

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank syariah di Indonesia telah mengalami perkembangan yang pesat selama beberapa dekade terakhir. Dalam laporan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), pangsa pasar perbankan syariah di Indonesia terus meningkat menjadi 7,38%, % dari total industri perbankan nasional, yang didukung oleh 13 bank umum syariah, 20 unit usaha syariah, dan 171 bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS). Selain itu, di wilayah Jawa Timur, perbankan syariah menunjukkan perkembangan positif, dengan pertumbuhan penyaluran pembiayaan sebesar 12,4% secara tahunan pada Juli 2024. Angka ini lebih tinggi dibandingkan dengan pertumbuhan kredit umum yang hanya mencapai 4,7% pada periode yang sama dengan pertumbuhan aset mencapai 9,71% atau Rp892,97 triliun pada Maret 2024.¹

Kebutuhan akan pembiayaan investasi yang berkelanjutan semakin meningkat seiring dengan perkembangan instrumen keuangan syariah di seluruh dunia. Laporan Pengembangan Keuangan Islam 2023 terkini melaporkan bahwa nilai beredar Sukuk Hijau dan *Environmental, Social, Governance* (ESG) mencapai 24,4 miliar dolar AS pada tahun 2022, dengan Malaysia dan Arab Saudi di posisi pertama, diikuti oleh UEA dan Indonesia. Selain itu, pertumbuhan teknologi keuangan (*financial technology*) didorong

¹ Otoritas Jasa Keuangan, *Pertumbuhan Aset Perbankan Syariah Mencapai 9.71%, 2024*, https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/pages/sp_2612924.aspx.

oleh integrasi teknologi, dan ini berkontribusi pada peningkatan aksesibilitas pasar keuangan syariah. Data dari *Global Islamic Fintech Report 2023/2024* menunjukkan pertumbuhan besar dalam industri fintech syariah.² Pasar global diperkirakan mencapai 138 miliar USD pada tahun 2022/23, dan diperkirakan akan meningkat menjadi 306 miliar USD pada tahun 2027, dengan CAGR (tingkat pertumbuhan tahunan gabungan) sebesar 17,3%

Secara keseluruhan, aset keuangan syariah Indonesia mencapai Rp2.450 triliun per Juni 2023, mengalami pertumbuhan sebesar 13,3% year-on-year, dengan pangsa pasar sebesar 10,94% dari total industri keuangan nasional. Dengan tren pertumbuhan positif di tingkat nasional dan provinsi, dapat diasumsikan bahwa perbankan syariah di Tulungagung juga mengalami peningkatan dalam jumlah nasabah dan nilai transaksi. Preferensi masyarakat terhadap layanan perbankan syariah dibandingkan konvensional menunjukkan tren yang positif, sebagaimana tercermin dalam peningkatan aset dan pangsa pasar perbankan syariah di Indonesia.

Loyalitas nasabah menjadi elemen kunci dalam keberhasilan operasional bank syariah Indonesia. Sebuah bank tidak hanya membutuhkan nasabah baru untuk berkembang, tetapi juga membutuhkan hubungan jangka panjang dengan nasabah yang ada. Dengan loyalitas yang tinggi, nasabah akan cenderung untuk tetap menggunakan produk dan layanan bank meskipun dihadapkan pada berbagai pilihan lain di pasar. Loyalitas nasabah

² Global Islamic Fintech Report, "Fintech Syariah Global: Tren Dan Proyeksi 2023/2024," 2023, https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_2623624.aspx.

pada bank syariah Indonesia bukan hanya didorong oleh kualitas produk dan layanan, tetapi juga oleh kepatuhan bank terhadap prinsip-prinsip syariah.³

Loyalitas nasabah dalam bank syariah Indonesia merupakan hasil dari interaksi antara kepuasan layanan dan pemenuhan kebutuhan spiritual nasabah. Bank syariah Indonesia yang mampu menghadirkan nilai-nilai Islami dalam layanannya dapat meningkatkan loyalitas nasabah.⁴ Hal ini penting karena nasabah di bank syariah Indonesia sering kali mencari layanan yang tidak hanya efisien, tetapi juga sesuai dengan prinsip Islam. Loyalitas yang didasarkan pada pemenuhan kebutuhan spiritual, dapat menjadi lebih kuat dibandingkan dengan loyalitas yang hanya berdasarkan kepuasan layanan semata. Bank syariah Indonesia yang memahami hal ini akan lebih mampu mempertahankan basis nasabah yang stabil.

