

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan pertumbuhan dan perkembangan perekonomian di Indonesia, perbankan dalam kehidupan suatu negara merupakan salah satu agen pembangunan (*agent of development*). Hal ini dikarenakan adanya fungsi utama dari perbankan itu sendiri yaitu sebagai lembaga yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kembali kemasyarakat dalam bentuk kredit atau pembiayaan. Fungsi inilah yang lazim disebut sebagai intermediasi keuangan (*financial intermediary function*). Kemudian fungsi utama perbankan diarahkan untuk meningkatkan nilai tambah ekonomi. Sedemikian strategisnya, peranan bank dalam pembangunan perekonomian negara, sehingga setiap negara berusaha menciptakan suatu sistem perbankan yang sehat dan dapat memelihara kepercayaan masyarakat (Anshori, 2008).

Perbankan syariah merupakan salah satu lembaga keuangan penyedia jasa keuangan bagi masyarakat dimana seluruh aktivitasnya dijalankan berdasarkan prinsip – prinsip dan hukum Islam yang bersumber dari Al – Qur'an dan Hadits. Maraknya perkembangan perbankan syariah di Indonesia yang tidak berbasis bunga, melahirkan begitu banyak para investor dan nasabah dengan berbagai penghimpunan dana (Mansur, 2009). Bank syariah menjadi tempat untuk menghimpun dan menyalurkan dana bagi masyarakat yang mempunyai misi berlandaskan keadilan, kejujuran, kemanfaatan, kebersamaan yang sesuai dengan syariah (Soemitra, 2009). Namun, fakta yang terjadi masih banyak dari sebagian masyarakat yang belum memahami prinsip – prinsip pada bank syariah serta produk – produk didalamnya. Hal tersebut menimbulkan keraguan atas prinsip – prinsip syariah yang ada didalam bank syariah.

Perkembangan bank syariah di Indonesia semakin pesat dan mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Oleh sebab itu, pemerintah mengeluarkan UU No.7 Tahun 1992 tentang perbankan syariah, yang menjadi tonggak berdirinya serta beroperasinya bank syariah di Indonesia. Sehingga menetapkan sistem

perbankan di Indonesia menganut *Dual Banking System*, yaitu perbankan konvensional dan perbankan syariah. Kemudian Undang-undang No.10 tahun 1998, guna memberikan landasan hukum yang lebih jelas bagi operasional perbankan syariah.

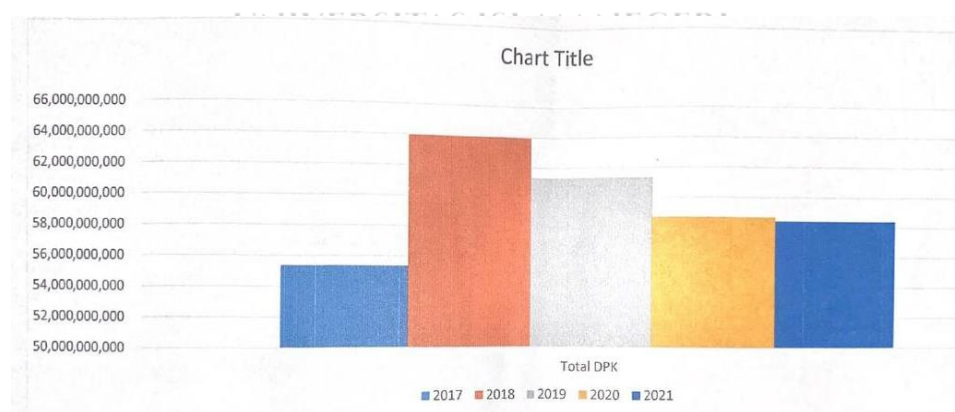
Dengan berkembangnya bisnis jasa perbankan syariah secara terus – menerus, membuat persaingan dalam dunia perbankan syariah semakin ketat terutama bagi usaha yang sasaran segmen pasarnya serupa. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya bank syariah yang berdiri di Indonesia. Timbulnya tingkat persaingan dalam bank syariah ditandai dengan maraknya produk dan jasa yang ditawarkan dalam bank syariah (Kasmir, 2003). Sehingga suatu bank syariah harus mampu menciptakan suatu keunggulan dibandingkan dengan para pesaing.

