

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank sebagai shahibul mal (pemilik dana) bertugas sebagai fasilitator atau penyedia dana bagi nasabah yang ingin menjalankan usaha tetapi tidak memiliki dana maka disinilah tugas bank sebagai penyalur dana membantu nasabah yang membutuhkan dana. PT. BPRS Al-Washliyah merupakan salah satu bank yang memberikan fasilitas pembiayaan salah satu pembiayaan yang diberikan PT.BPRS Al-Washliyah adalah pembiayaan mudharabah dalam bentuk modal kerja dengan prinsip bagi hasil. PT. BPR Syariah Al-Washliyah Krakatau Medan merupakan salah satu bisnis perbankan syariah yang dimana menjalankan bisnisnya berusaha menjauhi praktek-praktek yang di khawatirkan mengandung riba.

Permasalahan yang dihadapi dalam Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) khususnya kinerja adalah rendahnya kepercayaan anggota dan pemodal karena tidak dimasukkan dalam program pemerintah melalui LPS. Selain itu juga terkendala biaya besar baik untuk sarana dan prasarana maupun investasi dalam sumber daya manusia.¹ Hal ini karena kepuasan pelanggan dapat digunakan sebagai kekuatan untuk pendorong bagi masa depan share pasar dan profitabilitas perusahaan, pelanggan yang merasa puas akan lebih mungkin untuk membeli dan menjadi pelanggan yang baik.

PT. BPRS Al-Washliyah merupakan salah satu bank yang memberikan fasilitas pembiayaan salah satu pembiayaan yang diberikan PT. BPRS Al Washliyah adalah pembiayaan mudharabah dalam bentuk modal kerja dengan prinsip bagi hasil. Selain itu juga ada tabungan yang bertujuan untuk menyimpan

¹ Syarif and Asnur, —Solusi Pemecahan Masalah Pemberdayaan Modal Koperasi Dengan Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2021,|| *Jurnal INFOKOP* 22, no. 1 (2013)

uang nasabah. Berdasarkan data dokumentasi PT. BPRS Al-Washliyah tentang jumlah nasabah adalah sebagai berikut.²

Tabel 1.1 Nasabah BPRS Al-Washliyah Krakatau 2020-2021

Nama produk	2020	2021
Tabungan iB Amanah	5.005	5.070
Tabungan iB Syariah	11.786	11.970
TabunganKu iB	4.133	4.153
Tabungan iB Mitra Sipantas	2.233	2.281

Berdasarkan data di atas, maka dapat diketahui bahwa BPRS Al Washliyah dari akhir tahun 2020 sampai awal 2021 dari berbagai jenis tabungan dari nasabah hal ini menunjukkan bahwa *customer retention* tidak dapat dipertahankan. Terjadinya penurunan nasabah atau ketidak mampuan mempertahankan nasabah (*Customer Retention*) sebagaimana pada tabel di atas pada PT. BPRS Al Washliyah Krakatau menurut hemat penulis belum berjalan dengan baik terutama dalam strategi pelayanan prima, dimana para karyawan belum melakukan pelayanan secara cepat, tepat, lancar, tidak bertele-tele, mudah dipahami, mudah dilaksanakan, kemampuan memproses baik, serta hasil pelayanan, keadilan yang merata antara nasabah harus diperlakukan sama. Hal ini juga diakui oleh seorang nasabah bernama Ibu Hafizah saat penulis melakukan observasi awal bahwa pelayanan yang diberikan oleh pihak BPRS kurang memuaskan karena pelayanannya yang lamban dan kurang peduli terhadap persoalan nasabah. Secara konsep pelayanan yang menjadi pokok bisa melayani anggota dengan sempurna. Adapun konsep pelayanan prima yaitu, *ability* (kemampuan), *attitude* (sikap), *appearance* (penampilan), *attention* (perhatian), *action* (tindakan), *accountability* (pertanggung jawaban).³

² Syahnun, Dokumentasi (Medan: PT. BPRS Al-Washliyah, 2021),.h. 81

³ Observasi, PT. BPRS Al-Washliyah, 2021, tanggal 12 Desember 2020.

