

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perbankan pada saat ini, khususnya bank umum merupakan inti sistem keuangan setiap negara. Bank memiliki usaha pokok berupa menghimpun dana dari pihak yang berlebihan dana untuk kemudian menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat yang kekurangan dana dalam jangka waktu tertentu. Kehadiran dan fungsi perbankan di Indonesia baik untuk masyarakat, industri besar, menengah atau bawah mempunyai peranan dan pengaruh yang sangat signifikan. Hal ini terjadi karena kebutuhan akan bank baik untuk penguatan modal atau penyimpanan uang oleh masyarakat sudah menjadi hal yang biasa.

Bank Konvensional merupakan bank yang telah berdiri lebih awal dibandingkan Bank Syariah di Indonesia dan memiliki fasilitas yang sudah tersebar luas di Indonesia. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, Konvensional berarti menurut apa yang sudah menjadi kebiasaan. Dari pengertian di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa Bank Konvensional merupakan bank yang menjalankan kegiatan usahanya dengan menerapkan metode bunga yang sudah ada terlebih dahulu dan sudah menjadi kebiasaan bank-bank pada masa lalu dalam meraih keuntungan dari aktivitas bisnisnya. Sedangkan Bank Syariah merupakan bank yang mengikuti sistem ekonomi Islam.

Pada bulan Februari 2020, Bank Syariah Indonesia (BSI) secara resmi mulai beroperasi setelah terjadi penggabungan (merger) antara tiga bank syariah nasional, yaitu Bank Syariah Mandiri, Bank BNI Syariah, dan Bank BRI Syariah. Keberadaan BSI telah mengubah lanskap perbankan syariah di Indonesia dan membentuk dua kutub kekuatan baru dalam ekonomi syariah di negara ini. Proses penggabungan ketiga bank syariah ini, yang melibatkan tahap-tahap seperti *due diligence*, penandatanganan akta penggabungan, penyampaian keterbukaan informasi, serta persetujuan izin operasional dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), secara signifikan menghasilkan konsolidasi nilai aset BSI hingga mencapai 239,56

triliun rupiah. Dengan demikian, BSI menjadi bank syariah dengan aset terbesar di Indonesia (Sri Mahargiyantie 2020).

Pendirian Bank Syariah pada awalnya tidak terlalu mendapat respon yang baik dari masyarakat karena belum mempunyai landasan hukum yang kuat. Pendirian Bank Syariah sendiri juga dilandasi dengan melihat kondisi negara Indonesia yang mempunyai penduduk yang mayoritas beragama Islam sehingga memungkinkan pasar Bank Syariah akan sebesar pasar Bank Konvensional namun hal itu memerlukan strategi yang baik untuk memasuki dunia perbankan dan menarik minat calon nasabah. Bank harus berkreasi dan berinovasi dalam mengetahui kebutuhan, keinginan, selera konsumen, perilaku beli mereka dan merancang produk untuk memenuhi kebutuhan tersebut secara lebih baik dari apa yang dilakukan kompetitor, serta mempengaruhi konsumen untuk membeli produknya berdasarkan perilaku mereka. Perkembangan perbankan di Indonesia telah menciptakan persaingan yang semakin sengit, sehingga perbankan dituntut untuk menunjukkan kinerja dan pelayanan yang lebih baik. Tingkat persaingan yang tinggi di industri perbankan saat ini mendorong para pelaku bisnis untuk selalu mengadakan produk atau layanan yang terbaik, sehingga perusahaan perlu memiliki faktor yang membedakan keunggulannya (Rahayu 2018).

Strategi pemasaran yang dilakukan bank syariah sama dengan yang dilakukan perusahaan lain yaitu untuk menarik minat nasabah agar bertransaksi di bank tersebut. Dengan menyediakan produk dan pelayanan yang berkualitas maka akan menciptakan kepercayaan nasabah. Kepercayaan yang tinggi, pelayanan berkualitas, dan kepuasan nasabah yang meningkat akan memberikan efek positif bagi perusahaan.

