

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi seperti sekarang, pertumbuhan dan perkembangan perbankan syariah di Indonesia semakin berkembang akan tetapi bank syariah sendiri masih memiliki hambatan yang kompleks salah satu faktor utama yang menjadi hambatan adalah kurangnya dukungan regulasi perbankan yang sesuai untuk mendukung operasional bank syariah, terutama dalam hal penerapan prinsip bagi hasil yang menjadi pijakan utama bagi model bisnis mereka. Dilihat dari kenyataan bahwa Indonesia memiliki mayoritas penduduk beragama Islam, sehingga potensi pasar untuk perbankan syariah sangat besar dan menghadirkan persaingan yang semakin ketat antara lembaga keuangan syariah dari tahun ke tahun. Selain itu, berbeda dengan bank konvensional yang sudah mapan, beberapa bank syariah menyediakan solusi investasi dan keuangan yang mengambil perspektif lebih alternatif. Meskipun dianggap sebagai pemain baru, perbankan syariah berkembang dengan cepat dan mulai memainkan peran yang signifikan dalam pasar keuangan Kurnalis *et al.*, (2022). Perbankan syariah memiliki ciri khas yang didasarkan pada prinsip-prinsip syariah, di mana dalam operasionalnya mengadopsi prinsip bagi hasil. Hal ini membuat sistem perbankan syariah menjadi alternatif yang menguntungkan baik bagi nasabah maupun bank Wati *et al.*, (2023). Manfaat dari sistem perbankan syariah tersebut dapat sepenuhnya dinikmati jika nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pegawai bank. Nasabah yang merasa puas cenderung akan tetap menjadi pelanggan setia. Ini mengurangi upaya bank syariah dalam mencari nasabah baru, yang pada gilirannya dapat menghemat biaya operasional Sari *et al.*, (2023), oleh karena itu, untuk mewujudkan visi pendirian bank syariah perlunya kerja sama antara pemerintah, regulator perbankan, dan pelaku industri untuk menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan dan perkembangan bank syariah kemudian menciptakan kepuasan nasabah menjadi kunci utama dalam mencapai profitabilitas jangka panjang bagi perbankan syariah di Indonesia.

Meningkatkan mutu kinerja layanan merupakan langkah krusial dalam mempertahankan dan menarik nasabah dalam persaingan industri perbankan. Menurut Nisa & Sopingi, (2020), Penyampaian informasi secara akurat sesuai dengan harapan pelanggan dan upaya untuk memenuhi kebutuhan dan aspirasi pelanggan merupakan komponen layanan berkualitas tinggi. Harapan nasabah dan pengalaman masa lalu mempunyai dampak signifikan terhadap kemampuan bank dalam menyediakan layanan keuangan berkualitas tinggi. Pelanggan mengevaluasi kualitas layanan berdasarkan harapan mereka dan sejauh mana harapan tersebut terpenuhi karena merekalah yang benar-benar menggunakan layanan tersebut. Zainul *et al.*, (2020). Jika nasabah merasa layanan yang diterima memenuhi harapan atau bahkan melebihi, mereka akan merasa puas, percaya, dan cenderung berkomitmen untuk tetap menjadi nasabah di bank tersebut. Kepuasan, kepercayaan, dan komitmen tersebut kemudian mendorong mereka untuk melakukan pembelian ulang dengan mudah dan lebih sering menggunakan layanan yang sama, loyalitas terhadap bank atau layanan tertentu semakin meningkat seiring waktu.

