

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

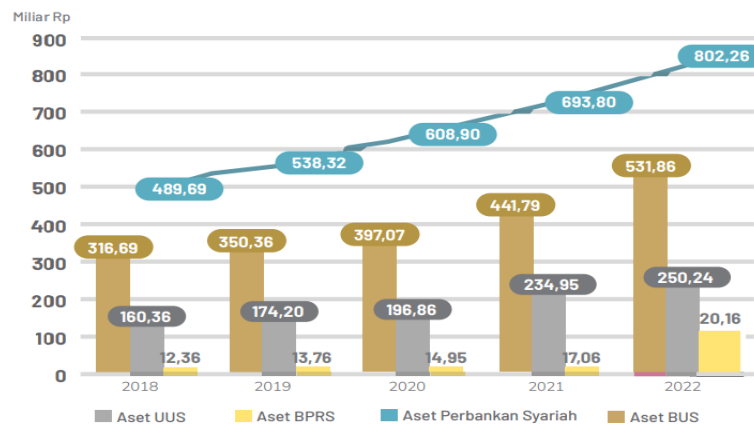
Menurut Priyadi (2020) Bank syariah merupakan institusi keuangan negara dengan menyediakan pembiayaan dan layanan lain dalam proses transaksi dan peredaran uang, beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Salah satu prinsip syariah yakni diharamkan adanya riba, seperti yang telah Allah firman dalam Q.S. Al-Baqarah ayat 275. Dengan menerapkan prinsip-prinsip syariah, tidak dapat disangkal bahwa perbankan syariah telah mengalami kemajuan positif. Sebagai contoh, saat krisis moneter pada tahun 1998, Bank Muamalat tetap kuat dan mampu bertahan, menunjukkan kemampuannya untuk bersaing dengan bank konvensional lainnya (Nurjanah, 2021).

Alih-alih menggunakan metode bunga, bank syariah menggunakan prinsip bagi hasil yang nantinya risiko maupun keuntungan akan ditanggung bersama dengan kesepakatan yang telah ditentukan. Bank Syariah sangat ber potensi untuk menjadi pilihan utama dan prioritas utama bagi nasabah dalam menjalankan transaksi mereka. Kemajuan perbankan syariah harus terus diperkuat, dan diperkirakan akan menjadi lembaga keuangan dengan jumlah pelanggan terbanyak di seluruh dunia dalam beberapa tahun ke depan. Hal ini karena meningkatnya jumlah penganut agama Islam secara global, mencapai 1,9 miliar orang, termasuk 200 juta penduduk Indonesia yang memeluk agama Islam (Nurrachmi et al., 2021).

Struktur Perbankan Syariah berdasarkan kegiatannya terdiri dari Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah, dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Bank Umum Syariah memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Unit Usaha Syariah (UUS) adalah unit kerja dari kantor pusat Bank Umum Konvensional yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan Prinsip Syariah atau unit kerja di kantor cabang dari bank luar negeri yang menjalankan usaha secara konvensional dan berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang pembantu syariah atau unit syariah. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah, di sisi lain, tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran (OJK, 2017). Menurut data OJK hingga Maret 2024, ada sekitar 207 bank syariah yang terdiri dari 14 Bank Umum Syariah (BUS), 19 Unit Usaha Syariah (UUS), dan 174 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) di Indonesia.

Kemajuan sektor perbankan di Indonesia berkembang dengan cepat, dinamis, dan modern, mencakup beragam produk perbankan, kualitas pelayanan yang tinggi, serta teknologi terkini. Dengan begitu, bank syariah memegang peranan krusial dalam pertumbuhan ekonomi dan keuangan syariah. Keberadaannya sangat strategis dalam mengembangkan produk halal dan memperluas cakupan bisnis syariah. Oleh karena itu, bank syariah memiliki potensi besar untuk berkontribusi dalam memajukan sektor keuangan syariah (Kemensetneg, 2021). Dilihat dari Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia 2022 yang diterbitkan OJK, bank syariah mampu melalui krisis global covid 19 dengan baik. Hal ini bisa terlihat dari perkembangan aset perbankan syariah yang setiap tahunnya mengalami kenaikan.

