

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Syariat islam telah mengajarkan tata cara atau perilaku umat manusia dalam melakukan segala aktivitas hidupnya secara keseluruhan, baik yang mengatur hubungan antara manusia dengan Allah, manusia dengan alam bahkan syariat juga telah mengatur hubungan manusia dengan manusia lainya yang juga mengatur masalah Muamalat (ekonomi).

Dengan adanya hukum (Syariat) yang mengatur tatacara bermuamalat dan kegiatan ekonomi yang sesuai dengan prinsip syariah, maka dalam bermuamalat individu yang akan melakukan kegiatan perekonomian (muamalat) sebagai pelaku ekonomi akan membutuhkan lembaga, instasi atau badan yang akan menaungi segala kegiatan muamalat insan.

Ekonomi syariah telah mengimplementasikan institusi dan kajian keislamannya. Dalam sejarah perkembangannya, aktivitas perekonomian masyarakat menyebabkan mereka membutuhkan institusi yang bertugas mengelola uang yang mereka miliki. Inilah yang melahirkan lembaga keuangan. (Nur Rianto *Lembaga Keuangan Syariah*, 2012, hal 79).

Bank adalah lembaga perantara keuangan atau biasa disebut *Financial Intermediary*. Artinya, lembaga bank adalah lembaga yang dalam aktivitasnya berkaitan dengan masalah uang. (Setia Budhi Wilardjo, *Pengertian Peranan dan Perkembangan Bank Syariah di Indonesia*, hlm. 1). Oleh karena itu, usaha bank akan selalu dikaitkan dengan masalah uang yang merupakan alat pelancar

terjadinya perdagangan yang utama. Untuk menghindari pengoperasian bank dengan sistem bunga, Islam memperkenalkan prinsip-prinsip muamalah. Bank syariah lahir sebagai salah satu solusi alternatif terhadap persoalan pertentangan antara bunga dengan riba.

Didirikannya bank syariah selain dilatarbelakangi oleh keinginan umat Islam untuk segera menghindari riba di dalam semua kegiatan muamalahnya tetapi juga untuk memperoleh kesejahteraan lahir batin melalui kegiatan muamalah yang sesuai dengan perintah Islam, sebagai alternative lain dalam menikmati jasa-jasa perbankan yang dirasakan lebih sesuai yaitu bank-bank yang berusaha untuk beroperasi berlandaskan kepada hukum-hukum syariat Islam (*Edi Wibowo dan Untung Hendy, Mengapa Memilih Bank Syariah, hlm. 1*).

Dalam menjalankan aktivitas, bank syariah cukup berbeda dengan bank konvensional dikarenakan terdapat prinsip syariah yang sesuai dengan hukum Islam. Bank syariah menganut prinsip-prinsip sebagai berikut :

1. Prinsip keadilan.

Prinsip ini tercermin dari penerapan imbalan atas dasar bagi hasil dan pengambilan margin keuntungan yang disepakati bersama antara bank dengan nasabah

2. Prinsip kesederajatan.

Bank syariah menempatkan nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana, maupun bank pada kedudukan yang sama dan sederajat. Hal ini tercermin dalam hak, kewajiban, resiko dan keuntungan yang berimbang antara nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana maupun bank.

3. Prinsip ketentraman

Produk-produk bank syariah telah sesuai dengan prinsip dan kaidah muamalah Islam, antara lain tidak adanya unsur riba serta penerapan zakat harta. Dengan demikian, nasabah akan merasakan ketentraman lahir dan bathin

Di Indonesia, bank syariah lahir sekitar tahun 90-an atau tepatnya setelah ada Undang-Undang No.7 tahun 1992, yang direvisi dengan Undang-undang Perbankan No.10 Tahun 1998, dalam bentuk sebuah bank yang beroperasinya dengan system bagi hasil atau bank syariah (*Setia Budhi Wilardjo, Pengertian Peranan dan Perkembangan Bank Syariah di Indonesia, hlm. 2*). Pada 16 Desember 2003, Majelis Ulama Indonesia (MUI) mengeluarkan fatwa tentang haramnya bunga bank yang menyebabkan terjadinya *unorganic growth*.

