

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Penelitian**

Indonesia sebagian besar penduduknya adalah beragama Islam, sudah seharusnya menjadi pangsa pasar yang cukup besar untuk bank syariah, ditambah dengan adanya fatwa Majelis Ulama Indonesia terkait bunga bank yang haram (Asniyati dan Yaya 2020). Perbankan syariah (Bank Islam) sering disebut bagi hasil, merupakan lembaga perbankan yang menjalankan kegiatan usahasesuai prinsip-prinsip hukum atau Syariah Islam (Soemitra 2012). Bank Syariah yang berlandaskan Al-Qur'an dan Al-Hadits, bank syariah diharapkan dapat membawa berkah bagi seluruh umat. Prinsip utama bank syariah menuju pengembangan kesejahteraan masyarakat yang bermuara pada kondisi sosial masyarakat yang menentramkan.

Prinsip syariah yang dipergunakan sebagai dasar dalam menjalankan kegiatannya dapat diterima masyarakat dan direspon sangat baik terutama dikalangan muslim. Prinsip dasarnya Perbankan syariah tidak mempergunakan sistem bunga seperti bank konvensional, namun berdasarkan sistem bagi hasil. Hal yang didasarkan pada prinsip agama Islam bahwa bunga mengandung unsur riba yang diharamkan dalam agama Islam (Hanifah 2017). Larangan riba sesuai dengan Al-Qur'an yaitu surah Ali-Imran ayat 30 yaitu berikut.

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَاْكُلُوْا الرِّبَاۤ اَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً  
وَاتَّقُوا اللّٰهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُوْنَ ﴿١٣٠﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung”.

Perkembangan lembaga keuangan bank syariah ditandai dengan munculnya Bank Muamalat Indonesia sebagai bank syariah pertama di Indonesia. Bank Muamalat Indonesia mulai beroperasi sejak tanggal 1 Mei 1992. Sejak beroperasi tersebut Bank Muamalat Indonesia selalu menunjukkan perkembangan yang positif, hal ini ditunjukkan dengan kemampuan Bank Muamalat Indonesia dalam menghadapi krisis moneter pada tahun 1998 dan tahun 2008. Pada saat itu bank-bank konvensional mulai tenggelam dan banyak yang dilikuidasi karena kegagalan sistem bunganya. Sementara bank syariah tetap eksis dan mampu bertahan, bahkan Bank Muamalat Indonesia mampu memperoleh laba sebesar Rp. 300 M lebih ([www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id)).

Pentingnya peran bank syariah dalam perekonomian di Indonesia, mendorong berbagai upaya peningkatan dan pengembangan bank syariah yang didukung faktor perbaikan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan atau nasabah yang akan meningkatkan loyalitas nasabah bank syariah. Kemudian berkenaan dengan prospek perbankan syariah ke depan, diharapkan masih bertumbuh dan prospektif, tercermin dari pengembangan pasar yang masih besar di dalam negeri (Nurhayati dan Sukesti 2017). Selain itu perbankan syariah memperoleh dukungan dengan adanya pengesahan Undang-Undang

terkait Perbankan Islam, yaitu dalam Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008. Undang-undang berisi 13 bab dan 70 pasal yang disahkan pada tanggal 16 Juli 2008 oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono yang harapannya akselerasi perubahan perbankan Islam bias dipercepat.

Momentum seperti itu merupakan hal yang sangat menguntungkan bagi perbankan syariah, karena dengan bertahannya perbankan syariah dari krisis moneter yang dapat membuat masyarakat semakin percaya dengan kinerja bank syariah. Kepercayaan masyarakat yang meningkat ini akan membuat masyarakat beralih dari bank konvensional ke bank syariah. Melihat peluang seperti ini, perbankan konvensional berlomba-lomba untuk membuka unit syariahnya.

Tabel 1.1 Pertumbuhan Perbankan Syariah tahun 2016-2020

No	Keterangan	2016	2017	2018	2019	2020
1.	Bank umum syariah	13	13	14	14	14
2.	Unit Usaha Syariah	21	21	20	20	20
3.	Bank Pembiayaan Rakyat Syariah	166	167	167	164	163
	Total	200	201	201	198	197

(Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, 2020)

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas menunjukkan bahwa dari tahun 2016-2020 perkembangan bank umum syariah di Indonesia mengalami peningkatan. Dari data diatas, bank umum syariah terdiri dari Bank Aceh Syariah, BPD Nusa Tenggara Barat Syariah, Bank Muamalat Indonesia, Bank Victoria Syariah, BRI Syariah, BPD Jawa Barat Banten Syariah, BNI Syariah, Bank Syariah Mandiri, Bank Syariah Mega Indonesia, CIMB Niaga Syariah, Bank

Syariah Bukopin, BCA Syariah, Maybank Syariah Indonesia, dan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah.

