

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan yang semakin ketat dalam dunia perekonomian mendorong para pelaku usaha untuk mengembangkan berbagai strategi efektif dalam menarik minat pelanggan terhadap perusahaan mereka.¹ Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah memberikan mutu layanan yang optimal, sehingga pelanggan merasa puas atas layanan yang diterima. Kepuasan nasabah memiliki peran penting terhadap keberhasilan dan profitabilitas perusahaan, karena apabila pelanggan merasa puas, mereka cenderung menunjukkan loyalitas terhadap perusahaan tersebut.² Selain itu, perkembangan ekonomi suatu negara dapat tercermin dari pertumbuhan sektor perbankan yang dimilikinya. Semakin maju industri perbankan di suatu negara, maka semakin positif pula kontribusinya terhadap peningkatan perekonomian negara tersebut.

Perusahaan yang bergerak dalam sektor jasa, termasuk perbankan syariah, dituntut untuk senantiasa meningkatkan kualitas pelayanannya. Dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif, bank perlu menerapkan pelayanan prima agar mampu mempertahankan posisi dan memenangkan persaingan. Seiring meningkatnya intensitas persaingan antar lembaga perbankan, berbagai konsep pelayanan nasabah telah dikembangkan

¹ Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Marketing Management*. 15th ed. Pearson, 2016.

² Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. Free Press.

dengan tujuan menjaga loyalitas nasabah yang ada serta menarik nasabah potensial.³

Dalam sistem perbankan syariah, keberhasilan lembaga keuangan tidak hanya ditentukan oleh aspek operasional, tetapi juga oleh kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah sebagai pengguna jasa. Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam, dengan fungsi menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan serta menyalurkannya kembali dalam bentuk pembiayaan dan layanan keuangan lainnya yang sesuai dengan ketentuan syariah.⁴ Dalam menjalankan fungsinya, bank syariah berupaya memahami kebutuhan serta karakteristik dan perilaku nasabah yang beragam agar produk dan jasa yang ditawarkan dapat diterima dan dimanfaatkan secara optimal.

Bank syariah harus memberikan pelayanan yang benar-benar baik supaya nasabah merasa puas. Penilaian bagus atau tidaknya pelayanan itu akan dilakukan langsung oleh nasabah. Biasanya, mereka akan membandingkan antara harapan sebelum menggunakan layanan dengan pengalaman yang benar-benar mereka rasakan setelah menggunakannya. Kalau pelayanan yang mereka terima sama atau bahkan lebih baik dari yang diharapkan, tentu nasabah akan puas. Tapi kalau yang didapat jauh di bawah harapan, wajar saja kalau mereka kecewa. Kalau pelayanan yang dirasakan

³ Kasmir, (2002). *“Dasar-Dasar Perbankan”*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

⁴ Ascarya. (2012). *Akad dan produk bank syariah*. RajaGrafindo Persada.

melebihi harapan, nasabah akan puas. Sebaliknya, jika pelayanan yang diberikan jauh di bawah harapan, nasabah akan merasa tidak puas.⁵

Kepuasan merupakan perasaan positif atau negatif yang muncul pada seseorang setelah membandingkan kinerja suatu produk atau hasil layanan dengan harapan yang dimilikinya. Banyak ahli mendefinisikan kepuasan dari sudut pandang pengalaman konsumen setelah menggunakan suatu produk atau jasa. Dengan demikian, kepuasan dapat dipahami sebagai hasil penilaian konsumen bahwa produk atau layanan tersebut mampu memberikan kesesuaian antara pengalaman yang dirasakan dengan harapan yang mereka miliki.⁶

Pelanggan yang merasa puas adalah mereka yang memperoleh nilai dari produsen atau penyedia jasa. Nilai tersebut dapat berasal dari kualitas produk, mutu pelayanan, sistem yang diterapkan, maupun faktor emosional. Apabila pelanggan memandang nilai sebagai kualitas produk, maka kepuasan akan tercapai ketika produk yang diterima memiliki kualitas yang baik. Jika nilai yang diinginkan adalah kenyamanan, maka kepuasan akan timbul ketika pelayanan yang diberikan benar-benar memberikan rasa nyaman.⁷ Sementara itu, apabila nilai yang diutamakan adalah harga yang terjangkau, maka pelanggan akan merasa puas kepada produsen yang mampu menawarkan harga yang paling kompetitif.