Kepercayaan menjadi elemen penting dalam membentuk loyalitas nasabah pada bank syariah Indonesia. Nasabah bank syariah Indonesia cenderung memiliki tingkat loyalitas yang lebih tinggi ketika mereka merasa dapat mempercayai bank untuk mengelola keuangan mereka sesuai dengan nilai-nilai syariah.⁵ Penelitian tersebut menemukan bahwa kepercayaan berperan sebagai mediator dalam hubungan antara kualitas layanan dan

³ Dewi Linatus Sa'adah and Mulyo Budi Setiawan, "The Effect of Trust, Service Quality and Brand Image on Customer Satisfaction and Their Impact on Customer Loyalty (Study on Customers of PT. BPR BKK Demak Operational Headquarters)," *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 4, no. 5 (2023): 5957–70.

⁴ Syarifuddin Sulaiman, "Analysis of Customer Loyalty Determinants of Bank Muamalat Indonesia," *Jurnal Multidisiplin Madani (MUDIMA)* 2, no. 3 (2022): 1355–66.

⁵ M. R. Makom, "Analisis Digital Marketing, Citra Merek, Dan Layanan Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia Kota Semarang," *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, [jurnalbisnismahasiswa.com](http://jurnalbisnismahasiswa.com/index.php/jurnal/article/view/125), 2023, <http://jurnalbisnismahasiswa.com/index.php/jurnal/article/view/125>.

loyalitas nasabah. Ketika nasabah merasa bahwa bank mematuhi aturan syariah secara konsisten, kepercayaan terhadap bank meningkat, yang pada akhirnya memperkuat loyalitas. Bank syariah Indonesia harus memastikan bahwa aspek kepercayaan ini dipenuhi dengan baik.

Dalam persaingan yang semakin ketat, bank syariah Indonesia harus mampu membedakan diri dari bank konvensional. Layanan prima menjadi langkah strategis yang dapat diterapkan bank syariah dalam menonjolkan keunggulan di antara para pesaingnya. Kualitas layanan yang baik, meliputi keandalan, empati, dan integritas berperan penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah.⁶ Layanan prima yang diterapkan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah tidak hanya meningkatkan kepuasan nasabah tetapi juga menciptakan loyalitas yang kuat pada bank. Loyalitas ini menjadi aset penting bagi bank syariah Indonesia dalam mempertahankan posisinya di pasar yang kompetitif.

Kualitas layanan di bank syariah Indonesia memiliki dimensi yang lebih luas dibandingkan dengan perbankan konvensional. Kualitas layanan tidak hanya mencakup aspek teknis, tetapi juga moral dan etika yang sesuai dengan ajaran Islam. Layanan prima dalam bank syariah Indonesia harus berlandaskan pada prinsip-prinsip seperti kejujuran, transparansi, dan keadilan.⁷ Dalam hal ini, layanan prima yang mencerminkan nilai-nilai Islami

⁶ M. G. Saragih and D. Astuti, "Analisis E-Service Quality Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening," *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan ...*, ejurnal.seminar-id.com, 2021, <http://ejurnal.seminar-id.com/index.php/ekuitas/article/view/1123>.

⁷ W. Sari and N. Wening, "Analisis Kinerja Pelayanan, Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah BRI Kangean," in *Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi (DINAMIKA)*, 2022.

memberikan keunggulan kompetitif bagi bank syariah Indonesia. Nasabah yang merasa dilayani dengan baik sesuai dengan ajaran agamanya akan lebih cenderung untuk terus menggunakan layanan tersebut.

Kualitas layanan dalam bank syariah Indonesia tidak hanya diukur dari seberapa cepat atau efisien layanan yang diberikan, tetapi juga bagaimana layanan tersebut mencerminkan keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab sosial. Nasabah bank syariah Indonesia tentunya menghargai transparansi dan kejujuran dalam layanan. Hal ini penting dalam aspek keuangan, di mana transparansi dalam produk dan proses transaksi menjadi penentu utama kepuasan nasabah.⁸ Transparansi yang diterapkan dengan baik ini memungkinkan nasabah merasa aman dan yakin bahwa layanan yang diberikan sesuai dengan syariah.

Dimensi empati dalam layanan bank syariah Indonesia berperan penting dalam meningkatkan keterikatan nasabah. Empati atau perhatian yang diberikan kepada nasabah secara personal menjadi salah satu faktor utama dalam membangun hubungan yang kuat antara bank dan nasabah.⁹ Hal tersebut mencerminkan kesediaan bank untuk mendengarkan dan memahami kebutuhan khusus nasabah, yang dalam banyak kasus, terkait dengan pemenuhan kebutuhan spiritual. Bank yang mampu menunjukkan empati dan

⁸ Sari and Wening, "Analisis Kinerja Pelayanan, Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah BRI Kangean."

⁹ A. L. Kusumastuti and M. A. Kodir, "Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Jateng Cabang Pembantu Sampangan," in *Keunis*, jurnal.polines.ac.id, 2019, <https://jurnal.polines.ac.id/index.php/keunis/article/viewFile/1532/106572>.

peduli terhadap kebutuhan religius nasabah akan lebih mudah membangun hubungan yang kokoh dan langgeng.

