

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara besar dan mempunyai komposisi penduduk yang sebagian besar memeluk agama Islam. Faktor ini merupakan indikasi pangsa pasar yang menjanjikan bagi sistem perbankan yang menggunakan nilai-nilai agama Islam dalam pengembangan usahanya. Pengembangan sistem perbankan syariah sebagai suatu lembaga keuangan di Indonesia merupakan sesuatu yang mutlak dan tidak bisa dihindarkan lagi. Dukungan kebijakan pemerintah dan regulasi moneter Bank Indonesia diperlukan untuk memberikan ruang gerak yang lebih luas bagi pelaku bisnis perbankan syariah supaya bisa hidup dan tumbuh berdampingan dengan perbankan konvensional. Selain itu perlu adanya sosialisasi bank syariah oleh kalangan praktisi, lembaga pendidikan, civitas akademik, para ulama dan umat Islam.

Pertumbuhan Industri Perbankan Nasional dari waktu ke waktu semakin menggembirakan terutama lembaga keuangan syaria'ah, era globalisasi pelaku bisnis industri perbankan sangat merasakan tingkat persaingan yang semakin ketat. Situasi yang seperti itu menjadikan suatu kewajiban bagi para pelaku bisnis untuk mendapatkan keunggulan bersaing sehingga dapat memenangkan persaingan tersebut. Pelaku bisnis industri perbankan syariah wajib memperhatikan pengaruh nilai nasabah, kualitas produk, kualitas jasa syariah dan kepuasan nasabah. Keempat point diatas sangat penting untuk kesuksesan sebuah perusahaan. Semakin tinggi persepsi nilai yang dirasakan oleh nasabah maka semakin besar kemungkinan terjadinya hubungan (transaksi) yang nantinya akan menimbulkan nilai loyalitas yang tinggi dikalangan para nasabahnya.¹

¹Alida Palilati, "Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan di Sulawesi Selatan", *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 9, No. 1, Maret 2007, hlm. 74.

Dari sudut pandang nasabah, banyak yang mengalami dan mengeluhkan mengenai hak-hak nasabah yang diabaikan, baik hubungannya dengan harga yang terlalu tinggi, tingkat pelayanan yang kurang memuaskan, kualitas produk yang rendah. Perbedaan antara harapan dengan kenyataan yang diperoleh nasabah ini, bila tidak diantisipasi oleh perusahaan dengan baik sejak dini, maka akan menimbulkan bumerang bagi perusahaan itu sendiri.

Dalam jangka panjang perusahaan, loyalitas nasabah menjadi tujuan bagi perencanaan pasar strategik, pengembangan usaha yang berkelanjutan yang dapat direalisasikan melalui upaya-upaya pemasaran.² Dengan memperhatikan loyalitas nasabah, maka biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan nasabah lebih sedikit dari pada memperoleh satu nasabah baru. Bank dalam rangka mempertahankan nasabahnya yang mempunyai kategori loyal, hendaknya pihak bank tersebut harus bisa memilih mana bentuk kebijakan atau penggunaan teknologi yang paling tepat digunakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Karena hal tersebut akan mempengaruhi ketepatan, kemampuan dan kecepatan bank dalam memberi pelayanan terhadap nasabah. Pelayanan yang diberikan terhadap nasabah akan memberikan dampak terhadap penilaian dan kesan baik atau buruk suatu bank di mata para nasabah.