⁵ Tjiptono, F. (1997). “*Strategi Pemasaran*”, Edisi 1, Penerbit Andi, Yogyakarta.

⁶ Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Marketing Management* (12th ed.). Pearson Prentice Hall.

⁷ *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*, Vol. 12, No. 1, Tahun 2015, hal. 10–20

Memberikan pelayanan yang mampu menciptakan kepuasan pelanggan bukanlah hal yang mudah dilakukan. Dalam kenyataannya, banyak organisasi maupun perusahaan menghadapi berbagai kendala dalam pengelolaan layanan sehingga belum mampu memuaskan sebagian besar pelanggannya. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan menjadi langkah penting untuk mewujudkan kepuasan pelanggan. Pelayanan merupakan kegiatan ekonomi yang ditawarkan dengan tujuan memberikan manfaat bagi nasabah pada waktu dan tempat tertentu, yang dihasilkan dari tindakan atau upaya untuk mewujudkan perubahan yang diinginkan oleh penerima jasa. Kualitas pelayanan memiliki keterkaitan yang erat dengan tingkat kepuasan pelanggan. Kualitas yang baik akan mendorong pelanggan untuk membangun hubungan yang kuat dengan perusahaan.⁸

Saat ini, banyak perguruan tinggi memanfaatkan layanan perbankan untuk mendukung berbagai jenis transaksi, termasuk pembayaran Uang Kuliah Tunggal (UKT). Kerja sama tersebut memperlancar proses administrasi, menghemat waktu, serta menjamin keamanan dana yang dibayarkan oleh mahasiswa. Di Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang, pembayaran UKT dapat dilakukan melalui beberapa bank, yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI), Bank Nagari, Bank Mega Syariah, atau Bank Tabungan Negara Syariah (BTN Syariah).

⁸ Tjiptono, F. (1997). “*Strategi Pemasaran*”, Edisi 1, Penerbit Andi, Yogyakarta.

Sebagai lembaga intermediasi, perbankan memiliki kewajiban untuk menumbuhkan kepercayaan masyarakat, khususnya mahasiswa yang melakukan transaksi pembayaran Uang Kuliah Tunggal (UKT). Oleh karena itu, perhatian bank tidak hanya terbatas pada penyelesaian transaksi pembayaran semata, tetapi juga harus mencakup aspek pelayanan. Upaya ini bertujuan untuk membangun kepercayaan mahasiswa terhadap pihak bank. Pengelolaan sektor perbankan perlu dilakukan secara profesional, terutama dalam hal pelayanan, serta disertai inovasi yang mampu menciptakan kenyamanan sesuai kebutuhan mahasiswa. Apabila bank mampu memberikan pelayanan yang memuaskan, maka hal tersebut berpotensi menjadikan mahasiswa sebagai nasabah potensial, yang pada akhirnya dapat berkembang menjadi nasabah setia.

Kualitas pelayanan kepada nasabah berperan penting dan memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah bank. Apabila kualitas pelayanan yang diberikan tidak optimal, maka dapat menimbulkan berbagai permasalahan, antara lain: a) Terjadinya penurunan kepuasan nasabah yang berimplikasi pada berkurangnya loyalitas serta meningkatnya kemungkinan nasabah beralih ke lembaga perbankan lain, b) Menurunnya citra dan reputasi bank, yang selanjutnya dapat berdampak pada berkurangnya minat calon nasabah untuk melakukan pembukaan rekening di bank tersebut.

