

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada dunia industri perbankan Syariah dewasa ini senantiasa mengalami peningkatan, sehingga persaingan ini mendorong timbulnya inovasi-inovasi baru yang memberikan banyak pilihan kepada para nasabah. Banyaknya Bank Syariah yang berdiri di Indonesia juga menyebabkan nasabah memiliki lebih banyak jenis pilihan Bank, sehingga dapat membuat Bank Syariah sulit untuk bersaing. Hal ini mendorong para Bank Syariah berlomba-lomba untuk mengembangkan strategi yang lebih tepat yaitu dengan cara seperti pelayanan yang tidak bertele-tele, membangun keakraban dengan nasabah, dan menerima kritik serta saran dan keluhan. Dengan mengembangkan strategi yang dimiliki kemungkinan besar dapat mempertahankan nasabah dan meningkatkan pangsa pasar Bank. Memiliki keunggulan dalam mengembangkan strategi maka perusahaan dapat memenangkan persaingan (Bagus *et al.*, 2022). Hal ini pula yang mendasari Bank Muamalat agar tidak tertinggal dengan Bank Syariah lainnya dan terus mengikuti perkembangan zaman agar menarik perhatian nasabah dan meningkatkan kepuasan nasabah.

Kepuasan nasabah merupakan rasa yang dimiliki individu sesudah membandingkan hasil/kinerja yang diperoleh dengan ekspektasinya. Sehingga kepuasan nasabah diinterpretasikan sebagai sebuah kondisi dimana ekspektasi, kebutuhan serta harapan nasabah bisa dipenuhi oleh produk atau jasa yang diperoleh (Sitompul & Soemitra, 2022). Maka dari itu, pelayanan yang diberikan oleh Bank Muamalat harus berusaha untuk memuaskan nasabahnya karena akan berdampak pada perusahaan. Seperti yang disebutkan oleh Anggapratama *et al.*, (2023), perusahaan sangat bergantung pada kepuasan nasabah. Jika tidak, ketidakpuasan nasabah terhadap kinerja layanan dapat menyebabkan kebangkrutan perusahaan. Sederhananya, jika nasabah merasa kurang puas, mereka tentu tak akan kembali lagi dan barangkali memilih untuk menggunakan Bank lainnya. Perihal tersebut tentunya akan menjadi tantangan bagi semua Bank dalam upaya mereka untuk menjaga tingkat kepuasan nasabah yang memadai dengan terus memahami apa yang dibutuhkan nasabahnya. Karenanya, penting bagi Bank guna meningkatkan mutu pelayanan, karena pelayanan mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan (Noor *et al.*, 2024). Sehingga pelayanan yang perusahaan berikan kepada nasabahnya kelak akan memperoleh penilaian oleh nasabahnya sendiri, apakah telah sesuai dengan harapannya atau bahkan melebihi dari harapan nasabah. Hal ini demi meningkatkan terwujudnya kepuasan para nasabah terhadap kualitas pelayanan.

Kualitas pelayanan menjadi sebuah keniscayaan bagi perusahaan, sehingga perusahaan menuntun guna memberi pelayanannya secara berkualitas supaya bisa bertahan serta tetap memperoleh kepercayaan dari nasabah. Menurut Fariah & Rahmawati (2019), mengatakan bahwasanya kualitas memberi sebuah dorongan kepada nasabah guna menjalin relasi secara kuat dengan perusahaan. Adanya kualitas pelayanan yang baik di sebuah perusahaan yaitu melalui pemberian layanan dengan sebaik-baiknya. Menurut Zuzmawati *et al.*, (2023), dalam ihwal ini, perusahaan memusatkan perhatiannya kepada usaha guna memperoleh pelayanan yang unggul serta senantiasa menyempurnakan. Sehingga, kunci sukses perusahaan salah satunya ialah pelayanan yang bermutu tinggi. Perihal tersebut bisa berupa pelayanan kepada nasabah secara cepat dan tepat waktu, tanggap terhadap keluhan nasabah, serta memberi solusi terbaik apabila nasabah memiliki masalah. Dengan pelayanan tersebut, akan mampu menjadikan nilai kualitas pelayanan yang nasabah rasakan mengalami peningkatan. Ketika perusahaan mampu memahami kebutuhan serta keinginan nasabah pun juga tidak hanya tentang memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang mereka inginkan, tetapi juga tentang bagaimana cara memahami dan merespon secara efektif terhadap bentuk respon yang memberikan saran serta masukan tentang apa yang mereka keluhkan dan yang mereka harapkan dari suatu layanan agar bisa menjadi

masukannya penting bagi perusahaan guna menciptakan strategi pemasaran supaya kualitasnya semakin lebih baik. Maka dari itu, perusahaan berupaya guna meningkatkan kualitas pelayanan guna memenuhi kebutuhan para nasabah pada perusahaan Bank Syariah.

