BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, praktik perbankan di Indonesia sedang mengalami perkembangan yang cukup pesat. Tak hanya pada perbankan konvensional saja yang pada dasarnya sudah dikenal oleh masyarakat luas, perbankan syariah perlahan mengikuti jejaknya mulai dari beroperasinya Bank Muamalat Indonesia sebagai Bank Syariah pertama di Indonesia pada tahun 1992. Undang-undang perbankan syariah sendiri sudah diatur dalam UU No.7 tahun 1992 yang kemudian diamandemen menjadi UU No.10 tahun 1998 dan UU No. 23 tahun 1999.

Di dalam UU No.21 tahun 2008 mengenai perbankan syariah, dijelaskan bahwa Bank Syariah merupakan bank yang kegiatan usahanya dilakukan berdasarkan prinsip syariah. Sedangkan prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam. Bank Syariah sendiri terdiri dari dua kata, yaitu bank dan syariah. Bank bermakna suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara keuangan dari dua belah pihak yang berkaitan yaitu pihak yang kelebihan dana dan pihak yang kekurangan dana. Sedangkan makna kata syariah dalam perbankan syariah sendiri adalah aturan perjanjian berdasarkan yang dilakukan oleh pihak bank dan pihak lain untuk menyimpan dana atas pembiayaan kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum islam. Dari dua makna

kata tersebut, Bank syariah dapat diartikan sebagai suatu lembaga keuangan yang bertugas sebagai perantara bagi pihak yang kelebihan dan kekurangan dana untuk suatu kegiatan usaha yang berlandaskan atau sesuai dengan hukum Islam. Dengan demikian, masyarakat dapat memahami bahwa bank syariah merupakan bank yang tidak mengenal sistem bunga dan operasional produknya (penghimpunan, penyuluhan dan lalu lintas pembayaran juga peredaran uang dari dan untuk debitur) berdasarkan prinsip-prinsip hukum Islam.[2]

Perbankan syariah di Indonesia meskipun merupakan hal yang baru namun perkembangannya cukup bagus dan mempunyai prospek yang baik untuk perekonomian Indonesia kedepannya. Dimana setiap tahunnya selalu ada lembaga-lembaga perbankan syariah baru yang berdiri yang meningkatkan jiwa kompetitif dalam diri masing-masing lembaga tersebut.

Tabel berikut menunjukkan perkembangan perbankan syariah di Indonesia:

Tabel 1.1
Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia

	2014	2015	2016	2017	2018
Bank Umum Syariah	12	12	13	13	14
Unit Usaha Syariah	22	22	21	21	20
BPRS	163	163	166	167	167

Sumber: *https://www.ojk.go.id*

[2] Wangsawidjaya Z, *Pembiayaan Bank Syariah*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012), hal. 15-16.

Berdasarkan tabel 1.1 diatas, dapat diketahui bahwa perbankan syariah di Indonesia selama kurun waktu 5 tahun yaitu dari tahun 2014-2018 terus mengalami peningkatan meskipun selisih setiap tahunnya tidak terlalu besar. Hal ini menunjukkan bahwa hadirnya lembaga keuangan syariah khususnya bank syariah diterima dan diminati oleh masyarakat.

Dengan bertambahnya lembaga-lembaga bank syariah yang baru tak memungkiri besarnya persaingan antara satu lembaga dengan lembaga lain. Belum juga upaya-upaya yang harus dilakukan oleh setiap lembaga untuk mempertahankan nasabah yang sudah ada agar bisa dan tetap terus berkembang, serta menarik nasabah baru agar perusahaan tetap terus berjalan. Oleh karena itu setiap perbankan harus memiliki strategi dalam hal pemasaran guna menarik minat nasabah dengan menyesuaikan apa saja yang sebenarnya dibutuhkan oleh nasabah tersebut. Untuk menyesuaikan kebutuhan nasabah, strategi tersebut bisa dirancang dengan memperhatikan pada perilaku konsumen yang ada, seperti produk apa yang sebenarnya diinginkan dan dibutuhkan, promosi seperti apa yang diharapkan, pelayanan seperti apa yang ingin diterima, dan sebagainya.

