

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perbankan Syariah di Indonesia diawali dengan berdirinya Bank Muamalat (BMI) dan Bank-bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) pada tahun 1992. Perbankan syariah mengalami kemajuan yang cukup pesat disertai dengan munculnya Undang-Undang Nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan. Bank syariah berbeda dengan Bank konvensional, perbedaan yang mendasar adalah terletak pada praktik dalam menjalankan operasional bisnisnya, dimana bank syariah menggunakan prinsip syariah. Bank syariah tidak hanya mencari keuntungan semata (*profit oriented*) tetapi juga mempertimbangkan fungsi dan tujuan yang berlandaskan pada konsep Al Quran dan Al sunnah (*maqasid syariah*). Bank syariah ikut berperan dalam penyaluran dana masyarakat dan menyalurkannya pada sector riil dengan produk yang ditawarkan sesuai dengan syariah. Bank merupakan perusahaan jasa keuangan yang harus dapat memberikan kualitas pelayanan yang maksimal sehingga mampu mendapat keunggulan kompetitif. Bank syariah yang semakin menjamur menyebabkan persaingan antar bank syariah menjadi sangat ketat.

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk (“Bank Muamalat Indonesia”) memulai perjalanan bisnisnya sebagai Bank Syariah pertama di Indonesia pada 1 November 1991 atau 24 Rabi’us Tsani 1412 H. Pendirian Bank Muamalat Indonesia digagas oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiaw

Muslim Indonesia (ICMI) dan pengusaha muslim yang kemudian mendapat dukungan dari Pemerintah Republik Indonesia. Bank Muamalat resmi beroperasi pada tanggal 1 Mei 1992 atau 27 Syawal 1412 H, Bank Muamalat Indonesia terus berinovasi dan mengeluarkan produk-produk keuangan syariah seperti Asuransi Syariah (Asuransi Takaful), Dana Pensiun Lembaga Keuangan Muamalat (DPLK Muamalat) dan *multifinance syariah* (*Al-Ijarah Indonesia Finance*) yang seluruhnya menjadi terobosan di Indonesia. Produk Bank yaitu Shar-e yang diluncurkan pada tahun 2004 juga merupakan tabungan instan pertama di Indonesia. Produk *Shar-e Gold Debit Visa* yang diterbitkan tahun 2011 mendapatkan penghargaan dari Museum Rekor Indonesia (MURI) sebagai Kartu Debit Syariah dengan teknologi chip pertama di Indonesia serta layanan *e-channel* seperti *internet banking*, *mobile banking*, ATM, dan *cash management*. Seluruh produk-produk tersebut menjadi pionir produk syariah di Indonesia dan menjadi tonggak sejarah penting di industri perbankan syariah.

Bank Muamalat mendapatkan izin untuk membuka kantor cabang di Kuala Lumpur, Malaysia pada tahun 2009 dan menjadi bank pertama di Indonesia serta satu-satunya yang mewujudkan ekspansi bisnis di Malaysia. Bank tersebut telah memiliki 325 kantor layanan termasuk 1 (satu) kantor cabang di Malaysia. Operasional Bank juga didukung oleh jaringan layanan yang luas berupa 710 unit ATM Muamalat, 120.000 jaringan ATM Bersama dan ATM Prima, serta lebih dari 11.000 jaringan ATM di Malaysia melalui *Malaysia Electronic Payment* (MEPS). Tahun 2012, Bank Muamalat Indonesia melakukan rebranding pada logo Bank untuk semakin meningkatkan *awareness* terhadap *image* sebagai Bank

Syariah Islami, *Modern* dan Profesional. Bank pun terus mewujudkan berbagai pencapaian serta prestasi yang diakui baik secara nasional maupun internasional. Bank beroperasi bersama beberapa entitas anaknya dalam memberikan layanan terbaik yaitu *Al-Ijarah Indonesia Finance (ALIF)* yang memberikan layanan pembiayaan syariah, (DPLK Muamalat) yang memberikan layanan dana pensiun melalui Dana Pensiun Lembaga Keuangan, dan Baitulmaal Muamalat yang memberikan layanan untuk menyalurkan dana Zakat, Infakdan Sedekah (ZIS). Tahun 2015, Bank Muamalat Indonesia berubah menjadi entitas yang semakin baik dan meraih pertumbuhan jangka panjang. Strategi bisnis yang digunakan Bank Muamalat Indonesia agar dapat mewujudkan visi menjadi “*The Best Islamic Bank and Top 10 Bank in Indonesia with Strong Regional Presence*”.

