

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Jasa perbankan adalah satu lembaga keuangan yang memiliki kontribusi terbesar dalam perekonomian. Menurut UU RI no.10 Tahun 1998, “bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan dana dari masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak”. Berdasarkan pengertian tersebut bank merupakan mediator keuangan dari dua pihak yaitu pihak yang memiliki dana lebih dan pihak yang kekurangan dana.

Di Indonesia, sistem perbankan terbagi menjadi dua yaitu bank syariah dan bank konvensional. Untuk perbankan syariah, Indonesia dapat menjadi pelopor dalam pengembangan keuangan syariah. Sebagai jumlah penduduk muslim terbesar menjadikan Indonesia memiliki potensi nasabah industri keuangan syariah dan Indonesia memiliki sumber daya alam melimpah yang dapat dijadikan sebagai *underlying* transaksi industri keuangan nasabah.

Bank syariah tidak sama dengan bank konvensional dikarenakan bank syariah mengacu pada prinsip-prinsip syariah (hukum Islam). Prinsip-prinsip tersebut menekankan pada nilai-nilai moral dalam Islam seperti melarang pembayaran atau penerimaan beban bunga (riba). (www.islamic-banking.com).

Cara riba dengan jelas dan tegas telah diharamkan Allah, sebagaimana termaktub dalam Al-qur'an surah 2 : 278- 279 :

“ Hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah dan tinggalkanlah sisa riba (yang belum di pungut) jika kamu orang-orang yang beriman, maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertobat (dari pengambilan riba) maka bagimu pokok hartamu, kamu tidak menganiaya dan tidak pula dianiaya”.

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

Perbankan syariah mulai masuk ke Indonesia ditandai dengan berdirinya Bank Syariah pertama yaitu Bank Muamalat Indonesia (BMI) pada tahun 1992. Masuknya bank syariah di Indonesia cukup terlambat dibandingkan dengan negara-negara Islam lainnya seperti Negara Malaysia yang telah mendirikan bank syariah sejak tahun 1983.

Dengan diberlakukannya undang-undang No.21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah tanggal 16 Juli 2008, maka pengembangan industri perbankan syariah nasional semakin memiliki landasan hukum dan akan mendorong pertumbuhannya secara lebih cepat.

Produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah memiliki keunikan tersendiri dibandingkan dengan perbankan konvensional. Dikarenakan adanya prinsip syariah didalamnya. Menurut Surat Keputusan Direktur Bank Indonesia No.32/148/KEP/DIR tanggal 12 November 1998 pasal 12 ayat (3) menyatakan bahwa Bank berdasarkan prinsip syariah adalah:

“Prinsip Syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam. Bank dengan pihak lain untuk penyimpanan dana/pembiayaan kegiatan usaha atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah, antara lain pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (mudharabah) pembiayaan berdasarkan penyertaan modal (musyarakah), prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (murabahah), atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan ijarah) atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (ijarah wa iqtina)”.

Pada *World Islamic Economic Forum* (WIEF) ke 11 yang diselenggarakan pada tanggal 3-5 November 2015 di Kuala Lumpur dalam laporannya yang di keluarkan tahun 2016, menyimpulkan bahwa ekonomi sejumlah negara yang berpenduduk mayoritas Muslim masih mengkhawatirkan khususnya akibat konflik yang berkepanjangan baik konflik internal maupun eksternal dengan negara-negara lain. Namun HE. Bambang Permadi (2015) menjelaskan bahwa keuangan syariah dipandang sebagai pendekatan utama untuk mengejar tujuan ekonomi dikarenakan system keuangan syariah telah dianggap dapat berdiri kokoh selama krisis dan produknya telah mampu menciptakan rasa adil bagi pengguna. Beliau mengatakan bahwa Indonesia sebagai salah satu dengan jumlah penduduk muslim terbesar dan aktif dalam G20 akan melakukan promosi keuangan syariah dan menjadikan pajak dari bidang keuangan Islam dan sukuk sebagai instrument endanaan untuk investasi infrastruktur (report WIEF 2016)

Didalam report WIEF tersebut pentingnya untuk meningkatkan pengetahuan karyawan perihal perbankan syariah dengan mengikuti pelatihan yang mengandung unsur ekonomi Islam, *wealth management* dan *capital market* serta pelatihan *soft skill* dan *leadership*. Hal tersebut dilakukan sebagai penunjang pertumbuhan perekonomian bank syariah dan menarik masyarakat untuk lebih memilih perbankan syariah dengan macam produk yang berbasis Islam serta pelayanan dan teknologi yang mengikuti perkembangan. Badlisyah Abdul Ghani (2015) seorang *Founding President Chartered Institute of Islamic Finance* mengatakan bahwa industri keuangan Islam fokus dalam memberikan produk-produk syariah yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah.

