

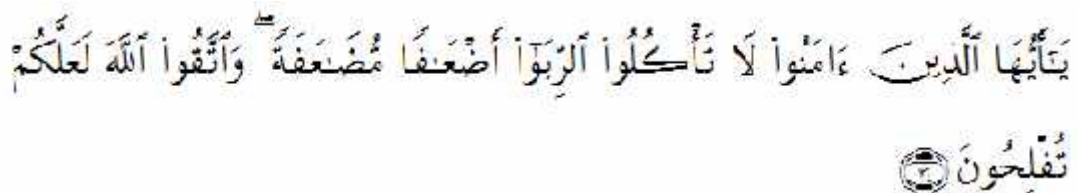
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perbankan syariah adalah suatu sistem perbankan yang dikembangkan berdasarkan syariah Islam. Usaha pembentukan sistem ini didasari oleh larangan dalam agama Islam untuk memungut atau meminjam dengan bunga atau yang disebut dengan riba serta larangan untuk melakukan investasi untuk usaha-usaha yang dikategorikan haram, dimana hal ini tidak dapat dijamin dalam sistem perbankan konvensional.

Riba hukumnya adalah haram sesuai dengan ketentuan firman Allah SWT dan sabda-sabda dari Rasulullah SAW, diantaranya disebutkan dalam firman Allah SWT, surat Ali Imron ayat 130:¹



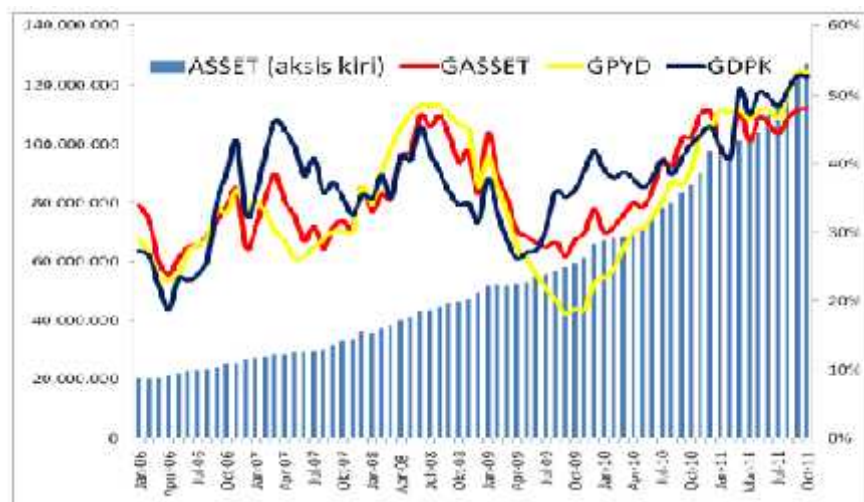
“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.”

Adapun bank syariah adalah bank yang dalam menjalankan operasinya dengan sistem hukum Islam (syariah). Fungsinya sama dengan bank konvensional yaitu menerima simpanan uang, meminjamkan uang, dan jasa keuangan lainnya, tetapi yang membedakan adalah cara operasi, produk,

¹ Ismail Nawawi, *Fiqh Muamalah* (Surabaya: Putra Media Nusantara, 2010), 118.

kesepakatan dan sistemnya. Bank Syariah dalam melakukan kegiatan usahanya tidak berdasarkan bunga, tetapi berdasarkan pada prinsip syariah yaitu prinsip pembagian keuntungan dan kerugian (bagi hasil).

Dewasa ini bank syariah menjadi salah satu sektor industri yang berkembang pesat di Indonesia. Berdasarkan *outlook* perbankan syariah tahun 2012 (Data dari Bank Indonesia), industri perbankan syariah secara umum terus berkembang selama tahun 2011, bahkan pertumbuhan tertinggi selama tiga tahun terakhir terjadi di bulan Oktober 2011 yaitu 48.10% (lihat Gambar 1.1). Perkembangan ini tentu memberikan harapan positif bagi perkembangannya pada tahun 2012.²



Gambar 1.1. Perkembangan Industri Perbankan Syariah (BUS+UUS) tahun 2011

Namun dengan relatif terkendalinya perekonomian domestik dan kinerja sektor riil yang masih positif, ekspansi yang dilakukan oleh bank-

² Direktorat Perbankan Syariah, "Outlook Perbankan Syariah Indonesia 2012", dalam [http://www.bi.go.id/id/publikasi/lain/lainnya/Pages/Outlook Perbankan Syariah 2012.aspx](http://www.bi.go.id/id/publikasi/lain/lainnya/Pages/Outlook%20Perbankan%20Syariah%202012.aspx) (18 Januari 2014), 11.