Universitas Islam Negeri (UIN) Imam Bonjol Padang menerapkan sistem pembayaran Uang Kuliah Tunggal (UKT) melalui layanan perbankan untuk memudahkan mahasiswa. UIN tersebut bekerja sama dengan beberapa

bank, salah satunya Bank Syariah Indonesia (BSI). BSI telah menandatangani Memorandum of Understanding (MOU) dengan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Imam Bonjol Padang sejak tahun 2023.⁹

Fenomena beragamnya pilihan pembayaran Uang Kuliah Tunggal (UKT) bagi mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang seperti Bank Nagari, Bank Mega Syariah, dan BTN Syariah menyebabkan mahasiswa membandingkan pelayanan antar bank. Bank Syariah Indonesia (BSI) dianggap cukup populer setelah Bank Nagari di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), karena cabangnya tersebar luas di berbagai kota dan kabupaten di Indonesia. Namun, hal ini berdampak negatif pada kepuasan layanan pembayaran UKT. Berdasarkan data dari 19 mahasiswa yang disurvei, sebanyak 5 orang (33%) menggunakan Bank Nagari, sedangkan 10 orang (67%) memilih BSI dari kelompok tersebut, 4 mahasiswa (40%) menyatakan belum puas dengan transaksi di BSI.

Berdasarkan survei awal yang dilakukan kepada 19 Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam didapatkan bahwa tiga dari sepuluh Mahasiswa menyatakan tidak setuju dengan penampilan teller, staf dan karyawan yang bersih, rapi, tidak berlebihan dan penggunaan pakaian kerja yang sesuai. Tiga dari sepuluh menyatakan tidak setuju lokasi Bank Syariah Indonesia yang strategis serta peralatan yang canggih. Empat dari sepuluh mahasiswa menjelaskan tidak setuju dengan setiap masalah nasabah diselesaikan dengan cepat. Dalam hal ini adanya dimensi bukti fisik

⁹ <https://pddikti.kemdiktisaintek.go.id/>

(*Tangibles*) dan keandalan (*Reability*) merupakan permasalahan yang banyak dialami mahasiswa FEBI UIN Imam Bonjol.

Tabel 1. 1 Survei awal dengan Google Form kepada 19 mahasiswa FEBI

NO	PERNYATAAN	SETUJU	TIDAK SETUJU
1.	Penampilan teller, staf, dan karyawan bank yang bersih, rapi, tidak berlebihan dan menggunakan pakaian kerja (seragam yang sesuai).	7	3
2.	Bank memiliki area parkir yang memadai dan aman	7	3
3.	Setiap masalah mahasiswa cepat terlesaikan	6	4
4.	Bank Syariah Indonesia mempunyai peralatan yang canggih dan modern	7	3
5.	Lokasi Bank Syariah Indonesia yang strategis	7	3
6.	Petugas Bank Syariah Indonesia memberikan jaminan kepastian biaya dalam pelayanan	7	3

Sumber : Survei awal kepada 19 Mahasiswa FEBI

Tabel survei menunjukkan tingkat kepuasan nasabah secara keseluruhan mencapai rata-rata 66,7% persetujuan dari total 19 responden, dengan skala Likert yang menonjolkan kekuatan layanan fisik dan lokasi. Sebanyak 70% responden setuju dengan penampilan teller dan staf yang rapi serta berpakaian seragam sesuai, area parkir yang memadai dan aman, peralatan bank yang canggih modern, lokasi strategis, serta jaminan kepastian biaya pelayanan oleh petugas semua ini mendukung transaksi Teller yang nyaman secara tatap muka dan akses ATM yang aman berkat fasilitas pendukung. Namun, penyelesaian masalah mahasiswa hanya mendapat 60% persetujuan (40% tidak setuju), menandakan kelemahan utama di sini,

terutama saat menggunakan Teller atau ATM yang sering ramai, sementara M-banking berpotensi lebih baik jika diintegrasikan dengan dukungan cepat.

Model Kualitas yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry Adalah model Servqual (*Service Quality*). Hal ini menegaskan bahwa bila kinerja pada suatu atribut meningkat lebih besar dari pada harapan maka persepsi terhadap kualitas jasa akan positif dan sebaliknya. Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan Masyarakat yaitu Bukti fisik (*Tangibles*), Keandalan (*Reability*), Daya tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Empathy*).

Menurut Wijayanti dalam jurnalnya yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Studi Kasus Bank Mandiri menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan bank Mandiri sangat memengaruhi kepuasan nasabah. Faktor-faktor seperti keandalan, responsivitas, jaminan, dan empati memainkan peran penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Aspek kebersihan dan perilaku staf frontliner juga dikaitkan dengan kepuasan nasabah yang baik. Namun, ada aspek lain seperti bukti fisik (*Tangibles*) dan keandalan dalam memberikan informasi yang masih perlu ditingkatkan.¹⁰

Menurut Nengsih, Syahrizal, Oktafiani dalam jurnal yang berjudul Evaluasi Kualitas Pelayanan Bank Syariah Indonesia: Studi Empiris Pembayaran UKT di Jambi menghasilkan seluruh dimensi kualitas pelayanan mempengaruhi secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dimensi tersebut

¹⁰ Kiki Arsi Wijayanti, Muh. Izza, Muh Izzat Firdaus (2023). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Studi Kasus Bank Mandiri". Uin K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

adalah variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Kelima variabel tersebut mampu menjelaskan kepuasan nasabah sebesar 74,1%.¹¹

Penelitian sebelumnya belum membahas kepuasan layanan pembayaran UKT khususnya di Bank Syariah Indonesia (BSI), termasuk pada mahasiswa FEBI UIN Imam Bonjol Padang.¹² Penelitian ini berfokus pada peningkatan kualitas layanan bagi nasabah BSI, khususnya mahasiswa tersebut, yang berbeda dengan studi sebelumnya yang bersifat umum tentang kualitas pelayanan perbankan. Di lingkungan kampus, mahasiswa memiliki berbagai pilihan bank seperti Bank Nagari, BTN Syariah, dan Mega Syariah untuk pembayaran UKT, sehingga persaingan layanan menjadi krusial dalam membentuk kepuasan dan loyalitas nasabah potensial.

Kesenjangan antara layanan yang diharapkan dengan layanan aktual BSI dikenal sebagai kesenjangan kualitas layanan yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Dimensi utama meliputi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, serta bukti fisik, yang dianalisis untuk mengidentifikasi perbedaan persepsi mahasiswa terhadap kinerja BSI. Melalui analisis tersebut, penelitian ini bertujuan mengungkap faktor-faktor yang mendorong persaingan antar bank. Oleh karena itu, judul penelitian ini adalah **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Pembayaran UKT Pada Bank Syariah Indonesia**

¹¹ Titin Agustin Nengsih, Ahmad Syahrizal, Sellin Fidia Oktafiani(2021). Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis.” Evaluasi Kualitas Pelayanan Bank Syariah Indonesia: Studi Empiris Pembayaran UKT di Jambi”. Fakultas Ekonomi, Universitas Batanghari Jambi.

¹² Rina Fitriana dan Ahmad Yani, "Analisis Kualitas Layanan Perbankan Syariah di Indonesia: Tinjauan Umum," Jurnal Ekonomi Syariah 10, no. 2 (2023): 45–67.

