

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Lembaga keuangan syariah terdiri dari lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan non bank. Di era tahun 2000 telah banyak lembaga keuangan bank maupun non bank yang berkembang pesat di Indonesia (Gunadi, Taruna, & Harun, 2013). Hal ini dapat dilihat dari banyaknya lembaga keuangan bank maupun non bank yang tumbuh dan saling bersaing untuk menarik nasabah. Persaingan diantara lembaga keuangan baik bank maupun non bank semakin ketat sehingga lembaga keuangan tersebut harus memperhatikan kebutuhan dan keinginan para nasabah sehingga jasa yang ditawarkan mampu memenuhi harapan serta kepuasan nasabah.

Berbagai upaya dilakukan oleh perusahaan di bidang jasa keuangan agar tetap bertahan dalam menghadapi persaingan yang sangat ketat dengan perusahaan di bidang jasa keuangan lainnya. Salah satu cara yang dapat ditempuh perusahaan dalam hal ini adalah dengan menentukan strategi yang tepat agar tetap bertahan di tengah persaingan serta dapat meningkatkan profitabilitasnya. Namun dalam melakukan strateginya, perusahaan akan mengalami kegagalan jika tidak didukung dengan baik oleh pihak internal perusahaan itu sendiri maupun pihak luar perusahaan dalam hal perusahaan di bidang jasa keuangan maka pihak luarnya yaitu para nasabah yang selalu menuntut kepuasan atas kinerja dari perusahaan di bidang jasa keuangan (L, Mandey, & R, 2015).

Menurut Freddy Rangkuti, kepuasan nasabah berjalan beriringan dengan ketidakpuasan (Rangkuti, 2013). Artinya, respon nasabah terhadap evaluasi dan ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dengan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaiannya. Kepuasan adalah suatu tanggapan emosional yang dirasakan oleh nasabah pada saat mereka menikmati pengalaman menggunakan produk atau jasa.

Terciptanya kepuasan nasabah dapat menjadikan hubungan antara penyedia jasa dengan nasabahnya menjadi harmonis yang pada akhirnya akan menguntungkan perusahaan. Beberapa hal yang perlu diperhatikan perusahaan

agar mendapatkan keuntungan tersebut, yaitu: memperhatikan kualitas pelayanan, keamanan dan kenyamanan lokasi perusahaan, kemudahan transaksi, penanganan keluhan, meningkatkan kepercayaan, dan faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah (Japlani, Fitriani, & Mudawamah, 2020).

Menurut Lupiyoadi terdapat 5 faktor utama yang mempengaruhi kepuasan konsumen, antara lain kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, dan biaya (Lupiyoadi, 2014). Sedangkan menurut Tjiptono, ada 8 faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu: produk, harga, promosi, lokasi, pelayanan, fasilitas, suasana, dan display. Adapun menurut Tjokro, ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan diantaranya yaitu kualitas pelayanan, keunggulan produk, kepercayaan, nilai pelanggan, dan citra perusahaan (Tjokro, 2018).

Menurut Budiarto dan Dolly ada tiga tingkat kepuasan nasabah yaitu nasabah sangat puas, nasabah puas, dan nasabah tidak puas (Budiarto & Dolly, 2001). Nasabah sangat puas jika layanan yang diterima lebih dari pelayanan yang diharapkan, nasabah puas jika pelayanan yang diterima sama dengan pelayanan yang diharapkan, dan nasabah tidak puas terjadi jika layanan yang diterima kurang dari layanan yang diharapkan.

Suatu perusahaan yang beroperasi di bidang jasa perlu memperhatikan kepuasan nasabahnya. Karena kepuasan nasabah adalah hal yang paling penting untuk mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas. Peningkatan kualitas terhadap pelayanan nasabah merupakan hal yang sangat penting dalam usaha meningkatkan kepuasan nasabah. Hal tersebut karena peranan nasabah yang sangat besar dalam kontribusi pendapatan perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung yang dapat mendukung eksistensi perusahaan (Febriana, 2016).