bank syariah diharapkan masih akan mendorong perkembangan industri perbankan syariah ke depan. Khususnya, industri perbankan syariah yang telah melakukan perbaikan infrastruktur selama dua tahun terakhir, penguatan aspek regulasi, harmonisasi, dan koordinasi kebijakan antara pihak-pihak terkait serta koordinasi dengan pelaku usaha di sektor riil sehingga diharapkan industri perbankan syariah nasional masih akan mengalami pertumbuhan yang relatif tinggi pada tahun 2012.

Sedangkan berdasarkan *outlook* perbankan syariah tahun 2013 (Data dari Bank Indonesia), industri perbankan syariah nasional hingga bulan Oktober 2012 masih berada dalam fase pertumbuhan yang tinggi yaitu 37% (lihat Gambar 1.2).³



Gambar 1.2. Perkembangan Industri Perbankan Syariah (BUS+UUS) tahun 2012

³ Direktorat Perbankan Syariah, "Outlook Perbankan Syariah Indonesia 2012", dalam [http://www.bi.go.id/id/pencarian/Default.aspx?k=Outlook Perbankan Syariah 2013](http://www.bi.go.id/id/pencarian/Default.aspx?k=Outlook%20Perbankan%20Syariah%202013) (24 Januari 2014), 19.

Dalam sepuluh tahun terakhir, pertumbuhan perbankan syariah cukup pesat. Riset dan survei yang digelar BI pun memperlihatkan minat besar masyarakat terhadap industri ini. Hasil riset dan survei BI menunjukkan, minat masyarakat terhadap bank syariah cukup tinggi, sekitar 89% menerima prinsip syariah. Perbankan syariah masih prospektif dengan beberapa faktor pertimbangan. Pertama, Indonesia memiliki penduduk Muslim terbesar di dunia. Kedua, kekayaan alam Indonesia juga mendukung stabilitas pertumbuhan ekonomi dan keuangan. Kemudian budaya sosial di negeri ini tentang bagi hasil sangat sejalan dengan prinsip bagi hasil dalam perbankan syariah.

Ketertarikan masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah sangatlah tinggi, hal ini dibuktikan dengan banyak berdirinya bank-bank syariah di Indonesia, yang diawali oleh Bank Muamalat. Kemudian baru bermunculan bank-bank yang semula konvensional saat ini telah menyediakan sistem perbankan syariah, sebagai contoh Bank Bukopin Syariah, Bank CIMB Niaga Syariah, Bank Danamon Syariah, Bank Mandiri Syariah, Bank BCA Syariah, dan masih banyak yang lainnya.

Bank Muamalat merupakan pelopor perbankan syariah di Indonesia. Bank Muamalat berdiri tahun 1991, diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Pemerintah Indonesia. Bank Muamalat memulai kegiatan operasinya pada tanggal 27 Syawal 1412 H atau 1 Mei 1992 dengan dukungan nyata dari Ikatan Cendekiawan Muslim se-Indonesia (ICMI) dan

beberapa pengusaha Muslim, pendirian Bank Muamalat juga menerima dukungan dari masyarakat luas.⁴

Berdasarkan indeks kepuasan nasabah bank syariah yang dirilis oleh infobank per januari 2010, secara konsisten Bank Muamalat berada pada papan atas bank syariah yang memberikan kepuasan nasabah sejak tahun 2006. Pada tahun 2010 Bank Muamalat berada pada peringkat pertama sebagai bank syariah yang memberikan kepuasan terbaik bagi nasabahnya. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh Bank Muamalat kepada nasabahnya sudah cukup baik, sehingga nasabah dapat merasakan kepuasan dan citra Bank Muamalat pun meningkat dan diharapkan loyalitas nasabah dapat tercapai.

