

BAB I

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Jumlah sensus penduduk yang lebih banyak didominasi oleh umat muslim yang ada di Indonesia sangat ditentukan oleh konsumsi domestik pada masyarakat yang besar. Dunia industri berkembang semakin pesat, baik dalam perdagangan, manufaktur, media serta industri. Salah satu industri yang berperan terhadap laju positif yang kini berdampak di Indonesia adalah industri perbankan, khususnya perbankan syariah (Kumaran.com. 2023)

Bank syariah yang ada di Kota Kudus adalah bank yang menggunakan prinsip-prinsip Islami atau prinsip syariah dalam operasionalnya yaitu Bank Syariah Indonesia. Perbankan syariah yaitu perbankan yang mengedepankan ajaran dengan nilai-nilai agama dan etika dalam bermuamalah dengan memberikan keuntungan yang adil kepada kedua belah pihak yang bersangkutan. Bank syariah dalam melaksanakan operasionalnya wajib mematuhi prinsip-prinsip syariah dan Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN), yaitu dewan yang telah berwenang mengeluarkan dan mengawasi penerapan fatwa-fatwa atau jenis kegiatan serta produk dan jasa keuangan pada bank syariah.

Bank syariah memainkan peranan yang sangat penting sebagai fasilitator pada aktivitas ekonomi dalam ekosistem pada industri yang halal. Bank syariah merupakan penggabungan antara Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah lalu menjadi satu entitas. Dengan penggabungan tersebutlah menyatukan

suatu kelebihan sehingga menghadirkan layanan yang lengkap, jangkauan yang luas dan kapasitas permodalan yang halal.

Indikator pertumbuhan industri perbankan syariah yang bisa dilihat dari besarnya asset yang dimiliki oleh bank umum syariah ataupun juga unit usaha syariah yang tersebar di Indonesia. Maka di berlakukannya Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 Pasal 1 yang berbunyi “Perbankan Syariah merupakan segala sesuatu yang menyangkut bank syariah dan unit usaha syariah, dengan mencakup kegiatan usaha, kelembagaan serta cara proses dalam melaksanakan kegiatan dalam usahanya”.

Dalam mengantisipasi kebutuhan masyarakat secara luas serta memberikan keamanan dan kenyamanan dalam bertransaksi pada perbankan, lahirnya bank syariah menjadi salah satu solusi untuk menambah kepercayaan masyarakat sekitar terhadap aktivitas perbankan khususnya di negara Indonesia (Wahyuni, 2022). Pertumbuhan perbankan syariah mulai meningkat dari tahun ke tahun termasuk di masa pandemi. Berikut merupakan data pertumbuhan aset perbankan syariah dari tahun 2017-2021:

Tabel 1.1
Pertumbuhan Aset Perbankan Syariah Indonesia Tahun 2017-2021

Tahun	Pertumbuhan asset
2017	18,97%
2018	12,57%
2019	9,93%
2020	13,11%
2021	13,94%

Sumber: Statistik Perbankan Syariah Indonesia, 2022

Mencermati data pertumbuhan perbankan syariah pada tabel 1.1, menunjukkan bahwa perbankan syariah mampu tumbuh dan berkembang di

tengah keadaan ekonomi yang sulit di masa pandemi. Akan tetapi, kontribusi dari perbankan syariah masih terbilang kecil daripada perbankan nasional. Berikut merupakan presentase kontribusi industri keuangan syariah tahun 2021:

Tabel 1.2
Landscape Keuangan Syariah Indonesia tahun 2021

Aset Keuangan Syariah	Market Share terhadap Aset Keuangan Syariah	Market Share terhadap Keuangan Nasional	Aset (Triliun Rp)
Perbankan Syariah Bank Umum Syariah (BUS) Unit Usaha Syariah (UUS) Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)	33,83%	6,74%	693,80
IKNB Syariah Asuransi, Perusahaan Pembiayaan, Modal Ventura, Dana Pensiun dan lainnya.	5,90%	4,25%	120,81
Pasar Modal Syariah Manajemen Investasi Syariah, Unit Investasi Syariah Sukuk Negara, Sukuk Korporasi, Reksadana Syariah, dan lainnya.	60,27%	17,37%	1.235,83
Total	100%	10,16%	2.050,44

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (OJK), 2022

Berdasarkan tabel 1.2, menunjukkan bahwa kontribusi perbankan syariah di Indonesia masih sebesar 6,74% terhadap keuangan nasional sehingga dapat diartikan 93,26% merupakan kontribusi dari perbankan konvensional. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat masih cenderung memilih menggunakan perbankan konvensional. Angka tersebut belum menguasai pangsa pasar dengan penduduk Indonesia yang mayoritas muslim. Sesuai dengan laporan

The Royal Islamic Strategic Studies Centre (RISSC) atau MABDA bertajuk *The Muslim 500* edisi 2022 yang menyatakan bahwa Indonesia menjadi negara dengan populasi muslim terbesar di dunia dengan 231,06 juta penduduk yang beragama islam.