Memperbaiki kualitas pelayanan merupakan tantangan penting bagi perusahaan guna dapat bersaing dengan perusahaan lain. Perbaikan kualitas pelayanan akan meningkatkan keunggulan bersaing bahkan lebih jauh lagi, kualitas pelayanan yang tinggi akan menciptakan keunggulan bersaing. Pelayanan yang berkualitas tinggi sangat diutamakan bagi nasabah. Karena

kualitas pelayanan adalah bagian terpenting dari perusahaan di bidang jasa keuangan. Dengan demikian persaingan akan selalu dipengaruhi oleh kemampuan lembaga keuangan dalam memberikan pelayanan terbaik dibandingkan dengan pesaingnya. Kualitas pelayanan ukurannya bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani saja tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani, karena merekalah yang menikmati layanan sehingga dapat mengukur kualitas pelayanan berdasarkan harapan-harapan mereka dalam memenuhi kepuasannya.

Kualitas layanan menjadi salah satu kunci dalam keberhasilan bisnis. Apabila nasabah diberikan layanan yang baik maka nasabah akan merasa puas dalam pelayanan yang mereka berikan. Menurut Kotler dan Keller menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler & Keller, 2009). Apabila kenyataan tidak lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan tidak berkualitas. Apabila layanan sesuai dengan apa yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan memuaskan (L, Mandey, & R, 2015).

Selain kualitas pelayanan, faktor lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah kepercayaan nasabah. Kepercayaan adalah keyakinan seseorang bahwa apa yang menjadi harapannya dapat dipenuhi oleh mitra pertukarannya (Barnes, 2013). Kepuasan dan kepercayaan nasabah adalah perbandingan antara harapan nasabah dengan sesuatu yang sudah didapatkan nasabah. Apabila sesuatu yang didapatkan nasabah lebih besar dari harapan nasabah maka nasabah tersebut dapat merasakan puas dan akan menimbulkan rasa percaya.

Kepercayaan dapat menjadi pondasi dalam sebuah usaha, kepercayaan juga dapat menjadi cara suatu perusahaan untuk menarik dan juga mempertahankan nasabah. Kepercayaan dapat dijadikan faktor yang penting terhadap suatu perusahaan, dikarenakan nasabah tidak dapat melakukan hubungan tanpa adanya rasa percaya didalam dirinya (Musvika, 2019). Kepercayaan yang dirasakan oleh nasabah setelah menggunakan jasa yang didapat dari perusahaan akan menjadikan nasabah puas.

Kepercayaan harus diperhatikan perusahaan karena merupakan suatu hal yang sangat penting untuk menjalin hubungan dengan nasabah dikarenakan nasabah tidak dapat menjalin hubungan dengan perusahaan tanpa dilandasi suatu kepercayaan. Semakin tinggi rasa percaya yang dimiliki nasabah, maka rasa puas yang diperoleh nasabah tersebut juga semakin tinggi. Informasi dan pengalaman yang bagus dapat menimbulkan rasa percaya nasabah terhadap jasa yang ditawarkan, hal tersebut dikarenakan pengetahuan nasabah tentang produk atau jasa dapat menumbuhkan kepercayaan nasabah apabila pengalaman yang didapat membuat nasabah merasa puas. Perusahaan harus memiliki nilai plus yang menjadi pembeda dengan perusahaan lain. Apabila suatu perusahaan memiliki nilai plus maka akan semakin menambah rasa yakin calon nasabah untuk melakukan transaksi dan akan mendorong nasabah lama untuk bertransaksi kembali (Soleh, 2022).

Banyaknya pesaing pada lembaga keuangan membuat semakin sulit suatu perusahaan untuk mendapatkan nasabah apalagi mempertahankan nasabah. Selain memperbaiki kualitas pelayanan dan membangun kepercayaan nasabah, lokasi juga mempunyai peran penting dalam membangun kepuasan konsumen (Tarinda & Zaini, 2018). Lokasi menjadi alasan nasabah ketika akan memilih penyedia jasa yang akan digunakan, karena nasabah akan mempertimbangkan apakah perusahaan tersebut berdiri di lokasi yang mudah dijangkau atau tidak, hal tersebut membuat lokasi banyak digunakan untuk menjadi alat ukur perusahaan dalam memberikan kepuasan bagi nasabah.