Loyalitas adalah salah satu tolak ukur perusahaan dalam imbalan. Loyalitas nasabah merupakan komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai dimasa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih. Dengan terciptanya loyalitas konsumen dalam suatu bank, maka bank tersebut dapat dikatakan berhasil. Karena loyalitas nasabah merupakan wujud nyata dari keberhasilan dari suatu perusahaan jasa dalam menjalankan segala kegiatannya.

Menurut (Euis et al., 2017) loyalitas nasabah adalah komitmen yang tinggi untuk membeli kembali suatu produk atau jasa yang disukai di masa mendatang, pengaruh situasi dan usaha pemasar dalam merubah perilaku. Dengan kata lain nasabah akan setia untuk melakukan pembelian ulang secara terus-menerus. Untuk mempertahankan loyalitas nasabah tidak hanya dibutuhkan kepuasan, melainkan lebih dari itu adalah kepercayaan nasabah yang merupakan kunci dari *relationship marketing*. Sementara (Kotler, 2000) berpendapat bahwa pelanggan yang loyal merupakan peluang untuk mendapatkan pelanggan baru. Mempertahankan semua pelanggan yang ada umumnya akan lebih menguntungkan dibandingkan dengan pergantian pelanggan karena biaya untuk menarik pelanggan baru bisa lima kali lipat dari biaya mempertahankan seorang pelanggan yang sudah ada.

Bank Sumut merupakan sebuah bank pembangunan daerah bersifat devisa didirikan pada tanggal 4 November 1961. Bank Sumut dibentuk dengan status Perseroan Terbatas. Dalam upaya mewujudkan visinya, PT. Bank Sumut telah mewujudkan untuk mengembangkan layanan perbankan berdasarkan prinsip syariah. PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Karya mendapat izin usaha pada tanggal 27 Desember 2010 dari Bank Indonesia untuk berdasarkan surat keputusan Direksi PT. Bank Sumut Nomor 645/Dir/DPr-PP/SK/2010. PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Karya beralamat di Jalan Karya Nomor 126 E, Kelurahan Karang Berombak, Kecamatan Medan Barat. Lokasi tersebut merupakan lokasi yang strategis yang menjadi sasaran untuk menghimpun dana. Karena daerah tersebut berada ditengah kota yang banyak para pedagang maupun pengusaha kecil. Sehingga proses menghimpun dana dapat berkembang pesat.

Namun faktanya total produk himpunan dana atau Dana Pihak Ketiga (DPK) pada Bank Sumut Syariah KCP Karya mengalami fluktuasi dari tahun 2017 – 2021. Keadaan naik turunnya total DPK tersebut didominasi dapat menurunkan loyalitas pelanggan, karena salah satu indikator loyalitas dalam bank syariah melakukan pembelian ulang secara teratur. Artinya terus menggunakan produk tabungan pada bank dan menambah jumlah tabungan. Hal ini dapat dilihat dari gambar diagram berikut:



Gambar1. 1

Diagram Total Dana Pihak Ketiga (DPK)

Jika dilihat dari total DPK dari tahun 2021, Bank Sumut Syariah KCP Karya Medan mengalami penurunan penghimpunan dana pada akhir 2021. Dana yang semula pada tahun 2020 senilai Rp.58.600.000 menjadi Rp.58.400.000 pada akhir tahun 2021. Hal tersebut juga serupa pada tahun 2019 yang semula pada tahun tersebut total DPK senilai Rp. 61.300.000 turun di tahun 2020 menjadi Rp. 58.600.000 Kemudian penurunan juga terjadi di tahun 2018 yang semula total DPK senilai Rp.64.000.000 menjadi Rp.61.300.000 di akhir tahun 2019. Namun pada tahun 2017 ke tahun 2018 mengalami peningkatan yang cukup banyak yang semula pada tahun 2017 senilai Rp. 55.000.000 menjadi Rp. 64.000.000. Hal tersebut juga bisa dilihat persentase kenaikan jumlah nasabah pada tabel 1.1, yaitu tahun 2017 ke tahun 2018 juga memiliki persentase kenaikan sebesar 10,4%. Terjadinya penurunan jumlah dana pihak ketiga tersebut disebabkan nasabah tidak menabung secara berkesinambungan, artinya loyalitas nasabah menurun pada tahun 2017 - 2021 .