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia memasuki babak baru, tidak hanya sekedar memperkenalkan suatu alternatif praktek perbankan syariah, akan tetapi bagaimana bank syariah mampu menempatkan posisinya sebagai pemain utama dalam percaturan ekonomi di tanah air. Potensi bank syariah menjadi pilihan utama dan pertama bagi nasabah sangat besar, hal semacam ini ditunjukkan dengan akselerasi pertumbuhan dan perkembangan bank syariah di Indonesia. Fakta tersebut didasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh Karim Bussines Consulting diproyeksikan bahwa total aset

²Philip Kotler, *Marketing Management: Analisis, Planning, Implementation and control*, 9th ed.. Engelwoods kliffs, Hall Inc, New Jersey, 1997, hlm. 56.

bank syariah di Indonesia akan tumbuh sebesar 2.850% selama 8 tahun, atau rata-rata tumbuh 365,25% tiap tahunnya.³

Kritik terhadap ideologi kapitalisme yang telah mencekeram dunia sekian puluh tahun lamanya dan dirasakan semakin tidak mampu mensejahterakan, serta upaya intensif untuk mencari alternatif terbaik dengan ditandai lahirnya beberapa bank syariah di Indonesia. Suatu contoh pertumbuhan Industri Perbankan Nasional tersebut adalah lahirnya Bank Muamalat Indonesia pada tahun 1992, kini berdiri pula Bank Syariah Mandiri, Bank BNI Syariah, Bank Syariah Mega, BRI Syariah dan Bank CIMB Niaga Syariah.

Tabel 1.1
Jaringan Perbankan Syariah

Keterangan	2011	2012	2013	2014	2015
Bank Umum Syariah					
- Jumlah bank	11	11	11	12	12
- Jumlah kantor	1.401	1.745	1.998	2.151	2.121
Unit Usaha Syariah					
- Jumlah bank	24	24	23	22	22
- Jumlah kantor	336	517	590	320	327
Bank Pembiayaan Rakyat Syariah					
- Jumlah bank	155	158	163	163	161
- Jumlah kantor	364	401	402	439	433
Total Kantor	2.101	2.663	2.990	2.910	2.881

Sumber: Bank Indonesia.⁴

Bank Syariah dalam melaksanakan aktifitasnya memiliki prinsip-prinsip syariah yang jelas : (1) aspek material dan financial, artinya suatu

³Adiwarman Karim, *Bank Islam: Analisis fiqh Dan keuangan*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2004, hlm. 20.

⁴Bank Indonesia, "*Statistik Perbankan Syariah Juni 2015*", diambil melalui www.bi.go.id, diunduh tanggal 05 Oktober 2015, jam 10.00 WIB, hlm. 1.

keputusan investasi harus di dasarkan pada tingkat keuntungan yang di peroleh, (2) aspek kehalalan, suatu investasi yang harus terhindar dari hal yang subhat atau haram, (3) aspek sosial dan lingkungan, artinya, investasi harus memberikan kontribusi yang positif terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar, (4) aspek pengharapan kepada ridho Allah SWT, artinya, suatu investasi yang dipilih dalam rangka mencari ridho dari Allah SWT semata-mata.⁵

Para nasabah dalam rangka berinvestasi dananya tentu memiliki dasar pertimbangan yang logis, misalkan dengan cara mengumpulkan informasi mengenai kesehatan bank dan berbagai informasi lainnya yang dianggap perlu, informasi ini bisa diperoleh dengan melihat laporan keuangan atau menanyakan kepada keluarga dan teman-temannya yang lebih duluan menabung pada Bank tersebut. Sebagian informasi yang dibutuhkan yaitu : tingkat nilai nasabah, kualitas produk, kualitas layanan syariah dan kepuasan nasabah tersebut. Pertumbuhan perbankan yang semakin melaju dari tahun ke tahun menghendaki suatu strategi tersendiri yang tepat dalam menguasai pasar, salah satunya adalah bank harus memperhatikan nilai nasabah, kualitas produk, kualitas layanan syariah dan kepuasan nasabah.

Nilai nasabah adalah karakteristik produk yang ada dibenak dan dijelaskan oleh nasabah.⁶ Nilai nasabah menurut Kent Monroe⁷ adalah tradeoff antara persepsi nasabah terhadap kualitas, manfaat produk dan pengorbanan yang dilakukan lewat pengorbanan yang di bayar. Sebuah perusahaan dikatakan mempunyai nilai yang tinggi di mata para nasabahnya kalau mampu memberikan kualitas, manfaat dan pengorbanan yang seminimal mungkin kepada para nasabahnya.