Nasabah yang loyal pada bank syariah Indonesia cenderung berkomitmen untuk menggunakan produk-produk syariah lainnya, seperti investasi dan asuransi syariah.¹⁰ Hal ini mengindikasikan bahwa loyalitas nasabah dalam bank syariah Indonesia dapat mendorong pengembangan produk keuangan syariah yang lebih luas. Dengan memberikan pelayanan yang memuaskan dan tetap sesuai prinsip Islam, bank syariah Indonesia dapat membangun loyalitas nasabah yang tidak hanya terbatas pada produk perbankan dasar. Loyalitas ini mendorong nasabah untuk melakukan diversifikasi portofolio syariah, yang berkontribusi pada pertumbuhan industri keuangan syariah.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah, terutama dalam dimensi “*assurance*” dan “*empathy*”.¹¹ Dalam perbankan syariah, dimensi ini penting karena terkait dengan persepsi nasabah terhadap nilai-nilai keislaman yang diterapkan oleh bank. Dimensi “*assurance*” dalam layanan perbankan syariah mencerminkan rasa aman nasabah terhadap produk yang mereka gunakan, serta kepastian bahwa layanan tersebut sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Selain itu, “*empathy*” menunjukkan kemampuan bank dalam memahami

¹⁰ V. Bellasaputri and D. Arif, “Analisis Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah Di Bank Bca,” in *IQTISHADequity Jurnal MANAJEMEN*, 2022.

¹¹ S. B. Riono et al., “Analisis Pelayanan Publik Dan Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Perkreditan Rakyat Muhadi Setia Budi (BPR MSB) Kabupaten Brebes,” *Jurnal Investasi*, investasi.unwir.ac.id, 2020, <http://investasi.unwir.ac.id/index.php/investasi/article/view/89>.

kebutuhan nasabah dan memberikan pelayanan yang personal dan penuh perhatian.

Penerapan layanan prima dalam bank syariah Indonesia harus memperhatikan aspek nilai-nilai keislaman yang menjadi dasar operasionalnya. Nilai-nilai seperti kejujuran, keadilan, dan transparansi menjadi landasan utama dalam setiap interaksi antara bank dan nasabah. Layanan yang berlandaskan prinsip-prinsip ini dapat membantu bank syariah untuk membedakan diri dari bank konvensional.¹² Bank syariah Indonesia yang berhasil menerapkan nilai-nilai Islam dalam layanan mereka memiliki peluang yang lebih besar dalam menarik perhatian minat nasabah serta memberikan kenyamanan dan kepuasan bagi nasabah.

Selain kualitas layanan, faktor etika berperan penting pada loyalitas nasabah di bank syariah Indonesia. Pentingnya dimensi etis dalam operasional bank syariah Indonesia, seperti kejujuran, integritas, dan keadilan. Dalam penelitian Abidin, bahwa bank syariah beroperasi dengan etika yang kuat cenderung memiliki loyalitas yang lebih tinggi.¹³ Bank syariah Indonesia yang menjalankan layanannya sesuai etika Islam, tentunya akan lebih dipercaya oleh nasabah. Faktor etika ini menjadi pembeda yang kuat antara perbankan syariah dan perbankan konvensional.

¹² Fakhruddin, "Analysis of Factors That Affect Customer Interest in Using Mobile Banking Services of Bank Syariah Indonesia," in *Islamic Economic Institutions In Indonesia: Are They Successful In Achieving The Maqasad-al-Shari'ah*, 2023, https://doi.org/10.1142/9789811272691_0008.

¹³ Abidin, "Analysis of Syariah Credit Card from Islamic Economic Perspective: Evidence from BNI Bank in Indonesia," in *Academy of Strategic Management Journal*, vol. 20, 2021, <https://www.scopus.com/inward/record.uri?partnerID=HzOxMe3b\&scp=85111538055\&origin=inward>.

Kepuasan nasabah di bank syariah Indonesia lebih tinggi dibandingkan dengan bank konvensional ketika bank tersebut mampu menyesuaikan produk dan layanannya dengan nilai-nilai Islam.¹⁴ Dalam penelitian Mustafa, ditemukan bahwa dimensi kepuasan yang berorientasi pada nilai agama memperkuat loyalitas nasabah. Nasabah bank syariah umumnya mencari lebih dari sekadar layanan keuangan, mereka menginginkan layanan yang dapat memenuhi kebutuhan spiritual mereka. Hal ini memperjelas bahwa kualitas layanan dan kepuasan nasabah yang didasarkan pada nilai-nilai Islam dapat berperan penting dalam mempertahankan loyalitas nasabah di bank syariah.

