

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pertumbuhan keuangan syariah di Indonesia belum dapat mengimbangi pertumbuhan keuangan konvensional. Hal ini dapat dilihat dari pangsa pasar (market share) keuangan syariah yang secara keseluruhan masih di bawah 5%. Namun apabila dilihat dari setiap jenis produk syariah, hingga akhir Desember 2018, terdapat beberapa produk syariah yang market share-nya di atas 5%, antara lain aset perbankan syariah sebesar 5,33% dari seluruh aset perbankan, sukuk negara yang mencapai 14,82% dari total surat berharga negara yang beredar, lembaga pembiayaan syariah sebesar 7,24% dari total pembiayaan, lembaga jasa keuangan syariah khusus sebesar 9,93%, dan lembaga keuangan mikro syariah sebesar 22,26%. Sementara itu, produk syariah yang pangsa pasarnya masih di bawah 5%, antara lain sukuk korporasi yang beredar sebesar 3,99% dari seluruh nilai sukuk dan obligasi korporasi, nilai aktiva bersih reksa dana syariah sebesar 4,40% dari total nilai aktiva bersih reksa dana, dan asuransi syariah sebesar 3,44%. Selain produk keuangan di atas, saham emiten dan perusahaan publik yang memenuhi kriteria sebagai saham syariah mencapai 55,13% dari kapitalisasi pasar saham yang tercatat di Bursa Efek Indonesia. Angka-angka tersebut di atas menunjukkan bahwa keuangan syariah Indonesia masih perlu terus dikembangkan sehingga dapat mengimbangi pertumbuhan keuangan konvensional dalam rangka membesarkan industri keuangan secara keseluruhan (OJK, 2017).

Kailani (2009) menjelaskan bahwa kebutuhan sarana tempat tinggal merupakan salah satu kebutuhan yang amat penting dan merupakan salah satu tujuan pembangunan nasional yang sudah lama menjadi program pemerintah untuk mewujudkan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat yaitu dibidang pemukiman dan perumahan. Pembiayaan KPR merupakan layanan yang diberikan lembaga perbankan

kepada para nasabah untuk mendapatkan pinjaman dalam pemberian kredit perumahan. KPR muncul karena adanya kebutuhan yang tinggi di kalangan masyarakat untuk dapat memiliki rumah tanpa diimbangi dengan peningkatan daya beli di masyarakat (Heykal, 2014).

Perbedaan antara KPR konvensional dan KPR Syariah adalah dari sisi akad yang ditawarkan, jika KPR konvensional menggunakan sistem Bunga, maka KPR syariah tidak boleh menggunakan instrumen bunga dalam perhitungan angsuran dan dalam bank syariah tidak dikenal istilah bunga atau interest fee melainkan sistem bagi hasil, karena dalam syariah bunga dianggap riba. Untuk produk KPR syariah, nasabah juga diuntungkan ketika ingin melunasi angsuran sebelum masa kontrak terakhir, karena bank syariah tidak akan mengenakan pinalti. Bank syariah tidak mengenakan sistem pinalti karena harga KPR sudah ditetapkan sejak awal (*fixed rate*). Hal ini berbeda dengan KPR konvensional yang menggunakan sistem bunga yang menyebabkan cicilan terus berubah. (Setiawan, Sapi'i, & Agus, 2016).

Nilai pembiayaan KPR syariah masih kecil di bandingkan KPR konvensional karena margin pembiayaan dari bank umum syariah dan unit usaha syariah, selalu dipatok lebih tinggi dari rata-rata bunga kredit bank umum. Karena margin sampai 12 persen, sehingga menjadi agak kurang kompetitif, kendala lainnya juga datang dari proses mendapatkan KPR syariah yang masih berbelit-belit dan menyebabkan KPR syariah tidak sekompetitif bank konvensional yang proses bisnisnya sudah lebih matang (Ringkang Gumiwang , 2017).

