

BAB I

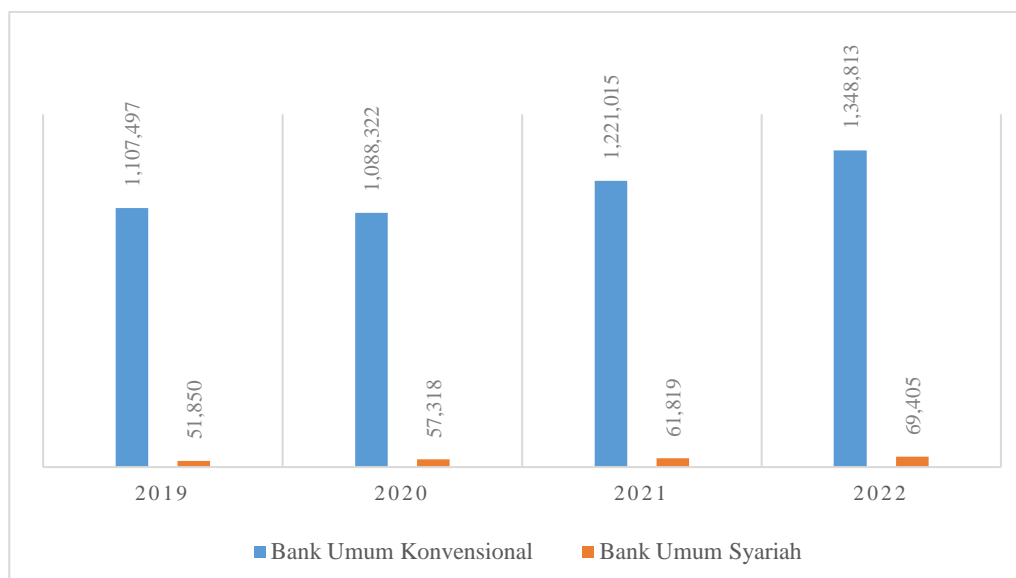
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kegiatan usaha yang berada di lingkup mikro, kecil maupun menengah (UMKM) merupakan usaha yang dapat memberikan kontribusi pada kegiatan ekonomi secara makro yang berpusat pada tingkat pemasukan dan kesejahteraan masyarakat (Afkar, 2017). UMKM memiliki kontribusi terhadap perekonomian negara. Tenaga kerja yang produktif memberikan peningkatan produktivitas sumber daya manusia sehingga kinerja UMKM lebih baik dibandingkan dengan usaha besar (Sarfiyah, Atmaja, & Verawati, 2019). Besarnya jumlah UMKM di Indonesia dapat dijadikan potensi untuk memajukan perekonomian negara dibuktikan dengan kontribusi yang diberikan UMKM kepada PDB mencapai 60,5% serta memberikan penyerapan terhadap tenaga kerja sebesar 96,6% dari total tenaga kerja secara nasional (Limanseto, 2022).

Terdapat permasalahan umum yang terjadi pada masyarakat khususnya masyarakat kecil saat ingin membangun usaha adalah sulitnya memperoleh akses permodalan (Kementerian Sekretariat Negara RI, 2022). Sumber modal merupakan hal penting dapat menunjang usaha agar dapat berjalan dengan baik (Maika & Ningsih, 2020). Dengan adanya modal yang dapat menunjang kegiatan usaha bagi para UMKM maka akan berdampak juga pada keberlanjutan proses usaha. Maka dari itu, perlu adanya solusi yang dilakukan untuk memberikan akses modal kepada para pelaku UMKM.

Pembiayaan yang disalurkan oleh industri keuangan di Indonesia bisa menjadi solusi permasalahan terkait modal untuk para pelaku UMKM. Terdapat salah satu industri keuangan yang dapat memberikan modal usaha kepada pelaku UMKM yaitu perbankan. Perbankan umum di Indonesia telah berkontribusi untuk ikut membantu mengatasi masalah yang dialami oleh para pelaku UMKM dengan memberikan modal usaha.



