

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank syariah adalah sebuah lembaga yang menyelenggarakan pembiayaan dan memberikan jasa perkreditan seperti jasa pembiayaan, serta produk simpanan seperti tabungan, deposito, dan giro. Pesatnya perkembangan bisnis dalam dunia perbankan syariah ini menjadi hal yang positif bagi para pelaku bisnis dalam suatu lembaga keuangan syariah untuk bertahan dalam dunia perbankan syariah di Indonesia. Seiring dengan berjalannya waktu, keberadaan lembaga keuangan syariah ini mendapatkan perhatian dan dukungan dari pihak masyarakat yang mayoritas beragama Islam, dimana masyarakat muslim ini mulai tertarik dengan eksistensi perbankan syariah. Adapun keberadaan lembaga perbankan syariah ini diyakini memiliki nilai lebih karena tidak ada bunga atau yang biasa dikenal dengan sebutan riba, dimana riba ini merupakan suatu kegiatan yang tidak diperbolehkan dalam Al-Qur'an yang mana telah dijelaskan dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 278 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ

Terjemah: “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman”. (QS. Al-Baqarah: 278)¹

¹ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah*, (Bandung: Creative Media Corp), Hal. 37

Berdasarkan penjelasan pada Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 278 diatas dapat diketahui bahwa sebagai orang yang beriman, kita diperintahkan untuk meninggalkan riba. Dimana riba merupakan suatu bentuk penambahan nilai pada pinjaman atau biasanya dikenal dengan sebutan bunga. Dalam Islam, segala jenis transaksi yang menggunakan sistem riba itu diharamkan atau tidak diperbolehkan digunakan karena riba dapat merugikan diri sendiri maupun orang lain.

Pada umumnya, perkembangan lembaga keuangan yang berbasis syariah di Indonesia tanpa disadari meningkat sangat pesat, baik dari sisi lembaga keuangan yang berbasis bank maupun non-bank. Berdasarkan Statistik OJK atau biasa dikenal dengan sebutan Otoritas Jasa Keuangan, pada tahun 2021 kemarin terdapat 2.035 kantor yang telah dioperasikan oleh 15 Bank Umum Syariah, 444 kantor oleh 20 Unit Usaha Syariah, dan 495 kantor dari 163 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Pada tahun 2021, total aset BUS dan UUS sebesar Rp. 676.735 Miliar, meningkat 14% dibandingkan tahun 2020 yang hanya sebesar Rp. 593.948 Miliar.²

Tabel 1.1
Pertumbuhan Aset, Pembiayaan Rakyat Syariah,
dan Dana Pihak Ketiga (DPK) Perbankan Syariah di Indonesia

| Keterangan | Tahun 2020 (Triliun) | Tahun 2021 (Triliun) |
|------------|----------------------|----------------------|
| Aset | 593.948 | 676.735 |
| Pembiayaan | 383.944 | 409.878 |
| DPK | 465.977 | 536.993 |

Sumber: SPS (Statistik Perbankan Syariah) Tahun 2021

² OJK, SPS Desember 2021, <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Documents/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Desember-2021/STATISTIK%20PERBANKAN%SYARIAH%20-%20DESEMBER%202021.pdf>, diakses pada 20 September 2022 pukul 20:03 WIB

Berdasarkan informasi peningkatan jumlah nasabah pada bank syariah yang diperoleh dari statistik perbankan syariah tahun 2020–2021. Hal ini menjadi salah satu pemicu untuk melanjutkan ekspansi aset perbankan syariah di Indonesia. Jumlah nasabah yang setia pada bank mengalami peningkatan seiring dengan perluasan aset perbankan. Selain itu, konsumen yang setia pada perbankan syariah adalah mereka yang merasa puas dengan produk dan layanan yang diberikan serta aktif menggunakannya. Akibatnya, mereka memiliki keinginan yang kuat untuk menyebarkan berita tentang perbankan syariah kepada setiap orang yang mereka temui. Dimana nasabah yang setia ini dalam dunia perbankan sering dikenal dengan sebutan loyalitas pelanggan.

