

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Berbagai negara menerapkan mekanisme perekonomian yang berbeda-beda dan berjalannya mekanisme tersebut tidak terlepas dari peran sektor perbankan di dalamnya. Menyalurkan jasa melalui layanan keuangan sudah menjadi peran bank yang vital bagi masyarakat luas. Bank menjadi satu instansi penting dalam menggerakkan roda mekanisme perekonomian dan menjadi penopang sistem perekonomian dalam negeri. Terlebih pada masa percepatan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi sampai saat ini dan seterusnya, dengan segala perkembangan dan pertumbuhan perekonomian pada berbagai negara termasuk Indonesia, sektor perbankan menjadi kebutuhan yang tidak bisa terlepas bagi masyarakat.

Masyarakat dapat mempercayakan layanan keuangannya pada perbankan yaitu, penghimpunan dana masyarakat yang menabung dan melakukan deposito kemudian dana tersebut disalurkan dalam bentuk berbagai pembiayaan dan layanan keuangan kepada masyarakat lagi. Tidak hanya itu, sektor perbankan menjadi pihak yang dapat menyalurkan dalam bentuk usaha produktif kepada masyarakat ke berbagai sektor diantaranya adalah ekonomi, perdagangan, pertanian, perkebunan, kesehatan, pendidikan, industri, dan sektor-sektor lainnya yang disalurkan dalam bentuk permodalan. Adanya bank juga membuka lapangan dan kesempatan kerja bagi masyarakat sehingga bank mengurangi angka pengangguran di masyarakat. Hal ini diperkuat dengan penjelasan dari OJK (n.d.-a) yang tertera pada situs webnya, menyebutkan bahwa fungsi utama perbankan di Indonesia merupakan mengumpulkan dan mendistribusikan dan masyarakat, selain itu juga untuk menyokong pembangunan negara, pertumbuhan ekonomi dan menstabilkan pertumbuhan standar hidup masyarakat luas.

Sebenarnya di masyarakat, pada sektor bank umum tidak hanya berupa bank konvensional namun juga terdapat bank syariah, walaupun memiliki kesamaan sebagai sebuah bank yang menawarkan jasa pelayanan keuangan bagi masyarakat, namun ada perbedaan mendasar dari keduanya. Menurut Hardianto dan Wulandari (2016) pada prakteknya, yang membedakan antara bank syariah dengan bank umum atau konvensional yakni menerapkan prinsip syariah yang melarang riba (bunga), *gharar* (yang tidak jelas), *maysir* (perjudian) dan pembiayaan yang dilarang berlandaskan hukum Islam seperti jual-beli senjata, arktik, minuman keras (miras), dan lainnya.

Perkembangan bank syariah di Indonesia cukup mengalami tren yang positif beberapa tahun belakangan. Berbagai aspek sangat mendukung perkembangan ini, antara lain adalah kondisi terkini industri perbankan syariah nasional, perkembangan pada industri perbankan syariah secara global, dan perkembangan sistem keuangan syariah secara nasional. Sektor keuangan Islam bahkan berhasil menjadi satu sektor dengan pertumbuhan paling cepat pada industri keuangan internasional mengalahkan sektor pasar keuangan konvensional dalam dasawarsa terakhir. Menurut *Global Islamic Economic Report* (2020), di sektor keuangan syariah memiliki nilai aset yang meningkat 13,9% dari \$2,52 triliun meningkat jadi \$2,88 triliun pada 2019. Akibat dampak dari krisis Covid-19, nilai aset keuangan syariah diperkirakan stagnan pada tahun 2020, tetapi diperkirakan akan pulih dan tumbuh pada tingkat pertumbuhan tahunan majemuk (CAGR) sebesar 5% dari tahun 2019 hingga mencapai \$3,69 triliun pada tahun 2024. Selain itu, keuangan syariah Indonesia akan tumbuh positif pada tahun 2021 seiring dengan tren global yang meningkat di tengah pandemi Covid-19. Di sisi perbankan, aset bank syariah meningkat 15,6% *year-on-year* mencapai Rp598,2 triliun pada Mei 2021. Data ini menunjukkan bahwa Indonesia jelas memiliki potensi keuangan syariah termasuk pada sektor perbankan yang memiliki nilai pertumbuhan positif (Puspasari, 2021).

Data perkembangan sektor perbankan syariah juga didukung berdasarkan informasi jumlah bank syariah dan beberapa aspek lainnya. Adapun data statistiknya dapat dilihat dari data yang diterbitkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang sudah disusun peneliti melalui tabel di bawah ini.