Dalam penilaian *Global Islamic Financial Report (GFIR)* tahun 2011, Indonesia menduduki urutan keempat negara yang memiliki potensi dan kondusif dalam pengembangan industri keuangan syariah setelah Iran, Malaysia dan Saudi Arabia.

Tabel 1.1 Score GFIR 2011

	Countries	2011
	Iran	46.00
	Malaysia	30.00
	Saudi Arabia	26.00
	Indonesia	22.00

Sumber: Global Islamic Financial Report 2016

Dengan melihat beberapa aspek dalam perhitungan indeks seperti jumlah bank syariah, ukuran aset keuangan syariah yang memiliki bobot terbesar maka Indonesia dapat diproyeksikan akan menduduki peringkat pertama dalam beberapa tahun kedepan dilihat dari potensi yang dimiliki oleh Indonesia seperti sisi regulator (Bank Indonesia) yang memberikan perhatian dalam mendorong perkembangan perbankan syariah.

Namun hasil pada tahun 2011 tidak bertahan lama karena pada laporan GFIR tahun 2015, Indonesia mengalami penurunan peringkat dari posisi 4 ditahun 2011 menjadi posisi 7 ditahun 2015.

Tabel 1. 2 Score GFIR 2015 dan 2016

Countries	IFCI Score 2016	IFCI Score 2015	IFCI Rank 2016	IFCI Rank 2015	Changes
 Malaysia	77.77	73.09	1	2	1
 Iran	77.39	77.93	2	1	-1
 Saudi Arabia	66.98	66.94	3	3	0
 United Arab Emirates	36.68	34.57	4	4	0
 Kuwait	35.51	33.40	5	5	0
 Indonesia	24.21	22.45	6	7	1

Sumber: Global Islamic Financial Report 2016

Selain itu Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menilai, perkembangan bisnis perbankan syariah pada 2015 sedang memasuki masa suram dengan pertumbuhan aset 7.98% jauh menurun dibandingkan tahun 2013 yang mencapai rata-rata 43%. Turunnya pertumbuhan perbankan syariah tidak hanya dari sisi aset, namun pembiayaan dan dana pihak ketiga (DPK) juga memberikan kontribusi dalam penurunan. (www.beritasatu.com)

Mulya (2015) menjelaskan, turunnya pertumbuhan ini pasti ada penyebabnya. Setidaknya ada lima hambatan yang menyebabkan pertumbuhan perbankan syariah melambat. Adapun kelima hal tersebut adalah permodalan yang kecil, biaya dana yang mahal, biaya operasional yang belum efisien, layanan yang belum memadai serta kualitas SDM dan teknologi yang masih tertinggal jauh,"terang dia. (www.beritasatu.com)

Oleh karena itu penyebab dari terhambatnya pertumbuhan bank syariah di Indonesia harus disikapi dengan strategi yang tepat seperti melakukan inovasi produk, meningkatkan pemahaman masyarakat, meningkatkan kualitas pelayanan dan kuantitas SDM bank syariah tersebut.

Bisnis perbankan merupakan bisnis jasa yang berdasarkan pada azas kepercayaan sehingga masalah kualitas menjadi faktor yang sangat menentukan dalam keberhasilan usaha. 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.

Dari sisi kemudahan nasabah dalam melakukan transaksi, bank syariah masih tertinggal dari bank konvensional, contohnya masih sedikitnya lokasi cabang, kurangnya lokasi ATM serta sistem yang masih dalam melakukan perkembangan. Sedangkan saat ini kunci utama untuk melakukan persaingan adalah dengan memberikan kepuasan pelayanan kepada nasabah. Namun munculnya keluhan dari nasabah berarti masih terdapat pelayanan yang kurang diinginkan sehingga bank segera menanggapi keluhan tersebut.

