

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia menjadi salah satu bentuk optimalisasi pemanfaatan sumber daya ekonomi yang riil di lembaga keuangan syariah. Dengan jumlah penduduk yang mayoritas muslim terbanyak di Asia Tenggara menjadikan ekonomi syariah kini semakin berkembang pesat.¹ Adanya perbankan syariah di Indonesia mulai berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI), kemudian diikuti oleh bank-bank lain sehingga membuka jendela syariah (Islamic Window) dalam menjalankan kegiatan usaha.² Pada awal pendirian BMI, keberadaan bank syariah ini belum mendapat perhatian yang optimal dalam tatanan industri perbankan nasional.³

Kepuasan nasabah terhadap bank sangat penting untuk kemajuan bank di masa mendatang. Bank sebagai lembaga perantara antara nasabah simpanan (tabungan) yang memiliki kelebihan dana dengan nasabah kredit yang memerlukan pinjaman dana. Apabila nasabah memiliki tingkat kepuasan yang rendah terhadap bank, maka nasabah akan mencari bank lain yang dianggap lebih kredibel (dapat dipercaya). Karena itu, dalam hal memberikan layanan

¹ Muhammad Masruron dan Nurul Aulia Adinda Safitri, "Analisis Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia Di Masa Pandemi Covid-19," *Al Birru*, Vol. 1, No. 1, Desember 2021, hlm. 18.

² Abdul Ghofur Anshori, *Perbankan Syariah Di Indonesia* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2018), hlm. 30.

³ Muhammad Kurniawan, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah (Teori Dan Aplikasi)* (Indramayu: Penerbit Adab, 2021), hlm. 29.

jasa perbankan, setiap bank dituntut untuk mampu meningkatkan kepuasan terhadap nasabahnya.⁴

Dalam pandangan Islam, standar syariah menjadi tolak ukur dalam menilai kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah dalam pandangan Islam merupakan tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa perbankan yang dikonsumsi seharusnya sesuai dengan syariah.⁵

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah diantaranya adalah citra bank syariah dan standarisasi pelayanan syariah.⁶

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang penting untuk diteliti kembali karena merupakan hal dasar yang dibutuhkan nasabah yang sangat diperlukan dengan memberikan dan memenuhi fasilitas dan respon sesuai keinginan nasabah. Kualitas layanan yang baik seperti memberikan respon yang cepat, tanggap terhadap keluhan nasabah, memberikan pelayanan yang ramah serta tata krama yang baik akan sehingga dapat memuaskan nasabah.⁷ Citra perusahaan yang selanjutnya penting untuk diteliti karena kesan secara umum yang tertinggal dibenak nasabah sebagai dari hasil

⁴ Rudy Haryanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2020), hlm.16.

⁵ Eva Sundari, *Dinamika Citra Dan Pelayanan Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Tinjauan Islam (Studi Kasus Perbankan Syariah Di Kota Pekanbaru)*, (Indramayu: Penerbit Adab, 2021), hlm.11-12.

⁶ Chandra Warsito, Iin Solikhin, dan Dhika Dzulkarnain Wibisono, *Membranding Bank Syariah : Melalui Citra, Standarisasi Dan Niat Merekomendasikan*, (Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi, 2022), hlm. 70.

⁷ Meli Andriyani dan Riski Ardianto, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank," *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, Vol. 1, No. 2, Juli 2020, hlm. 135.

kumpulan perasaan, ide, sikap dan pengalaman dengan perusahaan yang disimpan dalam ingatan.⁸

Sebagai lembaga keuangan, suatu bank memerlukan adanya pemasaran. Tanpa kegiatan pemasaran, kebutuhan dan keinginan seorang nasabah tidak akan terpenuhi. Oleh karena itu, Lembaga keuangan perlu melakukan riset pasar dalam mengemas kegiatan pemasarannya secara profesional, sehingga kebutuhan dan keinginan pelanggan akan segera terpenuhi dan terpuaskan.⁹