Gambar 1.1 Total Pembiayaan Mikro yang Disalurkan Perbankan Umum di Indonesia Tahun 2019 – 2022 (Rp Miliar)

Sumber: Statistik Perbankan Indonesia dan Statistik Perbankan Syariah (2022)

Gambar 1.1 menunjukkan kontribusi perbankan umum di Indonesia baik dari Bank Umum Konvensional maupun Bank Umum Syariah (BUS) terhadap penyaluran pembiayaan untuk para pelaku UMKM. Total pembiayaan tersebut terdiri dari kredit modal kerja dan kredit investasi. Pada gambar tersebut terlihat bahwa BUS masih sangat jauh dibandingkan dengan Bank Umum Konvensional. Meskipun pertumbuhan pembiayaan yang disalurkan BUS terus meningkat, tetapi total terbesar yaitu pada tahun 2022 BUS hanya memberikan kontribusi 4,89% dari total seluruh penyaluran pembiayaan yang diberikan perbankan umum untuk UMKM.

Permasalahan UMK di Jawa Barat yang menghambat dalam meningkatkan pendapatan, salah satunya yaitu masalah penciptaan modal (Khatimah & Juliana, 2021). Pada bulan Desember 2022, Jawa Barat adalah salah satu provinsi dengan jumlah pembiayaan UMKM terbesar yang mendapatkan penyaluran yang diberikan oleh Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS). Penyaluran pembiayaan termasuk modal kerja dan investasi sebesar Rp10.771 miliar (Otoritas Jasa Keuangan, 2022).

Menurut Anggota Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia mengatakan bahwa masyarakat di Indonesia memberikan kesan bahwa produk yang ada di Bank Syariah itu mahal dibandingkan dengan bank konvensional,

Allysa Zahra Hershafira, 2024

ISLAMIC SERVICE QUALITY DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN NASABAH (SUATU KASUS PADA NASABAH PEMBIAYAAN MIKRO DI BSI JAWA BARAT TAHUN 2024)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

tetapi secara umum kredit di bank konvensional tidak bisa dikatakan lebih murah karena tidak bisa diketahui secara pasti total angsuran yang harus dibayarkan oleh nasabah (Republika, 2023). Analisis SWOT perbankan syariah pada Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia, diungkapkan bahwa pada aspek *output* (pembiayaan), perkembangan UMKM bisa dijadikan peluang tetapi terdapat ancaman, dimana kuatnya eksistensi bank konvensional untuk menarik konsumen skala besar (Komite Nasional Keuangan Syariah, 2018).

Total BUS mencapai 13 bank dan memiliki 2.007 kantor dengan penyebaran kantor terbanyak di provinsi Jawa Barat (Biro Ristek Info Bank, 2023; Otoritas Jasa Keuangan, 2022). Dari 13 BUS yang ada di Indonesia, yang dapat bersaing dengan bank umum baik dari Bank Umum Konvensional maupun BUS adalah Bank Syariah Indonesia (BSI) dibuktikan dengan BSI menjadi peringkat 6 (enam) dalam daftar bank umum di Indonesia dari sisi aset (PT Bank Syariah Indonesia Tbk, 2022).

Pembiayaan untuk UMKM di BSI masuk pada pembiayaan mikro yang termasuk kepada pembiayaan segmen ritel. Nama produk dari pembiayaan mikro khusus untuk UMKM adalah BSI KUR yang terdiri dari KUR Kecil, KUR Mikro, dan KUR Super Mikro. Pembagian tersebut dibagi berdasarkan jumlah pembiayaan modal kerja dan/atau investasi yang akan diajukan oleh para nasabah. Pada produk ini BSI menggunakan akad Murabahah dan Ijarah (Bank Syariah Indonesia, 2023).

