

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini perbankan syariah memasuki persaingan secara global, suatu tantangan harus dihadapi dan ditangani oleh bank syariah untuk dapat memberikan kontribusi dalam pembangunan bangsa melalui pemberdayaan ekonomi umat. Banyaknya bank syariah saat ini membuat nasabah dihadapkan pada banyak pilihan produk bank syariah yang ditawarkan. Persaingan dalam perbankan yang semakin ketat ini, membuat para pelaku perbankan harus bekerja keras untuk meningkatkan dan mempertahankan daya saing perbankan.

Bank syariah merupakan salah sebuah lembaga keuangan yang menjalankan usahanya berdasarkan prinsip syariah. Dalam rangka memenuhi kebutuhan nasabah, bank syariah seharusnya benar-benar dioperasionalkan sesuai dengan prinsip yang berlandaskan syariah. Sehingga segala produk-produk yang ditawarkan dan dihasilkan dari bank syariah dapat membawa kesejahteraan masyarakat secara lahir dan batin.

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 bertransaksi, investasi yang beretika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam berproduksi, dan menghindari kegiatan

spekulasi dalam bertransaksi keuangan. Dengan menyediakan beragam produk serta layanan jasa perbankan yang beragam dengan skema keuangan yang lebih bervariasi, perbankan syariah menjadi alternatif sistem perbankan yang kredibel dan dapat dinikmati oleh seluruh golongan masyarakat Indonesia tanpa terkecuali.

Diberlakukannya Undang-Undang No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah yang diterbitkan pada tanggal 16 Juli 2008, maka pengembangan industri perbankan syariah nasional semakin memiliki landasan hukum yang memadai dan akan mendorong pertumbuhannya secara lebih cepat lagi. Dengan progres perkembangannya yang impresif, yang mencapai rata-rata pertumbuhan aset lebih dari 65% pertahun dalam lima tahun terakhir, maka diharapkan peran industri perbankan syariah dalam mendukung perekonomian nasional akan semakin signifikan (www.bi.go.id).

Tujuan utama dari pendirian perbankan yang berlandaskan syariah adalah sebagai upaya umat muslim untuk mendasari aspek kehidupan ekonominya yang berdasarkan pada Al-Qur'an dan As-Sunnah. Prinsip syariah merupakan aturan hukum Islam yang diatur dalam (UU RI No.21 Tahun 2008, tentang Perbankan Syariah). Indonesia merupakan penduduk muslim terbesar di dunia. Ada sekitar 87,18% atau 207,2 juta jiwa penduduk muslim di Indonesia (www.republikapenerbit.com) dari 253,60 juta jiwa penduduk (detik.com). Propinsi yang memiliki penduduk muslim terbanyak yaitu propinsi Jawa Barat dengan jumlah penduduk muslim sebanyak 41.763.592 jiwa.

Saat ini persaingan dalam dunia perbankan maupun bisnis menjadi semakin ketat, persaingan ini menuntut perusahaan untuk meningkatkan strategi bersaing yang lebih baik lagi dari yang sebelumnya. Banyak perusahaan yang mengembangkan strateginya untuk mempertahankan kualitas produk/jasa. Setiap perusahaan berlomba-lomba untuk meningkatkan kualitas produk/jasa agar konsumen merasa puas. Persaingan yang ketat ini mewajibkan pelaku bisnis untuk memenangkan persaingan tersebut untuk membuat konsumen puas. Kepuasan konsumen merupakan sesuatu yang penting dalam kesuksesan perusahaan dalam bersaing. Kepuasan konsumen dapat diperoleh apabila perusahaan mampu memberikan sesuatu yang diharapkan oleh konsumen. Kepuasan konsumen dapat menjadi sumber yang unggul sebagai daya saing yang baik.

Dalam hal bisnis telah terjadi pergeseran strategi pemasaran yang lebih berorientasi pada konsumen. Strategi pemasaran membuat perusahaan harus memahami dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen untuk mencapai kepuasan konsumen sehingga konsumen tetap akan memakai produk/jasa perusahaan tersebut. Kepuasan konsumen akan berdampak pada kinerja penjualan perusahaan (Supriati, 2015).

Perusahaan yang menggunakan strategi pemasaran yang berorientasi pada konsumen adalah perusahaan perbankan. Perusahaan perbankan hadir untuk memenuhi kebutuhan para nasabah. Bank harus dapat memberikan pelayanan terbaik kepada para nasabahnya sehingga terjalin hubungan baik diantara kedua belah pihak. Pelayanan yang diberikan kepada nasabah akan mencerminkan baik

tidaknya bank tersebut di mata nasabah. Segala upaya dilakukan bank untuk memenuhi kebutuhan nasabah dan memberikan kepuasan bagi nasabah.

Seiring dengan berkembangnya zaman yang semakin pesat, banyak berdiri lembaga atau perusahaan atau yang menggunakan nama individu yang menjalankan bisnis jasa. Semakin banyaknya pesaing, maka semakin banyak pilihan bagi para konsumen. Bagi perusahaan yang tidak memperhatikan kualitas pelayanan dan kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen maka perusahaan tersebut akan segera ditinggalkan oleh konsumennya (Kurniawan, 2013). Sama halnya dengan pertumbuhan perbankan di Indonesia. Nasabah semakin mempunyai banyak pilihan dalam memanfaatkan jasa bank. Apabila pelayanan suatu perbankan dirasa kurang dapat memuaskan nasabahnya, maka secara tidak langsung nasabah tersebut akan berpaling dan pindah pada lembaga perbankan yang lainnya.

Sebagai usaha dalam mempertahankan nasabah, bank harus bisa memilih mana bentuk kebijakan maupun teknologi yang paling tepat digunakan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Hal ini mempengaruhi ketepatan, keakuratan, kemampuan, dan kecepatan bank dalam memberi pelayanan terhadap nasabah. Pelayanan yang diberikan kepada nasabah akan mencerminkan baik tidaknya bank tersebut di mata nasabah.

Konsep dari kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas saling berhubungan satu dengan yang lain. Secara teoritis, dalam prosesnya dapat memberikan acuan pada penelitian ini, dimana kualitas layanan mempengaruhi loyalitas baik secara

langsung maupun mempengaruhi loyalitas secara tidak langsung melalui kepuasan pelanggan (Aryani dan Rosinta, 2010).

Kepuasan nasabah dapat ditanamkan melalui berbagai strategi seperti, mempertahankan kualitas layanan, dan informasi keuangan yang dapat memberikan gambaran pada nasabah dalam pengambilan keputusan investasinya. Kepuasan nasabah meningkat apabila inovasi ditingkatkan, dan produk dapat memenuhi kebutuhan nasabah (Song and Parry dalam Supriati, 2015). Kepuasan nasabah merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk/jasa dengan hasil yang dirasakan nasabah dengan harapannya.

Loyalitas merupakan dimensi yang paling penting yang memiliki efek akhir pembelian kembali oleh pelanggan, dan mungkin salah satu variabel yang paling penting dalam pemasaran jasa. Yang harus menjadi perhatian bagi lembaga keuangan syariah yaitu ada beberapa faktor meliputi, kualitas layanan, informasi keuangan dan kepuasan nasabah. Menurut Selness dalam Fahlevi (2013) loyalitas nasabah adalah perilaku yang diharapkan atas suatu produk atau pelayanan yang antara lain meliputi kemungkinan pembelian lebih lanjut atau perubahan perjanjian pelayanan atau sebaliknya seberapa besar kemungkinan pelanggan akan beralih kepada merek atau penyedia layanan tersebut.

Kualitas merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Aplikasi kualitas termasuk sifat dari penampilan produk atau kinerja yang menjadi bagian utama strategi perusahaan/perbankan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar ataupun sebagai strategi

(Hastuti, 2013). Kualitas layanan adalah kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen harus sesuai harapan konsumen. Kualitas layanan akan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, yang akhirnya akan berdampak pada loyalitas nasabah pada penyedia jasa tersebut.

Kualitas layanan perbankan (SERVQUAL) yang didasarkan pada aspek keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan bukti langsung (*tangibless*) dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Kualitas layanan menekan pada pemahaman harapan pelanggan. Sehingga kualitas layanan dibangun dengan adanya pebandingan dua faktor utama yaitu persepsi masyarakat atas layanan yang nyata diterima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya diinginkan nasabah (Wulandari dan Hanatijo, 2012).

