BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ketentuan utama Undang-Undang Dasar 1945 tentang sistem perekonomian nasional dimuat dalam Bab XIV Pasal 33. Terkait dengan hak-hak asasi manusia yang juga mencakup hak-hak ekonomi, dan ketentuan kesejahteraan rakyat, maka sistem perekonomian nasional harus dikembangkan. Kehidupan ekonomi yang diinginkan merupakan cita-cita hukum ekonomi syariah dimana kehidupan berbangsa dan bernegara yang rakyatnya memiliki kesejahteraan dan keadilan sosial, sebagaimana yang dicita-citakan Pancasila. Bertolak dari cita-cita tersebut, hukum ekonomi harus menunjukkan sifat yang akomodatif terhadap: 1) perwujudan masyarakat yang adil dan makmur; 2) keadilan yang proporsional dalam masyarakat; 3) tidak adanya diskriminatif terhadap pelaku ekonomi; 4) persaingan yang tidak sehat (Suryanti, 2021).

Eksistensi perbankan syariah di Indonesia diawali dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) pada tahun 1991. Sebelum didirikannya Bank Muamalat Indonesia, telah didirikan lembaga perbankan *non*-bank yang kegiatannya menerapkan sistem syariah. Padaa tahun 1992 diberlakukannya UU No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan. Dalam UU tersebut belum adanya landasan hukum yang cukup kuat terhadap pengembangan bank syariah. Sehingga pada tahun 1998, pemerintah melakukan penyempurnaan UU No. 7 Tahun 1992 menjadi UU No. 10 Tahun 1998 yang secara tegas menetapkan bank dapat beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah. UU No. 10 Tahun 1998 juga memberikan arahan bagi bank-bank konvensional untuk membuka cabang syariah atau bahkan mengonversi diri secara total menjadi bank syariah. Dengan adanya kedua UU tersebut telah mengamanahkan Bank Indonesia untuk menyiapkan perangkat, ketentuan dan fasilitas lainnya yang menunjang pelaksanaan opersional bank syariah sehingga memberikan landasan hukum yang kuat dan memiliki kesempatan yang lebih luas bagi pengembangan perbankan syariah di Indonesia.

Upaya pengembangan perbankan syariah merupakan bagian dari upaya pemerintah yang bertujuan meningkatkan daya tahan perekonomian nasional. Sebagai negara dengan penduduknya yang mayoritas muslim, sudah selayaknya bagi Indonesia menjadi pelopor dan kiblat pengembangan keuangan syariah di dunia (Tho'in, 2019). Dengan kenyataan tersebut pengembangan perbankan syariah diharapkan dapat meningkatkan ketahanan ekonomi nasional di masa mendatang. Namun dalam upaya tersebut masih terdapat sejumlah permasalahan yang harus segera diatasi.

Persaingan usaha saat ini menjadi semakin ketat, kondisi demikian menuntut perusahaan untuk selalu mengembangkan strategi yang tepat agar perusahaan dapat bertahan dan bahkan lebih berkembang. Perusahaan harus mengembangkan strategi yang tepat agar dapat mempertahankan eksistensi dan memperbaiki kinerjanya. Penggabungan usaha yang biasa disebut *merger* atau akuisisi merupakan salah satu usaha untuk menjadi perusahaan yang besar dan kuat. *Merger* merupakan salah satu penggabungan eksternal perusahaan, dengan cara menggabungkan dua perusahaan atau lebih, dimana hanya satu perusahaan yang akan tetap berdiri dan perusahaan lainnya berhenti atas dasar hukum tanpa *likuidasi* (Wiyono, 2021).

Beberapa alasan perusahaan melakukan merger adalah untuk memperoleh sinergi atau kemampuan, meningkatkan efektivitas dan *strategic opportunitie* (peluang strategis). Keputusan melakukan penggabungan atau *merger* mempunyai banyak manfaat tetapi juga tidak terlepas dari kekurangan dan permasalahan, salah satunya mengenai biaya yang sangat mahal dengan hasil yang belum tentu sesuai dengan harapan. Tujuan *merger* yaitu untuk meningkatkan pertumbuhan dari badan usaha serta alasan tertentu yang ingin dicapai, umumnya dilakukan dengan cara saling bertukar saham antar perusahaan yang diluluhkan (Hasan, 2021).

Perbankan merupakan salah satu perusahaan yang melakukan *merger*. Bank adalah suatu lembaga yang bergerak di bidang keuangan yang kegiatannya menghimpun dan menyalurkan kembali dana masyarakat atau nasabah. Perbankan semakin mendominasi perkembangan ekonomi dan bisnis suatu negara, tidak hanya di negara maju tetapi juga di negara

berkembang (Afifah, 2017). Beberapa faktor dalam keberhasilan organisasi, baik organisasi *profit* maupun *non profit*, dilihat dari konsep kualitas produk dan layanannya. Karena nasabah atau konsumen akan merasa puas apabila kualitas produk dan layanan yang diterimanya baik atau sesuai harapan, sehingga nasabah percaya dan mempunyai komitmen untuk tetap menjadi nasabah atau konsumen di perusahaan tersebut.