(sumber: www.bankmuamalat.co.id)

Data yang di dapat dari sumber Top Brand Award menunjukkan prosentase penggunaan layanan dari beberapa Bank Syariah yang ada di Indonesia, dapat dilihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1
Top Brand Award Tahun 2017 dan 2018 Kategori Banking and Finance
Tabungan Syariah Di Indonesia

MEREK (2017)	TBI	TOP	MEREK (2018)	TBI	TOP
Bank Syariah Mandiri (BSM)	21.1%	TOP	Bank Syariah Mandiri (BSM)	27.6%	TOP
BRI Syariah	22.9%	TOP	BRI Syariah	27.5%	TOP
BNI Syariah	15.2%	TOP	BNI Syariah	27.0%	TOP
Bank Muamalat	13.3%		BCA Syariah	6.5%	
BCA Syariah	3.8%		Bank Muamalat	4.2%	

Sumber: Olahan data (<http://topbrand-award.com/>)

Tabel 1.1 diatas menunjukkan bahwa persentasi tabungan syariah di Indonesia pada tahun 2017 dan 2018. Bank Syariah Mandiri (BSM) menduduki peringkat pertama Top Brand Award dengan jumlah prosentase 26.1%, selanjutnya Bank BRI Syariah menduduki peringkat kedua dengan jumlah prosentase 22.9%, selanjutnya Bank BNI Syariah menduduki peringkat ketiga Top Brand Award dengan jumlah persentasi 15.2%, dan selanjutnya Bank Muamalat dengan jumlah persentasi 13.3% dan Bank BCA Syariah dengan jumlah prosentase 3.8%. Tahun 2018 menurut tabel 1.1 peringkat pertama Top Brand Award tahun 2018 Bank Mandiri Syariah dengan jumlah prosentase 27.6%, selanjutnya peringkat kedua Bank BRI Syariah dengan jumlah prosentase 27.5%, selanjutnya peringkat ketiga Bank BNI Syariah dengan jumlah prosentase 27.0% dan selanjutnya Bank BCA Syariah dengan jumlah prosentase 6.5% selanjutnya Bank Muamalat dengan jumlah prosentase 4.2%. Bank Muamalat mengalami kenaikan dan penurunan meskipun demikian Bank Muamalat pada tahun 2018 mendapat peningkatan laba bersih terbesar dengan melalui penyaluran dana murabahah dan lain-lain.

Bank Muamalat memiliki jumlah prosentase yang cukup tinggi di tahun 2017 yang menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan kepada pelanggan atau nasabah mencapai kepuasan. Masalah yang timbul dari tinggi atau rendahnya prosentase yang didapat oleh suatu bank dapat dilihat dari layanan yang diberikan oleh perbankan syariah. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan kualitas layanan, kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan Bank Muamalat di Surabaya. Objek penelitian ini yaitu Bank

Muamalat Kantor Cabang Pembantu Rungkut Surabaya yang berlokasi di jalan Rungkut Industri Kidul no.49A, Rungkut Surabaya. Alasan penelitian dilakukan di Bank Muamalat karena peneliti ingin mengetahui apakah kualitas layanan, kualitas produk dan citra merek mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Perbankan syariah harus lebih inovatif dalam memberikan pelayanan dari mutu hingga produk agar dapat bersaing secara kompetitif dengan perbankan konvensional. Masyarakat sebagai konsumen selalu mengharapkan adanya pelayanan yang baik dalam usaha memenuhi kebutuhan dan keinginannya, hal ini disebabkan karena perkembangan dalam bidang ekonomi dan teknologi. Konsumen menyadari bahwa mereka mempunyai hak untuk mendapat pelayanan yang baik dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Pemenuhan kebutuhan dan keinginan harus diiringi dengan diperolehnya kepuasan. Terciptanya suatu kepuasan konsumen dapat dilihat dari peningkatan aspek pelayanan dan citra merek yang dimiliki suatu perusahaan, semakin baik penilaian konsumen terhadap suatu perusahaan maka semakin tinggi pula kepuasan yang dapat oleh konsumen. Kepuasan konsumen merupakan faktor utama dalam menilai berbagai aspek seperti kualitas pelayanan, kualitas produk, dan citra merek, karena konsumen akan menilai kinerja pelayanan yang diterima dan yang dirasakan langsung terhadap suatu produk.

Kepuasan pelanggan adalah hal penting yang dapat mengukur kualitas pelayanan, kualitas produk, dan citra merek yang dimiliki perusahaan. Kotler (2004:10) dalam Sondakh (2014) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan tingkatan dimana jasa yang diterima (*perceived performance*) produk

akan sesuai dengan harapan seorang pelanggan. Kepuasan dapat diukur jika kinerja sesuai dengan harapan atau melebihi harapan, maka pelanggan merasa puas atas pelayanan yang diberikan, sebaliknya jika kinerja lebih rendah dari harapan pelanggan, maka menunjukkan bahwa pelanggan tidak puas. Durianto (2001:44) dalam Sondakh (2014) menyatakan istilah kepuasan pelanggan merupakan tanda yang digunakan oleh pelanggan untuk memilih suatu barang atau jasa. Kepuasan pelanggan dapat disimpulkan sebagai sikap dan perasaan konsumen setelah mereka mengalami suatu situasi saat menggunakan produk atau jasa tersebut.