PT. BPRS Al-Madinah adalah salah satu bank syariah yang merupakan badan umum milik daerah (BUMD). Di PT. BPRS Al-Madinah terdapat banyak produk tabungan yang ditawarkan diantaranya Tabungan Kotaku, Tabungan Simadu, Tabunganku, Tabungan Ahsanu'amala Haji & Umrah, Tabungan Ahsanu'amala Qurban, Tabungan Hari Raya, serta Tabungan SimPel IB.¹⁰ Terdapat banyak keunggulan-keunggulan dari masing-masing produk tersebut yang tentunya diharapkan untuk menarik minat masyarakat. Melihat dari banyaknya produk tabungan yang dimiliki oleh PT BPRS Al-Madinah maka diperlukan fitur yang baik serta unggul yang dapat menarik minat masyarakat sehingga masyarakat dapat menilai lebih dibanding produk tabungan dari bank lain.

⁸ Triyadi, Rizka Wahyuni Amelia, dan Abdul Khoir, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Danamon TBK Cabang Bintaro," *Jurnal Ekonomi Efektif*, Vol. 3, No. 4, Juli 2021, hlm. 515.

⁹ Rudy Haryanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, hlm. 15.

¹⁰ bprsalmadinah.co.id, Produk Tabungan Bank Syariah Al-Madinah. Diakses melalui situs: <https://bprsalmadinah.co.id/produk-tabungan/> pada 5 September 2022.

Jumlah nasabah penabung PT. BPRS Al-Madinah kian bertambah dari tahun ke tahunnya seperti pada tabel berikut.

Tabel 1. 1 Jumlah nasabah penabung di BPRS Al-Madinah

Tahun	Jumlah Nasabah
2019	9.803
2020	10.981
2021	11.960
2022 (periode Jan-Sept)	12.690

Sumber: *Customer Service* BPRS Al-Madinah

Pelayanan yang dilakukan oleh PT. BPRS Al-Madinah yaitu dengan pelayanan jemput bola atau dikenal dengan *pick-up service*, datang langsung ke kantor, dan *mobile banking*. Namun, untuk *mobile banking* masih tahap penyesuaian kepada para pegawai.¹¹ *Pick-up service* dilakukan agar lebih dekat dengan nasabah karena dana yang akan disetorkan oleh nasabah akan diambil langsung ke tempat nasabah oleh *marketing funding*. Dengan adanya layanan ini tentunya mempermudah nasabah dalam penyetoran dan pengambilan uang tabungan tidak perlu ke kantor hanya kepada pihak *marketing*.¹²

Tabel 1. 2 Tabel Nasabah Setiap Produknya

No.	Produk Tabungan	Jumlah Nasabah
1.	Tabungan Simpel	3.015
2.	Tabungan Ku	4.283

¹¹ Wawancara dengan Ibu Dewi Yulianti, SDI BPRS Al-Madinah, pada tanggal 27 Oktober 2022.

¹² Wawancara dengan Pak Ilham Ramadhan, *Marketing* BPRS Al-Madinah 13 Oktober 2022.

3.	Tabungan Ahsanu'amala Qurban	137
4.	Tabungan Hari Raya	2.237
5.	Tabungan Simadu	456
6.	Tabungan Kotaku	2.289
7.	Tabungan Ahsanu'amala Haji dan Umroh	151
Total		12.568

Sumber: *Customer Service BPRS Al-Madinah*

Tabel 1. 3 Jumlah Nasabah yang Menggunakan Pick-Up Service

No	Karyawan Marketing Funding	Jumlah Nasabah
1	Asep Tisnajaya Mulyana	15
2	Hendra Fauzan	2.006
3	Ilham Ramadhan	780
4	Iping Supriadi	980
5	Iwan Setiawan	800
6	Jajang Nurjaman	1.512
7	Yanwar Sasmita	4
Total Jumlah		6.097

Sumber: *Customer Service BPRS Al-Madinah*

Nasabah PT. BPRS Al-Madinah banyak yang menggunakan pelayanan *pick-up service* sebanyak 6.097 dari seluruh jumlah nasabah penabung yaitu 12.690.