Tahun 2010 Bank Muamalat tetap fokus pada pengembangan segmen bisnis ritel dan *consumer* secara intensif dan berupaya untuk menyeimbangkan portofolio bisnisnya pada segmen korporasi. Segmen bisnis ritel merupakan tulang punggung bisnis Bank Muamalat yang mampu menopang pertumbuhan bisnis terlebih dalam masa krisis. Salah satu faktor utama dalam pertumbuhan segmen ini adalah loyalitas nasabah yang tetap mempercayakan transaksi keuangannya kepada Bank Muamalat. Untuk terus meningkatkan pelayanan kepada nasabah, Bank Muamalat senantiasa melakukan perbaikan terhadap produk dan layanannya agar dapat memenuhi

⁴ Evi Oktaviani Satriyanti, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Syariah di Surabaya" (Artikel Ilmiah--STIE Perbanas, Surabaya, 2012), 2.

kebutuhan nasabah terhadap layanan syariah. Beberapa pengembangan produk dan layanan baru telah dilakukan di tahun 2010, di antaranya:⁵

1. Tabungan Haji Arafah (Maret),
2. Tabungan Haji Arafah Plus (Maret),
3. Dana Talangan Porsi Haji (Maret),
4. TabunganKu (April),
5. Tabungan Muamalat (Agustus),
6. Tabungan Muamalat Pos (Agustus),
7. Pembiayaan Hunian Syariah Kongsi (Agustus),
8. Pembiayaan Hunian Syariah Pembelian (Agustus),
9. Automuamalat & *Joint Financing Multifinance* (Oktober),
10. Tabungan Muamalat Sahabat (Oktober).

Bank Muamalat melahirkan variasi produk yang beragam. Nasabah tidak lagi ditawarkan konsep akad produk, tetapi manfaat produk itu sendiri. Penajaman segmentasi oleh Bank Muamalat di sini, misalnya, tercermin pada pemecahan produk tabungan Haji menjadi Tabungan Haji Arafah & Tabungan Haji Arafah Plus. Selain itu, dilakukan pembedaan fitur tabungan generik dengan tabungan aliansi menjadi Tabungan Muamalat, Tabungan Muamalat Pos, dan Tabungan Muamalat Sahabat, serta penyesuaian perhitungan *cash ratio* bagi calon nasabah Pembiayaan Hunian Syariah.⁶

Bank Muamalat telah mampu memberikan layanan yang beragam, lengkap dan mudah sebagaimana bank modern. Tiga aspek utama layanan

⁵ “Tinjauan Bisnis”, dalam <http://www.muamalatbank.com/assets/cd/p04/02.html> (24 Januari 2014), 20.

⁶ Ibid., 20.

yaitu *Premises*, *People*, dan *Process* yang merupakan perhatian utama Bank Muamalat dalam usaha untuk meningkatkan kualitas layanannya. *Premises excellence*, menyediakan fasilitas pendukung untuk kemudahan dan kenyamanan bertransaksi dengan Bank Muamalat. *People excellence*, menyediakan Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkualitas untuk memberikan layanan terbaik kepada nasabah. *Process excellence*, menyediakan proses transaksi yang mudah, aman, dan cepat untuk kenyamanan nasabah.⁷

Semua usaha tersebut merupakan komitmen Bank Muamalat dalam memberikan layanan terbaik untuk kepuasan dan loyalitas nasabah.⁸

Selain layanan kantor dan ATM, Bank Muamalat menyediakan layanan 24 jam *SMS Banking* yang mencakup layanan *customer care* SalaMuamalat, *Mobile Banking*, dan *Internet Banking*.⁹

Namun berdasarkan survei kualitas pelayanan perbankan syariah periode 2011-2012 oleh MRI (*Marketing Research Indonesia*) dan majalah Infobank, Bank Muamalat menempati peringkat ke tiga dibandingkan tahun-tahun sebelumnya.

MarkPlus Insight¹⁰ dalam dua tahun terakhir juga melakukan pengukuran kualitas pelayanan pada industri perbankan di Indonesia. MarkPlus Insight melakukan pengukuran terhadap tingkat kepuasan dan

⁷ “Tinjauan Korporasi”, dalam <http://www.muamalatbank.com/assets/cd/p04/02.html> (24 Januari 2014), 21.

⁸ Ibid., 21.

⁹ Ibid., 21.

¹⁰ Farid Subkhan, “Service to Care Index 2012 Melayani Nasabah Dengan Caring”, dalam <http://www.markplusinsight.com/in-media-service-to-care-index-2012.php> (18 Januari 2014), 1.

loyalitas nasabah perbankan dan mengamati perilaku nasabah dalam menggunakan produk dan layanan bank, hasil studi menunjukkan bahwa tidaklah mudah mengkonversi kualitas pelayanan yang bagus “*service excellence*” menjadi performa yang bagus pada “*customer satisfaction*”, apalagi hingga pada loyalitas yang tinggi terhadap suatu produk dan layanan. Pada kenyataannya, setiap pelanggan memiliki kebutuhan dan ekspektasi yang berbeda-beda terhadap suatu produk dan layanan. Pelanggan yang berbeda seharusnya dilayani dengan sentuhan yang berbeda sesuai dengan *anxieties* (kegelisahan) dan *desires* (keinginan) mereka.



