

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan teknologi informasi telah menjadi komponen yang sangat penting bagi keberhasilan kinerja dalam suatu usaha bisnis dan perusahaan. Hal ini berakibat semakin ketatnya persaingan dunia bisnis khususnya dibidang perbankan. Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 1967 tentang Pokok-Pokok Perbankan bahwa lembaga perbankan terdiri atas Bank sentral, Bank umum, Bank tabungan, dan Bank pembagunan. Dari 4 (empat) bank tersebut dapat mengoptimalkan usahanya dalam mempertahankan pasar melalui pengembangan loyalitas pelanggan agar dapat bertahan dan unggul dalam persaingan di era Globalisasi sekarang ini. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan menyatakan bahwa Bank merupakan lembaga perantara keuangan, dimana bank bertugas untuk menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk Giro, Tabungan, Deposito, dan kemudian menyalurkan dana tersebut ke masyarakat dalam bentuk kredit dan bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf orang banyak.

Dalam kurun waktu terakhir, muncul lembaga-lembaga keuangan berbasis syari'ah sebagai salah satu tonggak penting dalam pengembangan ekonomi syari'ah di Indonesia. Perkembangan perbankan syari'ah di Indonesia telah memasuki babak baru. Menurut Zulkarnain (2018) menyatakan bahwa industri perbankan syari'ah telah bertransformasi dari hanya sekedar memperkenalkan suatu alternatif praktik perbankan syari'ah menjadi bagaimana Bank Syari'ah menempatkan posisinya sebagai pemain utama dalam percaturan ekonomi di tanah air. Mengingat kebutuhan masyarakat Indonesia akan jasa-jasa perbankan syari'ah semakin meningkat maka pada tahun 2008 telah resmi diterbitkan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syari'ah. Dengan dikeluarkannya Undang-Undang ini, maka kedudukan dan eksistensi perbankan syari'ah dalam tata hukum perbankan Indonesia menjadi semakin jelas.

Berdasarkan pasal 1 ayat 7 Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 disebutkan bahwa Bank Syari'ah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syari'ah. Untuk itu, bank syari'ah dalam menjalankan kegiatan usahanya tidak dapat dipisahkan dari prinsip-prinsip syari'ah yang mengatur produk dan operasionalnya. Prinsip syari'ah inilah yang akan dijadikan pijakan dalam mengembangkan produk dan jasa bank syari'ah.

Indonesia merupakan salah satu Negara dengan penduduk muslim terbesar didunia, memiliki potensi untuk menjadi yang terdepan dalam industri keuangan syar'iah. Bank Syari'ah Indonesia (BSI) merupakan bank hasil *merger* antara PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) syari'ah Tbk, PT Bank Syari'ah Mandiri, dan PT Bank BNI Syari'ah. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) secara resmi mengeluarkan izin *merger* 3 (tiga) usaha Bank Syari'ah tersebut pada 27 Januari 2021 melalui surat Nomor SR-3/PB.1/2021. Penggabungan ini menyatukan kelebihan dari ketiga bank syari'ah, sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik sehingga loyalitas terhadap nasabah meningkat. BSI didukung sinergi dengan perusahaan serta komitmen pemerintah melalui Kementerian Badan Usaha Milik Negara (BUMN) untuk dapat bersaing ditingkat global. BSI merupakan ikhtiar atas lahirnya bank syari'ah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas (Bankbsi.co.id, 2021).

Kategori bank yang baik yaitu mengutamakan loyalitas nasabahnya. Menurut Dick dan Basus (1994) dalam penelitian Zuhra (2018) menyatakan bahwa dalam jangka panjang loyalitas pelanggan merupakan basis penting bagi pengembangan *sustainable competitive advantage* (keunggulan bersaing yang berkelanjutan), yaitu keunggulan yang dapat direalisasikan melalui upaya-upaya pemasaran. Menurut Cahyani (2015) dalam penelitian Kartika (2019) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan atau nasabah adalah komitmen untuk bertahan secara mendalam untuk melakukan pembelian ulang atau berlangganan kembali produk atau jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan

perubahan perilaku. Menurut Mower dan Minor (1998) dalam penelitian Razak (2018) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan sebagai kondisi dimana pelanggan mempunyai sikap positif terhadap suatu objek, mempunyai komitmen pada objek tersebut, dan bermaksud meneruskan pembeliannya di masa mendatang. Menurut Muis (2021) menyatakan bahwa loyalitas nasabah merupakan aset penting bagi perusahaan, untuk mempertahankan nasabah yang setia harus mendapatkan prioritas yang lebih besar dibandingkan berusaha untuk mendapatkan pelanggan baru. Nasabah yang setia adalah mereka yang sangat puas dengan produk dan pelayanan tertentu, sehingga mempunyai antusias untuk memperkenalkan kepada siapapun yang mereka kenal. Tinggi rendahnya loyalitas nasabah tabungan Muamalah tentunya dipengaruhi banyak faktor (Zulkarnain & Ramdanyah, 2018). Faktor yang berkemungkinan dapat mempengaruhi loyalitas nasabah diantaranya ada *brand image*, bagi hasil dan kualitas layanan bank.

Adapun faktor yang turut berkontribusi pada terbentuknya loyalitas pelanggan adalah *brand image*. Menurut Kotler (2012) dalam penelitian Sutisno (2022) menyatakan bahwa *brand image* (citra merek) dapat diartikan sebagai serangkaian kepercayaan yang konsumen pegang atas masing-masing atribut yang istimewa dari sebuah merek. Citra merek adalah perwakilan kelompok artifisial atas keseluruhan persepsi terhadap merek dan terbentuk melalui informasi serta pengalaman dimasa lampau terhadap keberadaan suatu *brand* itu sendiri (Poernomo & Setyadarma, 2021). Menurut Pratama (2018) menyatakan bahwa citra merek (*brand image*) merupakan konsep yang diciptakan oleh konsumen karena alasan subyektif dan emosi pribadinya. Perusahaan yang memiliki merek yang kuat cenderung membuat pelanggannya bangga terhadap produk atau jasa yang didapatkan dan merasa puas (Nado & Sudana, 2021). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa persepsi konsumen penting bagi sebuah kesetiaan (*loyalty*) perusahaan.

Karakteristik dari perbankan syari'ah yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil memberikan alternatif sistem perbankan yang saling menguntungkan bagi masyarakat dan bank, serta menonjolkan aspek keadilan dalam bertransaksi, investasi yang beretika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan

dalam berproduksi, dan menghindari kegiatan spekulatif dalam bertransaksi keuangan (Ojk.go.id, 2022). Menurut Amrin (2020) menyatakan bahwa bagi hasil adalah suatu sistem yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha antara penyedia dana dan pengelola dana. Menurut Kartika (2019) menyatakan bahwa sistem bagi hasil merupakan suatu bentuk pembagian keuntungan yang akan diperoleh nasabah sebagai pemilik modal dengan bank sebagai pengelola modal yang disimpan nasabah. Menurut Septiana (2021) menyatakan bahwa pedoman bagi hasil dalam bank syari'ah akan menarik investor untuk memasukkan modalnya di bank. Menurut PSAK No.105 pernyataan standar akuntansi keuangan menyatakan bahwa pembagian usaha mudarabah dapat dilakukan berdasarkan prinsip bagi hasil atau bagi laba. Bagi hasil dalam sistem perbankan syari'ah merupakan ciri khusus yang ditawarkan kepada masyarakat pada awal terjadinya komitmen antar nasabah.

Banyak masyarakat menginginkan produk dan layanan berkualitas yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Menurut Zainul (2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan jasa bank bukan hanya ditentukan oleh pihak bank saja, tetapi lebih banyak ditentukan oleh nasabah, karena nasabah yang menikmati layanan sehingga dapat mengukur kualitas pelayanan berdasarkan harapan-harapan mereka dalam memenuhi kepuasannya. Dengan menyediakan beragam produk serta layanan jasa perbankan yang baik maka perbankan syari'ah menjadi alternatif sistem perbankan yang kredibel dan dapat dinikmati oleh seluruh golongan masyarakat Indonesia tanpa terkecuali (Ojk.go.id, 2022). Menurut Masadah (2020) menyatakan bahwa kualitas juga berarti kesesuaian dengan persyaratan. Menurut Septiana (2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Kualitas pelayanan merupakan suatu penyajian produk atau jasa yang sesuai dengan standar perusahaan dan diupayakan dalam penyampaian produk dan jasa tersebut sama dengan apa yang diharapkan konsumen (Zulkarnain & Ramdansyah, 2018). Menurut Pit (1995) dalam penelitian Armono (2008) menyatakan bahwa pengukuran keefektifan sistem informasi akuntansi dapat

dilihat pada perspektif kualitas sistemnya dan kualitas informasinya. Keefektifan sistem informasi akuntansi dapat dilihat dari kualitas pelayanan yang diberikan bank sebagai sistem informasi (Armono, 2008). Jika, kualitas pelayanan baik. Maka, dapat mengukur kepuasan nasabah terhadap layanan bank dan menghasilkan nasabah yang setia (*loyalty*) terhadap bank tersebut. Dapat disimpulkan kualitas pelayanan yang baik akan menjadi sebuah profit bagi suatu perusahaan.

Kabupaten Bengkalis cukup banyak memiliki Bank Umum Syari'ah (BUS). Salah satu Bank Umum Syari'ah (BUS) yang mempunyai peran penting dalam perkembangan perbankan syari'ah adalah Bank Syari'ah Indonesia. Bank Syari'ah Indonesia telah berdiri pada hari Senin tanggal 01 Februari 2021 bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H. Bank Syari'ah Indonesia beralamat Jalan Hangtuh Nomor 35 dengan nama Bank Syari'ah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Duri Hang Tuah 1 atau sering disebut dengan BSI KCP Duri Hang Tuah 1.

