

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dunia perbankan sangat penting bagi perekonomian Indonesia, sehingga ada argument yang menyatakan bank merupakan nyawa untuk menggerakkan roda perekonomian suatu negara (Kasmir,2004:12). Persaingan antar bank di Indonesia memunculkan era baru perbankan. Era baru yang dimaksud adalah era yang dinamis dan tingkat persaingan bisnis antar perusahaan semakin ketat baik di pasar domestik maupun pasar internasional, khususnya persaingan bisnis antar jasa layanan bank. Banyak nya jumlah bank menyebabkan persaingan dalam industri perbankan semakin ketat. Masing-masing bank berlomba menarik dana dari masyarakat, baik dengan tawaran hadiah maupun bunga yang tinggi. Dalam mempersiapkan diri menghadapi persaingan tersebut, maka bank-bank harus teliti dalam melihat peluang pasar serta keinginan dan kebutuhan dari para nasabah (Herawati dan Sulistyowati,2019).

Dalam persaingan industri perbankan yang sedemikian kompetitif, perbankan syariah senantiasa berupaya untuk meningkatkan pendapatannya melalui berbagai cara. Inilah kemudian yang mendorong penggabungan bank-bank syari'ah yang termasuk dalam BUMN, yaitu : PT Bank Syari'ah Mandiri, PT BNI Syari'ah, PT BRI Syari'ah dan 1 unit usaha syari'ah PT Bank Tabungan Negara Tbk (BTN). Alasan mendasar dari penggabungan tersebut adalah keinginan memiliki bank syari'ah yang

besar, kuat, dan efisien dengan aset dan kemampuan pembiayaan yang besar, sehingga memberikan kontribusi yang besar pula bagi perekonomian nasional (Nizar dan Nasir, 2016). Bank syariah mempunyai karakteristik yakni prinsip bagi hasil (*profit sharing*). Berdasarkan prinsip ini, bank akan berfungsi sebagai mitra, baik dengan penabung maupun pengusaha yang meminjam dana. Dengan penabung, bank akan bertindak sebagai pengelola dana, sedangkan dengan pengusaha/peminjam dana, bank syariah sebagai penyandang dana baik yang berasal dari tabungan, deposito, giro, maupun dana bank sendiri berupa modal dari pemegang saham (Satriyanti, 2012).

Tabungan bagi hasil sendiri merupakan suatu tabungan yang dijalankan berdasarkan akad mudharabah. Dimana nasabah akan mendapatkan bagi hasil sebagai keuntungan yang akan didapatnya karena telah menyimpan dananya dengan menggunakan tabungan bagi hasil. Pada sistem bagi hasil ini pembagian keuntungan didasarkan pada nisbah atau prosentase yang telah ditentukan sesuai dengan kesepakatan pada awal perjanjian antara nasabah (*shahibul maal*) dan pihak bank (*mudharib*) tanpa adanya unsur paksaan, dan dengan menabung di bank syariah akan relatif lebih aman ditinjau dari perspektif Islam, karena akan mendapatkan keuntungan atau bagi hasil yang dihasilkan dari bisnis yang halal. Namun para nasabah belum mengetahui betul seperti apa sistem bagi hasil yang terdapat pada bank syariah. Kurangnya sosialisasi yang dilakukan oleh pihak bank syariah adalah salah satu hal yang mempengaruhi minat dan keputusan nasabah dalam memilih bank syariah, dengan adanya sosialisasi yang baik maka nasabah jadi mengerti dan tahu akan sistem

bagi hasil di bank syariah yang sebenarnya seperti apa dan bagaimana (Khasanah dan Gunawan, 2014). Pengelolaan bank harus ekstra hati-hati karena bisnis perbankan memiliki sensitivitas yang tinggi terhadap berbagai hal diantaranya loyalitas nasabah. Bank dapat saja mengalami penurunan jumlah nasabah bahkan eksodus ke bank lain manakala para nasabah kehilangan kepercayaan pada sebuah bank. Bila ini yang terjadi, akan dapat mengakibatkan hal buruk bagi bank. Nasabah akan menarik dana yang mereka simpan di bank itu dan selanjutnya akan menimbulkan kesulitan yang sangat besar dan beruntun bagi aktifitas bisnis bank bersangkutan (Andesra, 2016). Kotler dan Keller dalam (Ramadhani, 2019) mengungkapkan kesetiaan itu adalah komitmen kuat untuk membeli kembali atau berlangganan produk atau layanan tertentu dimasa depan meskipun pengaruh situasional dan upaya pemasaran berpotensi menyebabkan konsumen beralih ke lain produk.

