

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perbankan dapat diartikan sebagai salah satu badan usaha finansial yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan hidup masyarakat banyak. Lembaga perbankan di Indonesia terdiri atas Bank Sentral, Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat mengoptimalkan usahanya melalui teknologi informasi untuk dapat bertahan dan menang persaingan di pasar global.<sup>1</sup>

Bank Syariah merupakan salah satu lembaga keuangan yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah atau hukum syariah Islam. Bank syariah merupakan salah satu lembaga yang mempunyai tugas untuk memberikan pelayanan jasa dalam lintas pembayaran serta peredaran uang yang dioperasikan sesuai dengan prinsip-prinsip hukum Islam yang ada. Penggunaan hukum Islam ini bertujuan untuk menunjang keberhasilan pembangunan nasional dalam rangka mencapai dan meningkatkan keadilan, kebersamaan dan pemerataan kesejahteraan masyarakat.<sup>2</sup>

Perbankan Syariah di Indonesia terus mengalami pertumbuhan setiap tahunnya. Menurut data OJK (Otoritas Jasa Keuangan) Desember 2017, terdapat 201 Bank Syariah yang terdiri dari 13 Bank Umum Syariah (BUS), 21 Unit Usaha Syariah (UUS), dan 167 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Dan akan mengalami pertumbuhan setiap tahunnya, dengan pertumbuhan yang sangat tinggi tidak menutup kemungkinan akan terjadi persaingan yang tinggi terhadap Lembaga Keuangan terutama Perbankan di Indonesia. Persaingan yang sangat ketat dibarengi semakin canggihnya teknologi serta perubahan selera nasabah akan mengakibatkan nasabah berpindah dari bank satu ke bank yang lain.

---

<sup>1</sup> Herman Darmawi, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), h.1.

<sup>2</sup> Muhammad, *Bank Syariah: Analisis, Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2005), h.78.

PT Bank Sumut memberikan kesempatan bagi bank konvensional untuk mendirikan Unit Usaha Syariah juga didasarkan pada kultur masyarakat Sumatera Utara yang religius, khususnya umat Islam yang semakin sadar akan pentingnya menjalankan ajarannya dalam semua aspek kehidupan, termasuk dalam bidang ekonomi. Komitmen untuk mendirikan Unit Usaha Syariah semakin menguat seiring dikeluarkannya fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan bahwa bunga haram. Tentunya, fatwa ini mendorong keinginan masyarakat muslim untuk mendapatkan layanan jasa-jasa perbankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah.

Dari hasil survey yang dilakukan di 8 (delapan) kota di Sumatera Utara, menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap pelayanan Bank Syariah cukup tinggi yaitu mencapai 70% untuk tingkat ketertarikan dan di atas 50% untuk keinginan mendapatkan pelayanan perbankan syariah. Atas dasar ini dan komitmen PT Bank Sumut terhadap pengembangan layanan Perbankan Syariah maka pada tanggal 04 November 2004 PT Bank Sumut membuka Unit Usaha Syariah dengan 2 (dua) Kantor Cabang Syariah yaitu Kantor Cabang Syariah Padang Sidempuan sesuai izin dari BI NO.6/DPIP/PRZ/Mdn tanggal 18 Oktober 2004.

Bank Sumut Unit Syariah merupakan salah satu bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah sesuai dengan izin pembukaan kantor Cabang Syariah Medan dan Padang Sidempuan No.5/142/PRZ/Mdn tanggal 28 Oktober 2005 diikuti dengan dibukanya Cabang Syariah Tebing Tinggi pada tanggal 26 Desember 2005 sesuai dengan izin operasional Bank Indonesia sesuai dengan surat Bank Indonesia Medan kepada Direksi PT Bank Sumut Syariah, kantor Cabang Pembantu dan Kantor Kas Bank Sumut.