Tabel 1. 1 Pertumbuhan Perbankan Syariah Dalam Negeri

Indikator	Tahun					
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Total aset	254.184	288.027	316.691	350.364	397.073	441.789
Jumlah bank	13	13	14	14	14	12
Jumlah kantor	1.869	1.825	1.875	1.919	2.034	2.035
KC	473	471	478	480	488	500
KCP	1.207	1.176	1.199	1.243	1.351	1.343
KK	189	178	198	196	195	192
ATM	3.127	2.585	2.791	2.827	2.800	3.879
Tenaga kerja	51.110	51.068	49.516	49.654	50.212	50.708

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (n.d.-b)

Keterangan:

1. Kantor Cabang (KC)
2. Kantor Cabang Pembantu (KCP)
3. Kantor Kas (KK)
4. Anjungan Tunai Mandiri (ATM)
5. Update per Desember 2021

Berdasarkan data statistik di atas dapat dilihat dari berbagai elemen seperti total aset, jumlah bank, jumlah kantor, dan seterusnya menunjukkan bahwa sektor bank syariah terus mengalami peningkatan. Adapun jumlah bank syariah yang mengalami penurunan dari 14 menjadi 12 hanya menunjukkan penurunan secara kuantitasnya. Faktanya jumlah tersebut bukan karena bank mengalami kebangkrutan atau masalah likuiditas, melainkan karena adanya penggabungan dari tiga bank syariah dalam negeri, yaitu BNI Syariah, BRI Syariah, dan Bank Syariah Mandiri (BSM). Sesuai dengan Keputusan Dewan Komisiner Otoritas Jasa Keuangan No. 4/KDK.03.2021 27 Januari (2021) tentang Izin Penggabungan PT. Bank Syariah Mandiri, PT Bank BNI Syariah,

dan PT Bank BRI Syariah, serta perubahan nama menjadi PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk. Penggabungan bank ini sudah resmi per 1 Februari tahun 2021.

Berdasarkan data keuangan per 30 Juni 2020, total aset gabungan bank tersebut akan mencapai Rp214,6 triliun dan modal inti akan melebihi Rp20,4 triliun. Angka ini menempatkan Bank Syariah Indonesia (BSI) pada daftar 10 bank paling besar di Indonesia dalam hal aset dan daftar 10 bank syariah paling besar di dunia dalam hal kapitalisasi pasar (Aldin, 2021). Dengan jumlah aset tersebut BSI berpotensi sangat besar dalam membantu berbagai segmen yang ada. Segmen UKM (Usaha Kecil Menengah) dan mikro dapat terus berkembang dengan produk layanan keuangan dan pembiayaan yang tentu dapat difasilitasi Bank Syariah Indonesia. Selain itu juga dapat lebih memaksimalkan dalam memberikan layanan keuangan lainnya seperti layanan tabungan haji serta umrah; Zakat, Sedekah, Infak, dan Wakaf (ZISWAF); pendidikan; produk emas; dan lainnya.

Di samping itu, Jakarta yang merupakan kota besar di Indonesia dengan jumlah penduduk terpadat. Jumlah penduduk Kota Jakarta lebih dari 10 juta jiwa. Sebagai kota metropolitan dan pusat kegiatan bisnis, Jakarta menjadi lokasi kantor-kantor pusat BUMN, perusahaan swasta maupun asing, kegiatan dagang UMKM, dan aktivitas bisnis lainnya. Di samping itu jika dilihat dari aspek kependudukan, mayoritas penduduk Jakarta adalah beragama Islam. Jumlah penduduk menurut agama dan kota di Provinsi DKI Jakarta yang didapatkan dari situs web BPS (2020) menunjukkan jumlah penduduk beragama Islam untuk wilayah Kep. Seribu, Jakarta Selatan, Jakarta Pusat, Jakarta Barat, dan Jakarta Utara totalnya berjumlah 9.289.491 jiwa. Fakta ini yang menunjukkan potensi wilayah Jakarta sebagai kota terbesar penggerak roda perekonomian di Indonesia sekaligus sebagai kota dengan mayoritas penduduk muslim menjadikan Jakarta sebagai potensi besar kemajuan bagi sektor keuangan syariah khususnya pada perbankan syariah.

Jika dilihat dari aspek transaksinya, berdasarkan laporan pada situs web Bank Syariah Indonesia (2021), transaksi digital PT. Bank Syariah Indonesia

Tbk per Juni tahun 2021 terus mengalami peningkatan dimana per Juni tahun 2021 nilai transaksi digital BSI mencapai Rp 95,13 triliun. Pencapaian tersebut dipengaruhi peningkatan jumlah pengguna *mobile banking* yang menembus angka 2,5 juta pengguna. Melihat data statistik jumlah nasabah yang begitu banyak pada Bank Syariah Indonesia (BSI) menunjukkan pentingnya peran nasabah pada keberlangsungan mekanisme perbankan. Nasabah menjadi aset penting baik nasabah umum yang menabung, pelaku UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah), bahkan termasuk perusahaan besar yang melakukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia. Setiap bank syariah tentunya berlomba-lomba dalam upaya meningkatkan kinerja dan pelayanan kepada nasabahnya agar menjadi bank pilihan bagi masyarakat luas.