Loyalitas dapat dicapai dengan meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen kemudian adanya nilai positif yang tercipta dimata publik selama ini terhadap produk ataupun jasa yang ditawarkan di pasaran. Sehingga nantinya diharapkan konsumen akan merasa puas dan loyalitas konsumen dapat tercipta dalam karakteristik konsumen. Keberhasilan sebuah perbankan terletak pada banyaknya nasabah yang menggunakan jasa pada perusahaan tersebut sehingga diharapkan loyalitas nasabah dapat tercipta. Loyalitas merupakan hal yang mutlak bagi perusahaan yang berguna untuk meningkatkan kualitas produknya baik itu berupa barang ataupun jasa (Azis, 2017).

Menurut Wirdayani dalam (Kartika dkk, 2019) banyak faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah salah satunya adalah sistem bagi hasil. Sistem bagi hasil merupakan sistem dimana dilakukannya perjanjian atau ikatan bersama didalam melakukan kegiatan usaha. Sistem bagi hasil merupakan suatu bentuk pembagian keuntungan yang akan diperoleh nasabah sebagai pemilik modal dengan bank sebagai pengelola modal yang disimpan nasabah. Bagi hasil dalam perbankan syariah merupakan ciri khusus yang ditawarkan kepada masyarakat, dan didalam aturan syariah yang berkaitan dengan pembagian hasil usaha harus ditentukan terlebih dahulu pada awal terjadinya kontrak atau akad.

Perhitungan dalam menentukan nisbah bagi hasil harus jelas dan transparan, keuntungan yang diperoleh harus sesuai dengan kesepakatan nasabah, karena pendapatan dari keuntungan usaha itulah yang akan didistribusikan kepada nasabah (*shahibul maal*) (Sofiah dan Trihanta, 2016). Didukung oleh Roziq dalam (Kartika dkk, 2019) menunjukkan bahwa kepercayaan dan sistem bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Jember. Sedangkan Kartika dkk (2019) bahwa sistem bagi hasil tidak berpengaruh signifikan namun memiliki pengaruh positif terhadap variabel loyalitas nasabah di Bank Syariah Mandiri. Demikian dalam Khatimah (2018) menyatakan sistem bagi hasil tidak berpengaruh signifikan namun memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Mandiri Gresik.

Faktor lain yang bisa mempengaruhi loyalitas nasabah selanjutnya adalah fasilitas. Setiap bank yang ada menawarkan jenis pelayanan dan fasilitas yang mampu menarik minat masyarakat untuk menggunakan fasilitas perbankan mereka. Memenangkan ketatnya persaingan dalam dunia perbankan maka salah satu upaya yang dilakukan oleh bank tersebut adalah dengan meningkatkan kualitas layanan dan fasilitas yang diberikan, sehingga mampu mempertahankan nasabah yang telah ada bahkan meningkatkan jumlah nasabah baru. Memahami apa yang diinginkan dan diharapkan oleh nasabah terhadap pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh bank tersebut, maka akan menjadi suatu nilai tambah tersendiri bagi perusahaan perbankan tersebut. Karena saat ini perbankan berpacu untuk meningkatkan layanan dan fasilitas agar tercipta loyalitas pelanggan atau nasabah demi meningkatkan laba (Palenewen, Kawet dan Tielung, 2014).

Nasabah saat ini sangat kritis terhadap ketersediaan fasilitas yang ada di bank, baik dari tampilan gedung, area parkir, ruang tunggu, keamanan, dan sebagainya. Selain fasilitas tersebut, fasilitas yang tidak kalah penting lainnya adalah fasilitas perbankan itu sendiri yang sangat dibutuhkan oleh nasabah dalam rangka memberikan kemudahan dalam transaksi mulai dari sarana transfer antar rekening, tarik tunai, kelengkapan ruang tunggu dan fasilitas pendukung untuk transaksi, fasilitas yang diberikan oleh bank dapat memenuhi kebutuhan nasabah. Menurut Kotler (2010: 58) mengatakan bahwa fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan tingkat

kepuasan yang maksimal. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen. Menurut Lupiyoadi (2011: 150) menyatakan bahwa, fasilitas merupakan penampilan, kemampuan sarana prasarana dan keadaan lingkungan sekitarnya dalam menunjukkan eksistensinya kepada eksternal yang meliputi fasilitas fisik (gedung) perlengkapan dan peralatan. Dengan didukung dalam penelitian Pieter, Kawet dan Tielung (2014) menyatakan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Kredit Bank BRI Cabang Pembantu Palu. Demikian juga dalam penelitian Herawati dan Sulistyowati (2019) bahwa fasilitas Teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank Mandiri Syariah Cabang Solo.