Di daerah seperti Tulungagung, bank syariah Indonesia menghadapi tantangan tersendiri dalam mempertahankan loyalitas nasabah. Tulungagung merupakan daerah yang tidak sepenuhnya urban dan memiliki karakteristik masyarakat yang cenderung religius. Namun, penetrasi layanan keuangan berbasis syariah mungkin belum sekuat di kota-kota besar. Di sisi lain, karakteristik masyarakat yang religius dapat menjadi faktor pendukung dalam mengadopsi produk keuangan syariah. Potensi besar ini dapat dimanfaatkan oleh bank syariah Indonesia dengan meningkatkan literasi keuangan syariah di daerah tersebut.

¹⁴ Mustafa, "Analysis Theory of Reasoned Action Approaches on Intention Mudharabah Savings Product Customers in the Syariah Regional Development Banks in Yogyakarta," in *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 2020, <https://www.scopus.com/inward/record.uri?partnerID=HzOxMe3b\&scp=85096520962\&origin=inward>.

Sesuai dengan teori loyalitas nasabah, layanan prima memiliki peran penting dalam mempertahankan hubungan jangka panjang antara nasabah dan bank.¹⁵ Loyalitas nasabah tidak hanya ditunjukkan melalui penggunaan ulang produk, tetapi juga melalui keinginan mereka untuk merekomendasikan bank kepada orang lain. Layanan yang memuaskan secara konsisten merupakan kunci untuk menciptakan loyalitas nasabah yang kuat.¹⁶ Dalam perbankan syariah, layanan yang memuaskan harus mencerminkan nilai-nilai Islami yang menjadi dasar operasional bank.¹⁷ Memenuhi harapan nasabah dengan layanan yang baik dan sesuai prinsip syariah, bank syariah dapat menciptakan loyalitas yang lebih tahan lama.

Loyalitas dalam layanan pelanggan terbentuk melalui hubungan emosional antara konsumen dan perusahaan.¹⁸ Hubungan ini menjadi lebih kuat ketika konsumen merasa bahwa perusahaan memperhatikan kebutuhan mereka secara holistik, termasuk kebutuhan spiritual. Layanan yang mencerminkan nilai-nilai Islami, seperti empati dan integritas, akan

¹⁵ A. H. Khoiri and A. Adityawarman, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Pada Bank Bnisyariah Semarang," *Diponegoro Journal of Islamic ...*, ejournal2.undip.ac.id, 2021, <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/djieb/article/view/11868>.

¹⁶ D. N. Hidayanti et al., "Analisis Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT BPRS Seprovinsi Lampung," in *Islamic Economics Journal*, researchgate.net, 2020, https://www.researchgate.net/profile/Erike-Anggraeni/publication/343743603_Analisis_Penanganan_Keluhan_Terhadap_Loyalitas_Nasabah_Pada_PT_BPRS_Seprovinsi_Lampung/links/6009230245851553a05b9f24/Analisis-Penanganan-Keluhan-Terhadap-Loyalitas-Nasabah-Pada-PT-BPRS-Seprovinsi-Lampung.pdf?origin=journalDetail&_tp=eyJWYWIjoiam91cm5hbERldGFpbCJ9.

¹⁷ Damanhur, "Analyzing the Effect of Products and Human Resources Towards Customer Loyalty at Bank Aceh Syariah, Bireuen, Indonesia," in *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 2021, <https://www.scopus.com/inward/record.uri?partnerID=HzOxMe3b&scp=85126183876&origin=inward>.

¹⁸ Khoiri and Adityawarman, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Pada Bank Bnisyariah Semarang."

meningkatkan keterikatan emosional antara nasabah dan bank. Keterikatan ini menjadi fondasi yang kuat bagi terciptanya loyalitas nasabah. Loyalitas yang terbangun melalui hubungan emosional cenderung lebih tahan terhadap pengaruh dari pesaing.¹⁹

Bank syariah Indonesia yang konsisten dalam memberikan layanan prima yang mencerminkan nilai-nilai syariah akan memiliki daya tarik yang kuat bagi nasabah. Pentingnya pengalaman layanan yang konsisten dan dapat diandalkan sebagai kunci untuk membangun loyalitas jangka panjang.²⁰ Dalam hal ini, bank syariah Indonesia harus memastikan bahwa layanan yang diberikan selalu memenuhi harapan nasabah dalam hal keandalan dan kejujuran. Nasabah yang merasa bahwa bank syariah selalu dapat diandalkan akan lebih cenderung untuk terus menggunakan layanan tersebut. Loyalitas tersebut sangat berharga bagi bank syariah Indonesia karena membantu mempertahankan posisinya di pasar yang kompetitif.

