalahan tentang Persepsi nasabah terhadap pengaruh kualitas pelayanan BTN KCS Banjarmasin. Adapun kerangka pikir dalam penelitian ini secara sederhana dapat digambarkan sebagai berikut :



## H. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka dapat diperoleh hipotesis sebagai berikut :

1.  $H_a$  : Ada pengaruh secara simultan antara variabel kualitas pelayanan berupa ; keandalan ( $X_1$ ), daya tanggap ( $X_2$ ), jaminan ( $X_3$ ) , empathy ( $X_4$ ) dan bukti fisik ( $X_5$ ) terhadap persepsi nasabah pada bank BTN KCS Banjarmasin.

$H_0$  : Tidak ada pengaruh secara simultan antara variabel kualitas pelayanan berupa ; keandalan ( $X_1$ ), daya tanggap ( $X_2$ ), jaminan ( $X_3$ ) , empathy ( $X_4$ ) dan bukti fisik ( $X_5$ ) terhadap persepsi nasabah pada bank BTN KCS Banjarmasin.

2.  $H_a$  : Ada pengaruh secara parsial antara variabel kualitas pelayanan berupa ; keandalan (X1), daya tanggap (X2), jaminan (X3) , empathy (X4) dan bukti fisik (X5) terhadap persepsi nasabah pada bank BTN KCS Banjarmasin.

$H_o$  : Tidak ada pengaruh secara parsial antara variabel kualitas pelayanan berupa ; keandalan (X1), daya tanggap (X2), jaminan (X3) , empathy (X4) dan bukti fisik (X5) terhadap persepsi nasabah pada bank BTN KCS Banjarmasin.

## **I. Sistematika Penulisan**

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi materi dan hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah:

Bab I Pendahuluan, Pada bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, definisi operasional, kajian pustaka, hipotesis penelitian, kerangka teori, serta sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teoritis, pada bab ini berisi tentang teori-teori yang mendukung penelitian.

Bab III Metode Penelitian, Pada bab ini menguraikan tentang: jenis, sifat, dan lokasi penelitian, subyek dan obyek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data serta tahapan penelitian.

Bab IV Penyajian dan Analisis Data, Pada bab ini berisi tentang hasil secara sistematis terdiri atas: Penyajian dan analisis data, kemudian dianalisis dengan metode analisis data yang ditetapkan dan selanjutnya dilakukan pembahasan tentang analisis tersebut.

Bab V Penutup, pada bab ini berisi tentang simpulan dari penelitian serta saran yang dapat diberikan kepada pihak-pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini.