

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia dalam menjalankan kehidupan sehari-hari tidak lepas dari aktivitas ekonomi, sehingga ekonomi merupakan bagian yang melekar dari kehidupan manusia. Maka dari itu, aktivitas ekonomi seharusnya berada dalam ruang lingkup ajaran agama Islam, melihat Indonesia merupakan negara yang mempunyai peluang pasar syariah yang sangat tinggi karena sebagian besar penduduknya yang beragama Islam.

Perbankan yang dikenal sebagai lembaga intermediasi, dimana lembaga tersebut memiliki tugas dalam menyalurkan dan menghimpun dana. Selain itu, bank juga merupakan salah satu sarana pemerintah untuk menjaga kestabilan ekonomi. Seiring perkembangan jaman dan kemajuan teknologi, keadaan dunia perbankan di Indonesia juga telah mencapai banyak perkembangan dari masa ke masa. Berkembangnya sistem perbankan di Indonesia ditandai dengan munculnya sistem perbankan syariah yang diawali dengan berdirinya perbankan syariah pertama di Indonesia yaitu Bank Muamalat Indonesia, yang berdiri pada tanggal 1 November 1991 dan mulai resmi beroperasi pada tanggal 1 Mei 1992.¹

Eksistensi perbankan syariah di Indonesia merupakan bagian dari perjuangan umat Islam. Perjuangan ini terus diikuti dengan dukungan regulasi dan kebijakan pemerintah berupa *dual bankingsystem* dan saat ini

¹Abdul Ghofur Anshori, *Pebankan Syariah di Indonesia*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2018), hlm 4.

mengeluarkan payung hukum yang mandiri tentang perbankan syariah sehingga bank-bank syariah tumbuh subur di Indonesia baik dalam bentuk umum syariah maupun cabang dan unit-unit syariah yang diatur dalam Undang-Undang No. 21 tahun 2008.²

PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk memulai akuisisinya dengan melakukan pendirian PT Bank BRISyariah Tbk terhadap Bank Jasa Arta pada 19 Desember 2007. BRISyariah resmi beroperasi pada 17 November 2008 dengan nama PT Bank BRISyariah dan seluruh kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah Islam, setelah mendapatkan izin usaha dari Bank Indonesia melalui surat no. 10/67/Kep.GBI/DPG/2008 pada 16 Oktober 2008. Dengan niat untuk menghadirkan bisnis keuangan yang berlandaskan pada prinsip-prinsip luhur perbankan syariah, BRISyariah melihat potensi besar pada segmen perbankan syariah yang kemudian bank berkomitmen untuk produk serta layanan terbaik yang menenteramkan. Dengan itu BRISyariah terus tumbuh secara prositif.³

Perkembangan dunia perbankan syariah Indonesia yang semakin pesat menunjukkan bahwa antusias masyarakat Indonesia dengan sistem perbankan yang baru dimana sistem bunga merupakan hal mendasar yang menjadi perbedaan antara perbankan konvensional dan syariah. Dalam hal bidang penyediaan jasa perbankan syariah memiliki karakteristik yang berbeda dengan perbankan konvensional. Perbedaan yang menjadi dasar yang membedakan antara perbankan syariah dengan perbankan konvensional

²Ahmad Riawan Amin, *Menata Perbankan Syariah di Indonesia*, (Jakarta: UIN Press, 2009), hlm 03.

³BRISyariah, https://www.brisyariah.co.id/tentang_kami.php?f=sejarah, diakses pada tanggal 28 Februari 2020, pukul 10.30 WIB.

terletak pada praktik dalam menjalankan operasional bisnisnya, dimana operasional perbankan syariah berbasis prinsip syariah dan prinsip inilah yang menjadi daya tarik tinggi bagi nasabah untuk memanfaatkan jasa perbankan syariah.

Sebagai lembaga intermediasi perbankan syariah ikut berperan dalam menyalurkan dana masyarakat dan menyalukannya pada sektor riil dengan kombinasi produk yang ditawarkan sesuai dengan prinsip syariah. Sebagai entitas bisnis yang berorientasi pada profit, bank syariah dituntut untuk mempertimbangkan fungsi dan tujuannya sebagai sebuah entitas syariah yang berlandaskan pada konsep AL-Qur'an dan Al Sunnah, yang dimana tidak hanya mencari keuntungan semata (*profit oriented*).

Seiring berkembangnya persaingan di dalam dunia perbankan syariah Indonesia, tentu saja BRI Syariah memiliki tantangan terbesar dalam ruang lingkup perbankan syariah di era global seperti ini adalah mempertahankan dan menciptakan kepuasan serta loyalitas nasabah. Alasan penulis meneliti di BRI Syariah karena BRI Syariah bisa dibilang bank yang cukup mudanamun perkembangan nasabah yang cukup signifikan. Maka dari itu, penilaian loyalitas pada bank perlu dilakukan, karena tanpa adanya kepuasan dan loyalitas dari nasabah, maka tidak akan ada perusahaan yang mampu bertahan dalam jangka waktu yang panjang. Perkembangan nasabah pada BRI Syariah Tulungagung dapat dilihat melalui tabel sebagai berikut:

Tabel 1.1
PERKEMBANGAN NASABAH BRI SYARIAH
TULUNGAGUNG

Tahun	Jumlah Nasabah
2017	9.878 Nasabah
2018	11.002 Nasabah
2019	12.591 Nasabah

Sumber: data BRI Syariah Tulungagung

Dilihat dari kondisi tersebut, maka kualitas layanan merupakan faktor kunci yang akan menjadi keunggulan tersendiri bagi perusahaan dalam daya saingnya. Oleh karena itu, untuk mampu mendapatkan keunggulan kompetitif dari bank lain, bank syariah sudah sewajarnya diharapkan dapat memberikan kualitas layanan yang prima. Demi kesinambungan dan kelanjutan bisnis perbankan, maka perbankan syariah perlu menyadari pentingnya inovasi kualitas pelayanan pada nasabah. Dalam rangka menghadapi persaingan industri perbankan yang semakin ketat, maka akan lebih baik jika bank dapat memenuhi atau bahkan melebihi harapan para nasabah, sehingga mereka akan setia atau loyal lebih lama.⁴

Pemasaran jasa merupakan indikator penting bagi sebuah sektor perbankan syariah guna memajukan bisnis dan mampu memenangkan persaingan pasar. Pemasaran sendiri memiliki pengertian yaitu suatu kegiatan yang dilakukan perusahaan dalam menyampaikan dan menawarkan produk-

⁴Nova Anita, dkk, *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Dampaknya terhadap Loyalitas Nasabah Perbankan di Kota Langsa*, Jurnal Manajemen Volme 4 No. 1, Universitas Syariah Kuala Banda Aceh, 2015, hlm 121.

produk yang dihasilkan suatu perbankan syariah kepada konsumen atau nasabah, sehingga membuat nasabah tertarik dengan produk dan jasa yang ditawarkan dan kemudian memutuskan untuk menjadi nasabahnya. Pemasaran yang baik dan profesional akan menambah jumlah nasabah serta mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan oleh bank syariah tersebut.

Pentingnya pemasaran dalam sektor perbankan syariah ini guna memudahkan para calon nasabah dalam mengetahui produk-produk yang ditawarkan. Maka jika suatu perbankan memiliki strategi pemasaran yang baik, perbankan syariah dapat mempengaruhi calon nasabah untuk menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan oleh perbankan syariah tersebut, dan secara tidak langsung dengan mudah dapat meningkatkan jumlah nasabah. Dalam memajukan bisnis perbankan diperlukan pemasaran jasa industri yang memadai guna memenangkan persaingan pasar. Pemasaran sendiri dikenal dengan istilah marketing.⁵

Kekuatan suatu produk terletak pada pemasaran. Pemasaran merupakan segala kegiatan yang dilakukan oleh bank syariah, guna menawarkan dan menjual hasil kreasi produknya kepada nasabah maupun calon nasabah, sehingga nasabah tertarik untuk menggunakan jasa perbankan syariah dan memutuskan untuk menjadi nasabahnya bank syariah tersebut. Keputusan untuk menjadi nasabah pembiayaan dan pendanaan merupakan buah dari pemasaran yang baik dan profesional.⁶

⁵Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta: 2014), hlm 1.

⁶Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Jatim: Banyumedia Publishing, 2005), hlm 351.

Selain itu, upaya perbankan syariah dalam bersaing dengan lembaga keuangan lainnya, bank syariah juga perlu menggunakan prinsip syariah dalam setiap kegiatan operasionalnya. Dimana setiap muslim, baik dalam bertindak, berfikir maupun bersikap, diharuskan untuk berislam secara menyeluruh. Dalam melakukan aktifitas ekonomi, sosial, politik ataupun aktifitas lainnya, diperintahkan kepada setiap umat muslim untuk melakukannya dalam rangka beribadah kepada Allah.⁷

Religiusitas tidak hanya suatu hal yang dilakukan secara tampak akan tetapi merupakan keyakinan seseorang yang melibatkan antara pikiran dan hati. Religiusitas atau keberagaman merupakan kegiatan beragama seseorang dalam melakukan ibadah. Aktivitas beragama bukan hanya terjadi ketika seseorang melakukan kegiatan ritual (beribadah), tetapi juga ketika seseorang melakukan aktivitas lain. Sikap religi seseorang diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupannya. Bukan hanya berkaitan dengan aktivitas yang tampak dan dapat dilihat dengan mata, melainkan juga aktivitas yang tidak tampak dan terjadi pada diri seseorang. Dilihat dari hal tersebut, maka manusia akan selalu berusaha sesuai dengan ketentuan agama dengan tujuan mendapat keridhaan-Nya dalam melakukan setiap aktivitasnya.⁸

Melihat penduduk di Indonesia mayoritas adalah muslim, menjadikan Indonesia memiliki prospek yang bagus bagi pengembangan syariah di masa yang akan datang. Berdasarkan banyaknya penduduk yang mayoritas muslim di Indonesia dan tingkat kesadaran masyarakat bersyariah semakin

⁷Djamaludin Ancok dan Fuat Nashori Suroso, *Psikologi Islam: Solusi Islam atas Problem-Problem Psikologi*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2015), hlm 78-79.

⁸Pramonosidi Wijanarko, *Skripsi: Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Religiusitas terhadap Kepuasan Nasabah serta Dampaknya pada Loyalitas Nasabah*, (Jakarta: IAIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2016), hlm 5-6.

meningkat, maka sudah sewajarnya jika religiusitas seseorang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Berdasarkan fenomena tentang faktor kualitas pelayanan, faktor strategi pemasaran serta faktor religiusitas nasabah, peneliti mengadakan penelitian tahap awal yang meliputi faktor-faktor tersebut yang didasarkan pada penelitian sebelumnya serta karena faktor kualitas pelayanan, faktor strategi pemasaran dan faktor religiusitas ini yang menurut peneliti terdapat keterkaitan terhadap nasabah. Selain itu, diadakannya penelitian ini bertujuan untuk mengukur seberapa besar loyalitas nasabah kepada BRI Syariah Tulungagung untuk tetap setia dan loyal kepada pihak perbankan, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Strategi Pemasaran dan Religiusitas Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Rakyat Indonesia Syariah Tulungagung”**.

B. Identifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang diatas, peneliti mengidentifikasi inti permasalahan yang terkandung didalamnya sebagai berikut:

- a. Semakin pesatnya perkembangan perbankan syariah, kualitas pelayanan, strategi pelayanan dan religiusitas akan berpengaruh pada kepuasan dan loyalitas nasabah.
- b. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh pegawai bank syariah secara prima akan membuat nasabah loyal kepada bank.
- c. Pemasaran jasa yang baik dan profesional akan menambah keyakinan dan pengetahuan nasabah, sehingga nasabah akan senantiasa loyal.

- d. Sikap religiusitas seorang nasabah, dilihat dari mayoritas muslim yang ada di Indonesia akan mempengaruhi loyalitas nasabah.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan pada latar belakang, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di BRI Syariah Tulungagung?
2. Apakah strategi pemasaran berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di BRI Syariah Tulungagung?
3. Apakah religiusitas nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di BRI Syariah Tulungagung?
4. Apakah kualitas pelayanan, strategi pemasaran dan religiusitas nasabah berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah di BRI Syariah Tulungagung?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas dapat diketahui tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah di BRI Syariah Tulungagung.
2. Untuk menguji pengaruh strategi pemasaran terhadap loyalitas nasabah di BRI Syariah Tulungagung.

3. Untuk menguji pengaruh religiusitasnasabah terhadap loyalitas nasabah di BRI Syariah Tulungagung.
4. Untuk menguji pengaruhkualitas pelayanan, strategi pelayanan dan religiusitas nasabah terhadap loyalitas nasabah di BRI Syariah Tulungagung.

E. Kegunan Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan bermanfaat untuk menambah informasi serta memperluas ilmu pengetahuan khususnya mengenai pengaruh kualitas pelayanan, strategi pemasaran dan religiusitas nasabah terhadap loyalitas nasabah.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Lembaga Keuangan

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai sumbangsih pengambilan kebijakan di BRI Syariah Tulungagung.

b. Bagi Pihak Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas ilmu pengetahuan dan wawasan serta dapat memberi tambahan referensi atau tambahan koleksi buku bacaan di perpustakaan IAIN Tulungagung.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk peneliti selanjutnya yang akan meneliti dalam judul atau variabel yang sama.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

1. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini memiliki ruang lingkup dan batasan-batasan supaya dapat lebih terarah dan tidak menyimpang dari permasalahan yang ada. Ruang lingkup pada penelitian ini adalah variabel-variabel yang diteliti, populasi dan sampel yang ada pada BRI Syariah Tulungagung.

Ruang lingkup penelitian ini yaitu terdiri dari variabel-variabel yang meliputi variabel bebas (X) dan variabel terkait (Y). Variabel independen (bebas) terdiri dari variabel X1 (kualitas pelayanan), variabel X2 (strategi pemasaran), X3 (religiusitas nasabah), dan variabel dependen (terikat) yaitu loyalitas nasabah di BRI Syariah Tulungagung.

2. Keterbatasan Penelitian

Batasan masalah diperlukan guna membahas penelitian lebih tuntas mengingat begitu banyak permasalahan yang dihadapi. Adanya pembatasan masalah juga bertujuan untuk menghindari adanya pembahasan yang melebar dalam penelitian.

Penelitian ini lebih memfokuskan pada pengaruh variabel bebas terhadap loyalitas nasabah di BRI Syariah Tulungagung dan variabel

bebas tersebut meliputi kualitas pelayanan, strategi pemasaran dan religiusitas nasabah.

G. Penegasan Istilah

Untuk dapat memahami judul penelitian ini, maka perlu dijelaskan beberapa istilah sebagai berikut:

1. Penegasan Konseptual

a. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahtamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat yang memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen.⁹

b. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah upaya memasarkan sebuah produk, baik itu barang atau jasa, dengan menggunakan pola rancangan atau taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi. Strategi pemasaran berperan penting dalam sebuah perusahaan atau bisnis karena berfungsi untuk menentukan nilai ekonomi perusahaan, baik itu harga barang maupun jasa.¹⁰

⁹Mu'ah dan Masram, *Loyalitas Pelanggan: Tinjauan Aspek Kualitas Pelayanan dan Biaya Pemeliharaan*, (Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2014), hlm 56

¹⁰Miguna Astuti dan Agni Rizkita Amanda, *Pengantar Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hlm 22.

c. Religiusitas

Religiusitas berasal dari bahasa latin *religio* dari akar kata *religare* yang berarti mengikat (Disctionary of Spiritual Terms). Mengandung makna bahwa agama pada umumnya memiliki aturan dan kewajiban yang harus dipatuhi dan dijalankan oleh pemeluknya. Dapat dikatakan bahwa religiusitas menunjuk pada aspek yang senantiasa berhubungan dengan kedalaman manusia, yaitu penghayatan terhadap aspek-aspek religi yang telah dihayati oleh seseorang dalam hati.¹¹

d. Loyalitas Nasabah

Loyalitas diartikan sama dengan komitmen yang dapat diartikan keinginan untuk akan secara terus menerus melakukan hubungan. Konsep perilaku loyal penekanannya adalah melihat pada perilaku pembelian ulang dan sikap untuk membeli kembali atau frekuensi pembelian.¹²

2. Penegasan Operasional

Dari penegasan istilah diatas, maka dapat dijelaskan dari judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Strategi Pemasaran dan Religiusitas Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah di BRI Syariah Tulungagung”, dimana secara operasional penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, strategi pemasaran dan religiusitas terhadap loyalitas nasabah di BMI Tulungagung.

¹¹Jumal Ahmad, *Religiusitas, Refleksi dan Subjektivitas Keagamaan*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hlm 14-15.

¹²Muhammad Santoso, *Loyalitas Nasabah pada Bank Perkreditan Rakyat Wilayah Cirebon*, (Yogyakarta: Deepublish, 2019), hlm 68.

H. Sistematika Skripsi

Sistematika dari penulisan skripsi ini berisi tentang isi keseluruhan penelitian yang terdiri dari bagian awal, bagian isi dan bagian akhir penelitian.. Adapun sistematika penelitian ini yang terdiri dari 6 bab yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini memberikan pemaparan secara singkat apa dibahas dalam penelitian ini. Pemaparan tersebut mengenai dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Mendeskripsikan tentang kajian teori mengenai teori yang akan membahas kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual, variabel/sub variabel dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi uraian beberapa sub bab yaitu tentang pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling, sampel penelitian, sumber data, variabel, skala pengukuran, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi tentang inti atau hasil penelitian yang telah diteliti yaitu meliputi deskripsi data dan pengujian hipotesis.

BAB V PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi pembahasan-pembahasan dari rumusan masalah yang pertama sampai rumusan masalah yang terakhir.

BAB VI PENUTUP

Bab terakhir ini berisi uraian tentang serta saran.