Dukungan terhadap perbankan syariah semakin kuat dengan adanya Undang-Undang Nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Salah satu dukungan dari pemerintah Indonesia yang cukup signifikan adalah implementasi kebijakan *Office Channeling*, dukungan akseleratif pemerintahan berupa pengelolaan rekening haji yang akan dipercayakan pada perbankan syariah serta hadirnya investor-investor baru akan mendorong bisnis syariah (*Heri Sutanto, S.E., M.M Manajemen Pemasaran Syariah. Hlm 122*)

Memang diakui bahwa bank syariah di Indonesia mengalami perkembangan yang baik, namun masih banyak kendala yang dihadapi dalam pengembangan perbankan syariah yaitu:

- (1) Pemahaman masyarakat yang belum tepat terhadap kegiatan operasional bank syariah,
- (2) Peraturan perbankan yang belum sepenuhnya mengakomodasi operasional bank syariah,
- (3) Jaringan kantor bank syariah yang belum luas,
- (4) Sumber daya manusia yang memiliki keahlian dalam bank syariah masih sedikit (*Muhammad Syafii Antonio, Bank Syariah dari Teori ke Praktek h. 224-226*)

Perkembangan perbankan syariah yang saat ini mengalami perkembangan yang tidak stabil sehingga menyebabkan industri perbankan menghadapi lingkungan bisnis yang kompetitif. Menurut data dari Ojk sampai bulan Oktober 2016, dari Total Asset, jumlah kantor dan jumlah bank sangat berdinamika dengan naik turun industri perbankan, sedangkan dari jumlah rekening pembiayaan dan DPK juga mengalami hal yang sama.

Tabel 1.1 Perkembangan Total Aset, Jaringan Kantor dan Tenaga Kerja Perbankan Syariah

Tabel 2. Perkembangan Total Aset, Jaringan Kantor dan Tenaga Kerja Perbankan Syariah - SPS 2016 (Sharia Banking Network)														
Indikator	2014		2015		2016									
	Nov	Des	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sep	Okt
Bank Umum Syariah														
- Total Aset	197.539	204.961	203.848	213.423	209.813	210.592	213.061	212.298	211.358	216.118	217.479	216.768	241.937	241.829
- Jumlah Bank	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	13	13
- Jumlah Kantor	2.159	2.163	2.000	1.990	1.970	1.926	1.919	1.869	1.844	1.807	1.799	1.776	1.897	1.885
- KC	439	447	450	450	452 ⁿ	453	450	452	452	455	458	451	475	474
- KCP	1.514	1.511	1.347	1.340	1.320	1.275	1.269	1.222	1.202	1.167	1.161	1.149	1.231	1.222
- KK	208	205	203	200	199	198	199	195	190	185	182	178	191	189
- ATM	3.311	3.350	3.545	3.571	3.574	3.575	3.568	3.577	3.577	3.583	2.985	2.922	3.127	3.127
- Jumlah Tenaga Kerja	40.590	41.393	51.894	51.413	51.087	50.768	50.372	50.267	50.383	50.488	49.855	49.553	50.997	50.997
Unit Usaha Syariah														
- Total Aset	64.389	67.383	74.976	82.839	77.827	76.838	84.710	83.079	88.577	90.107	88.063	88.521	89.828	89.378
- Jumlah Bank Umum Konvensional yang memiliki UUS	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	21	21
- Jumlah Kantor UUS	354	320	318	311	312	312	312	314	313	322	328	328	313	318
- KC	138	138	145	138	138	138	137	139	139	147	149	149	147	150
- KCP	174	140	125	129	129	130	130	130	132	132	135	135	122	123
- KK	42	42	46	44	45	45	45	45	42	43	44	44	44	45
- ATM	130	132	138	145	145	145	145	145	147	151	151	152	131	133
- Jumlah Tenaga Kerja	4.419	4.425	4.481	4.403	4.355	4.338	4.357	4.387	4.408	4.435	4.748	4.776	4.549	4.549
Total Aset BUS dan UUS	261.928	272.343	278.824	296.262	287.440	286.430	297.772	295.377	297.935	306.225	305.542	305.287	331.763	331.005
Total Kantor BUS dan UUS	2.513	2.483	2.316	2.301	2.282	2.238	2.230	2.183	2.157	2.129	2.127	34	34	34
Total ATM BUS dan UUS	3.441	3.482	3.683	3.716	3.719	3.720	3.713	3.722	3.724	3.734	3.116	2.104	2.210	2.203
Total Tenaga Kerja BUS dan UUS	45.009	45.818	56.345	55.816	55.442	55.106	54.729	54.674	54.791	54.923	54.603	54.329	55.546	55.546
Bank Pembiayaan Rakyat Syariah														
- Jumlah Bank	163	163	163	163	163	164	165	165	166	165	165	165	164	164
- Jumlah Kantor	438	439	445	446	449	448	454	425	427	428	435	438	430	451
- Jumlah Tenaga Kerja	4.727	4.704	5.084	5.102	5.058	5.070	5.143	4.531	4.523	4.495	4.568	4.584	4.410	4.351