Menurut Lincincia *et al.*, (2022), kepuasan di dunia perbankan muncul ketika nasabah menilai kinerja dan hasil layanan perbankan terhadap ekspektasi yang telah ditentukan, Dalam skenario ini, kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh sejumlah faktor, termasuk kualitas produk, harga, dan faktor yang bersifat pribadi dan sesaat. Persepsi terhadap kualitas layanan, yang berpusat pada lima dimensi—termasuk bukti nyata dan empati—juga penting. Kepuasan pelanggan, baik maupun buruk, akan meningkat akibat adanya layanan ini. Agar lembaga keuangan dapat bertahan dalam bisnis dan memberikan layanannya kepada klien, kebahagiaan pelanggan sangatlah penting. Merangkum penilaian mereka terhadap nilai dan pemenuhan layanan yang diberikan oleh bank ketika kinerja produk gagal memenuhi harapan, Ketika suatu produk tidak memenuhi harapan, pelanggan sering kali merasa tidak senang, dan jika produk tersebut memenuhi harapan, mereka pun merasa senang. Sebaliknya, konsumen melaporkan tingkat kepuasan dan bahkan kegembiraan yang tinggi ketika kinerja suatu produk melampaui ekspektasi mereka. Ini menunjukkan betapa pentingnya bagi bank untuk terus meningkatkan kualitas layanan guna memenuhi dan bahkan melampaui harapan nasabah, saat ini perilaku nasabah

bank syariah menjadi sulit untuk diprediksi. Hal ini disebabkan karena nasabah kini lebih mempertimbangkan kualitas dan kemudahan yang ditawarkan oleh bank syariah dalam memperlancar transaksi mereka Nurdin *et al.*, (2020), oleh karena itu, pentingnya meningkatkan produk dan layanan bank guna memahami kebutuhan nasabah dan mengidentifikasi keinginan nasabah.

Dalam hal ini menurut (Robyardi, 2017) *tangible* (bukti fisik) merupakan keseluruhan pelayanan yang diberikan perusahaan baik dari fasilitas fisik perusahaan yang digunakan serta penampilan karyawan. Salah satu alat ukur lain yang dapat digunakan untuk menilai kualitas layanan adalah *Empathy* (perhatian). Menurut Robyardi, (2017) Empati yaitu memperhatikan kebutuhan setiap pelanggan dengan melakukan upaya jujur untuk memahami keinginan dan kebutuhan mereka. Sikap empati dari pegawai tercermin dalam pemberian layanan informasi, penanganan keluhan konsumen, serta kesediaan untuk membantu pelanggan dalam mengatasi kesulitan saat bertransaksi. Melalui empati, kita dapat memahami dengan lebih baik kebutuhan dan keinginan pelanggan secara spesifik. Pelanggan tidak hanya mencari transaksi semata saat berbelanja, tetapi juga perhatian dan kepastian bahwa kebutuhan dan keinginan mereka diperhatikan dan dipenuhi dengan baik oleh pihak penyedia layanan. Kepuasan dan empati berjalan seiring; jika konsumen senang dengan empati yang ditawarkan perusahaannya, kemungkinan besar mereka akan bertahan dalam bisnis tersebut. Untuk memparafrasekan apa yang Lincincia dkk. (2022) mengatakan tentang kepuasan pelanggan, ini semua tentang bagaimana kinerja produk dibandingkan dengan apa yang diharapkan konsumen. Jika produknya memenuhi ekspektasi mereka, mereka puas, dan jika produknya melebihi harapan mereka, mereka benar-benar bahagia.

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Witri Septi, (2022), Putri Ardhiyanti Dinar, (2018), Lincincia *et al.*, (2022) menyatakan bahwa *tangible* (bukti fisik) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah, kemudian penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lincincia *et al.*, (2022), Catur *et al.*, (2016) Neli Amalia Muna *et al.*, (2020) menyatakan bahwa empati karyawan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Dalam hal ini, Bank Muamalat sangat membutuhkan peningkatan kualitas layanannya namun tidak semua alat penilaian memerlukan penyempurnaan hanya hal-hal spesifik, seperti hal-hal nyata dan empati, yang memerlukan perbaikan. Berdasarkan hasil observasi pada Bank Muamalat Cabang Samarinda, Fenomena yang terjadi berdasarkan indikator *tangible* adalah kurangnya jumlah ATM Bank Muamalat yang tersedia di Kota Samarinda dan ketiadaan ATM Setor Tunai. Hal ini menjadi salah satu faktor pertimbangan bagi masyarakat, yang mengalami kesulitan dalam menyetorkan uang karena keterbatasan fasilitas tersebut. Selain itu, penggunaan Bank Muamalat terbatas pada saat masyarakat melakukan perjalanan ke Tanah Suci, meskipun produk yang ditawarkan oleh Bank Muamalat sangat beragam. Hal ini disebabkan oleh ketidakpuasan nasabah terhadap produk-produk yang tersedia di Bank Muamalat, serta adanya beberapa fasilitas fisik yang kurang memadai seperti parkir, toilet, kursi pengunjung, dan lain sebagainya. Oleh karena itu, Bank Muamalat cabang Samarinda harus memikirkan cara untuk meningkatkan fasilitasnya agar konsumen dapat melakukan aktivitas perbankan dengan lebih mudah. Setelah itu, berdasarkan ukuran empati pegawai, pelayanan yang diberikan seluruh insan Bank Muamalat kepada nasabah dan wisatawan sangat baik, sopan, dan ramah. Oleh karena itu, mencari tahu dengan judul "**Pengaruh *Tangible* (bukti fisik) dan Empati karyawan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat** "