Ketatnya persaingan antar bank dalam produk tabungan mengakibatkan PT. BPRS Al-Madinah harus menumbuhkan rasa kepercayaan nasabah terhadap bank dengan citra perusahaan yang baik yang dapat memuaskan nasabah.

Peningkatan jumlah kedatangan nasabah sangat mempengaruhi kenyamanan nasabah itu sendiri. Saat terjadinya penumpukan nasabah maka nasabah harus menunggu dalam antrian jika belum dapat dilayani. Lamanya waktu menunggu dapat mempengaruhi kepuasan nasabah terhadap pelayanan Bank tersebut.¹³

Berdasarkan hasil wawancara terhadap beberapa narasumber yang menjadi nasabah di BPRS Al-Madinah, mereka berpendapat bahwa pelayanan *pick-up service* kurang memuaskan karena disebabkan oleh petugas yang belum sepenuhnya mengikuti keinginan nasabah dalam segi waktu padahal sebelumnya *marketing* rutin melakukannya pada bulan seperti yang seharusnya *marketing* datang seminggu sekali di hari Senin, tetapi pada kenyataannya *marketing* tidak datang dalam 1 sampai 2 minggu pada bulan September minggu ke 3 dan ke 4 padahal sebelumnya rutin, dan kemudian terulang di bulan Oktober di minggu ke 1, 2, dan 3 tidak datang dan tidak diberi kabar sebelumnya bahwa tidak akan datang, tentunya nasabah tidak merasa puas dalam hal ini karena target nasabah dalam menabung tidak akan tercapai.¹⁴ *Customer service* dan teller yang hanya ada satu, tidak ada nomor antrian dalam pelayanan, serta kurang cekatan dalam melayani sehingga nasabah harus menunggu agak lama dalam pelayanannya.¹⁵ Menurut nasabah

¹³ Windy Septia Putri dan Defri Ahmad, "Penerapan Teori Antrian Pada Pelayanan Teller Bank BNI Kantor Cabang Pembantu Air Tawar," *UNPjoMath*, Vol. 3, No. 1, Maret 2020, hlm.91.

¹⁴ Wawancara dengan Ibu Yanti, nasabah BPRS Al-Madinah, pada tanggal 7 November 2022.

¹⁵ Wawancara dengan Ibu Siti, nasabah BPRS Al-Madinah, pada tanggal 10 November 2022.

lainnya, pegawai kurang responsif dalam menanggapi nasabah.¹⁶ Hal ini dialami oleh nasabah lainnya yang memandang kurang baik mengenai citra perusahaan, kesan nasabah tersebut mendapat respon lambat pada pelayanan *pick-up service* yang seharusnya rutin datang tetapi nyatanya *marketing* tidak datang apabila tidak di hubungi, lalu nasabah lebih beralih pada bank lainnya yang dianggap lebih terpercaya. Serta masyarakat setempatnya yang menjadi nasabah yang mengalami hal sama juga memindahkan uang tabungannya ke bank lain yang dianggap lebih terpercaya.¹⁷ Sehingga permasalahan-permasalahan tersebut menurunkan kepuasan nasabah.

Selain masalah-masalah yang ada di atas terdapat permasalahan lain yang berhubungan dengan *research gap* (kesenjangan penelitian) pada variabel kualitas pelayanan dan citra perusahaan. Menurut hasil penelitian Yona Elmiyanti menyatakan *pick-up service* memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.¹⁸ Menurut Suchi Wati Dewi dan Rafika Rahmawati hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan antar jemput yang dilakukan BPRS Harta Insan Karimah Cabang Cikarang sudah cukup puas bagi para nasabah yang menggunakan pelayanan antar jemput. Namun, masih terdapat faktor yang membuat nasabah hanya merasa cukup puas yaitu pada kendala waktu.¹⁹

¹⁶ Wawancara dengan Ibu Maya, nasabah BPRS Al-Madinah, pada tanggal 20 Februari 2023.