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mengambil peran yang signifikan dalam bisnis, termasuk industri perbankan. Teknologi yang efektif digunakan dalam industri perbankan baik oleh konvensional maupun syariah. Hal ini bertujuan untuk mempermudah banyak pihak untuk memperoleh keuntungan dari bank, termasuk anggota staf dan pelanggan yang terhubung dengan sistem layanan.

Mobile banking syariah merupakan salah satu layanan yang telah dikembangkan perbankan syariah. *Mobile banking* syariah dapat diartikan sebagai suatu layanan yang mendukung transaksi sederhana dengan memanfaatkan teknologi informasi dan layanan perbankan yang ditawarkan oleh bank dengan kerangka operasional berbasis syariah. Sementara itu, *mobile banking* juga dapat didefinisikan sebagai layanan perbankan yang menggunakan alat komunikasi seperti handphone, dengan ketentuan fasilitas transaksi

perbankan melalui aplikasi di telepon genggam.

Asuransi, internet, *e-commerce*, BPJS, PDAM, pembukaan rekening wadiah dan mudharabah, dan layanan berbagi adalah beberapa layanan yang ditawarkan oleh *mobile banking* syariah. Layanan lainnya termasuk transfer antar bank atau sesama bank, cek informasi saldo, dan menerima pembayaran untuk barang dan jasa seperti telepon, listrik, tiket, dan asuransi. Untuk menggunakan fitur ini, nasabah hanya harus memiliki aplikasi *mobile banking* yang telah disetujui oleh bank. Dalam hal ini, bank syariah harus lebih memperhatikan fitur *mobile banking* yang tersedia karena di era digital saat ini, masalah privasi data semakin mendesak.³

Seiring perkembangan zaman, *mobile banking* syariah menjadi bukti adanya pergeseran menuju teknologi digital. Namun, perkembangan teknologi yang cepat ini juga menimbulkan kesulitan baru, khususnya dalam hal keamanan dan pertahanan terhadap kejahatan dunia maya. Oleh karena itu, bank syariah yang menyediakan layanan *mobile banking* harus siap menghadapi tantangan ini. Membangun kepercayaan nasabah terhadap perbankan syariah saat melakukan transaksi *online* menjadi salah satu isu utama. Pelanggan akan menggunakan layanan *mobile banking* dengan lebih hati-hati sebagai akibat dari meningkatnya ancaman kejahatan dunia maya. Oleh karena itu, perbankan syariah harus dapat memberikan keamanan transaksi dan melindungi nasabah dari penipuan *online* untuk memenangkan keyakinan penuh pada nasabah.

³ Heni Sukmawati, dkk., “Penerimaan dan Penggunaan Layanan Mobile Banking Perbankan Syariah: Ekstensi Technology Acceptance Model”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 2021, hal. 3

Adanya pergeseran zaman dan perkembangan teknologi yang semakin berkembang menimbulkan tantangan baru di balik era digital ini. Kejahatan digital menjadi ancaman serius bagi perbankan syariah, karena dapat mempengaruhi kepercayaan nasabah dalam melakukan transaksi *online*. Oleh karena itu, membangun kepercayaan menjadi sangat penting antara nasabah dan perbankan syariah. Kepercayaan yang kuat dapat membantu meningkatkan keamanan transaksi dan mengurangi ancaman kejahatan digital. Dalam upaya mengatasi tantangan ini, perbankan syariah harus terus beradaptasi dan memperkuat sistem keamanannya agar dapat memberikan pelayanan yang terpercaya dan aman bagi nasabahnya.

Mahasiswa sebagai pangsa pasar yang patut mendapat perhatian dalam menganalisis keyakinan dan layanan dalam layanan *mobile banking* syariah. Dimana dalam penelitian ini peneliti mengambil objek mahasiswa UIN SATU Tulungagung dimana kampus UIN SATU Tulungagung merupakan salah satu Perguruan Tinggi berbasis Islam yang ada di Kota Tulungagung, dengan jumlah mahasiswa khususnya jurusan perbankan syariah sebanyak 141 mahasiswa aktif angkatan tahun 2021/2022. Dimana terdiri dari kelas A sebanyak 48, kelas B sebanyak 47, dan kelas C sebanyak 46 mahasiswa.