Kepercayaan merupakan suatu hal yang penting dalam berhubungan dengan pelanggannya. Kepercayaan adalah kekuatan “daya tarik” luar biasa untuk mengundang peluang dalam bertransaksi. Perusahaan yang berkomitmen untuk memenuhi kebutuhan nasabah dengan berbagai profilnya akan memiliki integritas yang dihargai oleh nasabah dan calon nasabah. Hal ini akan menciptakan dan meningkatkan kepercayaan calon nasabah untuk membeli dan menggunakan produk dari perusahaan tersebut. Kepercayaan nasabah dibutuhkan perusahaan

untuk membangkitkan loyalitas nasabah terhadap perusahaan. Nasabah yang telah memiliki loyalitas kepada suatu bank cenderung melakukan transaksi berulang dan mencari apa yang dibutuhkannya kepada bank tersebut. Sementara di sisi lain, komitmen nasabah untuk tetap sebagai nasabah suatu bank sangat diperlukan agar suatu usaha dapat berkembang, bersaing dengan perusahaan yang sejenis, baik itu dari sistem, proses dan pelayanan. 12 40% 18 60% 30 100% 10 33,3% 20 66,7% 30

Tabel 1.1

(Pra-Survey Kepercayaan Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia)

No.	Pertanyaan	Ya		Tidak		Total	
		F	%	F	%	F	%
1.	Nasabah percaya dengan produk yang ditawarkan Bank Syariah Indonesia	12	40%	18	60%	30	100%
2.	Percaya Bank Syariah Indonesia akan memberikan solusi yang tepat jika terjadi masalah	10	33,3%	20	66,7%	30	100%

Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner Sementara

Berdasarkan tabel 1.1 di atas dapat dilihat bahwa secara keseluruhan upaya Bank Syariah Indonesia untuk membentuk kepercayaan nasabah belum melekat dengan baik. Dapat dilihat dengan masih adanya nasabah yang memilih untuk menjawab tidak pada pertanyaan-pertanyaan tersebut. Nasabah masih belum percaya bahwa Bank Syariah Indonesia akan memberikan solusi yang tepat jika terjadi masalah. Melansir laman *detiknews*, pada Senin, 8 Mei 2023 menjadi hari yang membuat panik seluruh nasabah Bank Syariah Indonesia. Seluruh layanan bank syariah terbesar ini mengalami kendala yang pada awal masalah ini terjadi diklaim terjadi karena sedang melakukan *maintenance* pada sistem layanannya. Tidak ada keterangan pasti yang disampaikan oleh BSI terkait kendala tersebut, sampai akhirnya pada 10 Mei melalui Direktur Utama PT Bank Syariah Indonesia Tbk, Hery Gunardi menyampaikan permohonan maaf dan memastikan upaya normalisasi sistem BSI.

Bisnis perbankan bergantung pada kepercayaan, orang-orang yang ingin berinvestasi harus benar-benar memilih bank mana yang cocok untuk uang mereka,

baik berupa deposito dan tabungan ataupun lainnya. Adanya resiko yang tinggi di dalamnya maka banyak faktor yang harus dipikirkan dalam proses pemilihan sebuah Bank yang akan digunakan untuk menyimpan atau menginvestasikan uang yang dimiliki. Kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk berperilaku tertentu karena dia meyakini bahwa mitranya dalam melakukan transaksi akan memberikan apa yang dia harapkan. Meningkatkan kepercayaan konsumen dapat dicapai melalui kemampuan atau kinerja perusahaan yang baik, seperti ketelitian karyawan saat bertransaksi dan kemampuan untuk memberikan rasa aman kepada nasabah, niat baik perusahaan dalam pelayanan dengan menanggapi keluhan dan terbuka selama proses transaksi dan integritas perusahaan dengan pelanggan dengan memberikan layanan yang konsisten dan tidak menipu.

Tabel 1.2
(Pra-Survey Kualitas Layanan Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia)

No.	Pertanyaan	Ya		Tidak		Total	
		F	%	F	%	F	%
1.	Kondisi kantor dan penampilan karyawan bank bersih dan rapi	19	63,3%	11	36,6%	30	100%
2.	Karyawan Bank Syariah Indonesia memberi pelayanan dengan cepat	13	43,3%	17	56,7%	30	100%
3.	Jam operasional sudah sesuai dengan kebutuhan nasabah	11	36,7%	19	63,3%	30	100%

Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner Sementara

Berdasarkan tabel 1.2 di atas dapat dilihat bahwa secara keseluruhan kualitas layanan pada Bank Syariah Indonesia belum sepenuhnya melekat dengan baik pada para nasabah. Dapat dilihat dengan masih adanya nasabah yang memilih untuk menjawab tidak pada pertanyaan-pertanyaan tersebut. Pada pertanyaan kedua, nasabah masih merasa bahwa karyawan Bank Syariah Indonesia belum dapat memberikan pelayanan dengan cepat bagi para nasabah. Kemudian pada pertanyaan ketiga, nasabah masih belum merasa jam operasional sudah sesuai dengan kebutuhan bagi para nasabah. Akan tetapi, nasabah sudah puas dengan kondisi kantor dan penampilan karyawan yang bersih dan rapi. Masalah kualitas

layanan menjadi faktor yang sangat penting untuk menentukan keberhasilan bisnis. Hal ini didasari oleh penelitian yang dilakukan oleh Suaridewi dan Suprapti (2020) membuktikan bahwa semakin tinggi kepercayaan dan kualitas layanan maka semakin tinggi pula kepuasan.