Walaupun demikian, pada era bisnis seperti saat ini, pihak bank tidak hanya menjalankan strategi bisnis untuk mendapatkan nasabah baru. Pihak bank juga perlu menerapkan strategi untuk mempertahankan nasabah agar tetap percaya dan melakukan transaksi melalui layanan banknya. Sayangnya, di samping berbagai informasi data yang menunjukkan perkembangan sektor bank syariah di Indonesia, pihak perbankan juga masih memiliki berbagai permasalahan yang perlu diselesaikan termasuk pada Bank Syariah Indonesia (BSI). Dilansir dari laman portal berita keuangan.kontan.co.id tertera bahwa integrasi layanan hasil merger Bank Syariah Indonesia (BSI) yang gabungan dari Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah mendapat keluhan dari nasabah serta dijelaskan bahwa komunitas praktisi muda perbankan syariah Indonesia, *Young Islamic Bankers* (YIB), menyatakan keluhan ini adalah masalah migrasi perpindahan rekening BNI Syariah dan BRI Syariah ke BSI (T.Rahmawati, 2021). Selain itu di lain kondisi terdapat kasus lain dari perbankan syariah yakni pernyataan Jusuf Hamka, seorang pengusaha besar yang mengklaim bahwa bank syariah lebih kejam dibandingkan bank konvensional karena dirinya merasa dirugikan. Walaupun bank yang berurusan dengan dirinya bukan BSI dan kasus ini sudah menemui titik terang namun pernyataannya yang sempat menjadi viral menimbulkan permasalahan baru yakni menurunnya citra bank syariah secara keseluruhan. Melalui portal berita

kompas.com Anwar Abbas sebagai Wakil Ketua Majelis Ulama Indonesia (MUI) mengatakan bahwa kalimat yang disampaikan Jusuf Hamka ini dapat mencoreng nama baik seluruh bank syariah serta membuat rasa percaya masyarakat pada bank syariah menjadi turun (Ulya, 2021). Padahal kepuasan nasabah menjadi faktor penting penentu keberhasilan bisnis perbankan syariah melalui manajemen kualitas secara menyeluruh. Terlebih Bank Syariah Indonesia (BSI) bukanlah satu-satunya bank syariah di Indonesia. Selain BSI terdapat bank syariah lainnya yang menjadi kompetitor. Sangat penting bagi Bank Syariah Indonesia (BSI) agar memastikan inti dari permasalahan ini seiring dengan usaha meningkatkan kinerja sehingga nasabahnya dapat merasakan kepuasan dan terus menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI).

Ada banyak faktor yang dapat memberikan pengaruh pada tingkat kepuasan nasabah pada suatu bank. Menurut Yildiz (2017) kualitas pelayanan menjadi indikator yang penting untuk merek dan perusahaan dalam persaingan. Bank Syariah Indonesia (BSI) perlu memperhatikan dan meningkatkan aspek kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabahnya agar mereka puas terhadap pelayanannya. Menurut Sitorus dan Yustisia (2018) tingginya tingkat kualitas layanan, diikuti dengan tingginya juga tingkat kepuasan nasabah. Di lain aspek selain kualitas pelayanan, citra perusahaan juga dapat mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah. Bagus atau tidaknya gambaran yang tersematkan pada suatu bank juga mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah terhadap bank tersebut. Citra perusahaan yang lebih baik akan mengarah pada kepuasan pelanggan yang baik pula (Engriani et al., 2019). Beberapa contoh penelitian terdahulu yang telah menguji variabel-variabel ini adalah: Sari (2018) yang menguji kualitas pelayanan, citra perusahaan, kepuasan dan loyalitas nasabah terhadap Bank Syariah Mandiri (BSM) Kantor Cabang Meulaboh; Rusmahafi dan Wulandari (2020) yang menguji citra merek, kualitas pelayanan, nilai nasabah, dan kepuasan nasabah; selanjutnya Ashraf (2018) yang menguji kualitas pelayanan, citra perusahaan, nilai yang diterima, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan di empat sektor: hotel; pendidikan; rumah sakit; dan bank. Pada penelitian-penelitian tersebut hasilnya

membuktikan bahwa kualitas pelayanan dan citra perusahaan berpengaruh pada kepuasan nasabah sehingga penelitian-penelitian ini bisa menjadi acuan untuk penelitian pada Bank Syariah Indonesia (BSI). Sebagai bank syariah yang terbesar dan terhitung baru secara resmi berdiri, tentunya penelitian ini dapat menjadi satu hal yang menarik dan membawa manfaat khususnya pada aspek yang diteliti.