Tidak semua perbankan syariah mendirikan cabang di kota Yogyakarta. Beberapa bank syariah yang membuka cabang di kota Yogyakarta antara lain Bank Muamalat Indonesia, BRI Syariah, BNI Syariah, Bank Syariah Mandiri, Bank Syariah Mega Indonesia, Bank Syariah Bukopin, dan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah. Bank syariah semakin banyak yang bermunculan, maka persaingan bank syariah bukan hanya dari bank konvensional saja, namun persaingan antar bank syariah juga tidak dapat dihindari. Untuk menghadapi persaingan antar perbankan baik dengan perbankan yang menggunakan sistem syariah maupun dengan perbankan yang menggunakan sistem konvensional, maka setiap perbankan syariah harus mempunyai strategi khusus terutama untuk mempertahankan nasabah yang lama.

Loyalitas nasabah dibutuhkan bank syariah sehingga nasabah memiliki komitmen terhadap perusahaan. Adanya nasabah yang loyal maka dapat berdampak yang baik untuk jangka panjang bank syariah. Loyalitas konsumen merupakan komitmen jangka panjang yang terwujud dalam sikap dan perilaku yang loyal dengan perusahaan dan produk, terlihat dari konsumsi/menggunakan secara teratur dan berulang. Hal ini mencerminkan bahwa perusahaan dan produk menjadi bagian terpenting dari proses konsumsi (Priansa 2017). Tingkat persaingan yang semakin tinggi, menyebabkan nasabah dihadapkan dengan alternatif lebih banyak bank syariah yang

bervariasi. Begitu juga dalam perbankan syariah dimana membutuhkan komitmen nasabah jangka panjang yang selalu menggunakan produk-produk bank syariah.

Industri perbankan tidak lepas dari fenomena perubahan yang muncul dari intensitas persaingan untuk memperoleh hati nasabah. Mencari nasabah baru adalah hal yang sulit, namun jauh lebih sulit adalah mempertahankan nasabah lama. Memperebutkan loyalitas nasabah merupakan kunci terpenting untuk memenangkan persaingan. Loyalitas nasabah merupakan puncak pencapaian pelaku bisnis perbankan (Istikomah dan Mulazid 2018).

Bank syariah perlu meningkatkan keunggulan bersaing sebagai salah satu kunci utama terkait dengan kualitas pelayanan yang diberikan. Menurut Lewis & Bloom (G. Tjiptono dan Chandra 2016) kualitas pelayanan adalah ukuran bagus tingkat pelayanan yang diberikan mampu sesuai dengan harapan pelanggan yang terwujud melalui kebutuhan dan keinginan konsumen yang terpenuhi dengan baik. Pegawai pelayanan menjadi ujung tombak perusahaan jasa yang melakukan kontak langsung dengan nasabah bank syariah sehingga nasabah akan merasakan kenyamanan dan berdampak untuk tetap setia pada bank syariah tersebut. Hal ini didukung oleh peneliti sebelumnya menunjukkan ada pengaruh kualitas layanan pada loyalitas nasabah (Mustofa 2016; Yoni 2019). Temuan penelitian lain yang menyebutkan bahwa tidak ada pengaruh kualitas layanan terhadap minat (Arrosyid 2020) maupun loyalitas nasabah (Haqqi 2019).

Religiusitas merupakan faktor internal dari diri seorang nasabah untuk berinvestasi di perbankan syariah. Religiusitas merupakan perilaku seseorang dalam menjalankan kehidupan bermasyarakat yang didasari pada agama dan keyakinan rohani yang dimilikinya (Ramadhan 2015). Seseorang yang memiliki ketaatan yang tinggi terhadap agamanya, maka akan menunjukkan perilaku yang sejalan dengan keyakinan yang dianutnya (Widyanti 2011). Sebuah perbankan syariah menjalankan usahanya yang dengan memegang prinsip-prinsip syariah, hal ini dilakukan untuk menghindari riba yang sering ditemui dalam praktek usaha perbankan konvensional. Seseorang yang memiliki religiusitas tinggi akan berpartisipasi dalam perbankan syariah, baik sebagai nasabah maupun sebagai karyawan, karena hal ini akan menjadi sebuah ibadah (Nasriah 2015). Peneliti terdahulu menunjukkan ada pengaruh religiusitas pada minat nasabah (Kartika dkk. 2020) maupun loyalitas nasabah (Nurhayati dan Sukesti 2017). Berbeda dengan penelitian lain yang menyebutkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat (Adhani 2015) maupun loyalitas nasabah (Taslim 2018).