**Tabel 1.1 Total Pembiayaan Bank Syariah Indonesia (BSI) Segmen Ritel
Tahun 2021- 2022**

No	Tahun	Total Pembiayaan (Rp Juta)		
		SME	Mikro	Konsumer
1.	2021	18.330.923	16.275.013	87.304.971
2.	2022	18.904.947	18.740.411	112.875.313
Total		37.235.870	35.015.424	200.180.284

Sumber: PT. Bank Syariah Indonesia Tbk (2022)

Segmen Ritel merupakan lini bisnis BSI yang paling dominan dimana mencakup 72% outstanding pembiayaan yang disalurkan (PT Bank Syariah Indonesia Tbk, 2022). Pada tabel 1.1 terdapat data total pembiayaan yang

disalurkan pada segmen ritel BSI yang terdiri dari segmen SME, Mikro dan Konsumer. Tetapi dari seluruh segmen yang ada pada segmen ritel, segmen mikro memiliki jumlah terendah dibandingkan dengan segmen lainnya. Meskipun pada tahun 2022 mengalami peningkatan jumlah pembiayaannya dari tahun 2021, tetapi pada segmen mikro kontribusi total pembiayaannya sebesar 12,85% dari total pembiayaan pada segmen ritel. Penyaluran pembiayaan harus berjalan dengan baik karena dapat berdampak pada keuntungan bagi Bank (Nadya et al., 2023).

Tujuan pemasaran untuk menghasilkan nilai kepada pelanggan dengan cara perusahaan harus memberikan tingkat kepuasan yang tinggi dibersamai dengan memberikan tingkat kepuasan yang dapat diterima oleh *stakeholder* dari perusahaan tersebut (Kotler et al., 2005). Menurut Kotler (2009) kepuasan konsumen yaitu perasaan bahagia atau kecewa dari seseorang setelah membandingkan antara kesan dengan hasil produk.

Perusahaan atau seseorang memberikan pelayanan sebagai suatu tindakan atau sikap yang dapat menghasilkan kepuasan kepada pelanggan (Juliana, Darmawan, et al., 2023). Kepuasan nasabah merupakan nilai yang perlu diperhatikan oleh BSI agar tujuan pemasaran dalam segi pelanggan dapat direalisasikan dengan maksimal. Dengan pelayanan yang baik akan berdampak positif pada kepuasan dari nasabah. Kepuasan dan kualitas layanan akan bertindak bersamaan dengan niat dan semakin tinggi persepsi pada kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan pelanggan, maka akan berdampak pada tingginya niat untuk membeli (Özkan et al., 2020).

Tabel 1.2 Data Keluhan Nasabah Bank Syariah Indonesia Desember 2023

No.	Keluhan Nasabah
1.	Pelayanan di <i>teller</i> tidak jujur terkait antrian nasabah.
2.	Aktivasi pada akun <i>m-banking</i> yang terus menerus sulit diakses sehingga tidak bisa bertransaksi.
3.	Tidak mendapat respon ketika nasabah bertanya produk dan layanan terkait pembiayaan.
4.	Pelayanan yang lama dari <i>teller</i> .
5.	Gangguan yang terus berulang sehingga menghambat nasabah untuk melakukan transaksi.
6.	Setoran yang tidak masuk ke rekening nasabah.
7.	<i>M-banking</i> yang sering bermasalah menyebabkan nasabah sulit untuk

Allysa Zahra Hershafira, 2024

ISLAMIC SERVICE QUALITY DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN NASABAH
(SUATU KASUS PADA NASABAH PEMBIAYAAN MIKRO DI BSI JAWA BARAT TAHUN 2024)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

No.	Keluhan Nasabah
	bertransaksi.
8.	Pelayanan yang lambat untuk mengatasi masalah dari <i>customer service</i> .
9.	Kurangnya fasilitas ATM pada desa-desa.
10.	Sulit mendapatkan modal usaha dan terlalu banyak persyaratannya.
11.	Proses lama dan tidak mendapatkan informasi yang jelas bagi nasabah.
12.	Nasabah merasa dirugikan dengan sistem yang sering <i>error</i> .
13.	Nasabah yang melakukan transaksi <i>payroll</i> untuk gaji karyawan tidak bisa diproses.
14.	Setelah di <i>merger</i> pelayanan menurun.
15.	Keraguan terkait syariah jika bertransaksi pada pembiayaan.