Gambar 1.1 Perkembangan Aset Perbankan Syariah



Sumber: OJK (2022)

Berdasarkan gambar di atas, sektor perbankan syariah menunjukkan keberlanjutan dalam menghadapi krisis dan berhasil mempertahankan pertumbuhan positif sebagai industri senilai Rp802,26 triliun, yang terus berkembang dari tahun ke tahun. Selama empat tahun terakhir, pertumbuhan aset perbankan syariah tetap terjaga pada tingkat dua digit. Dibandingkan dengan perbankan konvensional, pangsa aset perbankan syariah pada tahun 2022 melebihi 7 persen, mencapai 7,09%, mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya yang sebesar 6,74%. Tidak hanya Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), tetapi juga Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) memperlihatkan adanya pertumbuhan positif.

Perkembangan teknologi yang semakin cepat merupakan salah satu faktor kemajuan sektor perbankan syariah. Bahkan jumlah kantor fisik perbankan syariah semakin menurun disebabkan karena adanya pola masyarakat yang berubah pasca pandemi covid 19 dan percepatan digitalisasi bank syariah (OJK, 2022). Dengan berperilaku adaptif terhadap kemajuan teknologi, bank terus

berupaya melakukan transformasi digital untuk memudahkan para nasabah dalam melakukan transaksi. Transformasi digital akan menjadi tantangan bagi sektor perbankan untuk mempertahankan eksistensinya dalam ranah keuangan. Selain itu, kemajuan teknologi digital akan terus mengalami perubahan dalam wajah perbankan di Indonesia (Shabri et al., 2022).

Dengan menggunakan bank syariah, dan mengikuti segala aturan yang berprinsip pada syariat islam diharapkan mampu meminimalisir adanya pelanggaran syariat islam yakni riba, karena hukum riba jelas haram. Allah telah berfirman dalam Q.S. Al-Baqarah : 275 yang berbunyi:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ
 قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ
 فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

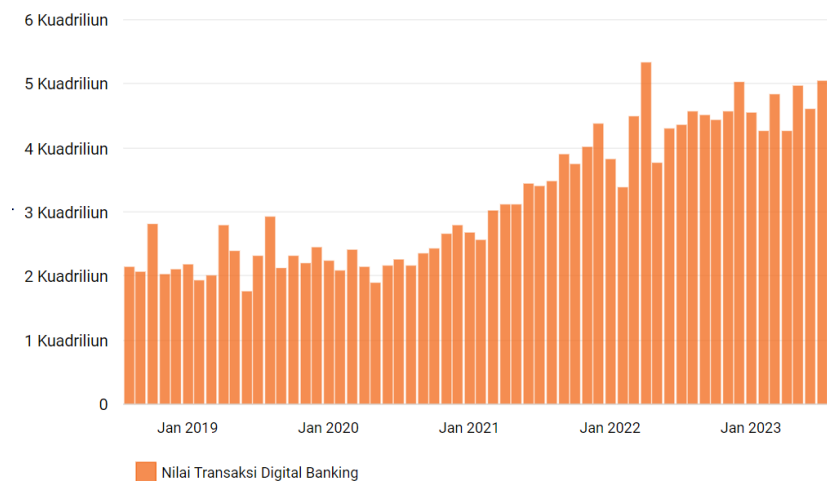
Artinya: “Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya.”

Mobile banking termasuk salah satu jenis layanan digital banking. Menurut Imamah & Safira (2021) *Mobile banking* merupakan suatu sistem yang digunakan nasabah untuk mengamati aktivitas keuangan mereka melalui *smartphone* atau perangkat nirkabel lainnya. Cukup dengan mengunduh aplikasi *mobile banking* dari perangkat, nasabah dapat bertransaksi dengan mudah dan nyaman serta dapat dijangkau dimanapun dan kapanpun. Dengan menyediakan

layanan dan fasilitas yang memuaskan, membuat citra bank menjadi positif yang nantinya akan mendatangkan loyalitas nasabah.