Perkembangan perbankan syariah yang semakin hari semakin baik juga menjadikan perekonomian masyarakat menjadi lebih baik dan terjamin karena memanfaatkan produk maupun jasa yang ditawarkan dengan seoptimal mungkin. Dikatakan terjamin karena dengan menggunakan produk dan layanan jasa pada bank syariah, masyarakat kebutuhannya akan terpenuhi tanpa harus memikirkan adanya bunga

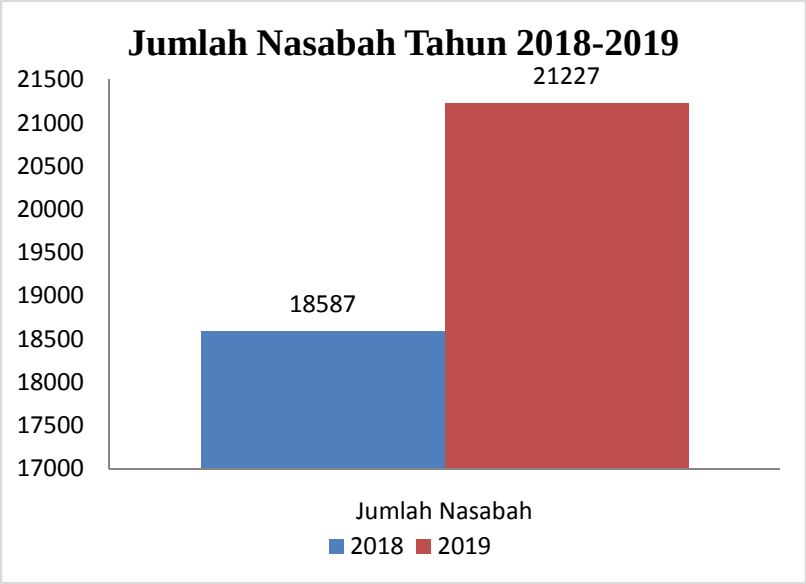
karena adanya larangan riba dalam perbankan syariah. Adanya larangan riba ini menunjukkan bahwa telah diterapkannya prinsip-prinsip islam dalam pengoperasian perbankan syariah di Indonesia. Prinsip-prinsip yang diterapkan pun sudah pasti sesuai dengan yang diajarkan dalam Al-Qur'an dan Hadist, dimana hal ini membuat masyarakat nyaman dan tak akan merasa was-was lagi dalam menggunakan produk dan layanan jasa perbankan syariah.

Dibandingkan dengan perbankan konvensional, popularitas perbankan syariah belum terlalu diketahui oleh masyarakat awam khususnya yang berada jauh dari pusat perkotaan. Apabila dipertanyakan apa perbedaan dari keduanya, pasti masyarakat akan beranggapan bahwa sebenarnya keduanya sama hanya berbeda dalam penamaan saja yaitu menggunakan kata "syariah". Hal ini sangat wajar sekali, karena awamnya pengetahuan masyarakat mengenai prinsip-prinsip syariah yang diterapkan pada lembaga keuangan syariah baik bank maupun non bank yang ada di Indonesia. Dalam praktiknya letak perbedaan keduanya terletak pada adanya bunga pada perbankan konvensional yang berarti terdapat riba sedang dalam perbankan syariah sendiri terdapat larangan akan adanya riba.

Keberadaan Bank BRI Syariah KCP Jombang tidak lepas dari ketatnya persaingan antar lembaga keuangan syariah sebagai penyedia modal usaha. Dalam menghadapi kondisi tersebut yaitu persaingan yang kian hari kiat ketat, maka dapat dilakukan dengan cara menumbuhkan

sikap loyal nasabah. Berikut adalah grafik jumlah nasabah yang berada di Bank BRI Syariah KCP Jombang 2018-2019.[3]

Gambar 1.1
Jumlah Nasabah Tahun 2018-2019



Berdasarkan grafik 1.1 diatas, dapat diketahui bahwa jumlah nasabah pada tahun 2018-2019 mengalami peningkatan dengan selisih yang cukup besar. Hal ini menunjukkan bahwa di tengah banyaknya pilihan lembaga keuangan syariah yang ada, Bank BRI Syariah KCP Jombang tetap menjadi pilihan bagi nasabahnya untuk melakukan transaksi dengan akad-akad syariah.