Sumber : Ojk , Statistik Perbankan syariah 2014-2016 Oktober

Tabel 1.2 Perkembangan Jumlah rekening pembiayaan dan DPK Perbankan Syariah

Tabel 20. Jumlah Rekening Pembiayaan dan Dana Pihak Ketiga Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah (Number of Account of Financing and Third Party Fund Sharia Commercial Bank dan Sharia Business Unit)												
Tipe	2014	2015	2016									
			Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agst	Sep	Okt
Dana Pihak Ketiga	14.388.575	18.481.911	18.691.838	18.921.043	18.640.845	18.340.995	18.614.313	18.311.316	18.513.854	18.620.086 ⁿ	20.608.915 ⁿ	21.302.837
1. Dana Simpanan Wadiah	7.839.978	9.127.253	9.263.573	9.397.143	9.544.832	9.687.727	9.825.700	9.832.880	9.957.472	10.320.320	10.997.078	11.576.467
a. Giro	142.557	169.901	189.140	191.058	193.268	194.834	198.191	203.808	208.048	211.877	219.217	223.833
b. Tabungan	7.697.421	8.957.452	9.074.433	9.206.085	9.351.568	9.472.893	9.627.509	9.629.074	9.749.424	10.109.119	10.780.972	11.352.634
2. Dana Investasi Non Profit Sharing	6.537.113	9.348.149	9.425.439	9.521.216	9.093.232	8.673.233	8.788.809	8.478.438	8.556.382	8.299.011 ⁿ	9.608.724 ⁿ	9.726.370
a. Giro	6.491	9.384	9.424	9.573	9.821	10.007	10.181	10.462	10.533	10.760	65.129	66.575
b. Tabungan	6.263.912	9.044.749	9.120.883	9.216.240	8.785.881	8.385.052	8.480.833	8.170.773	8.244.855	7.987.843	9.237.038	9.352.860
c. Deposito	268.710	292.016	295.332	295.403	297.730	298.174	297.795	297.201	300.994	300.408	308.557	308.935
3. Dana Investasi Profit Sharing	9.494	8.509	2.626	2.684	2.781	35	4	-	-	59	2	-
a. Giro	2	2	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-
b. Tabungan	8.737	7.794	2.508	2.559	2.644	34	4	-	-	46	2	-
c. Deposito	745	713	118	125	137	1	-	-	-	11	-	-
Pembiayaan, Piutang dan Salam	3.769.181	3.746.686	3.747.771	3.736.275	3.726.161	3.761.387	3.772.651	3.836.325	3.861.638	3.924.826 ⁿ	4.112.139 ⁿ	4.234.209
1. Pembiayaan Bagi Hasil	119.592	96.284	95.074	94.759	94.480	94.254	95.082	96.447	95.103	94.263 ⁿ	97.818 ⁿ	98.079
a. Mudharabah	47.191	40.011	39.554	39.269	39.077	38.985	38.715	39.309	38.081	37.805	37.268	36.880
b. Musyarakah	55.888	56.273	55.520	55.490	55.402	55.269	56.367	57.137	57.021	56.458	60.652	61.199
c. Pembiayaan Bagi Hasil Lainnya	16.533	-	-	-	1	-	-	-	1	-	-	-
2. Piutang	3.578.883	3.592.737	3.602.333	3.591.735	3.582.854	3.619.737	3.629.875	3.692.983	3.720.285	3.785.149 ⁿ	3.971.776 ⁿ	4.098.431