Berbicara mengenai variabel Kepercayaan dan Kualitas Layanan, serta Loyalitas Nasabah, sebenarnya penelitian ini sudah pernah dilakukan namun dengan versi yang berbeda. Untuk yang pertama, penelitian yang dilakukan oleh Fibriani dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Syariah Indonesia Medan Petisah”. Dalam

penelitian yang dilakukan oleh Fibriani ini, terdapat persamaan penggunaan variabel yakni variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan. Namun, yang membedakan atau keterbaruan dari penelitian yang saya lakukan daripada penelitian terdahulu yakni adanya perbedaan konteks penelitian. Dimana, penelitian yang dilakukan Fibriani membahas mengenai minat menabung, sedangkan penelitian yang saya lakukan membahas mengenai loyalitas nasabah pengguna layanan *mobile banking* syariah. Selanjutnya yang kedua, penelitian yang dilakukan oleh Aini dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian Studi pada Pelanggan Alfamidi Super, Jalan Kaliurang, Yogyakarta)”. Dimana keterbaruan penelitian ini daripada penelitian terdahulu yakni penelitian ini menggunakan konteks penelitian loyalitas nasabah pengguna *mobile banking* syariah, sedangkan dalam penelitian yang telah dilakukan Aini menggunakan konteks penelitian keputusan pembelian pada pelanggan Alfamidi Super.

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, peneliti melakukan penelitian dengan mengacu pada lembaga perbankan syariah dikarenakan fitur layanan yang ada pada perbankan syariah yakni *mobile banking*. Dimana *mobile banking* ini sering disebut *mobile banking* syariah karena fitur pada *mobile banking* yang ada pada lembaga keuangan syariah atau perbankan syariah ini identik dengan produk-produk seperti tabungan easy wadiah, tabungan easy mudharabah, gadai emas, dan produk lainnya. Yang mana fitur layanan *mobile banking* yang ada pada dunia perbankan syariah ini tidak ada unsur riba melainkan sistem bagi hasil. Jadi pada intinya, alasan peneliti memilih faktor

tersebut karena peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah pengguna layanan *mobile banking* syariah di kalangan mahasiswa. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengkaji dalam sebuah karya ilmiah yang berjudul **“Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Layanan *Mobile Banking* Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2021 UIN SATU Tulungagung)”**.

B. Identifikasi Masalah

Penelitian kepercayaan, kualitas layanan, dan loyalitas nasabah ini mengambil tempat penelitian di UIN SATU Tulungagung khususnya pada mahasiswa perbankan syariah angkatan 2021. Dimana penentuan tema dan lokasi tersebut didasarkan pada:

Kepercayaan: dalam hal ini, peneliti akan melihat seberapa besar pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pengguna layanan *mobile banking* syariah pada mahasiswa perbankan syariah angkatan 2021 UIN SATU Tulungagung.

Kualitas Layanan: dalam hal ini peneliti ingin menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah pengguna layanan *mobile banking* syariah pada mahasiswa perbankan syariah angkatan 2021 UIN SATU Tulungagung.

Loyalitas Nasabah: dalam hal ini peneliti akan melihat seberapa besarkah pengaruh dari kepercayaan dan kualitas layanan dalam dunia perbankan syariah

terhadap loyalitas nasabah pengguna layanan *mobile banking* syariah pada mahasiswa jurusan perbankan syariah angkatan 2021 UIN SATU Tulungagung.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, penulis merumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Apakah kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna layanan *mobile banking* syariah pada mahasiswa perbankan syariah angkatan 2021 UIN SATU Tulungagung?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna layanan *mobile banking* syariah pada mahasiswa perbankan syariah angkatan 2021 UIN SATU Tulungagung?
3. Apakah kepercayaan dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pengguna layanan *mobile banking* syariah pada mahasiswa perbankan syariah angkatan 2021 UIN SATU Tulungagung?

D. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, maka tujuan penyusun melakukan penelitian ini yakni sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pengguna layanan *mobile banking* syariah pada mahasiswa perbankan syariah angkatan 2021 UIN SATU Tulungagung.