Citra bank juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah. Nasabah juga senantiasa melakukan penilaian yang kemudian hasilnya akan dibandingkan dengan informasi yang telah diperoleh sebelumnya dari nasabah yang lain, sebagai pertimbangan dan dasar dalam melakukan evaluasi terhadap perbankan tersebut. Hal tersebut menunjukkan bahwa informasi yang diperoleh dari nasabah lama bisa dijadikan bahan evaluasi atas citra suatu bank bagi nasabah untuk bisa digabungkan dengan pengalamannya sendiri yang dialaminya untuk kemudian menentukan penilaiannya sendiri terhadap citra suatu bank (Azizah, 2012). Sesuai dengan penelitian terdahulu, Satriyanti (2012) citra berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat di Surabaya. Kemudian juga penelitian yang dilakukan oleh Cahyani dalam (Khatimah, 2018) menunjukkan bahwa citra

perusahaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Sedangkan penelitian Kartika dkk (2019) bahwa citra perusahaan tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Mandiri.

BSI KCP Setia Budi Medan beroperasi pada 1 Februari 2021. Berdasarkan informasi yang didapat peneliti bahwa BSI KCP Setia Budi Medan menjadi cabang yang paling ramai dikunjungi nasabah untuk melakukan transaksi maupun hal yang dibutuhkan para nasabah. Namun pada tahun 2020 terjadi penurunan nasabah yang melakukan transaksi di bagian Teller maupun Customer Service. Demikian, jumlah nasabah dari sebuah bank menjadi salah satu faktor gambaran dari perkembangan loyalitas yang terjadi di bank tersebut sehingga peneliti mendapatkan sumber data jumlah nasabah yang menggunakan tabungan mudharabah di BSI KCP Setia Budi Medan sebagai berikut :

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah Tabungan Mudharabah Pada BSI KCP Setia Budi Medan Tahun 2019-2020

No	Tahun	Jumlah Nasabah
1.	2019	5.587
2	2020	609
	Jumlah	6.169

Sumber: *BSI KCP Setia Budi Medan* (2021).

Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah nasabah pada tahun 2020 mengalami peningkatan dalam jumlah yang sedikit. Hal ini menjadi fenomena permasalahan dalam loyalitas nasabah di BSI KCP Setia Budi Medan maka peneliti memperkirakan faktor-faktor masalah yang terjadi.

Dari sumber yang didapat melalui wawancara oleh beberapa nasabah bahwa salah satu alasan nasabah mengunjungi BSI KCP Setia Budi Medan karena tempatnya yang strategis dekat dengan area perkantoran. Dari salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas yaitu sistem bagi hasil, berdasarkan hasil wawancara beberapa nasabah menyatakan bahwa nasabah tidak mengetahui jelas jenis produk yang digunakan hal itu berkaitan dengan salah satu indikator sistem bagi hasil yaitu hubungan bank dan nasabah, bentuk perjanjian dan pengenalan produk kepada nasabah. Kemudian nasabah juga mengatakan bahwa dalam pembukaan rekening baru membutuhkan waktu yang lama sehingga hal tersebut menjadi pertimbangan nasabah dalam menjadikan BSI KCP Setia Budi Medan menjadi pilihan utama dalam memilih bank. Faktor selanjutnya adalah fasilitas, berdasarkan hasil wawancara beberapa nasabah bahwa perlengkapan, peralatan dan unsur pendukung seperti ATM, banking mobile, keamanan sebagai fasilitas BSI menjadi pertimbangan nasabah dalam menggunakan lebih dari satu produk BSI dan melakukan transaksi berulang di KCP tersebut. Selanjutnya adalah citra, dari hasil observasi bahwa BSI KCP Setia Budi Medan melakukan beberapa partisipasi dalam kegiatan sekolah di daerah sekitar hal tersebut guna menciptakan persepsi masyarakat sekitar terhadap KCP tersebut. Dari hasil wawancara beberapa nasabah mengatakan alasan nasabah menggunakan produk BSI karena reputasi Islamiyah dan dikenal luas oleh masyarakat namun ada nasabah yang mengatakan bahwa tingkat Syariah BSI perlu diperbaiki lebih baik lagi disebabkan isu yang beredar di masyarakat bahwa produk dan sistem perbankan