Salah satu Bank Syariah di sektor perbankan, Bank Muamalat secara aktif menyesuaikan diri dengan perubahan yang disebabkan oleh meningkatnya persaingan untuk mendapatkan hati nasabah (Wahyudi *et al.*, 2023). Bahkan ditengah pesatnya persaingan perbankan, Bank Muamalat juga dituntut untuk tetap selalu menjaga dan mempertahankan dalam setiap proses pelayanannya. Memberikan pelayanan yang unggul merupakan kunci bagi Bank Muamalat untuk mencapai standar perusahaan yang berfokus pada peningkatan *responsiveness* (daya tanggap). Seperti yang dikemukakan oleh Lupiyoadi (2020), daya tanggap ialah sebuah kebijakan guna membantu serta memberi pelayanan secara cepat dan tepat kepada pelanggannya, melalui penyampaian informasi secara jelas. Namun ternyata masih banyak pertanyaan yang muncul terutama terkait dengan kinerja Bank Syariah Muamalat Cabang Samarinda yang menjadi fokus penelitian. Salah satunya adalah apakah perusahaan yang gagal memberikan kepuasan kepada nasabah melalui pelayanannya akan menghadapi masalah serius. Daya tanggap terhadap permasalahan yang dihadapi oleh nasabah merupakan hal yang sangat penting, dikarenakan ketika nasabah mengalami kendala atau masalah dalam menggunakan layanan perbankan, Bank perlu merespon dengan cepat dan memberikan solusi yang memuaskan. Karena, merespon dengan cepat dan efektif dapat meningkatkan dan memperkuat hubungan yang baik antara perusahaan dan nasabah. Sehingga kualitas ini dapat membangun citra yang positif dimata nasabah.

Pada penelitian sebelumnya yang dijalankan Budiningsih & Primdhita (2019), mengatakan bahwasanya daya tanggap berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Perihal tersebut selaras dengan riset yang dilaksanakan Anjeli & Al-Rasyid (2022), yang mengatakan bahwasanya daya tanggap berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Namun berbeda dengan riset dari Bagus *et al.*, (2022), yang mengatakan bahwasanya daya tanggap berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan observasi dan wawancara kebeberapa nasabah pada Bank Muamalat Cabang Samarinda diperoleh temuan bahwa *responsiveness* (daya tanggap) memiliki masalah terkait prosesnya pelayanan nasabah. Proses pelayanan nasabah yang dimiliki oleh Bank Muamalat Cabang Samarinda dinilai terlalu lamban, sehingga para nasabah merasa kebetaran untuk menunggu. Kemudian pada kasus lainnya, proses pembukaan rekening membutuhkan waktu kurang lebih satu jam. Dari hasil observasi dan wawancara kebeberapa nasabah tersebut, terlihat bahwasanya taraf kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan masih memerlukan perhatian lebih dari pihak Bank dan memerlukan perbaikan agar para nasabah tidak berpindah pada Bank lain.

Berdasar latar belakang beserta fenomena yang terjadi pada *reaserch gap* diatas, periset terdorong guna melaksanakan riset lanjutan mengenai “Pengaruh *responsiveness* (daya tanggap) terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat”. Sehingga nantinya dapat membantu Bank Muamalat dalam meningkatkan kepuasan nasabah dari sisi *responsiveness* (daya tanggap) secara maksimal.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasar latar belakang tersebut, rumusan permasalahan dalam riset ini guna mengetahui, apakah perencanaan *responsiveness* (daya tanggap) yang dilakukan oleh Bank Muamalat Cabang Samarinda berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan pelayanan pada Bank Muamalat Cabang Samarinda?