Sumber: <https://instagram.com/lifewithbsi> & <https://instagram.com/banksyariahindonesia> (2023)

Pada tabel 1.2 bersumber dari kolom komentar media sosial resmi BSI pada tahun 2023, memperlihatkan bahwa terdapat banyak keluhan yang menyebabkan nasabah merasa dirugikan. Beragam keluhan yang disampaikan oleh nasabah baik dari segi pelayanan, fasilitas dan produk yang diberikan oleh BSI. Mayoritas nasabah yang melakukan pembiayaan di BSI juga ikut memberikan keluhan yaitu pada poin nomor 3, 8, 10, 14, dan 15 yang berisikan tentang pelayanan BSI. Sehingga, keluhan-keluhan dari nasabah terus berdatangan melalui kolom komentar media sosial instagram resmi BSI. Bahkan, beberapa nasabah menjadi hilang kepercayaannya kepada Bank Syariah yang akan berdampak pada penurunan eksistensi Bank Syariah.

Pada hasil rekapitulasi arahan dan rekomendasi dari Dewan Komisaris BSI tahun 2022 terkait pembiayaan yaitu ekspansi pembiayaan *wholesale* dibersamai dengan pengembangan produk dan layanan transaksionalnya sehingga pertumbuhan aset dibersamai dengan tingkat produktivitas serta pembiayaan UMKM yang mulai tumbuh dapat diidentifikasi faktor pendorong kemajuan dari UMKM tersebut (PT Bank Syariah Indonesia Tbk, 2022). Di Indonesia kepercayaan nasabah terhadap perbankan syariah masih belum berkembang dengan baik sedangkan hubungan antara kepuasan nasabah mengindikasikan

bahwa kepercayaan nasabah Bank Syariah Indonesia akan meningkat lebih signifikan jika Bank Syariah Indonesia dapat meningkatkan kepercayaan nasabahnya terlebih dahulu (Fauzi & Suryani, 2019).

Fokus model penilaian nasabah terhadap layanan perbankan adalah membandingkan antara harapan dengan kinerja yang memberikan dua penilaian utama yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah (Özkan et al., 2020). Jika dilihat dari hasil rekomendasi dari Dewan Komisaris BSI tahun 2022 terlihat bahwa pelayanan transaksional yang diberikan oleh BSI belum dilakukan secara maksimal. Hal tersebut menjadi masalah karena jika nasabah tidak puas dengan pelayanan yang diberikan maka tujuan pemasaran pada nasabah tidak dapat tercapai.

Perlu adanya peningkatan pelayanan kepada nasabah yang melakukan pembiayaan karena berdampak juga kepada pertumbuhan aset BSI. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Pada kualitas pelayanan terdapat beberapa dimensi yang memperkuat pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah. BSI sebagai Bank Syariah di Indonesia perlu meningkatkan kualitas pelayanan dengan memperhatikan dimensi-dimensi yang mempengaruhi kepuasan nasabah khususnya pada nasabah pembiayaan mikro. Jika kualitas pelayanan yang diterima nasabah baik, maka akan berdampak juga terhadap kepuasan nasabah pembiayaan mikro BSI.

Perilaku konsumen melibatkan layanan dan ide dari produk. Kombinasi yang tepat dari bauran pemasaran adalah ketika produsen memenuhi harapan konsumen dengan mengetahui kinerja, layanan, harga dan informasi yang memberikan nilai yang unggul pada konsumen (Kotler et al., 2005). Produsen seharusnya dapat menawarkan produk dan layanan yang diinginkan oleh konsumen (Mowen & Minor, 1997). Kualitas layanan yaitu refleksi persepsi evaluatif dari pelanggan terhadap pelayanan yang diterima serta kualitas ditentukan berdasarkan tingkat kepentingan pada dimensi-dimensi yang ada pada pelayanan (Parasuraman A. et al., 1988).

Kualitas merupakan keseluruhan karakteristik produk yang dapat memberikan kepuasan pada konsumen secara langsung maupun tidak langsung (Kotler & Keller, 2009). Menurut Tjiptono (2007) bahwa kualitas pada layanan

ketika kebutuhan dan keinginan konsumen terpenuhi sesuai dengan harapan. Kualitas layanan akan dianggap baik jika layanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan (Juliana, Nurhaliza, et al., 2023).