Terdapat dua isu kurang mengemukakan bagi Bank Syari'ah Indonesia yang baru memasuki 2 tahun berjalan sebagai bank syari'ah. Pertama, berdasarkan pernyataan anggota komisi VI DPR RI atas nama Jon Erizal dalam Rencana Pembangunan Daerah (RPD) menyatakan bahwa BSI diminta untuk lebih meningkatkan sosialisasi ke pada masyarakat terhadap adanya bank berbasis syari'ah tersebut. Dikarenakan masyarakat masih belum mengerti dan ragu terkait sistem syari'ah yang digunakan oleh BSI ([www.dpr.go.id](http://www.dpr.go.id), 2022). Kedua, pada hari senin tanggal 08 Mei 2023 layanan PT. Bank Syari'ah Indonesia Tbk. Atau BSI mengalami gangguan diduga adanya serangan *cyber*. Sejumlah nasabah mengeluhkan layanan BSI yang tidak dapat digunakan. Nasabah tidak dapat menggunakan BSI *Mobile*, ATM, *teller*, dan *customer service* (CS) di Bank Syari'ah Indonesia ([www.kompas.com](http://www.kompas.com), 2023). Bank Syari'ah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Duri Hang Tuah 1 juga terkena imbasnya yang mana nasabah tidak bisa mengakses semua layanan yang ada di BSI selama beberapa hari. Berdasarkan isu yang di dapatkan dari berita Kompas.com adanya serangan *cyber* yang berhasil meretas 15 juta data pelanggan, informasi karyawan, dan sekitar 1,5

TB data yang ada di dalam sistem BSI. Dari hasil *survey* sebagian masyarakat Bengkalis adalah nasabah Bank Syari'ah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Duri Hang Tuah 1 dikarenakan dari tanggal 08 s/d 10 Mei 2023 nasabah terus berdatang ke Bank Syari'ah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Duri Hang Tuah 1 untuk memastikan apakah data nasabah aman dan layanan yang ada sudah bisa digunakan. Efek dari gangguan tersebut memberikan kesan buruk antara Bank Syari'ah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Duri Hang Tuah 1 terhadap nasabah.

Untuk dapat mengatasi permasalahan tersebut maka pihak bank perlu membangun *brand image* (cita merek) bank akibat serangan *cybr*, menginformasikan pemahaman bagi hasil kepada nasabah, dan meningkatkan kualitas layanan yang ada di Bank Syari'ah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Duri Hang Tuah 1 agar menambah kepercayaan dan kelayaitasan nasabah.

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Brand Image*, Bagi Hasil, dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syari'ah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Duri Hang Tuah 1”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana *brand image* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syari'ah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Duri Hang Tuah 1?
2. Bagaimana bagi hasil berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syari'ah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Duri Hang Tuah 1?
3. Bagaimana kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syari'ah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Duri Hang Tuah 1?
4. Bagaimana *brand image*, bagi hasil, dan kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syari'ah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Duri Hang Tuah 1?

### **1.3 Batasan Masalah**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka perlu dilakukan batasan masalah yang menjadi ruang lingkup dalam penelitian ini. Penelitian ini dibatasi oleh beberapa hal, yaitu:

1. Penelitian ini dilakukan di Bank Syari'ah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Duri Hang Tuah 1.
2. Penelitian ini berfokus pada loyalitas nasabah di Bank Syari'ah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Duri Hang Tuah 1.
3. Penelitian ini hanya meneliti pengaruh *brand image*, bagi hasil, dan kualitas layanan Bank Syari'ah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Duri Hang Tuah 1.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang terdapat dalam perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *brand image* terhadap loyalitas nasabah Bank Syari'ah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Duri Hang Tuah 1.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh bagi hasil terhadap loyalitas nasabah Bank Syari'ah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Duri Hang Tuah 1.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah Bank Syari'ah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Duri Hang Tuah 1.
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *brand image*, bagi hasil, dan kualitas layanan terhadap loyalita nasabah Bank Syari'ah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Duri Hang Tuah 1.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Dari tujuan penulisan, maka adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan dan informasi yang berguna kepada peneliti dalam Pengaruh *Brand Image*, Bagi Hasil, dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syari'ah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Duri Hang Tuah 1.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Bagi Bank Syari'ah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Duri Hang Tuah 1

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi Bank Syari'ah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Duri Hang Tuah 1 tentang faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah, terutama dalam segi *brand image*, bagi hasil, dan kualitas layanan.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan referensi bagi peneliti selanjutnya terkait Pengaruh *Brand Image*, Bagi Hasil, dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syari'ah Indonesia Kantor Cabang Pemantu Duri Hang Tuah 1.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

### BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

## **BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menguraikan tinjauan pustaka dan penjelasan landasan teori pendukung yang berkaitan dengan topik penelitian yang akan digunakan sebagai acuan dalam melakukan pembahasan masalah.

## **BAB 3 : METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tentang lokasi dan waktu penelitian, objek penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengambilan sampel, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, metode analisis data, jenis penelitian dan definisi konsep dan operasional.

## **BAB 4 : DESKRIPSI HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS**

Bab ini menjelaskan deskripsi data yang telah diperoleh dan analisis data dari penelitian yang telah dilakukan.

## **BAB 5 : PENUTUP**

Bab ini merupakan bagian dari penelitian yang telah dilakukan yang menjelaskan tentang kesimpulan dari hasil penelitian serta saran dari peneliti.

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**