Dalam perbankan syariah, kepercayaan nasabah sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan yang berlandaskan prinsip syariah. Bank syariah Indonesia yang konsisten dalam menerapkan nilai-nilai keislaman dalam layanannya akan lebih mudah mempertahankan loyalitas nasabah. Nasabah yang merasa bahwa layanan bank sesuai dengan ajaran agama mereka akan lebih nyaman dan aman dalam menggunakan layanan tersebut. Kepercayaan ini penting

¹⁹ A. Novandalina and T. Rianawati, "Analisis Persepsi Nasabah Mengenai Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Simpan Pinjam Di KSP Artha Buwana Gembong," *Jurnal Visi Manajemen*, stiepari.org, 2021, <http://stiepari.org/index.php/jvm/article/view/153>.

²⁰ Fakhrudin, "Bank Wakaf Mikro Dan Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Indonesia Perspektif Maqashid Syariah," in *De Jure: Jurnal Hukum Dan Syar'iah*, vol. 13, no. 2, 2021, <https://doi.org/10.18860/j-fsh.v13i2.15485>.

karena menjadi fondasi bagi hubungan jangka panjang antara bank dan nasabah. Kepercayaan nasabah pada bank syariah Indonesia berkaitan dengan persepsi mereka terhadap kualitas layanan yang sesuai syariah.²¹

Nasabah bank syariah Indonesia sering kali lebih fokus pada keandalan layanan daripada aspek lainnya dalam perbankan.²² Keandalan ini mencakup kemampuan bank untuk memberikan layanan yang konsisten dan dapat diandalkan setiap saat. Nasabah yang merasa bahwa bank syariah Indonesia mereka dapat diandalkan lebih mungkin untuk tetap loyal. Keandalan ini berkaitan erat dengan kepatuhan bank terhadap prinsip-prinsip syariah, yang membuat nasabah merasa nyaman dan aman. Adanya penerapan layanan yang konsisten dan patuh syariah, bank syariah Indonesia dapat mempertahankan loyalitas nasabah dalam jangka panjang.²³

Selain keandalan, aspek kecepatan dan responsivitas juga menjadi faktor yang penting dalam layanan bank syariah Indonesia. Nasabah bank syariah Indonesia sangat menghargai kecepatan layanan dan kemudahan akses terhadap informasi tentang produk dan layanan.²⁴ Namun, meskipun kecepatan layanan menjadi penting, bank syariah Indonesia harus tetap

²¹ N. A. Najwa, "Board Size, Chief Risk Officer and Risk-Taking in Islamic Banks: Role of Shariah Supervisory Board," in *Jurnal Pengurusan*, vol. 57, 2019, <https://www.scopus.com/inward/record.uri?partnerID=HzOxMe3b\&scp=85078524554\&origin=inward>.

²² Novandalina and Rianawati, "Analisis Persepsi Nasabah Mengenai Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Simpan Pinjam Di KSP Artha Buwana Gembong."

²³ H. Insawan, "Comparative Analysis of Syariah Bank in Indonesia," in *International Journal of Advanced Science and Technology*, vol. 29, no. 4, 2020, <https://www.scopus.com/inward/record.uri?partnerID=HzOxMe3b\&scp=85082000842\&origin=inward>.

²⁴ H. Raza, "Comparison Between Accounting Treatment of Non-Halal Funds at PT.Bank Aceh Syariah and Bank Muamalat: Qualitative Analysis From Indonesia Financial Sector," in *Quality - Access to Success*, vol. 25, no. 198, 2024, <https://doi.org/10.47750/QAS/25.198.29>.

memastikan bahwa layanan tersebut tidak melanggar prinsip syariah. Dengan menjaga keseimbangan antara kecepatan dan kepatuhan, bank syariah dapat memenuhi ekspektasi nasabah mempertahankan loyalitas nasabahnya dalam jangka panjang.

Selain kualitas layanan, tanggung jawab sosial juga memiliki dampak penting pada loyalitas nasabah di bank syariah Indonesia. Nasabah bank syariah Indonesia memiliki loyalitas yang lebih tinggi pada bank yang memprioritaskan tanggung jawab sosial, seperti pembiayaan yang mendukung pemberdayaan ekonomi.²⁵ Bank syariah Indonesia yang menunjukkan komitmen pada tanggung jawab sosial memberikan sinyal positif kepada nasabah tentang kepedulian mereka terhadap kesejahteraan masyarakat. Hal ini memperkuat hubungan antara bank dan nasabah guna meningkatkan loyalitas nasabah.