Gambar 1.3. Indeks *Service to Care* Total Bank Syariah

Berdasarkan survei yang dilakukan MarkPlus Insight pada tahun 2012 kepada bank syariah di Indonesia (Gambar 1.3), dapat diketahui meskipun Bank Muamalat secara umum memiliki indeks yang cukup baik pada semua dimensi yang dievaluasi, namun Bank Muamalat memiliki *relationship* yang paling rendah dengan nasabahnya dan hal ini

mengakibatkan Bank Muamalat masih belum bisa meraih indeks yang terbaik.

Berdasarkan uraian di atas, hal ini membuktikan adanya pengaruh dari kualitas produk, kualitas pelayanan, dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah bank Muamalat. Loyalitas yang besar dari masyarakat untuk menjadi nasabah atau penabung di bank syariah tentunya mempunyai alasan atau sebab yang kuat. Dengan demikian, hal ini perlu untuk diteliti lebih lanjut. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Pembantu Pasuruan, Jawa Timur).”**

B. Identifikasi Masalah dan Fokus Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, diperoleh identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Pembantu Pasuruan.
2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Pembantu Pasuruan.
3. Pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Pembantu Pasuruan.
4. Pengaruh kualitas produk terhadap citra PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Pembantu Pasuruan.

5. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap citra PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Pembantu Pasuruan.
6. Variabel bebas (kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra perusahaan) yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap variabel terikat (loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Pembantu Pasuruan).

Sedangkan fokus masalah dalam penelitian ini membahas tentang:

1. Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Pembantu Pasuruan.
2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Pembantu Pasuruan.
3. Pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Pembantu Pasuruan.
4. Variabel bebas (kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra perusahaan) yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap variabel terikat (loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Pembantu Pasuruan).

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan fokus masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Pembantu Pasuruan?
2. Variabel bebas (kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra perusahaan) manakah yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap variabel terikat (loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Pembantu Pasuruan)?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Pembantu Pasuruan.
2. Menganalisis pengaruh variabel bebas (kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra perusahaan) yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap variabel terikat (loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Pembantu Pasuruan).

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kegunaan:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris menyangkut pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah perbankan syariah.

2. Secara Praktis

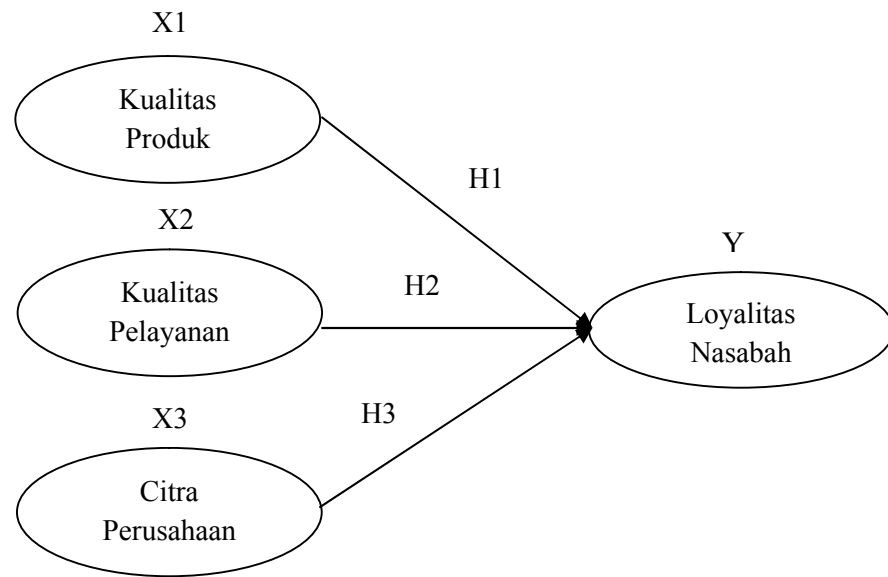
Penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan informasi sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan perbankan syariah dalam mengambil keputusan, khususnya yang berkaitan dengan kualitas produk dan kualitas pelayanan.

F. Kerangka Pemikiran Teoritis

Kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka pemikiran yang baik akan menjelaskan secara teoritis hubungan antara variabel yang akan diteliti. Jadi secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antara variabel independen dan dependen.¹¹

Berdasarkan tinjauan pustaka tentang variabel-variabel loyalitas yang telah dipaparkan di atas, maka dapat dikembangkan suatu model dalam penelitian seperti gambar di bawah ini.