Kepala Divisi Manajemen Kredit Sarana Multigriya Finansial (SMF) Eko Ratrianto mengatakan belum ada dampak yang terlalu signifikan terhadap pertumbuhan pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) syariah SMF sejak perseroan mendirikan Unit Usaha Syariah (UUS) pada Juli 2018. Kendala perkembangan industri keuangan syariah Indonesia adalah sistem konvensional telah jauh lebih dulu dikenal luas dan matang secara sistem. Fakta tersebut tetap berlangsung meskipun mayoritas penduduk Indonesia merupakan Muslim (Reni Lestari, 2018).

Maulana Andriansyah, 2019

ANALISIS ISLAMIC SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUASAN NASABAH PRODUK KPR BTN KCPS CIMAHI

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Adapun beberapa penyebab bank dan KPR syariah kurang diminati adalah karena stigma negatif yang melekat pada sistemnya, di antaranya satu, sejumlah orang mengeluhkan KPR syariah yang ternyata sama saja mahal dengan bank KPR konvensional, label syariah yang melekat pada sejumlah bank dianggap banyak orang jika bank syariah bersifat luwes dan berorientasi sosial. Padahal, syariah yang dimaksud adalah konsep yang bersifat keislaman yang diadopsi ke dalam bisnis. Jadi, bank syariah bukan lembaga sosial yang memberikan donasi atau bantuan tanpa perhitungan untung dan rugi. Dua, sejumlah orang belum memahami perbedaan sistem margin dan bunga pada KPR syariah dan konvensional. Maka dari itu, hal tersebut membuat mereka menganggap KPR syariah sama saja dengan konvensional (Detik Finance, 2018).

Kepuasan nasabah merupakan hal pokok yang tidak boleh diabaikan bagi suatu perusahaan yang bergerak dibidang jasa Perbankan. Berbicara mengenai kepuasan pelanggan, berarti perlu juga memperhatikan mengenai ketidakpuasan yang dirasakan oleh pelanggan atau konsumen sebagai salah satu pengukuran dari keberhasilan sebuah perusahaan dalam menawarkan barang atau jasa yang diproduksi. Menurut Kotler (2009), kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Karena kepuasan nasabah merupakan aspek penting untuk mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas, sehingga pelayanan yang bermutu bagi nasabah perlu ditingkatkan. Peningkatan kualitas pelayanan kepada para nasabah adalah hal penting dalam upaya meningkatkan kepuasan nasabah. Menurut Handi Irawan (2004) menjelaskan bahwa, tingkat kepuasan pelanggan dapat ditentukan berdasarkan pada 5 faktor utama yaitu kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, emosional dan kemudahan. Dalam penelitian ini penulis mengambil salah satu dari kelima faktor tersebut yakni kualitas pelayanan

Berkaitan dengan kualitas pelayanan, Kotler (2001) menjelaskan bahwa pelayanan adalah sesuatu yang tidak berwujud yang merupakan tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain dan tidak menyebabkan

Maulana Andriansyah, 2019

ANALISIS ISLAMIC SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUASAN NASABAH PRODUK KPR BTN KCPS CIMAHI

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

perpindahan kepemilikan apapun. Kotler (2012) juga menjelaskan kualitas produk dan layanan, kepuasan pelanggan, dan profitabilitas perusahaan terkait erat. Tingkat kualitas yang lebih tinggi menghasilkan tingkat kepuasan pelanggan yang lebih tinggi, yang mendukung harga yang lebih tinggi dan seringkali biaya yang lebih rendah. Dari teori tersebut dapat disimpulkan jika tingkat kualitas pelayanan (*service quality*) tinggi maka tingkat kepuasan pelanggan juga akan tinggi. Artinya, kualitas pelayanan (*service quality*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Dalam Hal pelayanan, Parasuraman (1986) telah mengembangkan model *SERVQUAL*, berdasarkan pada model lima dimensi yang juga digunakan oleh Lembaga pelayanan komersial. Kelima dimensi itu adalah *Assurance*, *Reliability*, *Tangibles*, *Empathy*, dan *Responsiveness*. Untuk menutupi kelemahan yang ada, Othman dan Owen (2001) menambahkan unsur *Compliance* pada dimensi kualitas pelayanan yang diteliti sebelumnya oleh Parasuraman. Mereka berpendapat bahwa lima dimensi *SERVQUAL* yang dikembangkan oleh Parasuraman dapat dimodifikasi atau ditambah agar sesuai dengan masing-masing industri yang diteliti menjadi enam dimensi yakni *Compliance*, *Assurance*, *Reliability*, *Tangibles*, *Empathy*, dan *Responsiveness*. Alasan penambahan dimensi ini karena adanya perbedaan spirit, kultur, dan praktik antara konvensional dengan syariah (Wijiharta, 2010).