Kualitas layanan yang disediakan Bank Syariah Indonesia diharapkan mampu memudahkan nasabah dalam bertransaksi, namun pada kenyataannya masih terdapat kasus yang membuat nasabah kesulitan menggunakan layanan tersebut. Seperti, masih sedikitnya mesin ATM yang tersedia di tempat umum.

Penelitian yang dilakukan oleh NH Widayanto dan A Mursid (2022) menghasilkan bahwa kualitas layanan mempengaruhi kepercayaan nasabah pada Bank Jateng cabang pembantu Wanadadi, kepercayaan nasabah pada Bank Jateng cabang Pembantu Wanadadi dipengaruhi secara positif oleh kualitas layanan. Fatihudin dan Firmansyah (2019) menjelaskan jika kualitas layanan sangat penting terhadap nasabah karena meningkatkan keuntungan lembaga keuangan sehingga perusahaan selalu menjaga hubungan baik kepada nasabah.

Tabel 1.3

(Pra-Survey Reputasi Perusahaan Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia)

No.	Pertanyaan	Ya		Tidak		Total	
		F	%	F	%	F	%
1.	Bank Syariah Indonesia dapat bersaing dengan Bank Syariah lain	15	50%	15	50%	30	100%
2.	Reputasi Bank Syariah Indonesia sudah bagus	11	36,7%	19	63,3%	30	100%
3.	Saya selalu bertransaksi menggunakan Bank Syariah Indonesia	8	26,7%	22	73,3%	30	100%

Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner Sementara

Berdasarkan tabel 1.3 di atas dapat kita lihat bahwa reputasi Bank Syariah Indonesia belum sesuai dengan harapan nasabah. Dapat dilihat dari dominannya nasabah yang menjawab tidak pada pertanyaan-pertanyaan tersebut. Hasil data tersebut menunjukkan bahwa reputasi Bank Syariah Indonesia belum cukup baik. Bank yang sedang menderita risiko terlebih serangan *siber* wajib memulihkan

gangguan secepat mungkin. Ketika risiko itu tidak segera dipulihkan, dapat menimbulkan risiko reputasi. Contohnya keputusan tersebut adalah menggunakan produk atau jasa bank tersebut, reputasi yang buruk akan melahirkan dampak negatif bagi perusahaan tersebut dan juga akan menjadi lemah dalam kemampuan perusahaan untuk bersaing dengan perusahaan lainnya. Reputasi menjadi dasar penilaian konsumen apakah layak atau tidak Bank Syariah untuk dijadikan digunakan.

Tabel 1.4
(Pra-Survey Teknologi Biometrik Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia)

No.	Pertanyaan	Ya		Tidak		Total	
		F	%	F	%	F	%
1.	Mendaftar di Bank Syariah Indonesia secara <i>online</i> sangat mudah	12	40%	18	60%	30	100%
2.	Teknologi biometrik (sidik jari, pengenalan wajah) yang digunakan Bank Syariah Indonesia akurat dalam mengautentikasi	13	43,3%	17	56,7%	30	100%
3.	Bertransaksi dengan Bank Syariah Indonesia sangat aman	15	50%	15	50%	30	100%

Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner Sementara

Berdasarkan tabel 1.4 di atas dapat kita lihat bahwa penggunaan teknologi biometrik belum cukup membangun kepercayaan nasabah. Bank Syariah Indonesia menyediakan layanan BSI Mobile yang mempermudah nasabahnya dalam bertransaksi perbankan secara *online*. Meski cukup mudah dioperasikan, namun tak sedikit pengguna yang kerap menemukan kendala ketika menggunakan layanan aplikasi BSI Mobile. Layanan digital PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. (BRIS) yakni BSI Mobile mengalami gangguan atau eror selama 3 hari. BSI pun melakukan langkah-langkah penelusuran adanya upaya serangan siber. Gangguan tersebut dikarenakan ada langkah pemeliharaan atau *maintenance* sistem di BSI.

Perusahaan perbankan di Indonesia semakin akrab dengan *Internet Banking*, *Mobile Banking* dan *SMS Banking*, yang merupakan layanan keuangan digital dan berbasis internet, sebagai kemajuan teknologi dan informasi. Baik bank maupun konsumen mendapatkan keuntungan dari penggunaan fasilitas ini; bank dapat menyederhanakan waktu mereka dalam aktivitas bisnis mereka, sementara nasabah lebih menghemat waktu dan tenaga ketika menggunakannya (Afwan, Tri & Nurul 2023).