Berbagai faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Dimensi dalam model SERVQUAL mewakili kualitas layanan yang dihasilkan untuk membentuk instrumen pada industri jasa (Parasuraman A. et al., 1988). Faktor pendorong kepuasan pelanggan terdiri dari kualitas produk; kualitas jasa (*tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy*); *emotional factor*; harga dan biaya atau kemudahan (Vivi, Widiastuti, & Suhaji, 2021).

Menurut Othman dan Owen (2001), terdapat enam dimensi yang menghubungkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan pada Bank Syariah. Enam dimensi ini dijadikan sebagai model CARTER (*Compliance, Assurance, Reliability, Tangible, Empathy, Responsiveness*), dasar model ini yaitu model SERVQUAL dengan lima dimensi. Pengembangan pada model CARTER adalah pada dimensi *compliance* yang dikenal sebagai kepatuhan terhadap syariah.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Anik & Sutopo menggunakan kualitas pelayanan dengan model SERVQUAL mengindikasikan bahwa faktor kualitas pelayanan yaitu *tangible* (penyediaan fasilitas), *reliability* (kemampuan melayani nasabah), *responsiveness* (daya tanggap karyawan melayani konsumen), *assurance* (karyawan sopan dalam berpakaian), dan *empathy* (perhatian karyawan untuk menanggapi permintaan konsumen) serta lokasi menunjukkan bahwa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan juga terdapat temuan promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen (Nurhanifah & Sutopo, 2014).

Pada penelitian berikutnya menyatakan hal utama dalam mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu layanan akses, layanan harga, gangguan layanan, kecanggihan teknologi dan variasi dari produk (Hosen et al., 2021). Sedangkan pada penelitian menggunakan model CARTER (*Compliance, Reliability, Empathy, Assurance, Tangible, dan Responsiveness*) pengembangan model SERVQUAL untuk Bank Syariah pada kualitas pelayanan menyatakan bahwa *compliance* (kepatuhan), *reliability* (keandalan), *empathy* (empati), *assurance* (jaminan), *tangible* (berwujud), dan *responsiveness* (daya tanggap) serta faktor

tambahan yaitu *operational effectiveness* (efektivitas operasional) berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan konsumen yang berpengaruh juga positif terhadap kepercayaan dan kesetiaan (Khan et al., 2023).

Lalu pada hasil penelitian berikutnya yang menggunakan model CARTER memiliki hasil bahwa memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pada nasabah di luar karyawan Bank Syariah, berbeda dengan nasabah yang berasal dari karyawan pada *compliance* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Jawaid et al., 2023).

Pada penelitian yang dilakukan oleh Leugh, Mornay dan Christine menyatakan bahwa faktor pendukung kualitas layanan yang paling dominan adalah proses internal dari karyawan Bank Syariah (De Bruin et al., 2021). Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini mengindikasikan bahwa yang paling berpengaruh secara signifikan pada kepuasan nasabah adalah *reliability* (keandalan) (Fauzi & Suryani, 2019). Selain *reliability* (keandalan), pada penelitian selanjutnya hanya *empathy* (empati) dan *compliance* (kepatuhan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah (Khamis & AbRashid, 2018).

Berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya, penelitian ini menggunakan subjek nasabah pembiayaan mikro di BSI. Selain itu, pada penelitian sebelumnya banyak dijumpai menggunakan variabel kualitas pelayanan dengan beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Sedangkan pada penelitian ini berfokus pada *Islamic Service Quality* atau kualitas pelayanan menggunakan model CARTER (*Compliance, Assurance, Responsiveness, Tangible, Empathy, Reliability*) pengembangan model SERVQUAL terhadap kepuasan nasabah.