Peluang berkembangnya bank syariah di Indonesia sangatlah besar. Dengan fakta mengenai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, seharusnya banyak masyarakat yang menggunakan jasa perbankan syariah. Namun kenyataannya masih banyak masyarakat muslim yang belum menggunakan jasa lembaga perbankan syariah dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi industri perbankan syariah untuk mencari faktor-faktor yang dapat membuat masyarakat tertarik dan menggunakan jasa perbankan syariah.

Terdapat variabel yang menjadi alat pertimbangan konsumen untuk memilih menggunakan jasa perbankan syariah, salah satunya yaitu atribut produk islami. Kotler dan Amstrong (2016 : 253) menyebutkan atribut produk merupakan sebuah manfaat yang akan ditawarkan. Selanjutnya mafaat tersebut di komunikasikan atau disampaikan melalui kualitas, fitur, gaya dan desain produk. Oleh karena itu, atribut produk adalah titik tolak penilaian bagi konsumen tentang terpenuhi ataupun tidak dengan kebutuhan konsumen yang diharapkan dari suatu produk tersebut. Sehingga pembeda dari bank syariah dengan bank konvensional adalah atribut produk yang ada pada bank syariah.

Selain kualitas pelayanan dan atribut produk yang harus diperhatikan, religiusitas juga harus diungkap dimana muamalah merupakan tatanan hidup

sosial bagi semua umat dimuka bumi ini tanpa memandang agama , sosial, dan sebagainya. Aspek muamalah tersebut mencakup beberapa hal diantaranya politik islami, ekonomi islami, budaya islami serta hukum islami. Salah satu aspek yang harus diperhatikan juga agar bisa menjalani kehidupan yang islami secara *kaffah* yang harus berdasarkan dengan syariat Islam. Religiusitas adalah salah satu kekuatan budaya sangat penting karena berpengaruh besar terhadap perilaku dan karakter manusia (Zamani-Farahani et al., 2012: 814).

Gambar 1.1
Nasabah Bsi Pada Trisemester Ke 3



Sumber: Bank Syariah Indonesia Cabang Kudus, 2023

Berdasarkan pada data jumlah nasabah BSI pada trisemester ke 3 dapat diketahui bahwa pada bulan September hingga Desember mengalami peningkatan, namun jumlah peningkatan yang ada hanya sedikit kurang dari 10% hal ini tentunya menjadi permasalahan bagi BSI cabang kudus karena rendahnya peningkatan jumlah nasabah BSI.

Rendahnya peningkatan jumlah nasabah disebabkan karena masih banyaknya masyarakat yang enggan untuk menggunakan tabungan transaksi BSI khususnya masyarakat muslim yang ada di Kudus, dengan jumlah penduduk muslim di Kudus yang banyak tetapi masih sedikit yang menjadi nasabah BSI.

Tabel 1.3
Jumlah Penduduk Menurut Agama di Kabupaten Kudus 2020

Tahun	Islam	Protestan	Katolik	Hindu	Budha
2020	847 394	12 357	4 989	18	929

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Kudus, 2022

Dalam tabel 1.4 menunjukkan bahwa penduduk di Kota Kudus paling banyak adalah beragama Islam hal ini tentunya menunjukkan nilai religiusitas masyarakat Kudus tinggi namun masyarakat yang menjadi nasabah BSI masih sedikit dibandingkan dengan nasabah bank konvensional. Seharusnya dalam hal ini banyak masyarakat yang menggunakan jasa perbankan syariah dalam mengelola keuangannya. Selain itu didukung dengan adanya data perbandingan inklusi tahun 2022 dan 2023 dapat memperkuat penyebab sedikitnya peningkatan jumlah nasabah BSI KC Kudus data tersebut dapat dilihat pada tabel 1.4 sebagai berikut:

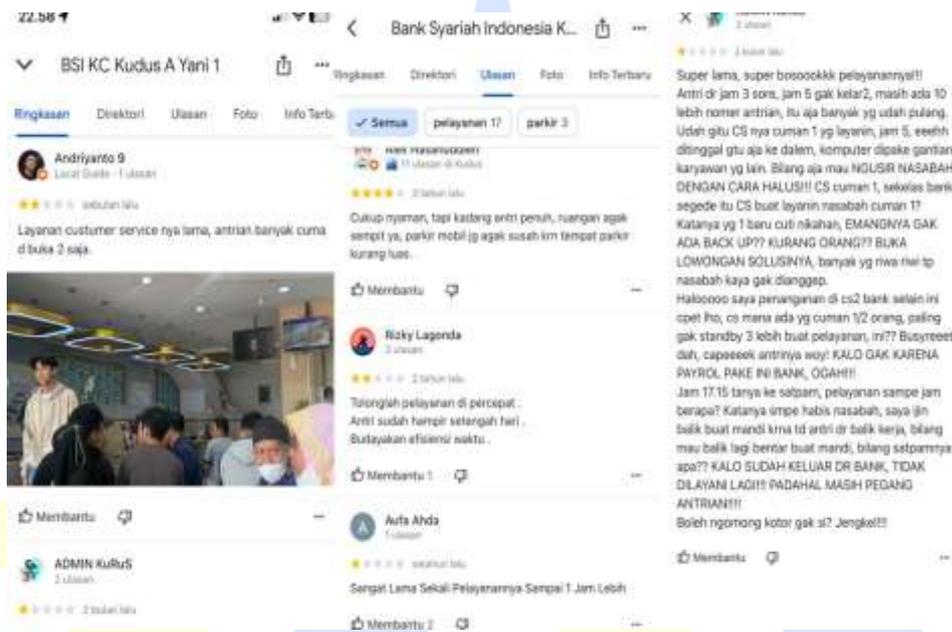
Tabel 1.4
Perbandingan Indeks Inklusi Bank Konvensional dan Bank Syariah di Indonesia

Tahun	Bank Konvensional	Bank Syariah
2022	78,4%	8,7%
2023	74,32%	11,12%

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, 2023.

Dapat dilihat dari tabel 1.5 mengenai tingkat inklusi keuangan konvensional dan syariah. Hasil yang diperoleh menunjukkan adanya peningkatan indeks pada inklusi pada keuangan syariah Indonesia dari 8,7 % di tahun 2022 menjadi

11,12% di tahun 2023. Yang berarti bahwa penduduk yang menggunakan produk dan juga layanan jasa keuangan syariah masih terbilang sangat sedikit. Hal ini terbukti bahwa tingkat inklusi pada keuangan syariah masih terbilang sangat rendah dibandingkan keuangan pada konvensional.



Gambar 1.2
Rating dan Ulasan Bank Syariah Indonesia KC Kudus

Loyalitas pelanggan terbentuk adanya kepuasan pelanggan namun faktanya Berdasarkan rating dan ulasan para nasabah mengenai kualitas layanan Bank Syariah Indonesia cabang Kudus, para pegawai masih dinilai lama dalam memberikan pelayanan kepada nasabah, karena hal tersebut dapat dibuktikan dengan banyaknya antrian yang lama dan panjang. Yang seharusnya lamanya antrian maksimal 10 menit sesuai SOP namun dengan apa yang terjadi saat itu sampai menunggu berjam-jam hal ini memicu munculnya rating dengan ulasan yang buruk terkait pelayanan di Bank Syariah Indonesia cabang Kudus, akibat lamanya antrian pelayanan pada BSI sehingga menyebabkan menurunnya kepuasan

nasabah jika kepuasan nasabah menurun maka akan berdampak pada menurunnya loyalitas nasabah. Hal ini tentunya menjadi permasalahan bagi BSI KC Kudus.

Hasil penelitian terdahulu yang meneliti tentang kualitas pelayanan islami terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah memiliki hasil yang berbeda antar peneliti. Penelitian yang dilakukan oleh Perdana (2020) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan islami mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, hal ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan islami ditingkatkan maka akan meningkatkan kepuasan terhadap nasabah bank syariah. Penelitian tersebut didukung Ahmad Fida kk, (2020) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah. Namun penelitian yang dilakukan oleh Raziq Aulia dan Hafasnuddin (2021) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Hasil penelitian yang meneliti tentang atribut produk islami terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah memiliki hasil yang berbeda. Penelitian yang dilakukan oleh Aziza (2020) menunjukkan bahwa atribut produk melalui kepuasan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah. Sitinjak (2020) menunjukkan bahwa atribut produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah. Ahmed dkk, (2019) menunjukkan bahwa atribut produk berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah. Namun penelitian yang dilakukan oleh Harun (2019) menunjukkan bahwa atribut produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap

kepuasan pelanggan, tetapi atribut produk pada penelitian ini menunjukkan bahwa atribut produk positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Penelitian yang dilakukan oleh Sahputra dan Allamah .H. (2022) menunjukkan bahwa religiusitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Raziq Aulia dan Hafasnuddin (2021) menunjukkan bahwa religiusitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Namun penelitian yang dilakukan oleh Ahmed dkk, (2022) menunjukkan bahwa religiusitas memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. Makrifah dan Yudha .T. (2022) menunjukkan bahwa religiusitas menunjukkan hasil negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Berdasarkan paparan pada latar belakang yang telah dijelaskan, pada penelitian ini memiliki perbedaan dasar dengan peneliti terdahulu dan peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian lebih lanjut di BSI Syariah Cabang Kudus dengan judul penelitian **“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami, Atribut Produk dan Religiusitas Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Kudus”**

Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup dalam penelitian ini, meliputi obyek pada BSI cabang Kudus sebagai berikut ini:

2.1 Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini ada dua variabel yaitu :

Variabel Eksogen adalah kualitas pelayanan islami, atribut produk dan religiusitas.

Variabel Endogen adalah kepuasan nasabah, serta Variabel Intervening yaitu loyalitas nasabah.

2.2 Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah Bank Syariah Indonesia Cabang Kudus.

2.3 Subjek Penelitian

Subjek pada penelitian ini adalah Nasabah kredit dan tabungan di Bank Syariah Indonesia Cabang Kudus yang berjumlah 174 nasabah.

2.4 Periode Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama 1 bulan pada bulan Agustus – September 2023.

Perumusan Masalah

Dari uraian latar belakang yang telah dipaparkan, maka penulis mengemukakan identifikasi masalah pada penelitian ini diantaranya:

1. Kualitas pelayanan yang dilakukan oleh pegawai Bank Syariah Cabang Kudus menurut beberapa nasabah dinilai kurang baik, sehingga terkesan mengecewakan dan kurang memuaskan para nasabahnya, hal ini dapat dilihat pada gambar 1.1
2. Rendahnya tingkat inklusi pada keuangan syariah yang membuat masyarakat masih banyak yang menggunakan fitur produk di bank konvensional, dapat dilihat pada tabel 1.5

3. Banyaknya masyarakat yang beragama Islam di Kudus belum pasti menjadi calon nasabah Bank Syariah Indonesia. Dari tabel 1.4 tersebut dapat diketahui bahwa hanya ada 4,3% nasabah dari total keseluruhan penduduk muslim di kota Kudus. hal ini bisa terjadi karena setiap orang memiliki tingkat religiusitas yang berbeda-beda.
4. Berdasarkan data jumlah nasabah BSI di kota Kudus pada tri semester ke 3 mengalami peningkatan namun rendah atau kurang dari 10%, dapat dilihat pada tabel 1.4
5. Berdasarkan ulasan nasabah pada gambar 1.1 pelayanan yang diberikan kurang maksimal hal ini ditandai dengan banyak nasabah yang antri lama untuk mendapatkan pelayanan, hal ini menyebabkan menurunnya kepuasan pelanggan sehingga berdampak pada menurunnya loyalitas pelanggan.

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi permasalahan yang telah diuraikan, maka di susun sebuah pertanyaan penelitian berikut ini :

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan islami terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia cabang Kudus?
2. Bagaimana pengaruh atribut produk islami terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia cabang Kudus?
3. Bagaimana pengaruh religiusitas terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia cabang Kudus?
4. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Indonesia cabang Kudus?

5. Bagaimana pengaruh atribut produk islami terhadap loyalitas nasabah di Bank syariah Indonesia cabang Kudus?
6. Bagaimana pengaruh religiusitas terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Indonesia cabang Kudus?
7. Bagaimana pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Indonesia cabang Kudus?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan berikut:

1. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan islami berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia cabang Kudus
2. Menganalisis pengaruh atribut produk islami berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia cabang Kudus
3. Menganalisis pengaruh religiusitas berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia cabang Kudus
4. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Indonesia cabang Kudus
5. Menganalisis pengaruh atribut produk islami berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di Bank syariah Indonesia cabang Kudus
6. Menganalisis pengaruh religiusitas berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Indonesia cabang Kudus
7. Menganalisis pengaruh kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Indonesia cabang Kudus

Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini tentunya memiliki kegunaan yang dicapai serta diharapkan dapat memberi manfaat kepada berbagai pihak diantaranya:

1. **Kegunaan Teoritis**

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi tambahan informasi, masukan serta tambahan pengetahuan dan pemahaman tentang peran pelayanan islami, atribut produk, religiusitas, kepuasan dan loyalitas nasabah. Selain itu peneliti juga bisa memberikan kontribusi pemikiran bagi peneliti selanjutnya.

2. **Kegunaan Praktis**

Sebagai bahan informasi yang memberi nilai keputusan serta sebagai bahan untuk koreksi bagi perusahaan mengenai tentang kualitas pelayanan islami, atribut produk, religiusitas terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia cabang Kudus.