a. Murabahah	3.230.490	3.334.417	3.347.489	3.339.869	3.327.444	3.382.745	3.387.168	3.429.339	3.457.998	3.520.114	3.702.098	3.823.425
b. Qardh	343.402	264.798	251.307	249.314	251.828	253.393	259.092	259.094	258.557	261.262	265.817	271.034
c. Istishna'	2.971	3.524	3.527	3.552	3.582	3.599	3.617	3.680	3.732	3.773	3.861	3.972
3. Pembiayaan Sewa (Ijarah)	72.726	57.544	59.364	49.781	49.027	47.398	47.694	46.895	46.250	45.414	42.444	37.699
a. Pembiayaan Sindikasi	3	3	3	3	3	-	-	-	-	-	-	-
b. Pembiayaan secara Channelling	1.443	222	224	223	219	217	218	214	213	213	208	215
c. Pembiayaan secara Executing	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
d. Pembiayaan Sewa Lainnya	71.280	57.319	59.137	49.555	48.805	47.179	47.478	46.681	46.037	45.201	42.236	37.484
4. Salam	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Sumber : Ojk , Statistik Perbankan Syariah 2014-2016 Oktober

Berdasarkan hasil prestasi tersebut, dapat dilihat bahwa industri perbankan syariah pada tahun 2014 sampai 2016 mengalami penurunan dalam segi Total aset jaringan kantor. Dapat terlihat pada salah satu indikator di Bank Syariah yaitu ATM pada tahun 2014 sampai 2015 terjadi peningkatan di Bank Umum Syariah dan juga di Unit Usaha Syariah, tetapi pada tahun 2016 mengalami penurunan yang signifikan. Selanjutnya dari indikator di Bank Syariah yaitu jumlah kantor

secara akumulatif terjadi penurunan. Untuk dari segi Dana Pihak Ketiga sama halnya mengalami gejolak yang sangat dinamis. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa industri perbankan syariah sedang dalam proses tidak stabil tentunya ini akan menimbulkan gejolak persaingan antara bank syariah. Bank-bank Syariah harus menyadari faktor-faktor yang dapat memenangkan persaingan antara Bank Syariah. Dari segi Kualitas Pelayanan, Atribut Produk Islam dan Komitmen Agama serta pentingnya untuk membuat Kepuasan Nasabah dan terciptanya Loyalitas Nasabah.

Dengan memahami perilaku nasabah, bank dapat lebih intens dalam menghadapi persaingan di industri jasa keuangan yang semakin kuat daripada sebelumnya sebagai komponen layanan pada perusahaan sejenis (*Rose dan Marquis, 2006 dalam Khan, 2008*). Memberikan pelayanan yang berkualitas kepada para nasabah merupakan suatu keharusan pada lingkungan industri perbankan yang kompetitif dimasa sekarang ini. Salah satu cara untuk meningkatkan daya saing adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan, karena dengan kualitas pelayanan yang baik maka kepuasan pelanggan akan tercapai.