(BSI) Terhadap Kepuasan Layanan Nasabah (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEBI UIN IMAM BONJOL)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah dimensi Bukti fisik (*Tangibles*) berpengaruh terhadap Tingkat kepuasan mahasiswa FEBI terhadap pelayanan pembayaran Uang Kuliah Tunggal (UKT) pada Bank Syariah Indonesia (BSI)?
2. Apakah dimensi Keandalan (*Reability*) berpengaruh terhadap Tingkat kepuasan mahasiswa FEBI terhadap pelayanan pembayaran Uang Kuliah Tunggal (UKT) pada Bank Syariah Indonesia (BSI)?
3. Apakah dimensi Daya tanggap (*Responsiveness*) berpengaruh terhadap Tingkat kepuasan mahasiswa FEBI terhadap pelayanan pembayaran Uang Kuliah Tunggal (UKT) pada Bank Syariah Indonesia (BSI)?
4. Apakah dimensi Jaminan (*assurance*) berpengaruh terhadap Tingkat kepuasan mahasiswa FEBI terhadap pelayanan pembayaran Uang Kuliah Tunggal (UKT) pada Bank Syariah Indonesia (BSI)?
5. Apakah dimensi Empati (*Empathy*) berpengaruh terhadap Tingkat kepuasan mahasiswa FEBI terhadap pelayanan pembayaran Uang Kuliah Tunggal (UKT) pada Bank Syariah Indonesia (BSI)?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui adanya pengaruh dimensi Bukti fisik (*Tangibles*) dengan Tingkat kepuasan mahasiswa FEBI terhadap pelayanan pembayaran Uang Kuliah Tunggal (UKT) pada Bank Syariah Indonesia (BSI).
- b. Untuk mengetahui adanya pengaruh dimensi Keandalan (*Reability*) dengan Tingkat kepuasan mahasiswa FEBI terhadap pelayanan pembayaran Uang Kuliah Tunggal (UKT) pada Bank Syariah Indonesia (BSI).
- c. Untuk mengetahui adanya pengaruh Daya tanggap (*Responsiveness*) dengan Tingkat kepuasan mahasiswa FEBI terhadap pelayanan pembayaran Uang Kuliah Tunggal (UKT) pada Bank Syariah Indonesia (BSI).
- d. Untuk mengetahui adanya pengaruh dimensi Jaminan (*assurance*) dengan Tingkat kepuasan mahasiswa FEBI terhadap pelayanan pembayaran Uang Kuliah Tunggal (UKT) pada Bank Syariah Indonesia (BSI).
- e. Untuk mengetahui adanya pengaruh dimensi Empati (*Empathy*) dengan Tingkat kepuasan mahasiswa FEBI terhadap pelayanan pembayaran Uang Kuliah Tunggal (UKT) pada Bank Syariah Indonesia (BSI).

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai tingkat kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan pembayaran Uang Kuliah Tunggal pada Bank Syariah Indonesia, serta menjadi sarana pengembangan ilmu pengetahuan yang secara teoritis dipelajari di bangku perkuliahan.
- b. Memberikan sumbangan pemikiran dalam memperkaya wawasan tentang hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Pihak Bank: Sebagai bahan evaluasi dan masukan dalam meningkatkan kualitas pelayanan, khususnya terkait pembayaran UKT mahasiswa.
- b. Bagi Pihak Kampus: Sebagai referensi dalam menentukan kebijakan kerja sama dengan pihak bank agar dapat memberikan pelayanan yang optimal bagi mahasiswa.
- c. Bagi Peneliti Selanjutnya: Menjadi referensi dan acuan untuk penelitian sejenis yang mengkaji kepuasan pelanggan atau mahasiswa terhadap pelayanan perbankan.

E. Sistematika Penulisan

Agar pembahasan penelitian ini lebih mudah dipahami, penulis menyusunnya ke dalam lima bab dengan uraian sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Berisi penjelasan mengenai latar belakang penelitian yang memaparkan permasalahan yang diangkat, rumusan masalah yang disajikan dalam bentuk pertanyaan penelitian, tujuan yang ingin dicapai, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II: Landasan Teori

Memuat pembahasan teori-teori yang menjadi dasar penelitian, di antaranya konsep bank syariah, teori tentang kepuasan pelayanan nasabah, kajian penelitian terdahulu, kerangka berpikir, serta perumusan hipotesis penelitian.

BAB III: Metode Penelitian

Menjelaskan metode yang digunakan dalam penelitian ini, meliputi jenis penelitian, sumber dan jenis data, teknik pengumpulan data, serta metode analisis data yang diterapkan.

BAB IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan

Menyajikan hasil penelitian sesuai dengan alat analisis yang digunakan, kemudian membahas temuan tersebut dengan membandingkannya terhadap hasil penelitian sebelumnya, baik yang memiliki kesamaan maupun perbedaan.

BAB V: Penutup

Merupakan bagian akhir yang berisi kesimpulan dari seluruh hasil penelitian serta saran-saran yang ditujukan kepada pihak bank dan peneliti.