Ketidakpuasan nasabah dalam menerima pelayanan dapat mempengaruhi keputusan nasabah akan terus menggunakan bank tersebut atau tidak menggunakan lagi. Ketidakpuasan tersebut dapat menjadikan pengalaman buruk bagi nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah. Kepuasan yang dirasakan oleh nasabah pelanggan mendapatkan pelayanan yang baik maka hasil yang didapatkan.

Bank konvensional tetap menjadi bank kepercayaan masyarakat namun munculnya industri perbankan syariah menjadi alternatif pilihan masyarakat. Karakteristik sistem perbankan syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi

hasil memberikan alternatif sistem perbankan yang saling menguntungkan bagi masyarakat dan bank, serta menonjolkan aspek keadilan dalam melakukan transaksi. Dengan menyediakan beragam produk serta layanan jasa perbankan yang beragam dengan skema keuangan yang lebih bervariasi, perbankan syariah menjadi alternatif dan dapat diminati oleh seluruh golongan masyarakat tanpa terkecuali.

Prabhakaran (2003) menyebutkan pelanggan adalah raja. Kepuasan pelanggan merupakan hal penting untuk mempertahankan loyalitas pelanggan. Kumar *et al* menyatakan bahwa kualitas layanan akan menghasilkan kepuasan pelanggan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. 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).

Pelanggan yang loyal terhadap perusahaan, akan terus-menerus menggunakan produk barang atau jasa tersebut. Hal tersebut yang dapat menciptakan keuntungan untuk perusahaan.

Kualitas suatu pelayanan bisa dilihat dari 2 sisi perspektif yaitu dari sisi *Operational service quality* dan *customer perceived quality* ketika menggunakan produk/jasa tersebut. *Operational service quality* merupakan bagaimana cara suatu perusahaan untuk menyampaikan atau memberikan pelayanan produk/jasa sedangkan *customer perceived quality* merupakan keputusan atau pertimbangan kualitas pelayanan yang berkaitan dengan perasaan seseorang dalam menggunakan produk/jasa. Maka perusahaan perlu memperhatikan kualitas

pelayanan yang telah dikategorikan kedalam 4 aspek tersebut agar tercipta kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*), dan loyalitas pelanggan (*customer loyalty*.)

Miguel-Davila *et al* (2010) mengungkapkan dimensi atau aspek yang mencakup secara keseluruhan suatu kualitas pelayanan tersebut dan terdiri dari empat aspek yang mencakup aspek operasi, teknologi, fisik dan manusia. *Operative aspect*, merupakan aspek yang menjelaskan perihal perusahaan yang melakukan inovasi terbaru dalam produk maupun jasa. *Physical aspect*, merupakan aspek yang menjelaskan keterkaitan dengan lingkungan fisik untuk menilai suatu kualitas pelayanan. Faktor lingkungan seperti lokasi, keamanan menyebabkan dampak bagi pelanggan. Aspek ini mempertimbangkan aspek *tangible*. *New technologies*, merupakan aspek yang menitikberatkan pada kemajuan teknologi dalam membantu dan mempermudah nasabah untuk melakukan transaksi. *Human Aspect* mengamati bahwa peranan karyawan pada saat melayani pelanggan akan membawa dampak bagi persepsi pelanggan. Membahas perihal “dimensi manusia” yang melakukan pelayanan terhadap nasabah. Aspek ini meliputi sikap, kecepatan, empati dalam melayani transaksi nasabah. Keempat aspek tersebut dapat menimbulkan suatu pengalaman di sisi nasabah (*customer experience*) sehingga dapat mempengaruhi tingkat kepuasan serta loyalitas nasabah. Oleh sebab itu *customer experience* merupakan salah satu prioritas penelitian di bidang pemasaran yang dicetuskan oleh *Market Research Institute* dalam kurun waktu 2014-2016. *Customer experience* menjadi pendorong terciptanya evaluasi kualitas pelanggan karena semua pengguna perusahaan yang

bergerak di bidang jasa akan memiliki pengalaman ketika menggunakan produknya baik pengalaman positif maupun negatif. Perusahaan yang berhasil menciptakan customer experience yang baik maka akan memiliki keunggulan yang kompetitif. Pentingnya meningkatkan *customer experience* dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, memberikan *customer loyalty*, memberikan pengaruh terhadap harapan, menanamkan rasa percaya diri, mendukung *merk* dan juga menciptakan ikatan emosional dengan pelanggan (Johnston & Kong, 2011).