Faktor lain yang dapat menciptakan kepuasan bagi nasabahnya adalah informasi keuangan. Informasi keuangan menjadi sangat penting karena nasabah menginginkan keamanan dalam berinvestasi dengan informasi keuangan yang diperoleh (Supriati, 2015). Oleh karena itu dengan adanya informasi keuangan maka kebutuhan masyarakat mengenai informasi keuangan menjadi terpenuhi. Selain itu dengan adanya informasi keuangan maka masyarakat dapat melihat apakah perusahaan tersebut dapat menjalankan perusahaannya dengan sebaik mungkin.

Penelitian yang dilakukan oleh Supriati (2015), menunjukkan hasil bahwa (kualitas layanan, bagi hasil, atribut produk islam, dan pengungkapan informasi keuangan), secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah dana pihak ketiga bank syariah.

Penelitian lain dilakukan oleh Raharjo (2012), pada penelitian ini menggunakan kesesuaian prinsip syariah dan kualitas layanan sebagai variabel independen. Kepuasan nasabah sebagai variabel intervening, dan loyalitas nasabah sebagai variabel dependen. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dari kedua variabel yang diteliti yaitu kesesuaian prinsip syariah dan kualitas layanan, dan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Menurut Aryani dan Rosinta (2010), pada penelitian ini dengan judul Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa tidak ada hubungan antara kualitas layanan dengan loyalitas pelanggan.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian Supriati (2015). Alasan peneliti mengembangkan penelitian ini adalah karena adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu sehingga perlu untuk diuji kembali . Adapun yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah dalam penelitian ini peneliti menambahkan variabel loyalitas nasabah dan menjadikan variabel kepuasan nasabah sebagai variabel intervening. Berdasarkan perbedaan hasil penelitian terdahulu maka menarik untuk diteliti kembali dengan judul

“Pengaruh Kualitas Layanan, Informasi Keuangan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah” (Studi Empiris Pada Perbankan Syariah di Yogyakarta).

B. Batasan Masalah Penelitian

Batasan masalah ini bertujuan memberikan batasan yang paling jelas dari permasalahan yang ada untuk memudahkan pembahasan. Terdapat banyak faktor yang memengaruhi loyalitas nasabah, ketika nasabah akan memilih atau berinteraksi dengan perbankan syariah, baik emosional maupun rasional. Dalam penelitian ini terbatas pada pengaruh kualitas layanan, informasi keuangan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah bank syariah (studi empiris pada perbankan syariah di Yogyakarta).

C. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan yang akan diteliti dapat dirumuskan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah bank syariah?
2. Apakah informasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah bank syariah?
3. Apakah kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah bank syariah?
4. Apakah informasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah bank syariah?

5. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah bank syariah?

D. Tujuan Penelitian

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

1. Untuk menguji dan menemukan bukti empiris bahwa kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah bank syariah di Yogyakarta.
2. Untuk menguji dan menemukan bukti empiris bahwa informasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah bank syariah di Yogyakarta.
3. Untuk menguji dan menemukan bukti empiris bahwa kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah bank syariah di Yogyakarta.
4. Untuk menguji dan menemukan bukti empiris bahwa informasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah bank syariah di Yogyakarta.
5. Untuk menguji dan menemukan bukti empiris bahwa kepuasan nasabah berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah bank syariah di Yogyakarta.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Manfaat penelitian bagi akademik adalah memberikan sumbangan referensi bagi rekan-rekan mahasiswa dalam pengembangan ilmu syariah tentang kualitas layanan, informasi keuangan, kepuasan nasabah, dan loyalitas nasabah.
- b. Memberikan bukti empiris dan dapat dijadikan sebagai referensi bagi pembaca, serta dapat memberikan informasi bagi penulis lain dalam penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat disajikan sebagai kontribusi untuk perusahaan terutama lembaga keuangan syariah dalam mengelola sumber daya manusia dan sistem operasionalnya yang berazaskan pada prinsip syariah.