Persaingandiantara perbankan konvensional maupun perbankan syariah yang lain akan terjadi, faktor reputasi perbankan juga tidak kalah penting untuk diperhatikan. Bank syariah pada dasarnya selalu menginginkan reputasi yang positif dimata nasabah. Tentunya dalam membangun suatu reputasi atau citra positif bukan suatu hal yang mudah dan membutuhkan berbagai upaya, bank syariah dapat membangun maupun mempertahankan reputasi bank syariah (Hanifah 2017). Reputasi bank syariah berasal dari tingkat kepercayaan

masyarakat terhadap bank tersebut. Hal-hal yang berpengaruh pada reputasi bank adalah prestasi bank, manajemen, produk, pelayanan, ketaatan pada aturan, kompetensi, dan sebagainya (Mujaddid dan Nugroho 2019). Hal ini didukung oleh peneliti sebelumnya ada pengaruh reputasi dengan loyalitas nasabah (Fauziah dan Jazuli 2021; Hanifah 2017). Temuan penelitian lain yang menyebutkan bahwa tidak ada pengaruh reputasi terhadap loyalitas nasabah (Mahendra 2020).

Adapun kendala yang mempengaruhi loyalitas nasabah karena kurangnya informasi keuangan yang diberikan bank syariah. Kelengkapan informasi keuangan tergantung dari kelengkapan pengungkapan dari laporan keuangan yang bersangkutan. Suatu laporan keuangan bermanfaat bagi sejumlah pengguna apabila informasi dapat dipahami relevan, andal dan dapat dipertimbangkan (Adhani 2015). Peneliti sebelumnya menunjukkan ada pengaruh reputasi dengan kepuasan maupun loyalitas nasabah (Adhani 2015; Ramadhani 2018). Penelitian lain menunjukkan hasil yang berbeda bahwa tidak ada pengaruh informasi keuangan terhadap minat maupun loyalitas nasabah (Adistyani 2014; Hanifah 2017).

Penelitian ini merupakan kompilasi dari penelitian terdahulu terkait dengan penelitian variabel independen yaitu kualitas layanan, religiusitas, reputasi dan informasi keuangan terhadap loyalitas sudah banyak dilakukan. Dengan hasil yang tidak konsisten, peneliti tertarik untuk mereplika penelitian Fauziah dan Jazuli (2021) riset digabungkan dengan riset Hanifah (2017). Perbedaan dengan penelitian ini yaitu berdasarkan lokasi penelitian di

Yogyakarta sedangkan penelitian lainnya di Banten dan Bengkulu, tidak menggunakan variabel kepuasan nasabah dan kemudahan prosedur, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling* sedangkan penelitian lain yaitu *convince sampling* dan *probability sampling*.

Penelitian ini menemukan pembaharuan dengan penelitian lainnya berdasarkan variabel loyalitas nasabah sebagai objek penelitian. Loyalitas nasabah berwujud dalam perilaku dan sikap sebagai masalah utama perusahaan dan produknya bank syariah yang masih sulit untuk diprediksi. Faktor-faktor yang digunakan dalam penelitian antara lain variabel kualitas layanan, religiusitas, reputasi dan informasi keuangan. Berdasarkan latar belakang di atas penulis tertarik untuk meneliti loyalitas nasabah terutama nasabah bank syariah dengan judul “PENGARUH KUALITAS LAYANAN, RELIGIUSITAS, REPUTASI DAN INFORMASI KEUANGAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH”.

## **B. Batasan Masalah Penelitian**

Pembahasan dalam penelitian ini agar lebih mengarah pada permasalahan yang diteliti, maka penulis memberikan batasan pada faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah bank syariah adalah kualitas layanan, religiusitas, reputasi dan informasi keuangan.

### **C. Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah:

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

### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk menemukan dan mengetahui bukti empiris sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menemukan bukti empiris apakah kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah bank syariah.
2. Untuk menguji dan menemukan bukti empiris apakah religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah bank syariah.
3. Untuk menguji dan menemukan bukti empiris apakah reputasi berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah bank syariah.

4. Untuk menguji dan menemukan bukti empiris apakah informasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah bank syariah.

## **E. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan mengenai pengaruh kualitas layanan, religiusitas, reputasi dan informasi keuangan terhadap loyalitas nasabah bank syariah. Dan juga sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah bank syariah.

### **2. Manfaat Praktik**

Penelitian ini dapat memberikan masukan terhadap perbankan syariah untuk memperhatikan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah bank, khususnya mengenai kualitas layanan, religiusitas, reputasi dan informasi keuangan. Penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi dalam menerapkan kebijakan terkait dengan peningkatan loyalitas nasabah dalam menggunakan produk dan layanan bank syariah, dengan memperhatikan kualitas layanan, religiusitas, reputasi dan informasi keuangan.