Banyak manfaat yang didapatkan jika bisa meningkatkan 4 aspek yaitu *operative aspect*, *physical aspect*, *new technologies* dan *human aspect* karena aspek-aspek tersebut dapat memberikan pengaruh kepada *customer experience*, *customer satisfaction* dan *customer loyalty*. Namun belum banyak penelitian mengenai peranan aspek ini terutama di konteks perbankan syariah.

Karena hal - hal diatas maka sangat diperlukan penelitian yang mempelajari mengenai faktor - faktor pendorong terciptanya suatu pengalaman nasabah.

1.2. Ruang Lingkup Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah nasabah - nasabah bank syariah. Penelitian ditujukan untuk nasabah yang memiliki rekening dan melakukan transaksi di bank syariah. Nasabah tersebut bisa memiliki rekening lebih dari satu baik menjadi nasabah bank konvensional atau 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 2016

Variabel *operative aspect*, *physical aspect*, *human aspect*, *new technologies* (Miguel-Davila *et al.*,2010) .Variabel *customer experience* yang terdiri dari *sensory*, *affective*, *behavioral*, *intellectual* (Brakus.J.Josko, *et al.*,2009).Variabel *Service Quality* yang diteliti meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* (Amin.M & Isa.Z. 2008). *Customer satisfaction* dan *customer loyalty*

1.3 Rumusan Pemasalahan

Kualitas pelayanan memiliki hubungan erat dengan kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah akan timbul apabila nasabah merasakan kualitas pelayanan dari bank secara baik dan sesuai dengan apa yang telah menjadi keinginan dari nasabah.

Pelayanan yang berkualitas mampu membuat nasabah merasa puas dan memiliki keinginan untuk melanjutkan transaksi dengan perusahaan perbankan, pelayanan yang berkualitas bahkan mampu membedakan suatu perbankan dengan perusahaan perbankan lain (Allred dan Addams, 2000)

Rumusan masalah diatas kemudian memunculkan pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah aspek operasional (*operative aspect*) mempengaruhi pengalaman pelanggan (*customer experience*)?
2. Apakah aspek fisik (*physical aspect*) mempengaruhi pengalaman pelanggan (*customer experience*)?

3. Apakah teknologi (*new technologies*) mempengaruhi pengalaman pelanggan (*customer experience*)?
4. Apakah aspek manusia (*human aspect*) mempengaruhi pengalaman pelanggan (*customer experience*)?
5. Apakah pengalaman pelanggan (*customer experience*) mempengaruhi kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*)?
6. Apakah kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) mempengaruhi loyalitas pelanggan (*customer loyalty*)?
7. Apakah pengalaman pelanggan (*customer experience*) mempengaruhi loyalitas pelanggan (*customer loyalty*)?

1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh aspek operasional (*operative aspect*) terhadap pengalaman pelanggan (*customer experience*)
2. Untuk menganalisis pengaruh aspek fisik (*physical aspect*) terhadap pengalaman pelanggan (*customer experience*)
3. Untuk menganalisis pengaruh aspek teknologi (*new technologies*) terhadap pengalaman pelanggan (*customer experience*)
4. Untuk menganalisis pengaruh aspek manusia (*human aspect*) terhadap pengalaman pelanggan (*customer experience*)
5. Untuk menganalisis pengaruh pengalaman pelanggan (*customer experience*) terhadap pengaruh kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*)

6. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) terhadap loyalitas pelanggan (*customer loyalty*)
7. Untuk menganalisis pengaruh pengalaman pelanggan (*customer experience*) terhadap pengaruh loyalitas pelanggan (*customer loyalty*)

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi dunia akademis,

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur pemasaran terutama dalam konteks perbankan syariah.

2. Bagi dunia praktis,

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan memberikan sumbangan informasi kepada Bank Syariah atas aspek operative, aspek fisik, teknologi dan aspek manusia (*operations in banking*) serta *customer experience* terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.