Kualitas pelayanan merupakan suatu proses evaluasi menyeluruh pelanggan mengenai kesempurnaan kinerja layanan (*Sofyan Assauri, 2007:213*). Pelayanan yang baik akan memberikan dampak positif bagi setiap anggota maupun calon anggota sehingga dapat menarik minat anggota/calon anggota untuk menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan. Dalam industri perbankan, kualitas pelayanan adalah faktor yang sangat penting karena merupakan suatu profit strategi untuk memikat lebih banyak pelanggan baru, mempertahankan

pelanggan yang ada, menghindari berpindahnya pelanggan dan menciptakan keunggulan khusus. Untuk itu bank perlu melakukan riset konsumen untuk mengevaluasi kualitas pelayanan (Muhammad, *Bank Syariah. Problem dan Prospek Perkembangan di Indonesia*. 2005).

Selanjutnya, tingkat performance produk dapat diukur atau dilihat pada tingkat kepentingannya berdasarkan atribut-atribut kunci yang sudah diidentifikasi konsumen (Mowen, 2006). Keputusan mengenai atribut ini mempengaruhi reaksi konsumen terhadap suatu produk (Kotler dan Armstrong, 2008). Sehingga konsumen akan merasa puas jika atribut-atribut kunci atau khusus suatu produk yang dinilai sesuai dengan keinginan dan harapan dari konsumen.

Isgiyarta (2009) menjelaskan bahwa penciptaan produk/jasa sesuai syariah sangat berguna dalam mendukung mekanisme pengabdian makhluk kepada Tuhan. Dengan demikian, keberadaan suatu perbankan syariah dalam memelihara keberlanjutan dipengaruhi oleh dukungan *stakeholder* terhadap bank syariah. Dalam perbankan syariah, atribut produk tersebut diidentifikasi sebagai atribut-atribut produk Islam yang bernuansa Islami yang ditawarkan oleh bank (El Junusi, 2009).

Komitmen merupakan motivasi dan keterlibatan (Mowday Porter dan Steer, 1995) serta performance dan kepatuhan pada organisasi (Angela dan Perry, 1995). Menurut (Iggi H. Achsien, 2000) agama memuat segala sesuatu yang terbaik yang diperlukan manusia untuk mengolah tujuan-tujuan hidupnya. Jadi komitmen agama adalah suatu bentuk kepatuhan pada pelajaran agama. Bagi

muslimin, Islam adalah jalan hidup yang mengatur seluruh aspek kehidupan, sejalan dengan perintah “*Hai orang-orang beriman, masuklah kamu kedalam Islam secara keseluruhan* “ (Qs Albaqarah 208)Khan, dkk. (2007) menjelaskan bahwa beberapa studi telah menyarankan bahwa nasabah memilih bank-bank Islam terutama berdasarkan alasan komitmen agama.

Kepuasan konsumen sangat diperhatikan oleh perusahaan karena akan berdampak pada kinerja penjualan. (Kotler dan Armstrong, 2008) menyatakan bahwa, pelanggan yang merasa puas akan membeli ulang dan mereka akan memberi tahu orang lain mengenai pengalaman baik tentang produk itu. Kepuasan pelanggan berkontribusi pada sejumlah aspekkrusial, seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan, dan meningkatnya efisiensi dan produktivitas karyawan (Anderson, et al., 2002; Edvardson, et al., 2000; Tjiptono, 2005)

Saat ini kunci utama untuk melakukan persaingan adalah dengan memberikan kepuasan pelayanan kepada nasabah.. Perusahaan akan berhasil memperoleh nasabah dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi nasabah. Terciptanya kepuasan nasabah dapat memberikan manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan nasabah menjadi akrab, memberikan kesan yang baik bagi nasabah, membentuk suatu rekomendasi dari nasabah yang satu ke nasabah yang lain yang dapat menguntungkan perusahaan.Heskett et al (1997) menyatakan bahwa keuntungan atau laba suatu perusahaan dapat terjadi jika terciptanya kepuasan pelanggan yang mengakibatkan terjadinya loyalitas pelanggan (Kazi Omar Siddiqi,2011).