Faktor lain yang turut mendukung loyalitas nasabah adalah reputasi bank syariah Indonesia itu sendiri. Reputasi yang baik dalam menerapkan prinsip-prinsip Islam dan transparansi bisnis berdampak pada loyalitas nasabah.²⁶ Nasabah cenderung lebih setia pada bank syariah Indonesia yang memiliki reputasi yang kuat dan komitmen terhadap syariah. Reputasi ini menjadi bukti nyata bahwa bank syariah Indonesia berkomitmen dalam menjalankan layanannya sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Reputasi yang

²⁵ L. Nugroho, "Discourses of Sustainable Finance Implementation in Islamic Bank (Cases Studies in Bank Mandiri Syariah 2018)," in *International Journal of Financial Research*, vol. 10, no. 6, 2019, <https://doi.org/10.5430/ijfr.v10n6p108>.

²⁶ Raza, "Comparison Between Accounting Treatment of Non-Halal Funds at PT.Bank Aceh Syariah and Bank Muamalat: Qualitative Analysis From Indonesia Financial Sector."

baik tidak hanya membantu bank syariah Indonesia mempertahankan nasabah yang ada tetapi juga menarik nasabah baru.

Kualitas layanan yang terstandarisasi juga memiliki peran dalam mempertahankan loyalitas nasabah bank syariah Indonesia.²⁷ Standarisasi layanan ini memungkinkan nasabah untuk selalu mendapatkan layanan yang konsisten dan memuaskan. Dengan standar layanan yang terstruktur, bank syariah Indonesia dapat memastikan bahwa setiap nasabah mendapatkan pengalaman yang sesuai dengan harapan mereka. Hal ini tidak hanya meningkatkan kepuasan tetapi juga memperkuat loyalitas nasabah. Standarisasi layanan yang baik mencerminkan komitmen bank syariah dalam memberikan layanan yang profesional dan patuh syariah.

Selain kualitas layanan dan reputasi, pengetahuan nasabah tentang prinsip syariah juga berperan dalam loyalitas mereka. Nasabah yang memahami prinsip-prinsip syariah lebih cenderung untuk tetap setia pada bank syariah Indonesia.²⁸ Hal ini karena mereka memahami bahwa bank syariah tidak hanya berfokus pada keuntungan finansial tetapi juga pada nilai-nilai Islam. Oleh karena itu, meningkatkan literasi syariah nasabah menjadi salah satu strategi efektif bagi bank syariah dalam mempertahankan loyalitas. Literasi syariah yang tinggi akan membuat nasabah merasa lebih percaya dan nyaman dalam menggunakan produk perbankan syariah.

²⁷ Nugroho, "Discourses of Sustainable Finance Implementation in Islamic Bank (Cases Studies in Bank Mandiri Syariah 2018)."

²⁸ E. Heniwati, "Financial Health of Syariah and Non-Syariah Banks: A Comparative Analysis," in *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, vol. 12, no. 4, 2021, <https://doi.org/10.1108/JIABR-07-2020-0216>.

Loyalitas nasabah bank syariah di negara-negara Islam cenderung lebih tinggi ketika bank memperhatikan aspek kepercayaan dan etika dalam pelayanannya.²⁹ Dalam hal ini, kepercayaan dibangun melalui penerapan prinsip-prinsip syariah secara konsisten dan transparan. Etika menjadi dasar dari semua interaksi antara bank dan nasabah, yang memastikan bahwa setiap transaksi dijalankan dengan integritas. Bank syariah Indonesia yang memprioritaskan kepercayaan dan etika dalam layanan mereka akan lebih mudah membangun loyalitas nasabah. Loyalitas yang terbentuk melalui kepercayaan ini cenderung lebih kuat.

Dari berbagai penelitian di atas, terlihat bahwa faktor-faktor seperti kualitas layanan, transparansi, etika, tanggung jawab sosial, dan reputasi sangat berperan dalam membentuk loyalitas nasabah di perbankan syariah.³⁰ Bank syariah Indonesia yang secara konsisten menerapkan nilai-nilai ini akan lebih mudah mempertahankan hubungan jangka panjang dengan nasabahnya. Loyalitas yang didasarkan pada nilai-nilai Islami ini menjadi aset berharga bagi bank dalam mempertahankan posisinya di pasar yang kompetitif. Selain itu, loyalitas mendukung pertumbuhan jangka panjang bank syariah Indonesia dan berkontribusi positif pada perkembangan industri keuangan syariah secara keseluruhan.

²⁹ M. F. Hidayatullah, "Formulation Of Sharia Marketing Strategy In Bank Syariah Indonesia," in *Quality - Access to Success*, vol. 24, no. 196, 2023, <https://doi.org/10.47750/QAS/24.196.34>.

³⁰ F. Muslimin, "IMPLEMENTATION OF MACHINE LEARNING TECHNOLOGY FOR CONSUMER CREDIT SCORING IN BANKING INDUSTRY: STUDY CASE OF PT BANK BNI SYARIAH," in *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, vol. 100, no. 7, 2022, <https://www.scopus.com/inward/record.uri?partnerID=HzOxMe3b\&scp=85128600703\&origin=inward>.