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini menjawab pertanyaan sebagai berikut: (i) Apakah *tangible* (bukti fisik) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat Cabang Samarinda? (ii) Apakah empati (perhatian) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat Cabang Samarinda? (iii) Apakah *tangible* (bukti fisik) dan empati (perhatian) mempunyai pengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Cabang Samarinda?

1.3 Tujuan Penelitian

Hasil rumusan masalah menunjukkan bahwa penelitian ini berupaya untuk: (i) mengetahui dan menganalisis pengaruh bukti fisik (*tangible*) terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Cabang Samarinda; (ii) mengetahui dan menganalisis pengaruh empati (perhatian) terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Cabang Samarinda; dan (iii) mengetahui dan menganalisis secara bersamaan pengaruh bukti fisik (*tangible*) dan empati (perhatian) terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Cabang Samarinda.

1.4 Manfaat Penelitian

Berbagai manfaat yang diharapkan akan didapat melalui penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk pengembangan pengetahuan dan pemahaman, terkait kualitas layanan khususnya *tangible* (bukti fisik), empati dan kepuasan nasabah Bank Muamalat Cabang Samarinda.

2. Manfaat Praktis

1) Bagi Akademisi

Kami berharap penelitian ini dapat dijadikan sebagai rujukan bagi para peneliti selanjutnya sebagai referensi untuk meneliti topik kualitas layanan dan kepuasan nasabah Bank Muamalat Cabang Samarinda

2) Bagi Perusahaan

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat menjadi acuan untuk mengetahui kualitas layanan mereka khususnya *tangible* (bukti fisik) dan empati, agar dapat memenuhi kepuasan nasabah Bank Muamalat Cabang Samarinda.

3) Bagi Nasabah

Dengan adanya penelitian ini dapat menjadi pemahaman dan pengetahuan untuk nasabah mengenai *tangible* (bukti fisik) dan empati karyawan bank apakah sudah memenuhi harapan mereka atau tidak.

1.5 Perumusan Hipotesis

Berdasarkan permasalahan diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

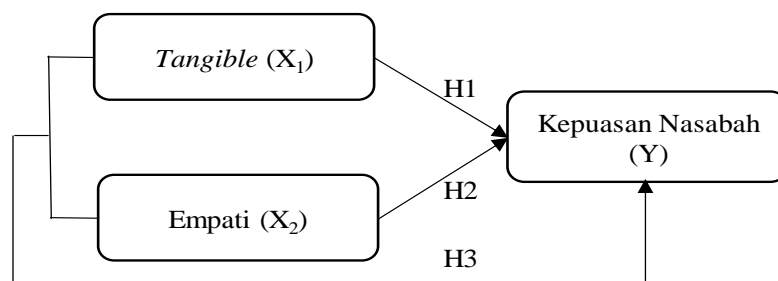
1 : *Tangible* (bukti fisik) diduga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah bank muamalat cabang samarinda.

2 : *Emphaty* (perhatian) diduga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah bank muamalat cabang samarinda.

3 : *Tangible* (bukti fisik) dan *Emphaty* (perhatian) diduga berpengaruh positif secara Bersama-sama terhadap kepuasan nasabah bank muamalat cabang samarinda.

1.6 Kerangka Pikir

Kerangka pemikiran pada penelitian ini sebagai berikut :



Gambar 1 Kerangka Pemikiran Penelitian