Customer value (nilai nasabah) merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah. Nilai nasabah merupakan alat strategi fundamental aktivitas pemasaran dalam menjaga nasabahnya dengan cara pemberian nilai yang tinggi yang dapat menciptakan persaingan. Berbagai cara yang dilakukan oleh bank agar tetap memberikan kepuasan nasabahnya sehingga nasabah tetap loyal. Oleh sebab itu, sebuah bank dikatakan mempunyai nilai yang tinggi dimata nasabah apabila mampu memberikan kualitas layanan, manfaat dan pengorbanan semaksimal mungkin kepada nasabah. Bank Sumut KCP Karya Medan selalu berusaha meningkatkan kualitas pelayanan dan keunggulan produknya kepada nasabah, agar nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan sehingga nilai nasabah positif terhadap bank. Namun berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu karyawan bank yaitu bagian *customer service*, persepsi negatif dari beberapa nasabah pada Bank Sumut Syariah KCP Karya tetap masih ada, diantaranya: Pelayanan penggunaan ATM kadang lambat dalam bertransaksi , ATM Bank Sumut Syariah sering mengalami crash dan gangguan (*offline*), Antrian bertransaksi di teller (*costumer*) yang cukup memakan waktu lama, Sulit untuk menghubungi *costumer relationship marketing* apabila ada

permasalahan yang berkaitan dengan pelayanan dan Lambatnya waktu penanganan yang menjadikan keluhan. Pandangan tersebut memberikan penilaian negatif nasabah terhadap kualitas Bank Sumut Syariah KCP Karya Medan.

Menurut (Mutafarida, 2018) menyatakan nilai pelanggan (*customer value*) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Pernyataan tersebut berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Hasan (2014) yang menyatakan bahwa nilai pelanggan terhadap loyalitas menunjukkan pengaruh positif dan tidak signifikan antara nilai pelanggan terhadap loyalitas.

Kepuasan nasabah merupakan hal pokok yang tidak boleh diabaikan bagi suatu perusahaan yang bergerak dibidang jasa perbankan. Karena kepuasan nasabah merupakan aspek penting untuk mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas, sehingga pelayanan yang bermutu bagi nasabah perlu ditingkatkan. Peningkatan kualitas pelayanan kepada para nasabah adalah hal penting dalam upaya meningkatkan kepuasan nasabah. Hal tersebut sangat penting karena mengingat peranan nasabah yang sangat besar dalam kontribusi pendapatan secara langsung maupun secara tidak langsung untuk mendukung eksistensi perusahaan.

Menurut (Restuti et al, 2017) menyatakan bahwa kepuasan nasabah ditentukan oleh kualitas produk dan layanan yang dikehendaki nasabah sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi bank. Kepuasan nasabah harus disertai dengan loyalitas nasabah. Kepuasan nasabah menyangkut apa yang diungkapkan oleh nasabah tentang persepsi dan harapannya terhadap layanan perbankan yang diperoleh dari bank. Sedangkan loyalitas berkaitan dengan apa yang dilakukan nasabah setelah berinteraksi dalam suatu proses layanan perbankan. Konsep ini menyiratkan bahwa kepuasan nasabah saja tidaklah cukup, karena puas atau tidak hanyalah salah satu bentuk emosi. Pelanggan merasa puas jika kebutuhannya selalu dilayani dengan baik, dengan kepuasan pelanggan akan memberikan pengaruh kepada produk yang ditawarkan atau yang sedang digunakan sehingga dapat meningkatkan jumlah nasabah.

Kepatuhan Syariah (*Shariah Compliance*) merupakan syarat mutlak yang harus dipenuhi oleh lembaga keuangan yang menjalankan kegiatan usaha

berdasarkan prinsip syariah khususnya bank syariah. pengungkapan kepatuhan syariah *Shariah compliance* terhadap Dana Pihak Ketiga dalam laporan keuangan bank syariah di Indonesia masih relatif rendah. Hal tersebut dikarenakan kepercayaan akuntan dan manajer bank syariah terhadap penggunaan praktik pengungkapan kepatuhan syariah terhadap prinsip-prinsip syariah masih rendah. Sehingga menyebabkan terjadinya berbagai tindakan penipuan atau kecurangan yang dilakukan baik oleh pihak internal maupun eksternal bank yang bersangkutan. Oleh karena itu perlu diterapkan tata kelola yang sesuai dengan prinsip syariah (*Islamic Corporate Governance*). Hasil ini didukung oleh penelitian Junusi (2017) yang menyatakan bahwa rendahnya kepatuhan dengan prinsip syariah memberikan peluang terjadinya penipuan di bank syariah.