Kualitas Produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Nasabah membeli jasa dan untuk memenuhi kebutuhannya. Nilai yang diberikan nasabah berhubungan dengan *benefit* atau keuntungan yang diterimanya. Kualitas produk didapatkan dengan cara menemukan keseluruhan harapan pelanggan. Dengan adanya kualitas produk yang baik maka akan memengaruhi kepuasan konsumen, kepuasan nasabah juga dipengaruhi oleh adanya kualitas produk perbankan yang ditawarkan (Sigit, 2017). Inovasi produk merupakan salah satu faktor yang sangat penting bagi kinerja keuangan. Agar tetap *survive*, seluruh bank syariah harus melakukan inovasi, termasuk dalam mendesain berbagai produk, baik produk penghimpunan dana maupun produk pembiayaan dengan semenarik mungkin.

Kualitas bukan hanya melekat pada produk nyata yang dihasilkan oleh suatu perusahaan, tetapi juga pada pelayanan jasa yang baik dan dapat menghasilkan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen. Pada industri perbankan, kesetiaan nasabah merupakan salah satu bukti bahwa bank tersebut telah mampu bersaing dalam memberikan pelayanan yang baik, maka nasabah dapat dikatakan percaya. Perusahaan bisa mendapatkan nasabah baru melalui nasabah yang loyal. Pada penelitian sebelumnya mengatakan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Windarti, 2017).

Menteri Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Erick Thohir menyatakan perencanaan penggabungan atau *merger* bank syariah BUMN di tahun 2020 yang lalu, dengan tujuan untuk menjadi pilar baru kekuatan ekonomi nasional, mendorong Indonesia sebagai pusat ekonomi, dan keuangan syariah

global. Tiga bank syariah BUMN yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah telah melakukan penandatanganan *Conditional Merger Agreement* (CMA), yang kemudian menjadi BSI (Bank Syariah Indonesia) (Alhusain, 2021). Merger yang dilakukan tiga bank BUMN yakni BSM, BNIS dan BRIS merupakan strategi pemerintah menjadikan Indonesia sebagai salah satu pusat keuangan syariah dunia.

Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, BSI (Bank Syariah Indonesia) harus dapat memberikan pelayanan yang terbaik untuk nasabahnya dan meningkatkan nilai terhadap pelanggan dengan cara menghasilkan produk yang berkualitas, produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah, serta memberikan pelayanan yang berkualitas baik agar pelanggan merasa puas dan menjadi loyal. Setelah dilakukan *merger* atau penggabungan tiga bank BUMN menjadi BSI ada beberapa pertanyaan atau kekhawatiran yang dirasakan oleh nasabah Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah mengenai dana nasabah setelah *merger*.

Penelitian yang dilakukan oleh (Nasfi, 2020) dengan judul "Pengaruh Kualitas Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbanakan Syariah" mengatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan juga merupakan tindakan yang dapat ditawarkan berupa jasa tidak berwujud dan tidak mengakibatkan terhadap kepemilikan apapun.

Kepuasan konsumen merupakan salah satu faktor utama dalam keberhasilan suatu perusahaan. Oleh karena itu, dalam upaya pemenuhan kepuasan konsumen, perusahaan harus jeli dalam mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan konsumen yang setiap saat berubah. Apabila produsen dapat menghasilkan produk dan memberikan pelayanan jasa sesuai dengan yang diharapkan konsumen maka konsumen akan merasa puas. Setiap konsumen memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda (Julia, 2021). Membangun kepuasan konsumen merupakan inti dari pencapaian *profitabilitas* jangka panjang (Wahab, 2017).

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Lesmana, 2019) mengatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara kualitas

produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh (Trisusanti, 2017) mengatakan bahwa keunggulan daripada produk yaitu untuk mewujudkan tujuan jangka pendek, dan keunggulan dalam layanan yaitu untuk mewujudkan orientasi jangka panjang perusahaan, jika perusahaan memberikan layanan serta produk yang sesuai dengan kebutuhan dan yang diharapkan oleh nasabah, maka nasabah akan merasa puas dan akan menjadi loyal terhadap perusahaan.

PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Majalengka Abd. Halim 2 yang terletak di Jl. KH. Abdul Halim No. 188 Kabupaten Majalengka Jawa Barat atau masyarakat sekitar mengenalnya dengan *ex*-BNI Syariah. Migrasi rekening di BSI dibagi menjadi 2 bagian, yang pertama yaitu *selected migration* dan yang kedua *auto migration*. Proses auto migrasi tidak akan berdampak pada saldo di rekening nasabah, karena seluruh saldo akan dipindahkan secara otomatis ke rekening BSI. Maka nasabah harus datang ke *outlet* terdekat untuk melakukan migrasi rekening (mengganti butab dan ATM) dan melakukan aktivasi BSI *Mobile*. Adapun untuk mengaktifkan BSI *Mobile* nasabah melakukan permintaan kode aktivasi bisa melalui *Live Chat* Aisyah, *Website* BSI, atau mengunjungi *outlet* terdekat. Penulis melakukan *pra* penelitian saat proses *migrasi* di *ex*-BNI Syariah yang baru berdiri di Kabupaten Majalengka pada tahun 2019 yang melakukan *merger* menjadi BSI KCP Majalengka Abdul Halim 2, ada beberapa permasalahan yang dirasakan oleh nasabah, diantaranya yaitu kendala aktivasi BSI *Mobile*, adanya keterbatasan ATM BSI, o*utlet* cabang BSI yang masih terbatas, kartu ATM yang terkena SP biru, dan sistem yang terkadang *error*. Dari hasil *merger* Bank Syariah Indonesia memiliki beberapa produk yang merupakan gabungan dari ke tiga Bank BUMN Syariah, yaitu Bank Mandiri Syariah, BNI Syariah dan BRI Syariah.

Setelah *merger* pada ke tiga Bank BUMN Syariah masih terdapat beberapa kendala yang dirasakan atau dialami oleh nasabah, sehingga berpengaruh pada kepuasan nasabah. Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai seberapa besar tingkat kepuasan nasabah *pasca merger* terhadap bank syariah. Adapun judul yang

dipilih untuk penelitian ini yaitu **"PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BSI KCP MAJALENGKA ABDUL HALIM 2 *PASCA MERGER*"**

B. Rumusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka permasalahan yang dapat teridentifikasi sebagai berikut:

a. Adanya kendala dalam aktivasi BSI *mobile banking*.
b. Adanya keterbatasan ATM yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah.
c. *Outlet* cabang masih terbatas dan hanya ada di beberapa wilayah.
d. Kartu ATM yang terkena SP biru.
e. Sistem yang terkadang *error*.

2. Batasan Masalah

Untuk menghindari meluasnya masalah dalam penelitian ini maka penulis hanya berfokus pada:

a. Penelitian dilakukan di PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Majalengka Abdul Halim 2.
b. Penelitian ini berfokus pada pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Majalengka Abdul Halim 2 *pasca* merger.
c. Variabel bebas yang akan diukur dalam penelitian ini hanya terdiri dari dua variabel, yaitu pengaruh kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2), sedangkan variabel terkaitnya adalah kepuasan nasabah (Y) di PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Majalengka Abdul Halim 2.

3. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka masalah penelitian dirumuskan sebagai berikut:

a. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Majalengka Abdul Halim 2 *pasca merger*?

b. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Majalengka Abdul Halim 2 *pasca merger*?

c. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Majalengka Abdul Halim 2 *pasca merger*?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Setelah memahami permasalahan yang diteliti adapun tujuan pada penelitian ini yang sesuai dengan permasalahan yang diajukan, antara lain yaitu:

a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Majalengka Abdul Halim 2 *pasca merger*.

b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Majalengka Abdul Halim 2 *pasca merger*.

c. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Majalengka Abdul Halim 2 *pasca merger*.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para pembacanya, adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan, keilmuan dan penulisan mengenai hal-hal yang mempengaruh kepuasan nasabah terhadap perbankan syariah dan sebagai implementasi pengetahuan teoritis yang diperoleh selama perkuliahan.

b. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menambah perbendaharaan penelitian yang berkaitan dengan ilmu yang dikembangkan di lingkungan akademik.

c. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam mengevaluasi dan meningkatkan kualitas Sumber Daya Insani (SDI) agar kualitas jasa pelayanannya menjadi lebih baik.

d. Bagi pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi sebagai bahan acuan untuk mengadakan penelitian selanjutnya.

D. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN berisi mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan penelitian.

BAB II KAJIAN TEORI dalam bab ini akan menggambarkan tentang teori-teori yang berkaitan dengan judul penulisan skripsi ini, yaitu Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Majalengka Abd. Halim 2 *pasca merger*, penelitian terdahulu digunakan untuk mengetahui gambaran dari penelitian sebelumnya mengenai judul yang terkait, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN berisi mengenai sasaran dan lokasi penelitian, metode yang akan digunakan dalam penelitian, sumber data

yang digunakan, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN berisi mengenai gambaran umum dari tempat penelitian dan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, pembahasan mengenai pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Majalengka Abd. Halim 2 dengan hasil analisis data yang didapatkan.

BAB V PENUTUP merupakan bab terakhir yang berisi kesimpulan dan saran dari sebuah penelitian yang dilakukan.

IAIN SYEKH NURJATI
CIREBON