Syariah tidak beda atau bisa disebut sama dengan mekanisme yang dijalankan di bank konvensional sehingga masih banyak nasabah yang menggunakan produk bank konvensional hal tersebut jelas berhubungan dengan salah satu indikator dari loyalitas yaitu nasabah mengajak orang lain maupun lingkungan keluarga untuk menggunakan produk BSI dan BSI KCP Setia Budi Medan menjadi bank yang pertama kali nasabah ingat saat harus memilih bank.

Dari latar belakang yang telah dijelaskan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul “ **PENGARUH SISTEM BAGI HASIL, FASILITAS DAN CITRA BANK TERHADAP LOYALITAS NASABAH TABUNGAN MUDHARABAH BANK SYARI’AH INDONESIA (BSI) KCP SETIA BUDI MEDAN**”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dapat diidentifikasi masalah-masalah tersebut :

1. Pertimbangan, pilihan, penggunaan lebih dari satu produk dan ajakan nasabah ke orang lain terhadap penggunaan produk BSI.
2. Nasabah kurang mengetahui dengan jelas kesepakatan dan jenis produk yang digunakan.
3. Pelayanan pembukaan rekening membutuhkan waktu yang lama.

4. Citra Perbankan Syariah masih kurang meyakinkan nasabah sehingga nasabah masih menggunakan produk bank konvensional.

1.3 Pembatasan Masalah

Mengingat banyaknya cakupan masalah yang harus dipecahkan maka penelitian ini membatasi masalah yaitu loyalitas nasabah di BSI KCP Setia Budi Medan yang dipengaruhi oleh sistem bagi hasil, fasilitas dan citra bank terhadap Tabungan Mudharabah.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Sistem Bagi Hasil berpengaruh Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Mudharabah BSI KCP Setia Budi Medan ?
2. Apakah Fasilitas berpengaruh Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Mudharabah BSI KCP Setia Budi Medan ?
3. Apakah Citra Bank berpengaruh Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan mudharabah BSI KCP Setia Budi Medan ?
4. Apakah Sistem Bagi Hasil, Fasilitas Dan Citra Bank berpengaruh Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Mudharabah BSI KCP Setia Budi Medan ?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui Pengaruh Sistem Bagi Hasil Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Mudharabah BSI KCP Setia Budi Medan
2. Untuk mengetahui Pengaruh Fasilitas Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Mudharabah BSI KCP Setia Budi Medan
3. Untuk mengetahui Pengaruh Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Mudharabah BSI KCP Setia Budi Medan
4. Untuk mengetahui Pengaruh Sistem Bagi Hasil, Fasilitas Dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah BSI KCP Setia Budi Medan

1.6 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Menambah pengalaman dan sarana latihan dalam memecahkan masalah yang ada dalam masyarakat sebelum terjun ke dunia kerja sesungguhnya dan sebagai sarana menambah pengetahuan terkait dengan bidang perbankan Syariah yaitu pengaruh sistem bagi hasil, fasilitas dan citra bank terhadap loyalitas nasabah tabungan mudharabah.

2. Bagi Bank

Sebagai bahan pertimbangan untuk lebih memantapkan strategi yang telah digunakan perbankan Syariah tentang pengaruh sistem bagi hasil, fasilitas dan citra bank terhadap loyalitas nasabah tabungan mudharabah.

3. Bagi Universitas

Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi sebagai tambahan informasi yang ada bagi civitas akademika tentang perbankan Syariah dengan topik pengaruh sistem bagi hasil, fasilitas dan citra bank terhadap loyalitas nasabah tabungan mudharabah

4. Bagi Penelitian Selanjutnya

Dapat dijadikan acuan untuk pengembangan penelitian perbankan Syariah tentang pengaruh sistem bagi hasil, fasilitas dan citra bank terhadap loyalitas nasabah tabungan mudharabah.