Gambar dibawah ini menunjukkan adanya kenaikan nilai transaksi digital bank syariah di Indonesia setiap tahun nya, yang mana memiliki arti bahwa transformasi digital memiliki peranan penting dalam kemajuan sektor perbankan.

Gambar 1.2 Transaksi Digital Banking di Indonesia



Sumber: Databoks (2023)

Berdasarkan gambar diatas yang ditulis oleh Ahdiat (2023), Nilai transaksi digital banking di Indonesia pada bulan Agustus 2023, seperti yang dilaporkan oleh Bank Indonesia (BI), mencapai Rp5.098,6 triliun, naik sebesar 1,3% dari bulan sebelumnya dan tumbuh sebesar 11,9% dibandingkan dengan periode yang sama tahun sebelumnya. Transaksi tersebut meliputi *internet banking*, *SMS/mobile banking*, dan *phone banking*. Dalam lima tahun terakhir, nilai transaksi perbankan digital nasional pada April 2023 telah meningkat sebanyak 158% dibandingkan dengan April 2018. Walaupun mengalami fluktuasi bulanan,

kecenderungan penggunaan layanan perbankan digital di Indonesia secara keseluruhan cenderung meningkat dalam jangka waktu yang lebih lama, sebagaimana terlihat pada grafik di atas.

Pasca pandemi COVID-19, banyak orang lebih memilih menggunakan *mobile banking* karena alasan keamanan dan kenyamanan psikologis. Pandemi telah meningkatkan kesadaran akan pentingnya mengurangi kontak fisik dan menjaga jarak sosial, sehingga banyak orang merasa lebih aman bertransaksi secara digital daripada mengunjungi bank secara langsung. Selain itu, dengan ketidakpastian ekonomi yang meningkat selama pandemi, banyak orang mencari cara untuk mengelola keuangan mereka secara lebih teratur dan *real-time*, yang bisa dilakukan dengan mudah melalui aplikasi *mobile banking*. Kenyamanan ini, ditambah dengan dukungan teknologi yang semakin canggih, menjadikan *mobile banking* pilihan yang semakin populer dalam mengurangi stres dan meningkatkan rasa aman dalam mengelola keuangan sehari-hari. Pengaruh sosial dan keintiman dengan teknologi ini juga memotivasi penggunaannya, di mana interaksi positif dengan teknologi meningkatkan loyalitas dan niat berkelanjutan dalam penggunaan *mobile banking*.(Firmansyah et al., 2023).

Semua bank berusaha keras untuk menjaga dan memelihara atas citra mereka, karena citra tersebut dianggap sebagai aset yang sangat penting bagi keseluruhan perusahaan. Kritisnya sikap masyarakat terhadap bank semakin terlihat melalui meningkatnya jumlah protes, baik dalam bentuk surat pembaca di media massa maupun keluhan langsung kepada petugas bank terkait pelayanan yang dianggap tidak memuaskan. Situasi ini menegaskan pentingnya bank menyajikan

pelayanan yang memuaskan kepada nasabah sebagai langkah yang sangat diperlukan. Dengan demikian, bank dapat menciptakan kesan positif dan memperbaiki citra di mata nasabah (Nifita, 2010).

Citra perbankan merupakan pandangan yang dimiliki masyarakat tentang reputasi, pemilik saham, sudut pandang pelanggan, dan persepsi masyarakat umum terhadap suatu perusahaan (Nurjanah, 2021). Mempertahankan citra bank yang dinilai positif memiliki sejumlah manfaat, termasuk memperoleh kepercayaan masyarakat, meningkatkan keuntungan, dan memastikan loyalitas pelanggan terhadap berbagai produk dan layanan yang disediakan oleh bank.

Selain citra bank, penanganan keluhan juga patut untuk diperhatikan. Putri et al., (2021) menyimpulkan bahwa perilaku keluhan konsumen mencakup segala tindakan yang berbeda yang diambil konsumen ketika mereka merasa tidak puas dengan suatu pembelian atau pelayanan. Ketidakpuasan pelanggan timbul karena adanya kesenjangan antara harapan nilai dengan kinerja asli dari produk atau layanan yang diterima oleh konsumen, yang dapat memiliki dampak negatif dan memengaruhi loyalitas serta kepuasan konsumen terhadap produk atau layanan tersebut.