Seiring berjalannya waktu dan zaman perkembangan teknologi informasi, telekomunikasi menyebabkan mulai munculnya aplikasi bisnis yang berbasis *Electronic Banking (E-Banking)*. *E-banking* adalah salah satu pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet, dan bukan merupakan bank yang hanya menyelenggarakan layanan perbankan melalui internet. *E-banking*

membuka paradigma baru, struktur baru dan strategi yang baru bagi retail bank, dimana bank menghadapi kesempatan dan tantangan yang baru. Adapun Keuntungan *e-banking* dapat digunakan kapan saja dan di mana saja. Hanya dengan menggunakan perintah melalui komputer dan/atau alat komunikasi yang digunakan, dapat langsung melakukan transaksi perbankan tanpa harus datang ke kantor bank atau ke ATM (*Automated Teller Machine*) (kecuali untuk ambil uang tunai).

*Electronic banking* bagi nasabah, menawarkan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi perbankan. Keuntungan dari menyediakan layanan *e-banking* bagi bank adalah bisa menjadi solusi murah pengembangan infrastruktur dibanding membuka outlet ATM. Tetapi *e-banking* juga membuka peluang timbulnya kejahatan menggunakan *e-banking*. Masalah keamanan dan kerahasiaan data-data pribadi maupun keuangan dalam *e-banking* seringkali dipertanyakan oleh nasabah sebelum mereka memutuskan untuk menggunakan *e-banking*. *E-banking* yang mampu meyakinkan nasabahnya akan keamanan dan kerahasiaan data-data nasabah akan memperoleh kepercayaan dari nasabah.

Menanggapi pelayanan *e-banking* ini, bank berusaha untuk meningkatkan dan menjaga kualitas pelayanan yang diberikan untuk menarik minat nasabah. kualitas dipandang sebagai salah satu alat untuk mencapai keunggulan kompetitif, karena kualitas merupakan salah satu faktor utama yang menentukan pemilihan produk dan jasa bagi nasabah. produk pelayanan *e-banking* yang ditawarkan ke nasabah bank merupakan standar di perbankan, bank merasa perlu meningkatkan pelayanan perbankan untuk membedakan diri dari pesaing pada kriteria lain yang dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas nasabah.

Dalam rangka memuaskan pelanggan, upaya meningkatkan kualitas pelayanan pada umumnya difokuskan dalam pengukuran keandalan, jaminan dan kepastian, wujud, empati, dan ketanggapan yang dimiliki oleh pegawai-pegawai bank tersebut dalam hal penyampaian jasa yang baik. Sehingga pada bagian ini, dimensi kualitas

pelayanan secara khusus akan diukur terhadap kepuasan dari nasabah sehingga menghasilkan loyalitas.<sup>3</sup>

Di samping *e-banking* dan kualitas pelayanan yang menjadi variabel untuk mengukur loyalitas nasabah, faktor komitmen keagamaan (*religious commitment*) juga memiliki andil dalam mengukur tingkat kelayakan nasabah. Komitmen keagamaan erat kaitannya dengan individu yang nantinya akan mendukung atau memperlemah tingkat kelayakan nasabah. Kontribusi komitmen keagamaan dalam pengaruh terhadap loyalitas nasabah perbankan syariah masih dapat diperdebatkan. Terdapat penelitian yang memperoleh kesimpulan bahwa variabel komitmen keagamaan tidak mempengaruhi loyalitas nasabah, diantara penelitian tersebut adalah penelitian Hidayat dkk (2015) dimana salah satu hasil penelitiannya menyatakan bahwa komitmen keagamaan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Namun, tidak sedikit peneliti yang memperoleh kesimpulan bahwa variabel komitmen keagamaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, diantara penelitian tersebut adalah penelitian Hidayat (2015) yang menyatakan bahwa komitmen keagamaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Tolak ukur keberhasilan bank salah satunya bergantung pada ketertarikan nasabah. Semakin banyak nasabah yang tertarik, maka semakin banyak dana yang terhimpun dan diputarkan kembali dengan meraih profitabilitas secara maksimal. Pada situasi dengan tingkat persaingan yang ketat nasabah seringkali tidak mempunyai loyalitas kepada suatu bank karena banyaknya tawaran yang diberikan kepada nasabah dan nasabah akan senantiasa memilih tawaran yang paling menguntungkan baginya. Pada industri perbankan, kesetiaan nasabah merupakan salah satu bukti bahwa