Berdasarkan berita yang dilansir oleh Kompasiana.com pada Bulan Maret tahun 2017 terjadi skandal pembiayaan Pertambangan fiktif senilai Rp.100 milyar di Bank Syariah Lain. Pada tahun 2018, Bank Islam milik Badan Usaha milik Negara yaitu Bank Mandiri Syariah diduga menyalurkan pembiayaan fiktif yang berpotensi menimbulkan kerugian negara. Kasus ini membuktikan bahwa tidak ada jaminan bahwa lembaga syariah, bebas dari penipuan. Setiap organisasi berisiko mengalami penipuan dalam segala bentuknya. Jika satu bank mengalami kejatuhan dikhawatirkan akan berimbas ke bank lain, kegagalan bank berganda dikenal dengan istilah *bank panic*, dimana para deposan atau penabung dalam kondisi panik akan menarik depositonya karena kegagalan bank.

Berdasarkan fenomena tersebut menimbulkan permasalahan tentang dipertanyakan *shariah compliance* pada setiap bank syariah. Maka dari itu untuk menjaga kemurnian dari bank syariah setiap bank syariah ada Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang bertugas mengawasi jalannya sebuah lembaga keuangan berdasarkan prinsip syariah. Dewan Pengawas Syariah adalah salah satu sistem pemantauan utama yang dikembangkan oleh bank syariah untuk menjamin ketaatan *stakeholder* dalam aturan – aturan syariah. Dimana peran pengawas syariah di Indonesia mengatasi produk – produk perbankan agar sesuai prinsip syariah. Dengan adanya Dewan Pengawas Syariah kepercayaan masyarakat

terhadap produk bank syariah dapat terjaga sehingga menghindarkan persepsi negatif dari nasabah agar loyalitas nasabah juga meningkat.

Penerapan *shariah compliance* pada bank syariah pada saat ini menimbulkan beragam persepsi, baik negatif maupun yang positif. Hal ini selaras dengan penelitian Ariani (2007) di Medan yang menyebutkan bahwa persepsi masyarakat Makassar dan Medan terhadap Bank syariah beragam karena masyarakat memilih Bank Syariah berdasarkan referensi dan pelayanan. Menurut Arifianti (2016) menyatakan bahwa variabel prinsip kepatuhan syariah berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BRI Syariah di Surabaya. Penelitian tersebut sejalan dengan penelitian Wigawati (2018) yang menyatakan bahwa *shariah compliance* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan menurut Rachmawati (2019) menyatakan bahwa variabel kepatuhan syariah tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah

Berdasarkan uraian pemaparan diatas peneliti tertarik untuk menganalisis **“Pengaruh *Customer value* dan *Shariah compliance* terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Sumut Syariah KCP Karya Medan)”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Timbulnya tingkat persaingan dalam bank syariah ditandai dengan maraknya produk dan jasa yang ditawarkan dalam bank syariah. Sehingga suatu bank syariah harus mampu menciptakan suatu keunggulan dibandingkan dengan para pesaing, agar loyalitas pada bank dapat terjaga.
2. Total Dana Pihak Ketiga (DPK) pada Bank Sumut Syariah KCP Karya Medan mengalami fluktuasi.
3. Masih terdapat persepsi negatif atau penilaian negatif beberapa nasabah mengenai kualitas pada Bank Sumut Syariah KCP Karya Medan. Sehingga nasabah merasa kurang puas terhadap pelayanan bank.

4. Adanya tindakan kecurangan (*fraud*) yang dilakukan bank syariah lain, dapat berimbas pada bank syariah lain. Sehingga Bank Sumut KCP karya mampu menerapkan *shariah compliance* sesuai dengan prinsip syariah. Adanya Dewan Pengawas Syariah pada bank diharapkan mampu menjamin ketaatan *stakeholder* dalam aturan – aturan syariah.