⁵Firdaus, *Sistem Keuangan dan Investasi Syariah*, Renaisan, Jakarta, 2005, hlm. 17.

⁶Alida Palilati, *Op. Cit*, hlm. 74.

⁷Rachmad Hidayat, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri", *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, Vol.11, No. 1, Maret 2009, Universitas Trunojoyo Madura, hlm. 59.

Kualitas produk menurut Kottler dan Amstrong dalam Purwati adalah karakteristik produk atau jasa yang tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan nasabah yang dinyatakan atau diimplikasikan.⁸

Bagian produksi adalah suatu bagian yang ada dalam perusahaan yang bertugas untuk mengatur kegiatan-kegiatan yang diperlukan bagi terselenggaranya proses produksi. Dengan mengatur kegiatan itu maka diharapkan proses produksi akan berjalan lancar dan hasil produksi pun akan berkualitas tinggi sehingga dapat diterima oleh masyarakat pemakainya.

Kualitas produk adalah segala sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan yang ditawarkan suatu perusahaan yang berbeda untuk orang yang berbeda dan tergantung pada waktu dan tempat/sering dikatakan “sesuai dengan tujuan”.⁹

Kualitas layanan atau jasa merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan nasabah.¹⁰

Sedangkan definisi kualitas jasa syariah menurut Abdul Qawi Othman, Lynn Owen¹¹ adalah suatu bentuk penilaian dari nasabah atas penyajian jasa oleh perusahaan yang menyandarkan setiap aktivitasnya kepada nilai-nilai moral yang sesuai dengan *syara'* dan dikaitkan dengan istilah model CARTEL.

Kepuasan nasabah menurut Kotler dalam Deby¹² adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja

⁸Purwati, “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Matic Beat (Studi Kasus Pada PT. Nusantara Solar Sakti),” *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi*, Vol.2, No.3, 2012, hlm. 314.

⁹Susiani, “Pengaruh Media Iklan dan Kualitas”, diambil melalui Website <http://susianiums.blogspot.com/2008/06> tanggal 20 Oktober 2015.

¹⁰Teuku Aliansyah, dkk, “Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh”, *Jurnal Manajemen*, Vol. 1, No. 1, November 2012, hlm. 33.

¹¹Abdul Qawi Othman, Lynn Owen, “The Multi Dimensionality of CARTER Model to Measure Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banking Industry (A Study in Kuwait Finance House)”, *International Journal of Islamic Financial Service*, Vol. 3, No. 4, 2001, hlm. 7

¹²Deby Meigy Arzena, “Pengaruh Kepuasan Atas Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Mandiri Tbk Cabang Muaro Padang”, *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*, Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus Air Tawar Padang, 2012, hlm. 4.

(hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan”. Jika kinerja berada dibawah harapan, nasabah tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, nasabah puas. Jika kinerja melebihi harapan, nasabah amat puas atau senang.

Pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia didukung oleh sebagian besar masyarakat Indonesia yang beragama Islam, yang selama ini menggunakan jasa perbankan konvensional secara berangsur-angsur beralih ke bank syariah. Oleh karena itu ketertarikan penulis untuk meneliti tentang bank syariah karena sebagai lembaga perbankan yang berdasarkan Syariah Islam kemungkinan besar nilai nasabah, kualitas produk, kualitas jasa syariah dan kepuasan nasabah yang dilandasi prinsip-prinsip syariah mampu berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Beberapa *research* yang telah dilakukan diantaranya: Tinik Sugiati dkk¹³, hasil dari penelitiannya dapat disimpulkan bahwa Nilai nasabah dan Kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Hypermart di Kalimantan Selatan, Indonesia.

Penelitian yang dilakukan oleh Gusti Ayu Putu Ratih Kusuma Dewi¹⁴, hasil dari penelitiannya dapat disimpulkan bahwa Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah PT BPR Hoki. Artinya, semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan nasabah PT BPR Hoki maka akan semakin tinggi tingkat loyalitas nasabah, sebaliknya semakin buruk kepuasan yang dirasakan maka semakin rendah pula tingkat loyalitas nasabah terhadap PT BPR Hoki.