Tidak berhenti sampai situ, dari banyaknya penelitian terhadap bank konvensional maupun bank syariah, dapat terlihat bahwa umumnya peneliti menguji loyalitas nasabah sebagai variabel terikat, padahal penting juga untuk meneliti variabel lain seperti *word of mouth*. Walaupun WOM itu sendiri merupakan bagian dari loyalitas seperti pernyataan Griffin (2005) yang mengatakan bahwa salah satu bentuk sikap loyalitas adalah merekomendasikan kepada yang lain, namun peneliti juga bisa memfokuskan pada aspek WOM sebagai variabel tersendiri agar hasil penelitian dapat lebih terperinci. Penting bagi perusahaan untuk memastikan para nasabahnya menyebarkan hal-hal positif karena merupakan bentuk strategi pemasaran yang efektif untuk menciptakan kesadaran publik (Khoo, 2020). Namun, sayangnya masih belum banyak penelitian yang meneliti korelasi antara variabel-variabel tersebut. Beberapa penelitian sebelum ini diantaranya adalah penelitian oleh Melastri dan Giantari (2019) yang menguji variabel kualitas pelayanan, citra perusahaan, kepuasan nasabah, dan *word of mouth* yang diuji pada *EF English First Denpasar*; Radiah et al. (2021) yang menguji variabel kualitas pelayanan, citra perusahaan, kepuasan pelanggan, dan *word of mouth* yang diujikan pada Maskapai Lion Air; dan penelitian oleh Khoo (2020) yang menguji kualitas pelayanan, citra perusahaan, kepuasan pelanggan, niat mengunjungi kembali dan *word of mouth* yang diujikan pada KTV (*Karaoke Television*) Industry. Belum ada yang menjadikan Bank Syariah Indonesia sebagai ruang lingkup penelitiannya. Oleh karena itu, penelitian ini menjadikan para nasabah Bank Syariah Indonesia sebagai objek penelitiannya.

Belum banyaknya penelitian yang menguji variabel-variabel ini terlebih pada Bank Syariah Indonesia sehingga temuan pada penelitian ini dapat memberikan tambahan penemuan serta pengetahuan yang nantinya dapat memberikan manfaat. Oleh karena itu, peneliti menetapkan untuk meneliti dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, dan Kepuasan Nasabah terhadap Word of Mouth (WOM) Bank Syariah Indonesia”**.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang dipaparkan di atas, maka dari itu pertanyaan pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut.

- 1) Apakah terdapat pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia?
- 2) Apakah terdapat pengaruh variabel citra perusahaan terhadap variabel kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia?
- 3) Apakah terdapat pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap variabel *word of mouth* Bank Syariah Indonesia?
- 4) Apakah terdapat variabel pengaruh citra perusahaan terhadap variabel *word of mouth* Bank Syariah Indonesia?
- 5) Apakah terdapat pengaruh variabel kepuasan nasabah terhadap variabel *word of mouth* Bank Syariah Indonesia?
- 6) Apakah terdapat pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap variabel *word of mouth* melalui variabel kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia?
- 7) Apakah terdapat pengaruh variabel citra perusahaan terhadap variabel *word of mouth* Bank Syariah Indonesia melalui variabel kepuasan nasabah?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang dirumuskan sebelumnya, maka dari itu tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

- 1) Untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh variabel citra perusahaan terhadap variabel kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap variabel *word of mouth* Bank Syariah Indonesia.
- 4) Untuk mengetahui pengaruh variabel citra perusahaan terhadap variabel *word of mouth* Bank Syariah Indonesia.
- 5) Untuk mengetahui pengaruh variabel kepuasan nasabah terhadap variabel *word of mouth* Bank Syariah Indonesia.
- 6) Untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap variabel *word of mouth* melalui kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia.
- 7) Untuk mengetahui pengaruh variabel citra perusahaan terhadap variabel *word of mouth* melalui variabel kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diberikan bisa dibedakan menjadi dua, penjelasan lengkapnya sebagai berikut.

1) Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat memberikan kegunaan pada berbagai pihak khususnya bagi Bank Syariah Indonesia yang menjadi instansi yang diteliti pada studi ini. Temuan pada hasil penelitian dapat menjadi acuan agar pihak Bank Syariah Indonesia lebih meningkatkan aspek kualitas pelayanan, citra perusahaan, serta memberikan kepuasan pada nasabah, sehingga dengan demikian juga menghasilkan peningkatan *word of mouth* secara positif pada Bank Syariah Indonesia

2) Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi maupun acuan untuk peneliti-peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian lainnya yang berkaitan dengan *word of mouth* pada bank syariah ataupun penelitian terkait hal lain yang juga memungkinkan.