Penanganan keluhan dari nasabah di lingkungan perbankan saat ini menjadi faktor kunci dalam pertumbuhan dan perkembangan sebuah bank. Jika nasabah tidak puas dengan pelayanan keluhan mereka, mereka cenderung untuk beralih ke bank lain, sehingga penting bagi bank untuk mengelola keluhan nasabah dengan baik guna memastikan kelangsungan dan pertumbuhan mereka (Pelin, 2022). Penanganan yang efektif terhadap keluhan berperan signifikan dalam

mempertahankan loyalitas nasabah, mencegah mereka beralih ke lembaga keuangan lain. Dalam situasi ini, Memberikan informasi yang transparan dan dapat diandalkan kepada nasabah menjadi hal yang krusial bagi pihak bank (Suryanto, 2022). Setiap perusahaan yang menitikberatkan pada kepuasan pelanggan harus menyediakan cara yang mudah dan nyaman bagi pelanggan untuk menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan keluhan.

Memiliki nasabah yang loyal merupakan impian para perusahaan. Menjaga keseluruhan nasabah yang ada umumnya lebih menguntungkan daripada menggantikan nasabah. Perusahaan perlu merancang strategi pengelolaan yang bertujuan untuk membangun loyalitas nasabah. Penting bagi perusahaan untuk memahami harapan dan kebutuhan nasabah dalam menghadapi masa depan (Muchran et al., 2022). Nasabah loyalitas aktif akan merasa puas dengan layanan, jasa, maupun produk yang tersedia. Besar kemungkinan nasabah loyal aktif akan mempromosikan dan merekomendasikan kepada orang terdekatnya untuk menggunakan bank syariah yang sama yang nantinya akan menambah nasabah baru.

Salah satu bank syariah yang dimiliki oleh pemerintah daerah adalah Bank Sumsel Babel Syariah. Bank ini secara terus-menerus melakukan inovasi dan perbaikan dalam berbagai bidang untuk dapat bersaing dengan lembaga perbankan lain. Meskipun demikian, tidak semua nasabah Bank Sumsel Babel Syariah menunjukkan loyalitas, ini disebabkan oleh ketidakpuasan beberapa nasabah terhadap fasilitas, pelayanan, produk, dan penanganan keluhan yang diberikan oleh bank (Batin, 2019).

Kepuasan pelanggan menjadi hal yang krusial, dimana pelanggan perlu merasakan kepuasan terhadap produk atau layanan yang disediakan oleh bank. Dengan nasabah merasa terpenuhi dengan apa yang diberikan, barulah loyalitas terhadap bank dapat ditanamkan (Pratiwi, 2023). Kepuasan konsumen merujuk pada perasaan kegembiraan atau ketidakpuasan yang muncul pada seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan yang diantisipasi. Kepuasan pelanggan bergantung pada kualitas barang dan jasa yang diinginkan oleh pelanggan.

Kajian teori yang digunakan dalam riset ini adalah hubungan kepuasan nasabah dalam memediasi dampak citra bank dan penanganan keluhan pada loyalitas nasabah. Variabel mediasi secara teoritis mempengaruhi fenomena yang diamati tetapi tidak dapat dilihat, diukur atau dimanipulasi, efeknya harus disimpulkan dari pengaruh variabel independen pada fenomena yang diamati yaitu bahwa variabel konseptual yang sedang dipengaruhi oleh variabel independen, dan pada gilirannya mempengaruhi variabel dependen. Tujuan dari adanya variabel mediasi yakni menjelaskan relasi atau menyediakan hubungan kasual antara variabel lainnya (Ngatno, 2015).