Berdasarkan data dokumentasi PT. BPRS Al- Washliyah tentang pembiayaan adalah sebagai berikut.⁴

Tabel 1.2 Pembiayaan BPRS Al-Washliyah Krakatau

Nama produk	Nisbah	Bagi hasil
Deposito mudharabah 1 bulan	0,45	111.840
Deposito mudharabah 3 bulan	0,50	472.035
Deposito mudharabah 6 bulan	0,65	58.955
Deposito mudharabah 12 bulan	0,75	67.606.344

Masing-masing dari produk mempunyai merek dan pangsa pasar tersendiri. Dilihat dari tabel di atas menunjukkan bahwa nasabah dengan jumlah terbanyak memilih produk Tabungan iB Syariah. Nasabah paling sedikit memilih Deposito iB. Permasalahan yang muncul terhadap produk BPRS Al-Washliyah Krakatau yaitu jumlah nasabah yang tidak merata. Data ini menjelaskan bahwa Tabungan iB Syariah yang sudah berkonsep Syariah memiliki merek yang paling diminati oleh pelanggan. Hal ini disebabkan karena sudah berbasis Syariah. Tentunya masing-masing produk mempunyai bentuk layanan yang berbeda-beda.

Pelayanan berbasis Syariah atau biasa disebut *Islamic Service quality* menurut Sauri merupakan seluruh pilihan yang tersedia pada sebuah produk, jasa dan layanan yang digunakan untuk memuaskan kebutuhan yang dalam pelaksanaannya berdasar pada syariat islam.⁵ Dalam konsep *islamic service quality* sendiri, memberikan sebuah layanan (barang atau jasa) berilah layanan yang terbaik dan berkualitas, bukan palah sebaliknya. Layanan yang berkualitas adalah layanan yang secara ekonomis menguntungkan dan secara prosedural mudah serta

⁴ Syahnun, *Dokumentasi* (Medan: PT. BPRS Al-Washliyah, 2021),.h. 81

⁵ Supian Sauri, -Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Dan Kepercayaan Anggota Di Pusat Koperasi Syariah Alkamil Jawa Timur,| *Tesis* (Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2017),.h. 18

menyenangkan. Berawal dari kebutuhan itu, kemudian nasabah memperoleh layanan atas suatu ke butuhnya. Layanan yang diterima nasabah akan dipersepsikan sebagai baik standar, atau buruk sehingga persepsi tersebut merupakan bentuk akhir pembentukan minat nasabah dalam mencapai kepuasan.⁶

Kepuasan seringkali dikaitkan dengan kerelaan atau perasaan ridho atas sesuatu yang diterima atau dirasakan. Hal ini selaras dengan firman Allah SWT dalam surah An-Nisa ayat 29 yaitu:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.⁷

Berdasarkan ayat tersebut maka untuk menciptakan kepuasan pelanggan dalam perspektif Islam diperlukan adanya keadilan dan kejujuran serta berdasarkan aktivitas perniagaan atas dasar suka sama suka atau saling ridho sehingga tidak ada pihak yang merasa dirugikan oleh pihak manapun. Menurut Kotler menyatakan bahwa indicator atau ciri-ciri konsumen yang merasa puas adalah konsumen akan loyal terhadap produk, adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif, dan menjadi pertimbangan utama ketika membeli merek lain.⁸

Kepuasan pelanggan dalam menentukan dan memilih suatu produk juga tidak lepas dari kualitas suatu produk dan kualitas pelayanan yang diberikan

⁶ S Sendari, -Pengaruh Atribut Produk Dan Pelayanan Islami Terhadap Minat Nasabah, | *Skripsi* (UIN Walisongo Semarang, 2011)., h, 28

⁷ Soenarjo, *Al Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Kemenag RI, 2016), h. 41

⁸ Kotler, *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta: Prenhalindo, 2005), h. 57

oleh perusahaan atas produk atau jasa yang di hasilkan. Perusahaan juga di tuntutan untuk selalu menjaga kepercayaan pelanggan dengan meningkatkan kualitas suatu produk dan kualitas pelayanan agar kepuasan pelanggan meningkat, dan dengan cermat menentukan kebutuhan pelanggan sebagai upaya perusahaan untuk memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan atas produk dan pelayanan yang diberikan.

PT. BPRS Al-Washliyah Krakatau merupakan salah satu pelaku bisnis yang bergerak dalam bidang lembaga keuangan bank. Dalam kegiatan operasionalnya PT. BPRS Al-Washliyah Krakatau yang berada di wilayah Medan dituntut untuk mampu memberikan pelayanan prima kepada nasabahnya agar para nasabah dapat terpuaskan dengan pelayanan yang diberikan. Sebab dalam bisnis jasa kepuasan konsumen merupakan suatu hal yang mutlak yang harus dipenuhi oleh pelaku bisnis jasa. Dengan terpenuhinya kepuasan nasabah maka diharapkan akan muncul kepercayaan dan loyalitas dari para nasabah. kepuasan konsumen merupakan suatu hal yang mutlak yang harus dipenuhi oleh pelaku bisnis jasa sehingga bank dapat mempertahankan nasabah (*Customer Retention*). Dengan kemampuan mempertahankan nasabah (*customer retention*) maka diharapkan akan muncul kepercayaan dan loyalitas dari para nasabah.