2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah pengguna layanan *mobile banking* syariah pada mahasiswa perbankan syariah angkatan 2021 UIN SATU Tulungagung.
3. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan secara bersama-sama terhadap loyalitas nasabah pengguna layanan *mobile banking* syariah pada mahasiswa perbankan syariah angkatan 2021 UIN SATU Tulungagung.

E. Kegunaan Penelitian

Hasil dalam penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat ataupun kegunaan. Adapun kegunaan dari penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Dapat meningkatkan pengetahuan dalam bidang ilmu pengetahuan dan pengembangan keilmuan penulis dan pembaca tentang dunia perbankan khususnya terkait pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah pengguna layanan *mobile banking* syariah kalangan mahasiswa perbankan syariah.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi Bank Syariah

Dengan adanya penelitian ini, maka diharapkan dapat bermanfaat bagi bank Syariah guna menganalisis pentingnya pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah pengguna layanan *mobile*

banking syariah kalangan mahasiswa perbankan syariah.

b. Bagi Akademik

Dapat dijadikan rujukan guna membantu mengembangkan wawasan, pengetahuan dan informasi untuk referensi penelitian selanjutnya.

c. Bagi Peneliti

Dengan adanya penelitian ini, maka dibutuhkan *output* menurut penelitian ini bisa dipakai menjadi bahan acuan penelitian *homogen* & menjadi pengembangan penelitian lebih lanjut. Selain itu, penelitian ini juga dapat digunakan sebagai bahan berita mengenai pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah pengguna layanan *mobile banking syariah* kalangan mahasiswa perbankan syariah.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Domain yang digunakan adalah hubungan antara dua variabel. Variabel tersebut adalah variabel X terhadap Y, dan variabel tersebut terdiri dari dua variabel bebas yaitu kepercayaan (X1), kualitas layanan (X2). Selain itu, juga terdapat variabel terikat atau biasa dikenal dengan *dependen*, dimana *dependen* dalam penelitian ini adalah loyalitas nasabah(Y).

Dalam penelitian ini, perlu dilakukan penyempitan masalah agar penelitian dapat dipahami guna memperjelas ruang lingkup masalah, topik pembahasan, dan melakukan diskusi yang terfokus. Maka dalam hal ini, peneliti hanya fokus pada pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah

pengguna layanan *mobile banking* syariah di kalangan mahasiswa perbankan syariah angkatan 2021 UIN SATU Tulungagung.

G. Penegasan Istilah

Masalah yang sering terjadi saat memahami judul dari sebuah karya tulis yaitu terjadinya banyak penafsiran terhadap substansi maksud peneliti. Oleh karena itu, perlu dijelaskan beberapa istilah penting dari judul penelitian ini yaitu “Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Layanan *Mobile Banking* Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2021 UIN SATU Tulungagung)”.

1. Definisi Konseptual

a. Kepercayaan

Menurut Fadali Rahman dan Aang Kunaifi dalam bukunya yang berjudul “Manajemen Pemasaran Syariah Konsep Dasar, *E-Marketing*, dan Strategi” mengartikan kepercayaan sebagai suatu kondisi mental yang dipengaruhi oleh situasi dan konteks sosial yang dialami oleh individu tersebut.⁴

b. Kualitas Layanan

Menurut Edy Yulianto dalam bukunya yang berjudul “Bisnis Online dan *E-Commerce*” mengartikan kualitas layanan sebagai perbedaan harapan antara pelanggan dan persepsi layanan online yang ditawarkan.⁵

⁴ Fadali Rahman dan Aang Kunaifi, *Manajemen Pemasaran Syariah Konsep Dasar, E-Marketing, dan Strategi*, (Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi, 2022), hal. 87

⁵ Edy Yulianto, *Bisnis Online dan E-Commerce*, (Malang: Intelegensia Media, 2020), hal.