Hasil penelitian Nurjanah (2021) mengatakan bahwa citra perbankan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan pada penelitian Pradana et al. (2019) mengatakan sebaliknya, bahwa citra bank Sumsel tidak berpengaruh langsung pada terhadap loyalitas nasabah. Perbedaan hasil penelitian tersebut menimbulkan adanya *gap research*. Perbedaan penelitian lain muncul pada penelitian Batin (2019) yang mengatakan bahwa

penanganan keluhan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah dengan penelitian Khoiri (2021) yang mengatakan bahwa penanganan keluhan tidak berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas nasabah.

Dengan ditemukannya ketidak konsistenan dan perbedaan hasil penelitian terkait citra bank dan penanganan keluhan membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian ulang. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk menghasilkan bukti empiris dan spesifik. Penelitian hanya difokuskan pada Bank Umum Syariah (BUS) karena bank jenis ini memainkan peran penting dalam membangun kepercayaan dan integritas dalam sistem perbankan syariah. BUS memiliki skala operasi yang lebih besar dan menawarkan berbagai layanan yang lebih luas dibandingkan dengan BPRS, sehingga lebih representatif untuk memahami dinamika loyalitas nasabah serta persepsi terhadap keamanan dan layanan. Selain itu, dalam konteks pasca-pandemi dan meningkatnya insiden *cybercrime*, penelitian yang fokus pada BUS memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang bagaimana bank-bank utama ini mengelola kepercayaan nasabah dan menjaga loyalitas mereka. Objek yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari para nasabah bank syariah di DIY yang aktif menggunakan layanan *mobile banking*. Beberapa Bank Umum Syariah yang dapat menjadi objek penelitian meliputi Bank Syariah Indonesia (BSI), Bank Muamalat, Bank BCA Syariah, Bank KB Bukopin Syariah, dan Bank Panin Dubai Syariah. Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, penulis memilih judul skripsi sebagai berikut: **“Pengaruh Citra Bank dan Penanganan Keluhan terhadap**

Loyalitas Nasabah Pengguna Mobile Banking Bank Syariah di DIY dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Mediasi”.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian yang telah disajikan, permasalahan penelitian dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah citra bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada pengguna mobile banking Bank Syariah di DIY?
2. Apakah penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada pengguna mobile banking Bank Syariah di DIY?
3. Apakah citra bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada pengguna mobile banking Bank Syariah di DIY?
4. Apakah penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada pengguna mobile banking Bank Syariah di DIY?
5. Apakah citra bank dan penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna mobile banking Bank Syariah di DIY melalui kepuasan sebagai variabel mediasi?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah disajikan, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah citra bank berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna mobile banking Bank Syariah di DIY.
2. Untuk mengetahui apakah penanganan keluhan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna mobile banking Bank Syariah di DIY.

3. Untuk mengetahui apakah citra bank berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna mobile banking Bank Syariah di DIY.
4. Untuk mengetahui apakah penanganan keluhan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna mobile banking Bank Syariah di DIY.
5. Untuk mengetahui apakah citra bank dan penanganan keluhan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna mobile banking Bank Syariah di DIY melalui kepuasan sebagai variabel mediasi.

D. Manfaat Penelitian

Diharapkan hasil penelitian ini akan memberikan sejumlah manfaat bagi beberapa pihak, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada penelitian mendatang mengenai dampak citra bank dan penanganan keluhan terhadap sebuah perusahaan. Selain itu, untuk meningkatkan pengetahuan tentang pengaruh citra bank dan penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah.

2. Manfaat Praktis

Bagi peneliti, diharapkan mampu meningkatkan pemahaman dan pengalaman praktis mengenai pengaruh citra bank dan penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah. Bagi Perusahaan, diharapkan mampu menjadi bahan pertimbangan untuk meningkatkan citra bank dan penanganan keluhan demi menciptakan nasabah yang loyalitas.

E. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi kan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi kan landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi kan desain penelitian, metode pengumpulan data, instrument penelitian, metode analisa data, dan pengujian hipotesis.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi kan hasil pengumpulan data, profil responden, hasil uji validitas, uji reliabilitas, statistik deksriptif dan penelitian, olah data serta pembahasan uji hipotesis.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kan saran dan kesimpulan yang ditemukan oleh peneliti.