Kualitas layanan merupakan salah satu kunci penting dalam tercapainya kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan adalah serangkaian kegiatan atau merupakan proses yang berlangsung secara rutin dan berkesinambungan, meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat. Tjiptono (2007:22) dalam Sondakh (2014) menyatakan kualitas pelayanan dalam perbankan dapat dilihat dari sikap para pegawai saat melayani para nasabah. Kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas layanan dipengaruhi oleh dua hal yaitu layanan yang dirasakan (*perceived service*) dan layanan yang diharapkan (*expected service*). Tjiptono (2007:22) dalam Sondakh (2014) mengatakan bahwa jika layanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan harapan, maka kualitas layanan diperkirakan akan baik dan memuaskan maka menjadi kualitas layanan yang ideal, sebaliknya apabila layanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas layanan diperkirakan buruk.

Kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Kualitas produk dapat dicapai dengan suatu standarisasi kualitas, standarisasi kualitas yang dimaksud yaitu untuk menjaga agar produk yang dihasilkan memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan. Perusahaan yang tidak memperhatikan kualitas produk akan menanggung ketidakloyalan konsumen sehingga penjualan produknya pun akan cenderung menurun. Kualitas produk yang dimiliki dalam bisnis perbankan dapat mempengaruhi kepuasan nasabah, nasabah bank melakukan penilaian terhadap kinerja suatu produk, dengan ini pihak bank harus melakukan peningkatan produk secara maksimal agar dapat mencapai kepuasan pelanggan.

Citra Merek merupakan penilaian konsumen terhadap merek suatu barang atau jasa yang akan digunakan. Citra merek adalah sekumpulan asosiasi mengenai suatu merek yang tersimpan dalam benak atau ingatan konsumen. Faktor yang membentuk suatu citra merek yaitu, kualitas atau mutu, dapat dipercaya, kegunaan atau manfaat dan harga. Citra merek adalah persepsi konsumen terhadap citra merek produk yang akan dikonsumsi atau dipakai. Citra merek dapat diukur dengan beberapa aspek salah satunya, merek mudah diingat, artinya menentukan merek yang akan digunakan hendaknya yang mudah diingat dan disebut atau diucapkan. Rangky (2004:244) dalam Sondakh (2014) citra merek adalah sekumpulan asosiasi merek yang terbentuk dan melekat di benak konsumen. Konsumen yang terbiasa menggunakan merek tertentu akan memiliki konsistensi terhadap suatu citra merek.

Pentingnya kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan, kualitas produksi, dan citra merek Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Rungkut Surabaya dimana peneliti melakukan penelitian tentang “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BANK MUAMALAT KANTOR CABANG PEMBANTU RUNGKUT SURABAYA”.

1.2. Perumusan Masalah

Uraian perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai untuk penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Rungkut Surabaya.
2. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Rungkut Surabaya.
3. Menganalisis pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Rungkut Surabaya.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini berdasarkan tujuan penelitian adalah sebagai berikut.

1. Manfaat bagi Peneliti

Memecahkan permasalahan agar dapat menjadi bekal dalam memasuki dunia kerja yang sebenarnya dan menjadi pengalaman dan sarana menambah wawasan dalam dunia perbankan.

2. Manfaat bagi STIE Perbanas Surabaya

Hasil Penelitian diharapkan dapat menjadi tambahan sumber referensi untuk pembelajaran dan sumber literatur dan menjadi bahan perbandingan untuk penulisan karya ilmiah.

3. Manfaat bagi Peneliti Lain

Hasil Penelitian diharapkan dapat menjadi tambahan sumber referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya.

4. Manfaat bagi Bank Muamalat KCP Rungkut

Hasil Penelitian bagi bank yang bersangkutan diharapkan dapat mengembangkan kinerja dalam pelayanan operasionalnya agar lebih baik untuk kedepannya.

1.5. Sistematika Penulisan Skripsi

Penulis membagi sistematika penulisan skripsi agar mudah untuk dibaca dan dipahami. Penulisan ini dilakukan secara sistematis pada tiap bab dan sub bab. Sistematika penulisan proposal sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustakan menguraikan tentang penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Metode penelitian menguraikan tentang rancangan penelitian, batasan penelitian, definisi operasional, dan pengukuran variabel, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, metode pengumpulan data, instrument penelitian dan teknik analisis data.

BAB IV GAMBARAN SUBJEK DAN ANALISIS DATA

Gambaran subjek dan analisis data menguraikan tentang gambaran subjek penelitian saat ini, menguraikan analisis data dengan dua analisis yaitu analisis deskriptif dan analisis statistic dan menguraikan hipotesis dan pembahasan setiap variabel.

BAB V PENUTUP

Penutup menguraikan berisi tentang simpulan dari laporan penelitian yang telah dilakukan berdasarkan hasil analisis dan pembahasan serta

saran bagi pihak-pihak yang berkepentingan terhadap hasil penelitian, maupun bagi penelitian selanjutnya.