Untuk mempertahankan kepercayaan nasabah dibutuhkan peran teknologi informasi dalam dunia perbankan. Kepercayaan berhubungan erat dengan penggunaan suatu teknologi. Peran teknologi informasi dalam dunia perbankan sangatlah mutlak, dimana kemajuan suatu sistem perbankan sudah barang tentu ditopang oleh peran teknologi informasi. Teknologi informasi semakin hari semakin berkembang dan kompleksnya fasilitas yang diterapkan perbankan untuk memudahkan pelayanan, itu berarti semakin beragam dan kompleks adopsi teknologi yang dimiliki oleh suatu bank. Tidak dapat dipungkiri, dalam setiap bidang termasuk perbankan, penerapan teknologi bertujuan selain untuk memudahkan operasional *intern* perusahaan, juga bertujuan untuk semakin memudahkan pelayanan terhadap nasabah.

Berdasarkan hasil penelitian (Adhi Prakosa dan Ahsan Sumantika 2019), teknologi berpengaruh positif terhadap kepercayaan dan kepercayaan berhubungan erat dengan penggunaan suatu teknologi. Teknologi informasi sangat memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam menjalankan berbagai macam kegiatannya termasuk dalam aspek organisasi dan bisnis. Dengan menggunakan teknologi informasi akan mampu mengefisiensikan waktu yang berkaitan dengan pelayanan prima yang diberikan industri perbankan. Efisien waktu memiliki arti secara singkat “hemat segala-galanya”.

Berdasarkan analisis latar belakang dan fenomena di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Kualitas Layanan, Reputasi Perusahaan dan Teknologi Biometrik Terhadap Kepercayaan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia**”.

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang di atas, peneliti dapat menyimpulkan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bank Syariah Indonesia merupakan Bank Syariah terbesar di Indonesia, namun kualitas layanan dalam bentuk penyebaran mesin ATM masih kurang
2. Penggunaan teknologi biometrik belum cukup membangun kepercayaan nasabah Bank Syariah Indonesia
3. Serangan siber dapat menimbulkan risiko reputasi pada perusahaan

C. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian merupakan upaya untuk memfokuskan persoalan yang akan diteliti. Dari identifikasi masalah yang telah diuraikan tersebut, peneliti membatasi masalahnya pada variabel independen (X) adalah pengaruh kualitas layanan, reputasi perusahaan dan teknologi biometrik, sedangkan untuk variabel dependen (Y) adalah kepercayaan nasabah pada Bank Syariah Indonesia. Dalam penelitian ini lokasi yang dipilih sebagai tempat penelitian adalah Bank Syariah Indonesia di Kota Medan, Sumatera Utara. Dengan alasan karena sudah terdapat 25 kantor cabang dan kantor cabang pembantu Bank Syariah Indonesia di Kota Medan, sehingga sudah cukup untuk mewakili penelitian ini. Tujuan peneliti memberi batasan masalah dikarenakan agar peneliti bisa lebih fokus pada permasalahan spesifik yang akan diteliti dan ruang lingkup masalah tidak terlalu luas.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah pada Bank Syariah Indonesia?
2. Apakah reputasi perusahaan berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah pada Bank Syariah Indonesia?
3. Apakah teknologi biometrik berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah pada Bank Syariah Indonesia?

4. Apakah kualitas pelayanan, reputasi bank dan teknologi biometrik secara simultan berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah pada Bank Syariah Indonesia?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepercayaan nasabah pada Bank Syariah Indonesia
2. Untuk menganalisis pengaruh reputasi perusahaan terhadap kepercayaan nasabah pada Bank Syariah Indonesia
3. Untuk menganalisis pengaruh teknologi biometrik terhadap kepercayaan nasabah pada Bank Syariah Indonesia
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, reputasi perusahaan dan teknologi biometrik secara simultan terhadap kepercayaan nasabah pada Bank Syariah Indonesia

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini yaitu :

1. Bagi Perusahaan
Dapat menjadi evaluasi untuk perusahaan dalam mengembangkan inovasi dan keputusan yang akan berguna untuk meningkatkan kepercayaan nasabah baik untuk sekarang maupun waktu yang akan datang.
2. Bagi Pembaca
Penelitian ini diharapkan menambah pengetahuan dan wawasan bagi masyarakat tentang pengaruh kualitas pelayanan, reputasi bank dan teknologi biometrik terhadap kepercayaan nasabah.
3. Bagi Penulis
Mampu meningkatkan pengetahuan dan pemahaman serta menerapkan pengetahuan dan pengalaman yang diperoleh selama perkuliahan ke dalam praktek, terutama terkait dengan masalah penelitian ini.