1.3 Tujuan Penelitian

Guna mengetahui serta menganalisis apakah *responsiveness* (daya tanggap) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat Cabang Samarinda.

1.4 Manfaat Penelitian

Berikut manfaat penelitian yang didapat dari riset ini

1. Manfaat Teoritis

1) Bagi peneliti

Peneliti dapat memanfaatkan informasi ini untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang tingkat kepuasan nasabah dan menerapkannya pada peneliti mereka sendiri.

2) Bagi Akademik

Akademisi dapat memperoleh manfaat dari data ini karena memberikan mereka wawasan berharga mengenai kepuasan layanan, yang dapat digunakan dalam penelitian dan kegiatan akademisi mereka.

2. Manfaat Praktis

1) Bagi Instansi

Bank dapat memanfaatkan informasi ini untuk meningkatkan kualitas layanannya dengan memastikan daya tanggap karyawannya, sehingga meningkatkan kepuasan nasabah dan profitabilitas jangka panjang. Data ini berfungsi sebagai sumber daya berharga bagi bank untuk mempertahankan standar layanan yang tinggi.

2) Bagi Nasabah

Nasabah dapat mempelajari lebih lanjut tentang daya tanggap anggota staf Bank dan apakah mereka telah memenuhi harapan mereka atau tidak berkat penelitian ini.

3) Bagi Peneliti Selanjutnya

Tujuan diadakannya riset ini ialah guna memperdalam pemahaman kita mengenai sektor perbankan, khususnya yang berkaitan dengan perbankan syariah dan bagaimana pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah. Kesimpulan penelitian ini juga berupaya untuk mendidik pembaca dan akademisi masa depan, khususnya berkenaan dengan kepuasan nasabah.

1.5 Perumusan Hipotesis

Dalam riset ini teori yang menghubungkan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah yaitu *the expectancy disconfirmation model theory* (Oliver, 1980). Teori ini digunakan untuk mengukur kepuasan nasabah dari perbedaan antara harapan dan pengalaman nasabah dalam pelayanan yang ditawarkan oleh Bank. Harapan dalam teori ini didefinisikan sebagai antisipasi nasabah tentang kinerja layanan seperti nasabah yang memiliki pengalaman mereka yang menggunakan layanan tertentu pada Bank sebelumnya. Sedangkan nasabah mengharapkan kualitas pelayanan yang baik dari Bank Muamalat. Maka oleh itu, pengalaman nasabah dalam teori ini dijadikan acuan untuk Bank tersebut dalam meningkatkan kualitas pelayanan sesuai keinginan nasabah. Dari hasil riset terdahulu oleh Budiningsih & Primdhita (2019), mengatakan bahwasanya nasabah akan merasa puas dan kemudian akan mempunyai peluang lebih besar guna tetap bertahan kepada bank saat mereka memiliki penilaian baik atas kualitas layanannya. Perihal tersebut sejalan dengan riset yang dijalankan Anjeli & Al-Rasyid (2022), yang mengatakan bahwasanya aspek terpenting yang harus menjadi perhatian ialah kepuasan nasabah. Perihal tersebut bisa diukur berdasar penerimaan kualitas layanan oleh nasabah, yang mana nasabah akan puas manakala mereka menilai secara baik kualitas layanannya. Namun berbeda dengan riset yang dilaksanakan Bagus *et al.*, (2022), yang mengatakan bahwasanya jika nasabah memiliki harapan yang sangat tinggi terhadap layanan yang diberikan dan layanan tersebut hanya memenuhi standar minimal atau bahkan kurang, maka kualitas layanan yang baik pun mungkin tidak cukup untuk

membuat nasabah merasa puas. Maka perumusan hipotesis dari beberapa penelitian diatas dapat dirumuskan bahwa *responsiveness* (daya tanggap) diduga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Cabang Samarinda.

1.6 Kerangka Pikir

Menurut Kaengke *et al.*, (2022), kerangka pikir dalam penelitian ini dapat membantu mengarahkan penelitian untuk memahami hubungan yang ada serta memberikan penjelasan mengenai keterkaitan dan hubungan antar variabel *responsiveness* (daya tanggap) terhadap kepuasan nasabah secara lebih terperinci. Adapun kerangka pikir dalam penelitian yang telah dilakukan sebagai berikut :