Nasabah yang puas dan loyal (setia) merupakan peluang untuk mendapatkan nasabah baru. Mempertahankan semua nasabah yang ada umumnya akan lebih menguntungkan dibandingkan dengan pergantian nasabah karena biaya untuk menarik nasabah baru bisa lima kali lipat dari biaya mempertahankan seorang nasabah yang sudah ada, (Kotler,2002). Jadi mempertahankan nasabah sama dengan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, hal ini disebabkan karena dengan mempertahankan nasabah, berarti dapat meningkatkan penerimaan atau pendapatan perusahaan dalam penjualan produk.

Dari latar belakang yang telah diuraikan diatas, dengan pentingnya *Kualitas pelayanan, Atribut Produk Islam dan Komitmen Agama* maka hal ini perlu diperhatikan oleh perusahaan perbankan syariah. Dalam upaya untuk lebih meningkatkan jumlah nasabah, serta menciptakan kepuasan nasabah dan menimbulkan loyalitas nasabah agar tidak beralih ke bank lainnya. Selanjutnya, peneliti merasa perlu melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Atribut Produk Islam, dan Komitmen Agama Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah dan Menimbulkan Loyalitas Nasabah Pada Industri Perbankan Syariah”. Penelitian ini relevan dengan pengembangan kompetensi jurusan MM konsentrasi Marketing, karena secara umum manajemen pemasaran merupakan salah satu *core* manajemen lembaga keuangan.

1.2 Ruang Lingkup Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah nasabah-nasabah bank syariah di wilayah Jakarta dan sekitarnya. Penelitian ini ditunjukkan untuk nasabah yang memiliki atau tidak memiliki rekening dan melakukan transaksi di bank syariah. Nasabah tersebut dari umur 20 tahun hingga 50 tahun keatas dan memiliki pendidikan minimal SD hingga S3. Diteliti hanya 1 kali di tahun 2017.

1.3 Rumusan Masalah

Kepuasan Nasabah dan timbulnya Loyalitas Nasabah adalah kunci sukses suatu usaha dalam menjalin hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan pelanggannya. Demikian pula dengan bank syariah yang tentunya berupaya untuk menjalin hubungan kerjasama tersebut dengan sebaik-baiknya dengan para nasabahnya.

Berdasarkan permasalahan tersebut dapat diuraikan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi terhadap kepuasan nasabah?
2. Apakah atribut-atribut produk Islam mempengaruhi terhadap kepuasan nasabah?
3. Apakah komitmen agama mempengaruhi terhadap kepuasan nasabah?
4. Apakah kepuasan nasabah mempengaruhi terhadap loyalitas nasabah?

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah tersebut maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mendapat bukti pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah?
2. Untuk mendapat bukti pengaruh atribut-atribut produk Islam terhadap kepuasan nasabah?
2. Untuk mendapat bukti pengaruh komitmen agama terhadap kepuasan nasabah?
4. Untuk mendapat bukti pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah?

1.5 Manfaat Penelitian

Sedangkan manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi perbankan syariah, hasil penelitian dapat dijadikan pedoman dalam melaksanakan program pemasarannya, sehingga tujuan pemasaran tercapai secara efektif dan efisien.
2. Bagi peneliti, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan pemetaan perilaku konsumen tentang perbankan syariah yang sedang berkembang.
3. Bagi pembaca dan peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi tambahan bagi peneliti lain yang tertarik dengan permasalahan perbankan syariah atau peneliti lain yang sejenis, atau pengembangan lain dari penelitian ini

BAB II