PT. Pegadaian (Persero) merupakan salah satu lembaga keuangan bukan bank yang bergerak dalam bidang penyaluran pembiayaan atas dasar hukum gadai. PT. Pegadaian memiliki motivasi yaitu memperoleh laba, maka PT. Pegadaian merupakan lembaga keuangan yang dapat dikategorikan sebagai lembaga pembiayaan. Pegadaian sebagai Badan Usaha Milik Negara yang mempunyai tugas dan wewenang untuk menyelenggarakan kegiatan usaha yang menyalurkan dana pinjaman atas dasar hukum gadai dengan sifat yang khas yaitu menyediakan pelayanan bagi pemanfaatan umum dan sekaligus memupuk keuntungan berdasarkan prinsip pengelolaan bisnis (Pandia, 2005).

PT. Pegadaian (Persero) memperluas usahanya dengan mendirikan lembaga keuangan berbasis syariah yang disebut dengan Pegadaian Syariah.

Pegadaian Syariah dibentuk sebagai salah satu upaya mewartakan keinginan masyarakat khususnya umat muslim yang menginginkan transaksi sesuai syariat Islam, dengan sumber dana yang berasal dari lembaga keuangan syariah. Pegadaian Syariah berkomitmen membantu masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan dana sesuai syariah Islam dalam produk gadai syariah.

Melihat perkembangan usaha gadai syariah yang mendapat respon yang baik dari masyarakat dapat dilihat dengan semakin banyaknya jaringan kantor dan banyaknya pegadaian syariah yang berdiri. Pegadaian terus meningkatkan penetrasi bisnis gadai ke seluruh wilayah Indonesia dengan memberikan layanan yang terbaik melalui seluruh jaringan operasi yang dimiliki. Saat ini, pegadaian memiliki 1 kantor pusat, 12 kantor wilayah, 61 kantor area, dan 4.086 outlet yang terdiri dari 642 kantor cabang, 3.444 kantor unit pelayanan cabang, serta 628 Co-location Sentra Layanan Ultra Mikro (SENYUM) yang tersebar di berbagai wilayah di Indonesia (Pegadaian, 2022).

Selain itu, perkembangan Pegadaian dapat dilihat pada tahun 2022 PT. Pegadaian mencatatkan kinerja menggembirakan dengan mencetak laba bersih sebesar Rp3,29 triliun. Pencapaian ini tumbuh 36,17% dibandingkan tahun 2021 sebesar Rp2,42 triliun. Pertumbuhan laba ini didukung oleh peningkatan pendapatan usaha yang naik 18,83% dari Rp20,63 triliun di tahun 2021 menjadi Rp22,87 triliun di tahun 2022. Selain itu, jumlah nasabah sampai 31 Desember 2022 naik 11,11%. Pada 31 Desember 2021 jumlah nasabah yang dilayani sebanyak 19,67 juta orang sedangkan pada 31 Desember 2022 naik menjadi 21,86 juta orang. Target jumlah nasabah pada tahun 2022 sebesar 18.689.242 nasabah dan realisasinya lebih dari itu yaitu sebesar 21.856.948 nasabah (Pegadaian, 2022). Dengan realisasi melebihi target maka dapat dikatakan bahwa masyarakat merespon dengan baik keberadaan pegadaian. Dengan jumlah nasabah yang relatif banyak tersebut, maka pegadaian diharapkan dapat memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabahnya serta dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan para nasabah sehingga para nasabah merasa puas.

Pegadaian Syariah UPS Cikijing sebagai unit lembaga keuangan non perbankan harus berupaya memahami keinginan dan kebutuhan nasabahnya dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan membangun kepercayaan nasabah sehingga mampu menciptakan kepuasan kepada nasabahnya. Pegadaian Syariah UPS Cikijing mempunyai nasabah dengan jumlah yang cukup banyak yaitu 1.600 nasabah. Dengan jumlah nasabah yang cukup banyak ini, Pegadaian Syariah UPS Cikijing diharapkan untuk memberikan pelayanan yang baik dan membentuk kepercayaan nasabah agar merasa puas dan tidak pindah kepada pesaing. Nasabah yang merasa puas dan nyaman pada suatu Pegadaian Syariah maka berpeluang untuk mempublikasikan dan memberitahukan kepada orang lain serta mempengaruhi orang lain turut menjadi nasabah pada Pegadaian Syariah UPS Cikijing.

