

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini pemasaran atau *marketing* merupakan hal yang dianggap penting oleh semua perusahaan atau pelaku bisnis. Hal ini terjadi karena perusahaan harus menginformasikan produk dari bisnisnya secara menyeluruh kepada konsumen untuk mendapatkan profit yang besar dan mendapat *image* yang baik dimata konsumen. Perusahaan harus melakukan pemasaran dengan strategi yang baik dan dapat dimengerti oleh konsumen sehingga konsumen memiliki keinginan untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Perusahaan juga bisa memasarkan produk yang berupa barang atau jasa mereka dengan memanfaatkan teknologi komunikasi yang sedang berkembang, karena hampir semua konsumen mempunyai koneksi internet untuk menerima informasi.

Pengaruh pemasaran yang sangat melambung pesat ini sangat mempengaruhi pertumbuhan bisnis di Indonesia. Contohnya perusahaan perbankan syariah di Indonesia yang memiliki nilai lebih dimata konsumen sebagai lembaga keuangan berbasis syariah atau Islam.

Pendirian Bank Syariah pada awalnya tidak mendapat respon yang baik dari masyarakat karena belum mempunyai landasan hukum yang kuat. Pendirian Bank Syariah sendiri juga dilandasi dengan melihat kondisi negara Indonesia yang mempunyai penduduk yang mayoritas beragama Islam sehingga memungkinkan pasar Bank Syariah akan sebesar pasar Bank Konvensional namun hal itu memerlukan strategi yang baik untuk memasuki dunia perbankan dan menarik minat calon nasabah. Bank Syariah harus melakukan kreasi dan inovasi untuk produknya dengan terlebih dahulu mengetahui kebutuhan, keinginan, selera konsumen serta perilaku beli mereka

Saat ini telah terdapat kenaikan beberapa kantor cabang bank syariah seperti salah satunya Bank BNI Syariah yang saat ini memiliki 260 jaringan kantor yang tersebar di seluruh Indonesia. Untuk tahun 2018, Sampai dengan akhir tahun 2018, pihaknya berencana membuka 13 kantor baru. Begitu pun dengan Bank BCA Syariah, John Kosasih selaku Direktur Utama menyampaikan BCA Syariah akan menambah delapan cabang pada 2019. Termasuk pembukaan di Aceh, Medan, Palembang, Lampung, Bandung, dan Kediri. Saat ini BCA Syariah memiliki 64 cabang dan menargetkan total 72 cabang pada 2019. Bank Muamalat membuka kantor cabang pertama di Kabupaten Sumenep, Jawa Timur. (www.keuangankontan.co.id).

Dengan menawarkan produk-produk bank syariah yang Islami dan tidak ada riba maka seharusnya dapat menarik minat dari masyarakat dunia dan terkhususnya di Indonesia yang mempunyai pangsa pasar besar dan memiliki mayoritas penduduk yang beragama islam. Namun menurut Pimpinan Redaksi Info Bank, Eko.B.Supriyanto mengatakan bahwa perkembangan perbankan syariah masih jauh dari harapan, meskipun terlihat kondisi pasar dan jumlah penduduk muslim yang besar tak menjamin laju perkembangan perbankan syariah dengan cepat. (www.infobanknews.com).

Strategi pemasaran yang dilakukan bank syariah sama dengan yang dilakukan perusahaan lain yaitu untuk menarik minat nasabah agar bertransaksi di bank tersebut. Dengan menciptakan produk yang dibutuhkan dan pelayanan yang berkualitas maka akan menciptakan pelanggan yang loyal. Loyalitas sendiri memiliki arti sempit yaitu keadaan dimana pelanggan membeli secara terus menerus suatu produk atau jasa tersebut. Griffin dalam (Sangadji & Sopiah, 2013) menyatakan “loyalitas pelanggan lebih mengacu pada bentuk perilaku pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara berulang atau terus-menerus terhadap barang atau jasa suatu perusahaan yang dipilih”. Loyalitas menjadikan nasabah melakukan investasi, kemudian merekomendasikan produk atau jasa yang digunakannya pada orang lain dan diharapkan mampu bertahan untuk tetap menggunakan produk atau jasa tersebut meskipun banyak promosi dari produk atau jasa bank lain. Selain untuk mempertahankan pelanggan, loyalitas nasabah juga dapat menaikkan profit perusahaan, lalu menaikkan image

baik dari perusahaan bank itu sendiri karena akan ada rekomendasi ke masyarakat muslim lain mengenai bank syariah dari nasabah yang sudah ada.

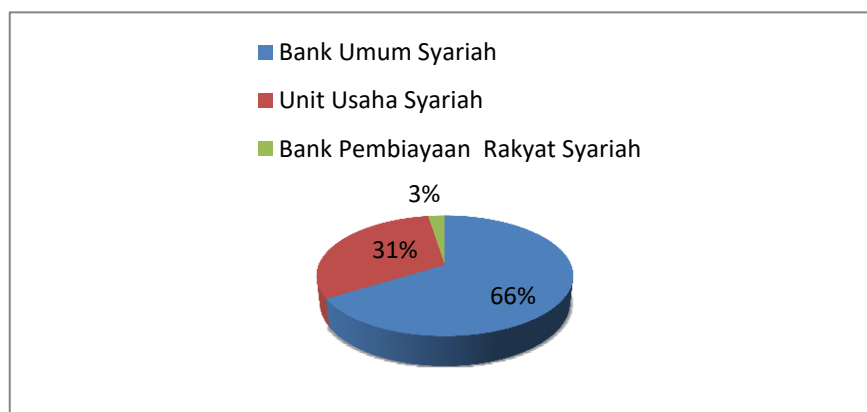
Loyalitas pelanggan itu sendiri dapat ditimbulkan dari beberapa variabel, salah satunya adalah kualitas layanan. Pelayanan yang baik dan sesuai harapan akan memuaskan pelanggan sehingga dapat menimbulkan rasa untuk merekomendasikan pelayanan bank syariah kepada orang lain. Layanan yang diberikan pihak bank syariah akan memberi dampak positif terhadap persepsi nasabah yang dapat menimbulkan kesetiaan terhadap pihak bank. Dalam hal ini pihak bank syariah sangat mengutamakan kenyamanan para nasabah untuk bertransaksi dan para nasabah tidak hanya melihat dari produk bank tersebut saja melainkan juga dari pelayanan yang diberikan sehingga pihak Bank akan selalu mengevaluasi kekurangan dari pelayanannya. Serta dari variable kepercayaan nasabah yang merupakan keyakinan dari nasabah tersebut untuk mempercayai bank syariah sebagai tempat untuk menyimpan dananya. Bank syariah sudah menorehkan prestasi sehingga masyarakat pun akan mempercayainya, hal ini dapat dibuktikan dengan total pertumbuhan aset dari bank syariah yang mencapai diatas 5 Milyar di akhir tahun 2017.

Tabel 1. Jumlah Aset Bank Syariah diatas 5 Miliar Rupiah akhir tahun 2017

NO	NAMA BANK SYARIAH	JUMLAH ASET (dalam miliar rupiah)		
		2015	2016	2017
1	BANK SYARIAH MANDIRI	70.370	78.832	87.940
2	BANK MUAMALAT	57.141	55.786	61.697
3	BNI SYARIAH	23.018	28.314	34.822
4	BCA SYARIAH	4.349,6	4.995,6	5,961,2

Sumber: www.syariahmandiri.co.id

Menurut UU No 21 Tahun 2008 Bank syariah merupakan Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Prinsip Syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Saat ini perkembangan bank syariah sangat cukup signifikan, karena bank syariah telah mendorong beberapa sektor industri keuangan syariah lainnya seperti lembaga akademik, rumah sakit dan komunitas masyarakat yang peduli dengan industri keuangan syariah. Saat ini jumlah Bank syariah di Indonesia diketahui ada 196 unit Bank, terdiri atas 13 Bank Umum Syariah (BUS), 23 Unit Usaha Syariah (UUS) dan 16 Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS). Untuk di Jakarta Selatan sendiri wilayah yang sangat strategis terdapat 102 unit kantor cabang.



Sumber: Snapshot Perbankan Syariah OJK Juni 2018 (final)

Gambar 1. Grafik market share perbankan syariah di Indonesia Juni 2018

Tabel 2. Indikator Utama Perbankan Syariah

Industri Perbankan	Jumlah Institusi	Jumlah Kantor	ASET (dalam triliun rupiah)	PYD (dalam triliun rupiah)	DPK (dalam triliun rupiah)
Bank Umum Syariah	13	1.827	294,30	189,68	241,07
Unit Usaha Syariah	61	349	138,88	105,34	100,14
Bank Pembiayaan Rakyat Syariah	168	459	11,24	8,52	7,17
TOTAL	202	2.635	444,43	303,54	348,38

Sumber: Snapshot Perbankan Syariah OJK Juni 2018 (final)

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah pada perusahaan perbankan syariah ini salah satunya variabel kualitas layanan yang merupakan salah satu faktor yang menentukan loyalitas nasabah. Seperti menurut penelitian Aini (2018) yang membuktikan bahwa *service quality* berpengaruh terhadap *customer loyalty* pada Bank Syariah di Kota Banda Aceh adalah terbukti. Sama halnya dengan penelitian menurut Alnaser *et al.* (2017) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah bank Islam di Palestina. Namun berlawanan dengan penelitian Wahyudi & Winoto (2017) yang menyatakan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan, menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas, namun secara statistik tidak terdapat cukup bukti untuk mendukung hipotesis ini. Sehingga dapat diartikan bahwa kualitas layanan belum dapat dijadikan variabel yang baik sebagai penentu loyalitas nasabah bank syariah di Kota Bogor.

Variabel kedua adalah kepercayaan, Mowen & Minor dalam (Sangadji & Spiah, 2013) menjelaskan bahwa “kepercayaan konsumen sebagai semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat

oleh konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya”. Menurut penelitian Istikomah dan Mulazid (2018) yang membuktikan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BNI Syariah cabang Fatmawati. Sejalan dengan penelitian Trisusanti (2017) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BNI Syariah kantor cabang Pekanbaru. Namun berlawanan dengan penelitian diatas, Zeyad & Norailis (2015) menemukan hasil yang berbeda, mereka menyatakan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di *Malaysian Islamic Banking*.

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan di atas, serta diperkuat dengan adanya *gap research* dari hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan hasil yang berlawanan. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah di Jakarta Selatan”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah di Jakarta Selatan?
- b. Apakah Kepercayaan Nasabah berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah di Jakarta Selatan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah dalam penelitian ini, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk membuktikan pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah di Jakarta Selatan.
- b. Untuk membuktikan pengaruh Kepercayaan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah di Jakarta Selatan.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Sebagai sumber untuk menambah wawasan pemikiran pada bidang manajemen pemasaran dalam rangka mengembangkan hasil penelitian yang sudah ada, khususnya mengenai pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran bagi pihak perusahaan yang membutuhkan informasi mengenai kualitas layanan dan kepercayaan guna meningkatkan loyalitas terhadap nasabah di perusahaan perbankan syariah.