Loyalitas pelanggan dalam perbankan syariah memiliki ciri yang berbeda dari perbankan tradisional. Rasa setia tidak hanya dipengaruhi oleh tingkat kepuasan terhadap layanan yang diberikan, tetapi juga oleh pemenuhan aspek spiritual dan komitmen bank terhadap prinsip syariah. Faktor-faktor seperti kepercayaan, etika, keterbukaan, serta nilai-nilai Islami seperti keadilan dan kejujuran berperan penting dalam menciptakan hubungan yang langgeng antara bank dan nasabah. Memberikan layanan unggul yang sejalan dengan nilai-nilai ini dapat memperkuat ikatan emosional nasabah dan meningkatkan loyalitas yang lebih dalam serta berkelanjutan.

Di wilayah seperti Tulungagung, sifat masyarakat yang taat beragama menjadi sebuah peluang sekaligus tantangan bagi bank syariah dalam menjaga kesetiaan pelanggan. Walaupun terdapat potensi yang cukup besar, tingkat pemahaman dan akses terhadap layanan keuangan syariah di wilayah ini masih perlu ditingkatkan. Oleh sebab itu, sangat penting untuk memahami pandangan nasabah mengenai layanan unggul yang ditawarkan oleh bank syariah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana layanan unggul yang berlandaskan nilai-nilai syariah memengaruhi kesetiaan nasabah bank syariah di Indonesia, khususnya di Tulungagung, sehingga diharapkan dapat memberikan kontribusi yang strategis untuk memperkuat daya saing dan keberlanjutan dalam perbankan syariah.

Penelitian ini berfokus pada pemahaman mengenai persepsi nasabah terhadap layanan prima yang diterapkan oleh bank syariah Indonesia di

Tulungagung. Dengan memahami bagaimana nasabah memandang layanan yang mereka terima, bank dapat mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan. Layanan prima yang sesuai dengan nilai-nilai syariah diharapkan mampu meningkatkan loyalitas nasabah.³¹ Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat mengenai strategi yang dapat diterapkan oleh bank syariah untuk mempertahankan loyalitas nasabah. Loyalitas ini menjadi faktor kunci dalam keberhasilan operasional bank syariah Indonesia.³²

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana penerapan layanan prima pada Bank Syariah Indonesia di Tulungagung?
2. Apa saja kendala dalam pelaksanaan layanan prima di Bank Syariah Indonesia di Tulungagung?
3. Bagaimana layanan prima dapat meningkatkan loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia di Tulungagung?

³¹ R. S. Masna Hatuwe, "Influence Analysis Ratios Roa, Roe, and Ldr Adequacy against Increased Capital Ratios at Bank Syariah Mandiri," in *International Journal of Scientific and Technology Research*, vol. 8, no. 11, 2019, <https://www.scopus.com/inward/record.uri?partnerID=HzOxMe3b\&scp=85075076557\&origin=inward>.

³² T. F. D. Samad, "Islamic Bank Customers' Categorization of Cognitive Process Regarding Usury: A Case Study in Bank Syariah Indonesia Manado," in *Millah: Journal of Religious Studies*, vol. 21, no. 2, 2022, <https://doi.org/10.20885/millah.vol21.iss2.art2>.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis penerapan layanan prima pada Bank Syariah Indonesia di Tulungagung.
2. Untuk mengidentifikasi kendala dalam pelaksanaan layanan prima di Bank Syariah Indonesia di Tulungagung.
3. Untuk menganalisis layanan prima dapat meningkatkan loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia di Tulungagung.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan teori terkait strategi layanan prima dalam konteks perbankan syariah, khususnya dalam hal peningkatan loyalitas nasabah. Temuan penelitian ini dapat digunakan untuk memperkuat pemahaman mengenai pentingnya pendekatan holistik yang tidak hanya berfokus pada aspek layanan teknis, tetapi juga pada nilai-nilai spiritual dan etika dalam mempertahankan loyalitas nasabah. Secara akademis, penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan baru mengenai strategi pemasaran berbasis nilai keislaman yang efektif dalam meningkatkan loyalitas nasabah di bank syariah, dan dapat menjadi dasar bagi penelitian di masa mendatang untuk menguji relevansi model layanan prima dalam konteks yang berbeda.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Bank Syariah Indonesia Tulungagung