c. Loyalitas Nasabah

Menurut Ridwan dan Halilah dalam jurnalnya yang berjudul “Pengaruh *E-Trust* terhadap *E-Loyalty* (Studi pada Seller di Bukalapak)” mengartikan loyalitas nasabah sebagai perilaku kunjungan berulang konsumen, konsumsi, dan rekomendasi dari *website* yang sama.⁶ Dimana loyalitas nasabah ini juga dapat didefinisikan sebagai suatu komitmen pelanggan yang bertahan lama untuk berlangganan kembali atau membeli kembali produk/layanan tertentu secara konsisten di masa mendatang, meskipun pengaruh situasi dan upaya pemasaran berpotensi menyebabkan perubahan perilaku

d. *Mobile Banking* Syariah

Menurut Hasan dalam penelitiannya yang berjudul “*E-Loyalty* Pengguna *Mobile Banking* Syariah, dengan *E-Trust* sebagai Variabel *Intervening*: Studi Kasus pada Generasi Milenial” mendefinisikan *mobile banking* syariah sebagai layanan aplikasi berbasis internet yang dimiliki oleh perbankan syariah dan dalam memberikan layanan kepada nasabah sesuai dengan prinsip syariah.⁷

2. Definisi Operasional

Penelitian ini mengevaluasi pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah pengguna layanan *mobile banking* syariah. Kedua

⁶ Ridwan Achdiat Kartono dan Li Halilah, “Pengaruh E-Trust terhadap E-Loyalty (Studi pada Seller di Bukalapak)”, *Jurnal Polban*, 10(01), hal. 1207

⁷ Hasan AL .B., *E-Loyalty Pengguna Mobile Banking Syariah, dengan E-Trust sebagai Variabel Intervening: Studi Kasus pada Generasi Milenial*, (UIN Sunan Kalijaga: Skripsi, 2021), hal. 10

variabel tersebut dianggap sebagai faktor antara variabel bebas dan variabel terikat.

Secara operasional yang dimaksud dengan pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah pengguna layanan *mobile banking* syariah pada mahasiswa perbankan syariah angkatan 2021/2022 UIN SATU Tulungagung adalah sejauh mana mahasiswa perbankan syariah angkatan 2021/2022 UIN SATU Tulungagung menilai terkait keyakinan, kualitas serta pelayanan pada *mobile banking* syariah.

H. Sistematika Pembahasan

Dalam mengarahkan penulisan skripsi ini agar lebih mudah dipahami, maka peneliti membuat sistematika penulisan sesuai dengan pedoman skripsi sebagai berikut:

Untuk bagian awal terdiri dari halaman sampul awal, halaman judul, halaman persetujuan/pengesahan pembimbing, halaman pernyataan keaslian, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran dan abstrak.

Bagian utama terdiri dari antara lain sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, terdiri dari: pada bab ini akan membahas sub bab pendahuluan, yaitu: a) Latar Belakang Masalah, b) Identifikasi Masalah, c) Rumusan Masalah, d) Tujuan Penelitian, e) Kegunaan Penelitian, f) Ruang Lingkup dan keterbatasan Penelitian, g) Penegasan istilah, h) sistematika penulisan skripsi.

Bab II Landasan Teori: Pada bab ini berisi tinjauan atau kajian teori dan penelitian sebelumnya. Di antara teori-teori yang dibahas dalam bab ini adalah teori-teori dari variabel yang diambil yaitu kepercayaan, kualitas layanan, loyalitas nasabah, dan *mobile banking* syariah, serta penelitian sebelumnya yang mendukung penelitian ini, dan membahas kerangka konseptual dan hipotesis penelitian.

Bab III Metode Penelitian: Pada bab ini berisi tentang metode penelitian yang memiliki sub-bab, antara lain: a) Pendekatan dan Jenis Penelitian, b) Populasi, *sampling* dan sampel penelitian, c) Sumber data, variabel, skala pengukuran, d) Teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian, e) Teknik analisis data.

Bab IV Hasil Penelitian: Pada bab ini menjelaskan tentang deskripsi data dan pengujian hipotesis.

Bab V Pembahasan: Pada bab ini berisi pembahasan yang membahas hasil penelitian tentang topik penelitian. Pada bab ini, pembahasan dilakukan dengan menganalisis data dan mengembangkan ide berdasarkan bab-bab sebelumnya.

Bab VI Penutup: Pada bab ini berisikan tentang penutup yang dalam bab ini akan dipaparkan atau kesimpulan yang ditarik dari hasil pembahasan dan memberikan saran berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan.

Bagian akhir dari laporan penelitian ini berisi daftar pustaka, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian tulisan, dan daftar riwayat hidup.