¹³Tinik Sugiati dkk, “The Role of Customer Value on Satisfaction and Loyalty (Study on Hypermart’s Customers)”, *International Journal of Business and Management Invention* ISSN (Online): 2319 – 8028, ISSN (Print): 2319 – 801X www.ijbmi.org Volume 2 Issue 6| June. 2013| PP.65-70, (Management Department., Brawijaya University, Malang, East Java, Indonesia), hlm. 66.

¹⁴Gusti Ayu Putu Ratih Kusuma Dewi, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah PT BPR HOKI Di Kabupaten Tabanan”, *Tesis, Program Pascasarjana*, Universitas Udayana Denpasar, 2014, hlm. 96.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Evi Asmayadi¹⁵, hasil dari penelitiannya dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan kualitas jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pasar tradisional di Pontianak, Indonesia.

Sedangkan penelitian yang mempunyai perbedaan dalam hasil akhir, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Rachmat Hidayat¹⁶, hasil dari penelitiannya dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan dan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dan nilai nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Penelitian lainnya yang mempunyai perbedaan dalam hasil akhir, dilakukan oleh Deby Meigy Arzena¹⁷, hasil dari penelitiannya dapat disimpulkan bahwa tidak adanya hubungan signifikan antara kepuasan terhadap loyalitas nasabah.

Dari penjelasan-penjelasan di atas terdapat adanya *gap research* yaitu antara temuan hasil akhir dari variabel kualitas layanan, kualitas produk dan kepuasan nasabah pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah. Dalam penelitiannya Gusti Ayu, Tinik Sugiati dkk dan Evi Asmayadi ada pengaruh positif dan signifikan, sedangkan dari hasil akhir penelitiannya Rachmat Hidayat dan Deby Meigy Arzena tidak ada pengaruh positif dan signifikan.

Dari perbedaan hasil akhir penelitian tersebut di atas penulis merasa tertarik untuk *meneliti ulang* dengan mengangkat beberapa variabel di atas dengan mengganti satu variabel bebas yaitu kualitas *jasa umum* diganti dengan kualitas *jasa syariah*. Disamping itu juga penulis merasa tertarik dengan mengangkat penelitian di Bank Syariah Mandiri Kudus sebagai objek, disebabkan bahwa Bank Syariah Mandiri dilahirkan dari bank konvensional

¹⁵Evi Asmayadi, The Impact of Service Quality and Product Quality towards Customer Loyalty through Emotional and Functional Values in Traditional Markets in Pontianak, Indonesia, *European Journal of Business and Management* www.iisti.org ISSN 2222-1905 (Paper) ISSN 2222-2839 (Online) Vol.7, No.5, 2015, Faculty of Economics and Business, Airlangga Universit, Surabaya, Indonesia, hlm 129.

¹⁶Rachmat Hidayat, *Op. Cit*, hlm. 70.

¹⁷Deby Meigy Arzena, *Op. Cit*, hlm. 9.

yang melebarkan sayapnya menjadi bank umum syariah serta dalam perjalanannya mengikuti “Trand” dan selalu mengikuti kebutuhan pasar.

Oleh karena itu, maka judul dalam tesis ini adalah “**Pengaruh Nilai Nasabah, Kualitas Produk, Kualitas Jasa Syariah dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Syariah Mandiri Kudus**”.

B. Batasan Masalah Penelitian

Penelitian ini akan menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, dengan menggunakan regresi linier berganda, selain itu juga akan diuji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel terikat. Variabel bebas terdiri nilai nasabah, kualitas produk, kualitas jasa syariah dan kepuasan nasabah. Sedangkan variabel terikat berupa loyalitas nasabah. Nasabah yang dimaksud adalah nasabah Bank Syariah Mandiri Kudus, baik sebagai penitip dana maupun pengguna dana.