Hasil penelitian ini untuk memperkuat komitmen mereka terhadap nilai-nilai Islami dan menerapkan pendekatan berbasis kepercayaan dan empati dalam hubungan dengan nasabah, yang diyakini dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas. Selain itu, penelitian ini dapat memberikan panduan bagi manajemen bank syariah, khususnya di Tulungagung, dalam merumuskan strategi layanan prima yang tepat untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah. Dengan pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas, bank syariah dapat mengimplementasikan layanan yang lebih sesuai dengan harapan nasabah

b. Bagi peneliti yang akan datang

Penelitian ini dapat menjadi dasar bagi studi lanjutan untuk mengeksplorasi pengaruh inovasi teknologi digital pada peningkatan loyalitas nasabah bank syariah, seperti implementasi layanan berbasis aplikasi dan otomatisasi transaksi. Temuan ini juga dapat memotivasi penelitian berikutnya untuk menguji efektivitas berbagai strategi layanan berbasis nilai Islami di daerah lain, sehingga hasilnya dapat dibandingkan dan dijadikan acuan dalam meningkatkan daya saing bank syariah secara nasional. Penelitian

ini membuka peluang studi lebih mendalam mengenai peran kepuasan nasabah sebagai mediator dalam hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas, khususnya dalam konteks bank syariah.

E. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalah pahaman dalam memahami penelitian dalam tesis ini yang berjudul “Strategi Layanan Prima Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah Bank Syariah di Tulungagung”, maka penulis memandang perlu untuk menegaskan istilah-istilah yang terdapat dalam judul yaitu sebagai berikut:

1. Penegasan Konseptual

- a) Layanan prima merupakan terjemahan istilah “*excellent service*” yang secara harfiah berarti pelayanan terbaik atau sangat baik. Disebut sangat baik atau terbaik karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki instansi pemberi pelayanan. Hakekat pelayanan publik adalah pemberian pelayanan prima kepada masyarakat yang merupakan perwujudan kewajiban aparat pemerintah sebagai abdi masyarakat.³³
- b) Loyalitas Nasabah nasabah merupakan pembelian ulang sebuah merek secara konsisten oleh nasabah.³⁴

2. Penegasan Operasional

³³ Bintoro, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, (Yogyakarta:Gava Media, 2014), 107.

³⁴

Ahmad Subagyo, *Marketing in Business, Studi Kasus UMK & LKM*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2020), 13.

Secara operasional yang dimaksud dengan Strategi Layanan Prima Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah Bank Syariah di Tulungagung adalah penerapan layanan prima pada Bank Syariah di Tulungagung, kendala dalam pelaksanaan layanan prima di Bank Syariah di Tulungagung, layanan prima dapat meningkatkan loyalitas nasabah pada Bank Syariah di Tulungagung yang dideskripsikan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

F. Sistematika Penulisan

Bagian awal tesis terdiri dari cover, pengajuan, persetujuan, pembimbing, pengesahan, persembahan, abstrak, kata pengantar dan daftar isi. Sedangkan bagian utama tesis terdiri dari enam bab, penjelasannya sebagai berikut:

BAB I pendahuluan yang terdiri dari konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan dan kegunaan penelitian, penegasan istilah, serta sistematika pembahasan.

BAB II Landasan teori terdiri atas layanan prima, loyalitas nasabah, dan perbankan syariah. Bab menyajikan konsep-konsep dasar mengenai layanan prima dalam konteks perbankan syariah serta berbagai pendekatan yang digunakan dalam mengukur loyalitas nasabah. Selain itu, bab ini juga mengulas penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik yang diangkat. Bab ini memuat teori-teori yang relevan terkait layanan prima, loyalitas nasabah, dan perbankan Syariah.

BAB III Metode penelitian yang terdiri dari lokasi penelitian,

pendekatan penelitian, jenis penelitian, kehadiran peneliti, metode pengumpulan data, teknis analisis data, serta tahap-tahap penelitian.

BAB IV Paparan data dan temuan penelitian. Dalam bab ini dipaparkan mengenai data yang diperoleh dari lokasi penelitian meliputi, paparan data, temuan penelitian.

BAB V Pembahasan, yang berisi temuan-temuan, pembahasan temuan, yaitu diskusi kedua temuan penelitian.

BAB VI Penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran.

Bagian akhir tesis ini memuat daftar rujukan, lampiran-lampiran, dan biodata peneliti. Pemaparan bab ini adalah 1) pada bagian daftar rujukan memuat daftar buku yang dikutip untuk dijadikan referensi atau literatur yang memuat informasi tentang nama pengarang, judul karangan, tempat penerbitan, dan tahun penerbitan. 2) pada bagian lampiran memuat tentang data-data hasil observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi. 3) biodata peneliti, di dalam biodata peneliti ini memuat data penting tentang diri peneliti yang meliputi: nama, nomor induk mahasiswa (NIM), jenis kelamin, tempat dan tanggal lahir, alamat, program studi, konsentrasi, dan biografi pendidikan secara lengkap.