Berdasarkan penjelasan mengenai kualitas pelayanan maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dibagi menjadi 2 yaitu kualitas pelayanan konvensional (*service quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman (1986) dan kualitas pelayanan islam (*Islamic Service Quality*) yang dikembangkan oleh Othman dan Owen (2001). Karena objek penelitian dilakukan di Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Pembantu Syariah (BTN KCPS) Cimahi yang merupakan lembaga perbankan syariah. Jadi dalam penelitian ini akan menggunakan teori kualitas pelayanan islam (*Islamic Service Quality*) yang dikembangkan oleh Othman dan Owen (2001). Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hasan (2006) menjelaskan bahwa dimensi *CARTER* ini cukup baik untuk memprediksi kepuasan nasabah, yang dalam hal ini adalah nasabah Bank Muamalat Indonesia cabang Semarang. Model ini

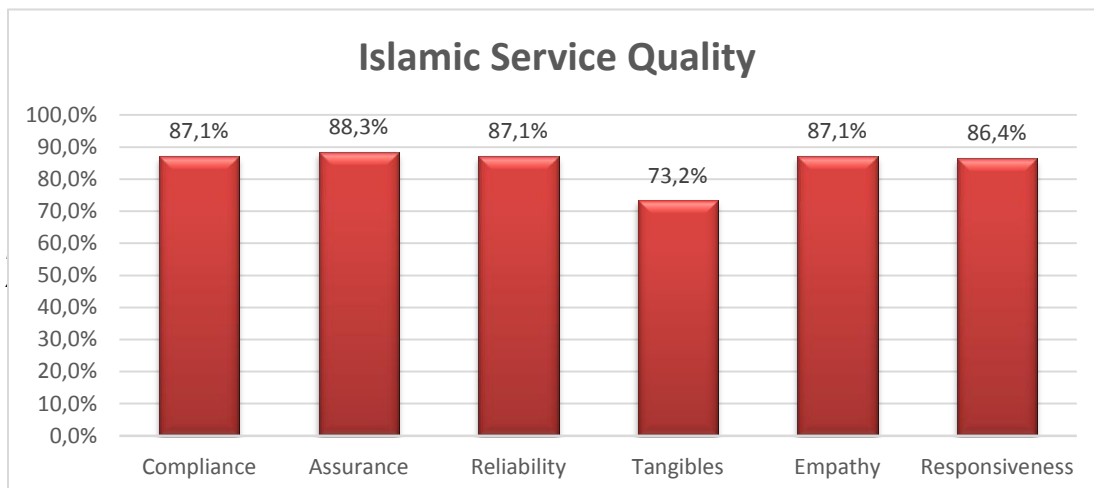
Maulana Andriansyah, 2019

ANALISIS ISLAMIC SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUASAN NASABAH PRODUK KPR BTN KCPS CIMAHI

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

cukup baik karena terdapat pengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah, dan lulus uji asumsi klasik. Kemudian, penelitian yang dilakukan oleh Febriana (2016) menjelaskan bahwa dimensi *CARTER* yang terdiri dari dimensi *Compliance*, *Assurance*, *Reliability*, *Tangibles*, *Empathy*, dan *Responsiveness*, secara bersama-sama berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Indonesia kantor cabang pembantu pembantu Tulungagung.

Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Pembantu Syariah (BTN KCPS) Cimahi merupakan anak cabang dari Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah (BTN KCS) Bandung, bank BTN KCPS Cimahi didirikan pada tahun 2016, daerah ini merupakan wilayah strategis dalam perkembangan property mencakup kota Cimahi dan Kabupaten Bandung barat. Terdapat metode yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan, menurut Tjiptono & Candra (2016) salah satunya dengan sistem keluhan dan saran. Berkaitan dengan metode pengukur kepuasan pelanggan tersebut penulis mencoba mengaplikasikannya pada objek penelitian yakni pada nasabah KPR di bank BTN KCPS Cimahi. Berdasarkan observasi awal, sebanyak 14 nasabah KPR di bank tersebut kurang puas dengan pelayanan yang diberikan karena fasilitas kantor kurang memadai. Mereka mengeluhkan ketersediaan tempat parkir kendaraan dan juga ruangan akad untuk nasabah KPR yang sempit. Bentuk dari kepuasan nasabah menurut Djaslim Saladin (2008) salah satunya yaitu bentuk kepuasan material seperti gedung yang megah, sarana dan prasarana lengkap. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa ada masalah dalam kepuasan nasabah. Kemudian penulis mencoba meneliti tingkat *Islamic service quality* produk KPR BTN KCPS Cimahi dan hasilnya adalah sebagai berikut:



Gambar 1. 1
Tingkat *Islamic Service Quality* produk KPR BTN KCPS Cimahi
Sumber: Hasil Pengolahan Data (2019)

Berdasarkan pada Gambar 1.1 dan hasil penelitian mengenai *Islamic Service Quality* produk KPR BTN KCPS Cimahi, bahwa tingkat tertinggi ada pada dimensi *Assurance* yaitu sebesar 88,3%. Nasabah memberi tanggapan sangat setuju dengan sikap ramah para pegawai dan penjelasan produk KPR yang disampaikan pegawai sudah baik sesuai dengan harapan nasabah. Sedangkan tingkat terendah ada pada dimensi *Tangibles* yaitu sebesar 73,2%. Walaupun mayoritas nasabah memberikan tanggapan setuju terkait dimensi *Tangibles* atau bukti fisik. Namun, sebagian nasabah kurang puas dengan dimensi dimensi *Tangibles* atau bukti fisik, sekitar 26,8% nasabah KPR mengeluhkan tempat parkir dan ruangan untuk melakukan akad saat pembiayaan KPR di bank tersebut sangat sempit yang membuat kurang nyaman. Masalah yang dikeluhkan oleh nasabah ini merupakan bagian dari dimensi *Islamic Service Quality*.

Karakteristik pelayanan yang khas pada bank syariah ini dapat dimasukkan dalam kualitas jasa. Abdul Qawi Othman dan Lynn Owen (2001) menyarankan penggunaan dimensi tambahan, yaitu *Compliance* (kepatuhan) untuk melengkapi lima dimensi lain yang diusulkan Parasuraman dkk. Dimensi *Compliance* disini mengacu pada kepatuhan terhadap hukum dan prinsip Islam dalam operasional bank syariah. Sehingga dimensi kualitas jasanya terdiri dari *Compliance, Assurance, Reliability, Tangibles, Empathy, dan Responsiveness. Islamic Service Quality* dengan model *CARTER* atau dimensi dari kualitas pelayanan islami merupakan instrumen sangat penting dalam menentukan kepuasan pelanggan (Rehman, 2014).