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2009), 60.



Gambar 1.4. Kerangka Berpikir Teoritis

G. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang akan dilakukan ini, selain merujuk pada literatur-literatur yang ada juga mengambil rujukan dari penelitian-penelitian sejenis yang telah dilakukan sebelumnya, diantaranya:

Tabel 1.1. Penelitian Bayu Hadyanto Mulyono (2008)

Nama Peneliti	Bayu Hadyanto Mulyono
Tahun dan Judul	2008, Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen
Variabel Dependen	Kualitas Produk, Kualitas Layanan
Variabel Independen	Kepuasan Konsumen
Metode Penelitian	Analisis Data menggunakan Regresi Linier Berganda
Hasil Penelitian	Kualitas produk dan kualitas layanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas produk adalah variabel paling penting dalam mempengaruhi kepuasan konsumen daripada kualitas layanan.

Tabel 1.2. Penelitian Adi Krismanto (2009)

Nama Peneliti	Adi Krismanto
Tahun dan Judul	2009, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah
Variabel Dependen	Kualitas Layanan, Pelayanan Komplain, Citra
Variabel Independen	Kepuasan Nasabah, Loyalitas Nasabah
Metode Penelitian	Analisis Data menggunakan SEM (<i>Structural Equational Modeling</i>)
Hasil Penelitian	Kualitas pelayanan berdampak positif terhadap kepuasan nasabah. Penanganan komplain berdampak secara positif terhadap kepuasan nasabah. Pengembangan citra terhadap loyalitas nasabah adalah berdampak positif. Pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah adalah berakibat positif.

Tabel 1.3. Ndaru Kusuma Dewa (2009)

Nama Peneliti	Ndaru Kusuma Dewa
Tahun dan Judul	2009, Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Promosi, dan Harga Terhadap Minat Beli
Variabel Dependen	Kualitas Produk, Daya Tarik Promosi, Harga
Variabel Independen	Minat Beli
Metode Penelitian	Analisis Data menggunakan Regresi Linier Berganda
Hasil Penelitian	Kualitas produk, daya tarik promosi dan harga menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli

Tabel 1.4. Ni Putu Cempaka Dharmadewi Atmaja (2011)

Nama Peneliti	Ni Putu Cempaka Dharmadewi Atmaja
Tahun dan Judul	2011, Pengaruh Kewajaran Harga, Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengguna Jasa Penerbangan Garuda Indonesia di Denpasar
Variabel Dependen	Kewajaran Harga, Citra Perusahaan

Variabel Independen	Kepuasan, Loyalitas
Metode Penelitian	Analisis Data menggunakan SEM (<i>Structural Equational Modeling</i>)
Hasil Penelitian	Kewajaran harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas, kewajaran harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, citra perusahaan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan serta secara keseluruhan, kepuasan pelanggan adalah satu-satunya konstruk yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu yang diungkap di atas, Peneliti berusaha melakukan penelitian dengan menggunakan variabel-variabel yang paling dominan mempengaruhi loyalitas nasabah.

H. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini, meliputi:

Bab Pertama Pendahuluan. Dalam bab ini menjelaskan tentang latar belakang, identifikasi masalah, fokus masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kerangka pemikiran teoritis. Selain itu, juga disajikan penelitian terdahulu yang relevan terhadap penelitian yang hendak dilakukan serta sistematika pembahasan.

Bab Kedua Tinjauan Pustaka. Dalam bab ini menjelaskan mengenai tinjauan pustaka yang terdiri dari landasan teori yang berkaitan dengan penelitian.

Bab Ketiga Metodologi Penelitian. Selanjutnya dalam bab ini menjelaskan metode dan teknik yang digunakan dalam penelitian, diantaranya menentukan jenis dan sumber data yang digunakan, sampel penelitian berdasarkan populasi yang ada, metode pengumpulan data, teknik analisis, metode pengambilan sampel, dan metode analisis data.

Bab Keempat Hasil dan Pembahasan. Dalam bab ini menjelaskan terkait dengan gambaran umum perusahaan, gambaran umum responden, menganalisis kuesioner jawaban responden, menganalisis data, dan membahas hasil penelitian.

Bab Kelima Penutup. Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan peneliti yang diperoleh dari pembahasan serta memuat saran-saran bagi pihak yang berkepentingan untuk pengembangan penelitian lebih lanjut serta penyampaian keterbatasan dalam penelitian ini.