C. Pembatasan Masalah

Untuk memfokuskan penulisan dalam menganalisis, penulis menyampaikan batasan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Objek dari penelitian ini adalah PT. Bank Sumut Syariah KCP Karya Medan.
2. Subjek dari penelitian ini yaitu nasabah *funding* pada PT. Bank Sumut Syariah KCP Karya Medan.
3. Dalam penelitian ini dibatasi pada variabel bebas yaitu *Customer value* (X1), *Shariah compliance* (X2) setelah itu variabel terikat yaitu Loyalitas (Y), dan variabel intervening yaitu Kepuasan (Z).

D. Rumusan Masalah

Dari uraian di atas, maka pokok permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh *customer value* terhadap loyalitas nasabah di Bank Sumut Syariah KCP Karya Medan?
2. Apakah terdapat pengaruh *shariah compliance* terhadap loyalitas nasabah di Bank Sumut Syariah KCP Karya Medan?
3. Apakah terdapat pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah di Bank Sumut Syariah KCP Karya Medan?
4. Apakah terdapat pengaruh *customer value* terhadap kepuasan nasabah di Bank Sumut Syariah KCP Karya Medan?
5. Apakah terdapat pengaruh *shariah compliance* terhadap kepuasan nasabah di Bank Sumut Syariah KCP Karya Medan?
6. Apakah terdapat pengaruh *customer value* terhadap loyalitas melalui kepuasan sebagai variabel intervening di Bank Sumut Syariah KCP Karya Medan?

7. Apakah terdapat pengaruh *shariah compliance* terhadap loyalitas melalui kepuasan sebagai variabel intervening di Bank Sumut Syariah KCP Karya Medan?
8. Apakah terdapat pengaruh secara simultan *customer value* dan *shariah compliance* terhadap loyalitas nasabah di Bank Sumut Syariah KCP Karya Medan?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *customer value* terhadap loyalitas nasabah di Bank Sumut Syariah KCP Karya Medan.
2. Untuk mengetahui pengaruh *shariah compliance* terhadap loyalitas nasabah di Bank Bank Sumut Syariah KCP Karya Medan.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah di Bank Sumut Syariah KCP Karya Medan.
4. Untuk mengetahui pengaruh *customer value* terhadap kepuasan nasabah di Bank Sumut Syariah KCP Karya Medan
5. Untuk mengetahui pengaruh *shariah compliance* terhadap kepuasan nasabah di Bank Bank Sumut Syariah KCP Karya Medan.
6. Untuk mengetahui pengaruh *customer value* terhadap loyalitas melalui kepuasan sebagai variabel intervening di Bank Sumut Syariah KCP Karya Medan.
7. Untuk mengetahui pengaruh *shariah compliance* terhadap loyalitas melalui sebagai variabel intervening di Bank Sumut Syariah KCP Karya Medan.
8. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan *customer value* dan *shariah compliance* terhadap loyalitas nasabah di Bank Sumut Syariah KCP Karya Medan.

F. Manfaat Penelitian

Setelah penelitian ini selesai dilakukan, diharapkan dapat memberikan

manfaat bagi banyak pihak, diantaranya:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat meperluas pengetahuan peneliti dan menambah bahan referensi berdasarkan pada teori dan disiplin ilmu yang telah di dapat pada bangku perkuliahan. Serta sebagai tugas akhir untuk mencapai gelar sarjana (SE) Prodi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

2. Bagi Perbankan

Sebagai sumbangan pemikiran, saran dan informasi untuk merencanakan strategi perbankan dalam menarik dan mempertahankan nasabah sehingga nasabah tetap loyal.

3. Bagi Akademisi

Sebagai bahan uji perbandingan penelitian selanjutnya, sehingga dapat menyempurnakan dan memperkaya ilmu pengetahuan bagi pembaca, dan menjadikan bahan referensi yang berkaitan dengan pengaruh *customer value dan shariah compliance* terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan.

4. Bagi Masyarakat

Sebagai bahan untuk meningkatkan wawasan mengenai perbankan syariah. Serta sebagai bahan pertimbangan untuk memilih dan menggunakan bank syariah.

5. Bagi Pemerintah

Sebagai sumber informasi perkembangan bank syariah, serta sebagai bahan upaya pemerintah dalam meningkatkan sistem bank syariah.

6. Bagi Universitas

Sebagai sumber informasi dan bahan referensi untuk penelitian selanjutnya, dan menambah wawasan ilmu pengetahuan.