¹⁷ Wawancara dengan Ibu Yati, nasabah BPRS Al-Madinah, pada tanggal 20 Februari 2023.

¹⁸ Yona Elmiyanti, "Analisis Pengaruh Pick Up Service Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bprs Ampek Angkek Candung" *SKRIPSI* Program Studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bukittinggi (2018).

¹⁹ Suchi Wati Dewi dan Rafika Rahmawati, "Analisis Kualitas Pelayanan Antar Jemput Produk Tabungan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada BPRSyari'ah Harta

Menurut hasil penelitian Joko Usmar menyatakan kualitas pelayanan memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.²⁰

Menurut Jarot Santosa, Denny Mahendra, dan Aris Tri Haryanto hasil penelitian yang dilakukan adalah kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.²¹

Menurut hasil penelitian Danung Alriansyah menyatakan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.²² Menurut Vika Lutfiyani dan Euis Soliha hasil penelitian menunjukkan bahwa citra perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.²³

Dari pembahasan tersebut, penulis tertarik untuk meneliti terkait kepuasan nasabah terhadap di PT BPRS Al-Madinah dengan judul **“Pengaruh Pick-Up Service, Kualitas Pelayanan, dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Di PT. BPRS Al-Madinah Tasikmalaya”**

Insan Karimah Cabang Cikarang),” *MASLAHAH (Jurnal Hukum Islam dan Perbankan Syariah)*, Vol. 12, No. 1, Februari 2021.

²⁰ Joko Usmar, “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI Syariah Cabang Pekanbaru” *SKRIPSI* Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Sultan Syarif Kasim Pekanbaru (2019).

²¹ Jarot Santosa, Denny Mahendra, dan Aris Tri Haryanto, “Peran Kepuasan Di Dalam Memediasi Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Jateng Cabang Purwodadi,” *Excellent : Jurnal Manajemen, Bisnis dan Pendidikan* Vol. 7, No. 1, 2020.

²² Danung Alriansyah, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Danamon TBK Cabang Bintaro” *SKRIPSI* Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi (2019).

²³ Vika Lutfiyani dan Euis Soliha, “Pengaruh Citra Perusahaan, Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan,” *Proceeding Seminar Nasional dan Call for Papers*, September 2019.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah *pick-up service* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPRS Al-Madinah Tasikmalaya?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPRS Al-Madinah Tasikmalaya?
3. Apakah citra perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPRS Al-Madinah Tasikmalaya?
4. Apakah *pick-up service*, kualitas pelayanan, dan citra perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPRS Al-Madinah Tasikmalaya?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *pick-up service* secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPRS Al-Madinah Tasikmalaya.
2. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPRS Al-Madinah Tasikmalaya.
3. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh citra perusahaan secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPRS Al-Madinah Tasikmalaya.
4. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *pick-up service*, kualitas pelayanan, dan citra perusahaan secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPRS Al-Madinah Tasikmalaya.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Akademis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pengetahuan serta menambah wawasan mengenai kepuasan nasabah di PT. BPRS Al-Madinah Tasikmalaya, serta menjadi sumber informasi civitas akademik, khususnya bagi Fakultas Agama Islam jurusan Ekonomi Syariah.

Bagi peneliti dapat menambah wawasan dan pengalaman langsung mengenai bidang perbankan terutama yang berkaitan dengan penelitian terhadap kepuasan nasabah PT. BPRS Al-Madinah Tasikmalaya.

2. Kegunaan Praktis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi oleh pihak bank dalam pengambilan keputusan maupun penerapan strategi yang efektif untuk mengatasi permasalahan yang sedang dihadapi yaitu dalam kepuasan nasabah.

3. Kegunaan Umum

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan dan wawasan yang lebih luas umumnya pada masyarakat.