Dengan menumbuhkan sikap loyal pada nasabah, maka nasabah yang sudah ada tidak akan goyah maupun tergiur untuk beralih pada lembaga keuangan yang lain. Persaingan antar lembaga keuangan ada karena di lingkup masyarakat sendiri terjadi perubahan permintaan pelayaan,

[3] *Data Bank BRI Syariah KCP Jombang.*

perubahan teknologi, dan lainnya. Dengan begitu perlu adanya strategi-strategi untuk mempertahankan nasabah yang sudah ada.

Hal pertama yang dapat dilakukan adalah dengan memberi kualitas pelayanan yang baik pada nasabah. Kualitas pelayanan yang diberikan suatu lembaga dapat dinilai melalui beberapa indikator, yang mana hal tersebut juga berpengaruh terhadap peningkatan serta loyalitas nasabah. Salah satu indikator yang ada yaitu *tangible* atau bukti fisik, yang dimaksud disini adalah bagaimana keadaan fasilitas yang ada serta bagaimana para karyawan berpenampilan. Indikator lain yang berpengaruh juga adalah *emphaty*, yang dimaksud disini adalah karyawan selalu memperhatikan dan memahami bagaimana keinginan seorang nasabah. Maksudnya dalam melayani nasabah, karyawan tidak hanya bertanya apa keperluan nasabah namun juga memberi solusi dan memberikan pemahaman dengan baik apabila nasabah mengalami kesulitan. Sikap perhatian akan masalah yang diberikan oleh karyawan pada nasabah ini dapat menjadi daya tarik agar nasabah terus datang ke lembaga tersebut karena ia merasa nyaman dan diperhatikan akan kesulitannya meskipun hanya tentang hal sepele.

Selanjutnya yang perlu dilakukan adalah mewujudkan citra yang baik pada perusahaan. Citra merupakan representasi penilaian-penilaian dari konsumen, baik konsumen pontensial maupun konsumen yang kecewa,

serta pihak-pihak lain yang terkait seperti agen, investor, atau pemasok.[4] Citra perusahaan yang baik bertujuan agar perusahaan tetap hidup dan akan terus lebih memberi manfaat kepada orang lain di sekitarnya. Citra perusahaan sendiri didefinisikan sebagai persepsi konsumen kepada perusahaan yang direfleksikan dalam asosiasi yang ada pada memori konsumen. Citra perusahaan berhubungan dengan fisik dan atribut yang ada pada suatu perusahaan seperti nama, bangunan, produk atau jasa, untuk mempengaruhi kualitas yang dikomunikasikan oleh setiap orang supaya tertarik dengan perusahaan. Citra sendiri memberi gambaran akan pandangan publik atau masyarakat terhadap suatu perusahaan dan produk atau jasa yang ditawarkan.

Bank BRI Syariah KCP Jombang merupakan salah satu bank syariah yang bisa dimanfaatkan oleh masyarakat untuk melakukan transaksi perbankan sesuai dengan syariah Islam di Kabupaten Jombang terutama yang berada di Kecamatan Jombang. Seperti Bank BRI, Bank BRI Syariah juga mengincar konsumen dengan segmen ekonomi menengah ke bawah. Tak ayal nasabah yang memanfaatkan produk dan layanan Bank BRI syariah tergolong tak sedikit, hal ini menjadikan Bank BRI Syariah menjadi bank syariah ketiga terbesar di Indonesia berdasarkan asset yang dimiliki.

Dengan demikian untuk mendapatkan nasabah yang loyal maka pihak Bank BRI Syariah KCP Jombang harus menyediakan dan memberikan

---

[4] Farida Jasfar, *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009), hal.184.

sesuatu yang diinginkan oleh nasabahnya, agar nasabah tersebut merasa memperoleh pelayanan sesuai dengan keinginan dan harapannya. Bank BRI Syariah KCP Jombang pun akan semakin maju apabila nasabah yang dimiliki loyal, hal ini karena nasabah yang loyal tersebut cenderung memihak dan akan merekomendasikan lembaga terkait kepada orang lain.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai loyalitas nasabah Bank Syariah. Adapun judul penelitian adalah "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank BRI Syariah KCP Jombang".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti dapat menyimpulkan adanya rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank BRI Syariah KCP Jombang?
2. Apakah citra perusahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank BRI Syariah KCP Jombang?
3. Apakah kualitas pelayanan dan citra perusahaan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank BRI Syariah KCP Jombang?

C. Tujuan Penelitian

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

1. Untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah di Bank BRI Syariah KCP Jombang.
2. Untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh positif dan signifikan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah di Bank BRI Syariah KCP Jombang.
3. Untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama atas kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah di Bank BRI Syariah KCP Jombang.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

   Penelitian ini diharapkan memberi sumbangan pemikiran yang cukup signifikan sebagai masukan pengetahuan atau literatur ilmiah yang dapat dijadikan bahan kajian bagi para insan akademik yang sedang mempelajari tentang kualitas pelayanan, citra perusahaan, serta loyalitas nasabah.

2. Manfaat Praktis

   Adapun manfaat praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

   a. Bagi perbankan syariah, sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam mengembangkan dan menyempurnakan

kebijakan perusahaan yang berhubungan dengan kualitas pelayanan, citra perusahaan serta loyalitas nasabah sehingga bisa mempertahankan atau bahkan menambah jumlah nasabah.

b. Bagi nasabah, sebagai bahan informasi secara tertulis serta menambah ilmu dan pemahaman mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah.

c. Bagi peneliti selanjutnya, sebagai acuan untuk meneliti lebih lanjut.

E. Ruang Lingkup Dan Keterbatasan Penelitian

1. Ruang Lingkup

Ruang lingkup penelitian ini meliputi variabel-variabel yang diteliti, populasi, atau subjek penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu variabel independen atau variabel bebas dan variabel dependen atau variabel terikat. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain sedangkan variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain. Berkaitan dengan hal ini, sesuai dengan judul penelitian yang diajukan, maka penulis menentukan variabel-variabel sebagai berikut:

a. Variabel bebas (variabel independen) diasumsikan dengan variabel X. Peneliti menentukan bahwa kualitas pelayanan dan citra perusahaan sebagai X_1 dan X_2, karena faktor ini diduga mempengaruhi loyalitas nasabah.

b. Variabel terikat (variabel dependen) diasumsikan dengan variabel Y. Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah loyalitas nasabah.

2. Keterbatasan Penelitian

Untuk memperjelas ruang lingkup permasalahan serta untuk menghindari pembicaraan yang simpang siur dan untuk menghasilkan pembahasan yang terarah, maka dalam penelitian ini perlu adanya batasan masalah yang diteliti agar dapat diketahui hasil yang diteliti. Adapun batasan penelitian adalah sebagai berikut:

a. Keterbatasan daerah penelitian

Untuk mengarahkan agar penelitian terhadap masalah yang telah ditetapkan baik, maka daerah penelitian perlu dibatasi. Adapun daerah yang menjadi tempat penelitian penulis adalah Bank BRI Syariah KCP Jombang.

b. Keterbatasan responden penelitian

Adapun yang menjadi responden penelitian adalah nasabah Bank BRI Syariah KCP Jombang.

c. Keterbatasan masalah penelitian

Adapun masalah pokok yang diteliti adalah menyangkut pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah.

F. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam menginterprestasikan istilah-istilah dalam penelitian ini serta memahami pokok-pokok uraian, maka penulis akan mengemukakan istilah-istilah yang ada pada judul penelitian diatas. Adapun istilah-istilah yang akan penulis kemukakan adalah sebagai berikut:

a. Kualitas pelayanan

Kualitas layanan merupakan sikap atau penilaian global mengenai keunggulan jasa. Secara operasional pelayanan yang berkualitas adalah layanan yang memenuhi harapan seorang pelanggan. Layanan harus memiliki tingkat kualitas tertentu karena layanan dibuat untuk memenuhi keinginan konsumen dan memuaskan pemakainya.[5]

b. Citra perusahaan

Citra perusahaan merupakan reputasi atas suatu perusahaan itu sendiri. Citra merupakan representasi penilaian-penilaian konsumen, baik konsumen yang potensial maupun yang kecewa, termasuk juga diantaranya para pemasok, agen, maupun investor.[6]

c. Loyalitas nasabah

Loyalitas merupakan komitmen terhadap perusahaan, merk, ataupun pemasok yang didasarkan atas sikap positif yang tercermin dalam bentuk pembelian yang berulang secara konsisten. Pelanggan yang loyal bukan saja sangat potensial

[5] Lizar Alfansi, *Financial Service Marketing: Membidik Konsumen Perbankan Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 2010), hal. 70.

[6] Farida Jasfar, *Manajemen…*, hal.184.

menjadi *word-of-mouth advertisers*, namun kemungkinan besar juga loyal pada portofolio produk dan jasa perusahaan selama bertahun-tahun.[7]

2. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan penegasan variabel secara operasional, secara praktik, secara riil, secara nyata dalam lingkup objek penelitian/objek yang diteliti. Definisi operasional dalam penelitian ini meliputi:

a. Kualitas pelayanan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah tingkat baik buruknya suatu program dalam hal tata cara karyawan melayani nasabah di Bank BRI Syariah KCP Jombang. Indikator karyawan dalam meningkatkan kualitas pelayanan meliputi, *tangible* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan dan kepastian), dan *emphaty* (empati).
b. Citra perusahaan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kombinasi dari persepsi, kognisi, motif, dan sikap nasabah terhadap Bank BRI Syariah KCP Jombang.
c. Loyalitas nasabah yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan kesetiaan nasabah terhadap Bank BRI Syariah KCP Jombang yang ditandai dengan terus melakukan transaksi di lembaga

[7] Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, Edisi Pertama, (Malang: Bayumedia Publishing, 2007), hal. 386.

tersebut, menolak produk dari lembaga lain/produk pesaing, dan memberikan informasi/rekomendasi produk kepada orang lain.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri dari 3 (tiga) bagian utama, yaitu:

1. Bagian Awal

   Halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuam, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, dan abstrak.

2. Bagian Inti

BAB I	Pendahuluan, menggambarkan secara singkat terkait apa yang akan dibahas dalam penelitian. Dalam bab ini disajikan beberapa unsur seperti latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, kegunaan/manfaat penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan skripsi.
BAB II	Landasan teori, dalam bab ini menggambarkan tentang teori, dan konsep mengenai pengetahuan tentang kualitas pelayanan, citra perusahaan, loyalitas nasabah, penelitian terdahulu, kerangka konseptual, serta hipotesis penelitian.
BAB III	Metode penelitian, dalam bab ini memuat tentang rancangan penelitian yakni pendekatan dan jenis

penelitian, populasi, sampel, sampling, sumber data, variabel, skala pengukuran, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, dan analisis data.

BAB IV Hasil penelitian, dalam bab ini menjelaskan tentang hasil penelitian yang berisi deskripsi data dan pengujian hipotesis.

BAB V Pembahasan, bab ini berisikan pembahasan dari rumusan masalah 1, rumusan masalah 2, rumusan masalah 3.

BAB VI Penutup, dalam bab ini memuat tentang kesimpulan dan saran peneliti yang dibuat berdasarkan hasil temuan dan pertimbangan peneliti.

3. Bagian Akhir

Terdiri dari daftar pustaka, lampiran-lampiran, surat pernyataan, keaslian tulisan, dan daftar riwayat hidup.