C. Perumusan Masalah

Loyalitas nasabah adalah kunci sukses suatu usaha dalam menjalin hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan nasabahnya. Begitu juga dengan bank syariah berupaya menjalin hubungan kerjasama tersebut dengan sebaik-baiknya dengan para nasabahnya. Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah nilai nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Kudus berpengaruh terhadap loyalitas nasabah ?
2. Apakah kualitas produk Bank Syariah Mandiri Cabang Kudus berpengaruh terhadap loyalitas nasabah ?
3. Apakah kualitas jasa syariah Bank Syariah Mandiri Cabang Kudus berpengaruh terhadap loyalitas nasabah ?
4. Apakah kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Kudus berpengaruh terhadap loyalitas nasabah ?

D. Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan pokok masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji secara empiris pengaruh nilai nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Kudus berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.
2. Untuk menguji secara empiris pengaruh kualitas produk Bank Syariah Mandiri Cabang Kudus berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.
3. Untuk menguji secara empiris pengaruh kualitas jasa syariah Bank Syariah Mandiri Cabang Kudus berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.
4. Untuk menguji secara empiris pengaruh kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Kudus berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini terdapat dua manfaat, yaitu manfaat secara teoritis dan secara praktis. Adapun manfaatnya adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan untuk memperkaya khasanah ilmu pengetahuan tentang perbankan syariah, khususnya terkait dengan nilai nasabah, kualitas produk, kualitas jasa syariah dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah.

2. Manfaat Praktis

a. Bank Syariah Mandiri Cabang Kudus.

Diharapkan penelitian ini memberikan masukan kepada perusahaan, khususnya bagi Bank Syariah Mandiri Cabang Kudus untuk mengetahui adanya nilai nasabah, kualitas produk, kualitas jasa syariah dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah.

b. Karyawan.

Secara praktis penelitian ini dapat difungsikan bagi karyawan sebagai bahan informasi dan kajian bagi para karyawan dalam memberikan pelayanan bagi nasabah agar loyal pada Bank Syariah Mandiri Cabang Kudus.

c. Masyarakat (Nasabah).

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi bagi masyarakat untuk dapat memahami nilai nasabah, kualitas produk, kualitas jasa syariah dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dalam memahami, penulis akan menjabarkan sistematika penulisan tesis sebagai berikut:

1. Bagian Depan Tesis

Pada bagian depan memuat halaman sampul (cover), halaman judul, halaman pernyataan keaslian, halaman persembahan, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman kata pengantar, halaman daftar isi, halaman daftar tabel, halaman daftar gambar, pedoman transliterasi, abstrak Arab, abstrak Inggris dan abstrak Indonesia.

2. Bagian Isi Tesis

Pada bagian isi terdiri dari 5 (lima) bab, meliputi:

Bab I : Pendahuluan, memuat tentang: latar belakang masalah, batasan masalah penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan tesis.

Bab II : Landasan teori, memuat tentang: teori loyalitas nasabah, nilai nasabah, kualitas produk, kualitas jasa syariah, kepuasan nasabah, bank syariah, produk dan jasa bank syariah, penelitian terdahulu yang terkait, kerangka berpikir dan hipotesis penelitian.

Bab III : Metode penelitian, memuat tentang: jenis dan pendekatan penelitian, tempat penelitian, populasi dan sampel penelitian, definisi operasional variabel, metode pengumpulan data, uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik dan metode analisis data.

Bab IV : Deskripsi dan analisis data, terdiri dari: deskripsi data, meliputi: gambaran umum Bank Syariah Mandiri dan gambaran responden, hasil uji validitas dan reliabilitas, deskripsi angket, hasil penelitian dan pembahasan penelitian.

Bab V : Penutup, yang berisi: simpulan, saran dan keterbatasan penelitian.

3. Bagian Pelengkap Tesis

Pada bagian pelengkap terdiri dari daftar pustaka, lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup.