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada Pegadaian Syariah UPS Cikijing masih perlu untuk diperbaiki, karena pelayanan yang dilakukan masih terlalu lama, hal tersebut dikarenakan jumlah kasir yang bertugas hanya satu orang saja. Kondisi tersebut tentu membuat waktu yang digunakan dalam pelayanan menjadi lebih lama dan membuat banyak antrian nasabah. Permasalahan lain yaitu pada lokasi. Lokasi Pegadaian Syariah UPS Cikijing sebenarnya sudah strategis, namun area parkirnya masih sempit, hal ini menjadikan nasabah sulit untuk memarkirkan kendaraannya. Selain itu, tidak adanya petugas parkir yang berjaga di area parkir Pegadaian Syariah UPS Cikijing. Hasil pengamatan tersebut menunjukkan terdapat permasalahan dalam hal kepuasan yang dirasakan oleh nasabah.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah pada Pegadaian Syariah UPS Cikijing.**

B. Perumusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

- a. Semakin berkembangnya lembaga keuangan syariah memberikan dampak bagi persaingan bidang jasa keuangan seperti adanya peluang nasabah berpindah ke lembaga keuangan lain sehingga untuk mempertahankan usahanya, suatu lembaga keuangan syariah harus membuat nasabah merasa puas agar nasabah tidak berpaling menjadi nasabah lembaga keuangan syariah lain.
- b. Belum tercapainya kepuasan nasabah dalam pelayanan karena pelayanan yang diberikan oleh Pegadaian Syariah UPS Cikijing masih terlalu lama dikarenakan jumlah kasir yang bertugas hanya satu orang saja.
- c. Area parkirnya yang sempit menjadikan nasabah sulit untuk memarkirkan kendaraannya. Selain itu, tidak adanya petugas parkir yang berjaga di area parkir Pegadaian Syariah UPS Cikijing.

2. Pembatasan Masalah

Guna menelaah secara mendalam dan untuk menghindari menyebarnya pembahasan pada penelitian ini, oleh karena itu peneliti membatasi masalah bahwa penelitian ini:

- a. Penelitian ini dilakukan di Pegadaian Syariah UPS Cikijing.
- b. Penelitian ini berfokus pada 3 faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah yaitu kualitas pelayanan, kepercayaan, dan lokasi.

3. Pertanyaan Penelitian

- a. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Pegadaian Syariah UPS Cikijing?
- b. Apakah kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Pegadaian Syariah UPS Cikijing?
- c. Apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Pegadaian Syariah UPS Cikijing?

- d. Apakah kualitas pelayanan, kepercayaan, dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Pegadaian Syariah UPS Cikijing?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Pegadaian Syariah UPS Cikijing.
2. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pada Pegadaian Syariah UPS Cikijing.
3. Untuk menganalisis pengaruh lokasi terhadap kepuasan nasabah pada Pegadaian Syariah UPS Cikijing.
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan lokasi secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada Pegadaian Syariah UPS Cikijing.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat menambah teori dalam bidang ilmu perbankan syariah, sekaligus menambah literatur kepustakaan. Hasil penelitian ini juga dapat dijadikan referensi terkait pokok masalah yang disajikan untuk menambah pengetahuan dan wawasan, khususnya civitas akademisi di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat memberikan masukan yang bermanfaat bagi Pegadaian Syariah UPS Cikijing untuk meningkatkan kepuasan nasabah dan juga sebagai bahan evaluasi di masa yang akan datang serta akan diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah pada Pegadaian Syariah UPS Cikijing.

E. Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini dibagi menjadi lima bab dan di dalam setiap bab terbagi dalam beberapa sub-sub, hal ini dibuat agar lebih mudah dipahami. Secara umum pembahasan pada skripsi ini sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan membahas tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan dan rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan membahas tentang landasan teori tentang kualitas pelayanan, kepercayaan, lokasi, dan kepuasan nasabah, serta tinjauan penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan membahas mengenai metode penelitian yang menguraikan tentang ruang lingkup penelitian, jenis penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, operasional variabel penelitian, serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan menjelaskan mengenai kondisi objek penelitian, hasil penelitian dan analisis dari penelitian yang telah dilakukan. Bab ini berfungsi sebagai penguji teori dengan data yang diambil sekaligus pembuktian atas teori-teori yang telah dipaparkan.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini memaparkan mengenai kesimpulan dan saran atas hasil analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti. Bab ini berfungsi untuk menyimpulkan hasil pembahasan dan menjelaskan sekaligus menjawab persoalan yang telah diuraikan.