---

<sup>3</sup> Novita, Anggun Citra Dkk, 2016, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Dan Komunikasi Interpersonal Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt. Bank Sulutgo Cabang Utama Manado*, Manado: Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Volume 16, No. 01: 728-737

bank tersebut telah mampu bersaing dalam memberikan pelayanan prima pada setiap nasabah.<sup>4</sup>

Loyalitas nasabah sangat penting bagi bank yang menjaga kelangsungan usahanya. Nasabah yang setia adalah mereka yang sangat puas dengan produk dan pelayanan tertentu, sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkannya kepada siapapun yang mereka kenal. Selanjutnya pada tahap berikutnya nasabah yang loyal tersebut akan berkomitmen dan memperluas kesetiaan mereka pada produk-produk lain dari bank tersebut.<sup>5</sup>

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **‘Analisis Pengaruh E-Banking Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Di Perbankan Syariah Dengan Komitmen Keagamaan Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Sumut Syariah)’**.

## **B. Identifikasi Masalah**

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

1. Ada beberapa nasabah yang merasa kurang nyaman terhadap pelayanan di Bank Sumut Syariah.
2. Ada beberapa nasabah yang *compalin* karena sering terjadi eror pada sistem *e-banking*.
3. Berkurangnya loyalitas nasabah kurang lebih selama 1 tahun di Bank Sumut Syariah.

## **C. Batasan Masalah**

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

---

<sup>4</sup> Pinontoan, Wulan, 2013, *Pengaruh E-Banking, Kualitas Pelayanan, Kualitas Komunikasi Dan Kepercayaan Terhadaployalitas Nasabah Pad Apt Bank Mandiri Manado*, Manado, Jurnal EMBA Vol.1, No.4: 192-201

<sup>5</sup> Novita, Anggun Citra Dkk, 2016, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Dan Komunikasi Interpersonal Terhadap Loyalitas Nasabah Pata Pt. Bank Sulutgo Cabang Utama Manado*, Manado: Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Volume 16, No. 01: 728-737

1. Penelitian ini hanya meneliti tentang loyalitas nasabah pada Bank Sumut Syariah.
2. Adapun faktor yang digunakan dalam penelitian ini adalah *e-banking* dan kualitas pelayanan dengan komitmen keagamaan sebagai variabel moderating.
3. Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari-Februari 2022.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan Latar Belakang yang telah di uraikan maka rumusan masalah yang diambil adalah :

1. Apakah *e-banking* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank Sumut Syariah?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank Sumut Syariah?
3. Apakah *e-banking* dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah?
4. Apakah komitmen keagamaan memoderasi *e-banking* terhadap loyalitas nasabah pada Bank Sumut Syariah?
5. Bagaimana komitmen keagamaan memoderasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Sumut Syariah?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Adapun penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui pengaruh *e-banking* terhadap loyalitas nasabah pada Bank Sumut Syariah.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Sumut Syariah.
3. Untuk mengetahui komitmen keagamaan memoderasi pengaruh *e-banking* terhadap loyalitas nasabah pada Bank Sumut Syariah .
4. Untuk mengetahui komitmen keagamaan memoderasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Sumut Syariah.

## **F. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak seperti:

1. Bagi Peneliti, penelitian ini semoga dapat bermanfaat untuk mengembangkan, menerapkan serta melatih berfikir secara ilmiah sehingga dapat memperluas wawasan peneliti khususnya mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan komitmen keagamaan terhadap loyalitas nasabah Bank Sumut Syariah.
2. Bagi Bank Sumut Syariah, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai rujukan untuk memperbaiki tingkat kelayakan nasabah Bank Sumut Syariah.
3. Bagi peneliti lain, sebagai bahan masukan bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian sejenis dimasa yang akan datang.