PT. BPRS Al-Washliyah Krakatau menerapkan pelayanan prima kepada nasabah yang menggunakan produk pembiayaan dan penghimpunan dana. Ada berbagai macam produk penghimpunan dana antara lain Tabungan iB Amanah, Tabungan iB Syariah, TabunganKu iB, Tabungan iB Mitra Sipantas, dan Deposito IB. Semua produk penghimpunan dana ini menggunakan berbagai akad dan memiliki manfaat masing-masing. menerapkan pelayanan prima kepada nasabah yang menggunakan produk pembiayaan dan penghimpunan dana.

Penelitian tentang *Islamic Service Quality* dan *brand image* terhadap kepuasan nasabah sudah banyak diteliti oleh peneliti terdahulu. Penelitian yang dilakukan Liya Setiawati tentang Pengaruh *Islamic Service Quality* dan *Brand Image* Terhadap Kepuasan Nasabah BRI Syariah KCI Citarum. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif verifikatif. Alat analisa yang digunakan adalah analisis jalur, untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung *Islamic Service Quality* dan *Brand Image* terhadap kepuasan nasabah. Sementara dalam penelitian yang penulis lakukan untuk mengetahui pengaruh *Islamic Service Quality* dan *brand image* terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPRS Al- Washliyah Krakatau Medan secara simultan.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah *brand image*. Menurut Suhartanto bahwa *brand image* sebagai faktor yang paling kuat dalam memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.¹¹ *Image* yang kuat pada diri pelanggan akan memberikan preferensi dan keputusan dalam pemilihan produk Syariah di BPRS Al-Washliyah Krakatau. Berdasarkan uraian dalam latar belakang ini, peneliti berkeinginan untuk meneliti tentang -Pengaruh *Islamic Service Quality* dan *Brand Image* terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. BPRS Al Washliyah Krakatau Medan.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah sebagaimana telah di uraikan di atas, maka terdapat beberapa permasalahan yang muncul berkaitan dengan penelitian ini, antara lain.

1. Rendahnya kepercayaan anggota dan pemodal karena tidak dimasukkan dalam program pemerintah melalui LPS
2. Rendahnya kepercayaan anggota dan pemodal karena tidak dimasukkan dalam program pemerintah melalui LPS. Selain itu juga terkendala biaya

besar baik untuk sarana dan prasarana maupun investasi dalam sumber daya manusia.

3. BPRS Al Washliyah di tahun 2021 *customer retention* tidak dapat dipertahankan

C. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah *Islamic Service Quality* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPRS Al-Washliyah Krakatau Medan?
2. Apakah *brand image* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPRS Al-Washliyah Krakatau Medan?
3. Apakah *Islamic Service Quality* dan *brand image* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPRS Al-Washliyah Krakatau Medan secara simultan?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Islamic Service Quality* terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPRS Al-Washliyah Krakatau Medan.
2. Untuk mengetahui pengaruh *brand image* terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPRS Al-Washliyah Krakatau Medan.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Islamic Service Quality* dan *brand image* terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPRS Al-Washliyah Krakatau Medan secara simultan.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang dapat diambil dari penelitian ini antara lain.

1. Bagi penulis

Sebagai sarana untuk mengasah kemampuan peneliti dalam menjawab permasalahan nyata dalam kehidupan sehari-hari, khususnya

yang terkait dengan *Islamic Service Quality*, *brand image*, dan kepuasan nasabah. Meningkatkan dan memperluas, serta mengembangkan pemahaman keilmuan peneliti secara keseluruhan;

2. Bagi pihak BPRS

Penelitian ini dapat di gunakan untuk acuan dalam mengembangkan strategi pemasaran yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah, sehingga akan mudah untuk menarik nasabah baru dan dapat mempertahankan nasabah baru

3. Bagi pihak akademi

Sebagai kontribusi bagi penelitian-penelitian yang akan datang serta dapat memberikan kontribusi keilmuan kepada semua aktivitas akademik dalam bidang manajemen perbankan, khususnya yang berkaitan dengan kualitas layanan, brand image, dan kepuasan nasabah.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN