

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pandemi *covid* mengakibatkan menurunnya pertumbuhan ekonomi dan melemahnya aktivitas ekonomi Indonesia. Saat pasca pandemi ini merupakan sebuah tantangan bagi Indonesia untuk melakukan pemulihan kondisi ekonomi di Indonesia. Perbankan adalah lembaga keuangan yang memiliki peranan sebagai lembaga penghubung melalui aktivitas saluran penghimpun dana oleh pihak yang kelebihan modal dan pihak yang tidak memiliki modal. Fungsi intermediasi ini dapat berakibat besar bagi perekonomian Indonesia, hal tersebut membuktikan adanya aktivitas ekonomi yang besar terdapat pada suatu negara karena adanya migrasi kekayaan nasabah pendana kepada nasabah peminjam yang sifatnya produktif¹. Perbankan syariah pada Pasal 1 Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 mendefinisikan Bank Syariah adalah bank yang kegiatan usahanya berlandaskan prinsip syariah serta dilihat dari jenisnya mencakup Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

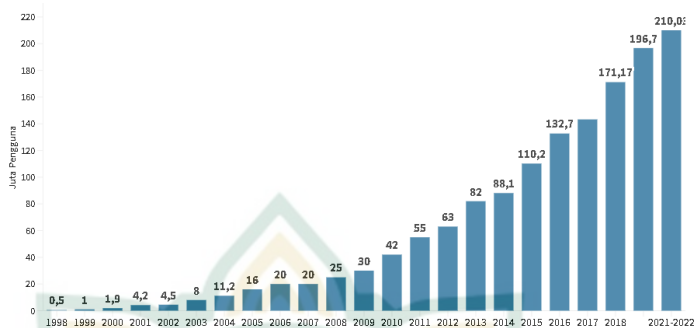
Menghadapi tantangan global sekarang ini yang mulai bergeser oleh adanya teknologi informasi dan komunikasi mempengaruhi di segala sektor kehidupan manusia, operasional industri, dan kinerja seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya, serta mempengaruhi seseorang agar saling berinteraksi. Oleh karena itu manusia lebih memilih berinteraksi lewat teknologi informasi melalui macam-macam media elektronik. Dalam hal ini sektor perbankan semakin dituntut untuk berinovasi dalam memberikan layanan yang cepat dan mudah dalam diakses menggunakan *smartphone*.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) melaksanakan peninjauan terkait meningkatnya jumlah *user* internet di Indonesia pertahunnya. Hal tersebut dapat dilihat sebagai berikut:

¹ Fira Nurafini, "Peran Perbankan Syariah Dalam Pemulihan Perekonomian Pasca Pandemi Covid-19," *Journal Of Economics And Islamic Business* 1, No. 1 (2022): 1–15.

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia

Jumlah Pengguna Internet di Indonesia
(1998 - 2022)



Sumber : APJII

Dari hasil surveinya pada periode 2021-2022 terdapat 210,03 juta *user* internet di Indonesia. Jumlah tersebut meningkat sebesar 6,78% dari pada periode 2019-2020 yaitu sebesar 196,7 juta orang. Hal tersebut mengakibatkan tingginya tingkat penerobosan internet di dalam negeri yaitu sebesar 77,02%².

Terkait pengaturan layanan *digital banking* oleh bank umum, keputusan OJK 12/POJK.03/2018 menyatakan bahwa perbankan digital adalah layanan perbankan elektronik yang dirancang untuk memaksimalkan penggunaan data nasabah dalam upaya membantu nasabah secara cepat dan sesuai dengan kebutuhannya, serta memungkinkan mereka menyelesaikan transaksi sendiri dengan tetap menjaga keamanan³.

Industri perbankan saat ini mulai merambah ke transformasi digital, diantaranya yaitu PT. Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) yang mengaplikasikan *digital banking*. Bank Syariah Indonesia ialah hasil merger dari tiga bank syariah BUMN di Indonesia antara lain Bank BNI Syariah, Bank Mandiri Syariah, dan Bank BRI Syariah yang mulai beroperasi tanggal 01 Februari 2021. Walaupun kehadiran BSI terbilang baru tetapi eksistensinya di dunia *digital banking* berkembang cukup baik. Dalam memasuki era perbankan *digital* pengguna teknologi informasi pada sektor perbankan kini kian meningkat. Peran

² Dimas Bayu, "APJII: Pengguna Internet Indonesia Tembus 210 Juta Pada 2022,". Diakses Pada 1 Desember 2022, Pukul 20.00 WIB

³ Otoritas Jasa Keuangan, "POJK Nomor 12/POJK.03/2018 Tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital Oleh Bank Umum," *Ojk RI*, No. I (2018): 1–55.

pengguna internet di Indonesia merupakan salah satu faktor meningkatnya perkembangan digital yang cukup pesat ini.

Bank Syariah Indonesia berupaya menciptakan beberapa fitur yang dikembangkan secara terus-menerus dalam rangka mengajak masyarakat melakukan aktivasi BSI *Mobile*. Beberapa fitur tersebut diantaranya pembukaan rekening *online*, *top up e-wallet*, layanan ZISWAF, transaksi QRIS, tarik tunai, layanan emas, serta pembiayaan multiguna online bagi ASN. Akselerasi digital mendukung adanya kinerja perseroan yang mendorong efisiensi. Dapat kita ketahui lonjakan dari jumlah pengguna BSI *Mobile* dari tahun ke tahun naik sebesar 43% atau kini mencapai 4,44 juta *user*. Dengan adanya jumlah *user* yang menggunakan semakin melonjak ini dipengaruhi oleh perubahan perilaku masyarakat yang beralih ke saluran elektronik BSI *Mobile*, Internet *banking* ataupun ATM. Sebanyak 97% nasabah BSI kini beralih menggunakan BSI *Mobile* untuk melakukan aktivitas perbankan. Terdapat transaksi kumulatif BSI *Mobile* sebesar 187,20 juta transaksi per september 2022⁴.

Dibawah ini merupakan tabel yang menjelaskan jumlah nasabah aktif pada BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 dan jumlah nasabah yang menggunakan aplikasi BSI *Mobile* per maret 2023.

Tabel 1. 1 Jumlah Nasabah Aktif Pada BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 Dan Jumlah Pengguna Aplikasi BSI

Periode	Jumlah Nasabah	
	Nasabah Aktif	Pengguna BSI <i>Mobile</i>
Maret 2023	25.000 Nasabah	6.199 <i>User</i>

Sumber : Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 1

Berdasarkan tabel 1.1 dapat diketahui bahwa total nasabah yang mempunyai rekening Bank Syariah Indonesia per maret 2023 mencapai 25.000 nasabah, sedangkan jumlah pengguna BSI *Mobile* per maret 2023 sebanyak 6.199 *user* pada BSI KC Kudus Ahmad Yani 1⁵. Dari data tersebut dapat diketahui masih minimnya pengetahuan masyarakat tentang layanan digital pada

⁴ Berita Media Bank Syariah Indonesia (BSI), “Kinerja Makin Solid, Laba BSI Di Kuartal III Tumbuh 42%,”. Diakses Pada 1 Desember 2022, Pukul 19.00 WIB.

[https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/kinerja-makin-solid-laba-bsi-di-kuartal-iii-tumbuh-42#:~:Text=Profil Nasabah BSI Sebanyak 97,Rp173 Miliar%2C](https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/kinerja-makin-solid-laba-bsi-di-kuartal-iii-tumbuh-42#:~:Text=Profil%20Nasabah%20BSI%20Sebanyak%2097,Rp173%20Miliar%2C)” Ujar Hery.

⁵ Noor Saiz, “Wawancara Data Jumlah Nasabah,” 2023.

BSI Mobile, maka dari itu banyak nasabah memutuskan untuk datang langsung ke bank untuk mendapatkan pelayanan secara langsung.

Dalam kinerja pelayanan pada sektor perbankan, setiap nasabah mempunyai kriteria tersendiri dalam memilih bank. Seperti nasabah yang mencari suatu bank dengan keamanan yang ketat (artinya nasabah meyakini bank tersebut untuk dititipi uangnya dengan aman), sementara itu bagi nasabah yang sering berpergian lebih suka menggunakan layanan yang mudah diakses, cepat, efisien, dan nyaman. Sedangkan terdapat beberapa alasan nasabah dalam memilih bank, diantaranya: bank yang sudah terkenal, mempunyai produk yang beragam, memiliki kemajuan informasi yang canggih, pelayanan yang memuaskan, keamanan yang menjanjikan, terdapat undian hadiah. Namun, biasanya terdapat kendala dalam mengoperasikan layanan digital tersebut, seperti sering terjadinya eror pada saat bertransaksi serta bagi orang tua yang belum mengerti akan teknologi dan tidak memiliki perangkat teknologi yang memadai. Sedangkan kendala pada pelayanan offline yaitu masih terdapat nasabah yang kesusahan untuk menulis. Contohnya nasabah yang berusia 40 tahun keatas lebih suka dengan pelayanan offline (datang ke bank secara langsung) karena terdapat nasabah yang tidak terbiasa dengan perangkat layanan digital. Sedangkan bagi nasabah yang mengerti akan teknologi lebih suka dengan pelayanan secara online karena efisien dan praktis dapat dilakukan kapan saja selama 24 jam⁶. Untuk mengatasi masalah tersebut Bank Syariah Indonesia memiliki komitmen untuk selalu mengoptimalkan pelayanan kepada nasabah⁷.

Saat sekarang semakin banyak keinginan nasabah yang sulit untuk dipuaskan. Salah satu usaha yang dapat dilaksanakan Bank Syariah Indonesia yaitu menjaga nasabahnya agar tidak berpaling (*Customer retention*). *Customer retention* adalah suatu bentuk kesetiaan nasabah yang dapat dinilai dengan sikap beli nasabah yang tujuannya untuk mengetahui tingkat frekuensi

⁶ Noor Saiz, "Wawancara Kendala Pelayanan Offline Dan Online, 29 Maret 2023".

⁷ Alida Wahyuni And Eriana Dinda Putyri, "Pemanfaatan Mobile Banking Serta Internet Banking Pada Masa Pandemi Covid-19 Pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Tangerang BSD," *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Perbankan* 02, No. 01 (2021): 66–71.

tertinggi nasabah yang membeli produk dan jasa. Pada dunia perbankan, semua produk disajikan dalam bentuk yang sedemikian rupa dalam upaya menarik nasabah, salah satunya perbankan syariah yang menjadi unggul karena pelayanannya diikuti dengan etika bisnis Islam dibandingkan dengan bank konvensional⁸.

Hadirnya Bank Syariah Indonesia yaitu selaku bank yang menjunjung tinggi asas syariah dalam melaksanakan kinerjanya. Seperti halnya Bank Syariah Indonesia yang berada di Jawa Tengah yaitu salah satunya Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Kudus A Yani 1. Bank Syariah Indonesia Cabang Kudus ini menyadari akan kualitas pelayanan mempunyai kedudukan yang berpengaruh dalam menggapai tingkat kepuasan nasabah. Perusahaan dituntut agar memberikan pelayanan yang optimal dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya karena nasabah kian responsif tentang layanan. Dalam sektor perbankan, kepuasan nasabah merupakan faktor terpenting bagi bank. Hal tersebut menjadikan BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 untuk menciptakan sesuatu yang baru di tengah kompetisi yang ketat dalam mempertahankan nasabah dan menjaga kepuasannya agar nasabah menjadi setia serta dapat menaikkan profitabilitas suatu perbankan.

Penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan BSI *Mobile* dan kualitas kinerja pelayanan dalam upaya *customer retention* telah digarap oleh beberapa peneliti. Salah satunya yaitu penelitian yang dilaksanakan oleh Muhammad Ramaditya, dkk⁹ yang mengemukakan bahwa aplikasi *eChannel* dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Hal ini menandakan bahwa makin baik aplikasi *eChannel* dan kualitas pelayanan maka makin baik pula kesetiaan nasabah terhadap Bank CIMB Niaga sehingga nasabah bersedia melakukan transaksi berulang, mereferensikan, mengatakan hal positif dan kesediaan menerima suku bunga yang lebih rendah dan biaya lebih tinggi dari Bank CIMB Niaga. Penelitian lain

⁸ Rafiuddin Ibrahim, "Relasi Etika Islam Dan Customer Retention Bagi Perbankan Syariah," *Tadayun: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 3, No. 1 (2022): 81–100, 74.

⁹ Muhammad Ramaditya And Retno Wuryaningsih, "Analisis Pengaruh Aplikasi Echannel Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah," *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen* 15, No. 02 (2018): 61–78.

oleh Rika Mawarni, dkk¹⁰ menunjukkan bahwa bank syariah memanfaatkan perbankan digital secara maksimal dalam operasionalnya selama wabah Covid-19 dalam upaya mempertahankan konsumen.

Sedangkan berdasarkan penelitian terdahulu oleh Yuyun Yuningsih, dkk¹¹ mengemukakan bahwa *digital banking* dan kinerja pelayanan secara *simultan* berpengaruh positif terhadap upaya *customer retention*. Namun, penelitian tersebut bertolak belakang terhadap penelitian yang dilaksanakan oleh Lina Damayanti¹² yang mengatakan variabel kinerja pelayanan (*service performance*) tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank BNI Syariah cabang Malang.

Pada konsep teori TPB menjelaskan bahwa kepercayaan dapat mempengaruhi minat individu atau mempunyai keinginan dalam menggunakan teknologi. TPB (*Theory of Planned Behavior*) digunakan untuk memprediksi perilaku individu. Teori yang dikembangkan oleh ajzen pada tahun 1991 ini digunakan untuk menjelaskan bahwasanya kepercayaan dapat mempengaruhi seseorang berminat untuk menggunakan suatu teknologi¹³. Apabila didasarkan pada TRA, TPB diusulkan untuk menghilangkan keterbatasan model asli dalam berurusan dengan

¹⁰ Rika Mawarni, Muhammad Iqbal Fasa', And Suharto, "Penerapan Digital Banking Bank Syariah Sebagai Upaya Customer Retention Pada Masa Covid-19," *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam* 9, No. 2 (2021): 39–54,

¹¹ Yuyun Yuningsih, Muhamad Fadli Azim, And Suryani, "Hubungan Digital Banking Dan Kinerja Pelayanan Bank Syariah Terhadap Upaya Customer Retention Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Perwakilan (KCP) Kota Serang," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 2, No. 10 (2022): 1277–84.

¹² Lina Damayanti, "Pengaruh Service Performance Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Bni Syariah Cabang Malang," *Jurnal Manajemen Jaya Negara* 11, No. 2 (2019): 107–19.

¹³ Akhnes Noviyanti and Teguh Erawati, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Efektivitas Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) (Studi Kasus: UMKM Di Kabupaten Bantul)," *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia* 4, no. 1 (2021): 1–13.

perilaku dimana orang memiliki kontrol kehendak yang tidak lengkap¹⁴.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka perlu dikaji lebih lanjut mengenai pengaruh kualitas layanan BSI *Mobile* dan kualitas kinerja pelayanan Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 1 dalam mempertahankan nasabahnya, karena berdasarkan penelitian terdahulu diatas mempunyai cara tersendiri dalam mempertahankan nasabahnya. Penelitian ini menarik karena peneliti mencoba mengembangkan lebih lanjut dengan menggabungkan beberapa variabel yang belum ada pada penelitian sebelumnya yang diharapkan dapat memperkuat hasil analisis pada penelitian kali ini. Sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul **“Pengaruh BSI *Mobile* Dan Kualitas Kinerja Pelayanan Bank Syariah Dalam Upaya *Customer Retention* Pada Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 1”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan deskripsi pada latar belakang masalah diatas maka permasalahan yang menjadi fokus utama penelitian ini adalah :

1. Apakah BSI *Mobile* Berpengaruh Terhadap *Customer Retention* Pada Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 1 ?
2. Apakah Kualitas Kinerja Pelayanan Berpengaruh Terhadap *Customer Retention* Pada Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 1 ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Menganalisis seberapa besar pengaruh BSI *Mobile* terhadap *Customer Retention* pada Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 1.

¹⁴ Ula Rahmatika and Muhammad Andryzal Fajar, “Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money: Integrasi Model Tam – Tpb Dengan Perceived Risk,” *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen* 8, no. 2 (2019): 274–84.

2. Menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas kinerja pelayanan terhadap *Customer Retention* pada Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 1.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini ialah :

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis diharapkan hasil penelitian ini bisa untuk menambah wawasan bagi civitas akademi sehingga dapat membuka pandangan dan pengetahuan mengenai ilmu perbankan syariah yang berkaitan dengan permasalahan yang serupa. Sedangkan untuk peneliti ialah dapat mengaplikasikan, melatih pola berfikir, dan mengembangkannya dalam segi ilmiah sehingga dapat memperoleh pandangan yang luas, terutama yang berkaitan dengan ruang lingkup kinerja pelayanan dengan adanya digital banking. Selain itu diharapkan untuk bisa menjadi bahan sumber referensi bagi peneliti selanjutnya terkait permasalahan yang dikaji.

2. Manfaat Praktis

Pada penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi Bank Syariah Indonesia dalam menetapkan kebijakan yang berkenaan dengan masalah ini. Sementara itu, peneliti berharap semoga penelitian ini dapat dijadikan sumber rujukan bagi penelitian selanjutnya.

E. Sistematika Penulisan

Pada sistematika penulisan ini, peneliti memaparkan alur pembahasan yang disusun secara rinci menjadi lima bab, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah yang diangkat peneliti, rumusan masalah terdapat beberapa pertanyaan yang menyangkut dengan penelitian, tujuan penelitian untuk menjawab pertanyaan dari rumusan masalah, serta manfaat penelitian merupakan keuntungan yang didapatkan pihak tertentu pasca selesai penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi deskripsi teori terkait (rumusan masalah), penelitian terdahulu memaparkan kajian pustaka terkait masalah penelitian dengan hasil riset sebelumnya, kerangka berfikir, hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, identifikasi variabel, variabel operasional, teknik pengumpulan dan pengolahan data, teknik validasi keabsahan data dan analisa data yang dikumpulkan selama terjun ke lapangan.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi analisis data dan pembahasan yang diperoleh dari masalah, hasil dari pengujian instrumen, pengujian deskripsi, serta pengujian hasil pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi simpulan, saran, dan keterbatasan penelitian serta rekomendasi untuk penelitian selanjutnya dengan perubahan masalah yang ditemukan.