Adapun penelitian ini akan fokus untuk mengetahui sejauh mana faktor-faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah produk KPR di BTN KCPS Cimahi berdasarkan Kualitas Pelayanan Islami (*Islamic Service Quality*). Pengukuran tingkat kepuasan ini akan dilihat dari aspek *CARTER Compliance, Assurance, Responsiveness, Tangible, Empathy, Responsiveness*). Dengan demikian, mengukur

tingkat kepuasan nasabah akan digunakan dimensi *CARTER*, guna pelayanan produk yang lebih optimal. Berdasarkan latar belakang di atas, penulis ingin menganalisis penelitian tersebut dengan judul “*Analisis Islamic Service Quality Terhadap Kepuasan Nasabah Produk KPR BTN KCPS Cimahi*”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari pembahasan Latar Belakang Masalah diatas, ada beberapa Rumusan masalah yang dapat dikaji, diantaranya:

1. Pertumbuhan keuangan syariah di Indonesia belum dapat mengimbangi pertumbuhan keuangan konvensional. Hal ini dapat dilihat dari pangsa pasar (market share) keuangan syariah yang secara keseluruhan masih di bawah 5% (OJK, 2017).
2. Nilai pembiayaan KPR syariah masih kecil di bandingkan KPR konvensional karena margin pembiayaan dari bank umum syariah dan unit usaha syariah, selalu dipatok lebih tinggi dari rata-rata bunga kredit bank umum (Ringkang Gumiwang , 2017).
3. Kepala Divisi Manajemen Kredit Sarana Multigriya Finansial (SMF) Eko Ratrianto mengatakan belum ada dampak yang terlalu signifikan terhadap pertumbuhan pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) syariah SMF sejak perseroan mendirikan Unit Usaha Syariah (UUS) pada Juli 2018 (Reni Lestari, 2018).
4. stigma negatif yang melekat pada sistemnya, di antaranya satu, sejumlah orang mengeluhkan KPR syariah yang ternyata sama saja mahal dengan bank KPR konvensional, label syariah yang melekat pada sejumlah bank dianggap banyak orang jika bank syariah bersifat luwes dan berorientasi sosial (Detik Finance, 2018).
5. Berdasarkan observasi awal 14 nasabah KPR di bank BTN KCPS Cimahi kurang puas dengan pelayanan yang diberikan karena fasilitas kantor kurang memadai.

Maulana Andriansyah, 2019

ANALISIS ISLAMIC SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUASAN NASABAH PRODUK KPR BTN KCPS CIMAHI

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

6. Tingkat *Islamic Service Quality* pada nasabah KPR di BTN KCPS Cimahi terendah ada pada dimensi *Tangibles* yaitu sebesar 73,2%.

1.3 Pertanyaan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, Penelitian ini akan mengkaji masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *Islamic Service Quality* produk pembiayaan KPR di BTN KCPS Cimahi?
2. Bagaimana kepuasan nasabah produk pembiayaan KPR di BTN KCPS Cimahi?
3. Apakah terdapat pengaruh *Islamic Service Quality* terhadap tingkat kepuasan nasabah produk pembiayaan KPR di BTN KCPS Cimahi?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui *Islamic Service Quality* pada produk pembiayaan KPR di BTN KCPS Cimahi.
2. Mengetahui kepuasan nasabah produk pembiayaan KPR di BTN KCPS Cimahi.
3. Menganalisis pengaruh *Islamic Service Quality* terhadap kepuasan nasabah produk pembiayaan KPR di BTN KCPS Cimahi.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat secara teoritis penelitian ini adalah memberikan sumbangan pemikiran terkait dengan ilmu kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah produk KPR baik yang berkaitan teoritik maupun prakteknya, serta memberikan informasi dan kontribusi bagi kalangan intelektual, pelajar, akademisi, institusi, dan masyarakat umum yang ingin mengetahui seberapa optimal kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan nasabah produk KPR BTN KCPS Cimahi.

Manfaat kedua, diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan tentang cara-cara mengetahui tingkat kepuasan bagi lembaga Perbankan Syariah dalam Maulana Andriansyah, 2019
ANALISIS ISLAMIC SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUASAN NASABAH PRODUK KPR BTN KCPS CIMAHI

menyusun kebijakan program sehingga produk perbankan syariah mampu bersaing dengan produk lembaga keuangan konvensional.