Di samping itu, belum ada penelitian yang berfokus pada kepuasan nasabah pembiayaan mikro di BSI dengan melihat pengaruh kualitas pelayanan dengan dimensi model CARTER. Berdasarkan fenomena serta *research gap* yang telah dipaparkan sebelumnya, maka penulis tertarik untuk mengkaji bagaimana **“Islamic Service Quality dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Nasabah”**

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang yang telah dipaparkan, penulis membatasi permasalahan pada penelitian di antaranya sebagai berikut:

1. Permasalahan umum yang terjadi pada masyarakat khususnya masyarakat kecil saat ingin membangun usaha adalah sulitnya memperoleh akses permodalan (Kementerian Sekretariat Negara RI, 2022).
2. Kontribusi pembiayaan yang disalurkan kepada UMKM dari Bank Umum Syariah (BUS) masih sangat jauh dibandingkan dengan Bank Umum Konvensional (Otoritas Jasa Keuangan, 2022).
3. Jumlah pembiayaan pada segmen mikro yang disalurkan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) memiliki persentase paling kecil dibandingkan dengan segmen ritel lainnya sebesar sebesar 12,85% dari total pembiayaan pada segmen ritel (PT Bank Syariah Indonesia Tbk, 2022).
4. Kecenderungan kepuasan nasabah pembiayaan BSI yang belum maksimal didukung oleh komentar pada media sosial Instagram resmi BSI pada tahun 2023 (PT Bank Syariah Indonesia Tbk, 2023).
5. Layanan transaksional pembiayaan termasuk pembiayaan mikro masih perlu ditingkatkan sehingga pertumbuhan aset dibersamai dengan tingkat produktivitas (PT Bank Syariah Indonesia Tbk, 2022).
6. Terdapat *research gap* pada penelitian sebelumnya terkait hasil pengaruh kualitas pelayanan dengan menggunakan beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dipaparkan, penulis mengajukan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat *compliance* (kepatuhan), *assurance* (jaminan), *reliability* (keandalan), *tangible* (wujud fasilitas), *empathy* (empati), *responsiveness* (daya tanggap), dan kepuasan nasabah pembiayaan mikro di BSI?

2. Bagaimana pengaruh tingkat *compliance* (kepatuhan) terhadap kepuasan nasabah pembiayaan mikro di BSI?
3. Bagaimana pengaruh tingkat *assurance* (jaminan) terhadap kepuasan nasabah pembiayaan mikro di BSI?
4. Bagaimana pengaruh tingkat *reliability* (keandalan) terhadap kepuasan nasabah pembiayaan mikro di BSI?
5. Bagaimana pengaruh tingkat *tangible* (wujud fasilitas) terhadap kepuasan nasabah pembiayaan mikro di BSI?
6. Bagaimana pengaruh tingkat *empathy* (empati) terhadap kepuasan nasabah pembiayaan mikro di BSI?
7. Bagaimana pengaruh tingkat *responsiveness* (daya tanggap) terhadap kepuasan nasabah pembiayaan mikro di BSI?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah dipaparkan, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemahaman serta gambaran yang komprehensif pada *compliance* (kepatuhan), *assurance* (jaminan), *reliability* (keandalan), *tangible* (wujud fasilitas), *empathy* (empati), *responsiveness* (daya tanggap) Bank Syariah Indonesia (BSI). Selain itu penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui pengaruh langsung dari *compliance* (kepatuhan), *assurance* (jaminan), *reliability* (keandalan), *tangible* (wujud fasilitas), *empathy* (empati), *responsiveness* (daya tanggap) terhadap kepuasan nasabah menggunakan pembiayaan mikro di Bank Syariah Indonesia (BSI).

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini memiliki dua jenis manfaat, yaitu manfaat teoretis dan manfaat praktis yang akan diuraikan dalam poin-poin berikut:

1. Manfaat Teoretis

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan kontribusi serta perkembangan terhadap pemikiran hasil kajian dalam bidang keuangan khususnya mengenai kepuasan pelaku UMKM menggunakan produk pembiayaan mikro di Bank Syariah Indonesia (BSI). Selain itu,

penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi sumber referensi untuk pengembangan penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi para individu serta *stakeholder* sebagai upaya peningkatan pelayanan kepada nasabah melalui kesadaran dan pengetahuan bagi Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam hal memberikan layanan yang terbaik bagi nasabah yang melakukan pembiayaan mikro. Penelitian ini juga diharapkan meningkatkan literasi masyarakat umum terkait Bank Syariah.