

# BAB I

## PENDAHULUAN

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perbankan syariah telah hadir dalam sistem perbankan nasional di Indonesia selama kurang lebih 23 tahun. Perjalanan tersebut dimulai dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) yang diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang berawal dari lokakarya “Bunga Bank dan Perbankan” pada tanggal 18-20 Agustus 1990 (Ikatan Bankir Indonesia, 2014:2). Dalam kurun waktu tersebut, perkembangan perbankan syariah secara kuantitas cukup menggemblirakan ditandai dengan mulai banyak berdirinya lembaga keuangan syariah di Indonesia.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam Laporan Data Statistik Perbankan Syariah Indonesia Edisi Juni 2015 mencatat bahwa lembaga perbankan syariah di Indonesia berjumlah 195 lembaga yang terdiri dari 12 Bank Umum Syariah (BUS), 22 Unit Usaha Syariah (UUS) dan 161 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Namun, pertumbuhan jumlah lembaga keuangan syariah tersebut tidak diikuti dengan peningkatan kualitasnya. Berdasarkan Statistik Perbankan Indonesia (SPI) yang dirilis OJK, aset industri perbankan syariah hingga Maret 2015 mencapai Rp268,35 triliun, atau memiliki pangsa pasar (*market share*) 4,64% dari total aset industri perbankan konvensional senilai Rp5.783 triliun (Simamora, 2015). Data statistik tersebut membuktikan bahwa eksistensi

perbankan syariah pada *dual banking system* yang berjalan di Indonesia masih menjadi bayang-bayang dari sistem perbankan konvensional.

Selain itu, di dalam iklim persaingan industri perbankan nasional, bank syariah tidak hanya berkompetisi dengan bank konvensional saja tetapi berkompetisi dengan sesama bank syariah bahkan dengan bank konvensional yang menawarkan layanan dan produk-produk berbasis syariah. Hal ini memberikan tantangan tersendiri bagi pelaku bisnis perbankan syariah. Salah satu yang perlu kita cermati bersama adalah eksistensi Bank Muamalat Indonesia (BMI) di industri perbankan syariah nasional. Sebagai *pioneer* perbankan syariah di Indonesia, seharusnya BMI mampu menjadi yang terbaik dari berbagai aspek penilaian. Namun, data statistik dan beberapa studi terkait dengan kinerja perbankan syariah, posisi BMI sudah mulai dikejar bahkan posisinya perlahan mulai diambil alih oleh para pesaingnya.

**Tabel 1.1**  
**Jaringan Kantor Bank Umum Syariah (BUS)**

No.	Bank Umum Syariah	KPO/KC	KCP/UPS	KK
1.	PT. Bank Muamalat Indonesia	85	261	103
2.	PT. Bank Victoria Syariah	9	6	-
3.	Bank BRISyariah	52	205	10
4.	B.P.D. Jawa Barat Banten Syariah	9	56	1
5.	Bank BNI Syariah	67	165	17
6.	Bank Syariah Mandiri	137	510	65
7.	Bank Syariah Mega Indonesia	35	257	1
8.	Bank Panin Syariah	8	5	-
9.	PT. Bank Syariah Bukopin	12	7	4
10.	PT. BCA Syariah	9	6	-
11.	PT. Maybank Syariah Indonesia	1	-	-
12.	PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah	26	4	-

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Statistik Perbankan Syariah Juni 2015

Tabel 1.1 menggambarkan distribusi jumlah jaringan kantor individual bank umum syariah di Indonesia. Berdasarkan data tersebut yang mencerminkan

luasan cakupan layanannya, posisi BMI yang memiliki total jumlah jaringan kantor sebanyak 499 unit berada pada posisi kedua di bawah Bank Syariah Mandiri dengan jumlah total jaringan kantor sebanyak 712 unit yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia.

Hasil pemeringkatan *Indonesia Best Brand 2015* yang dikeluarkan oleh Majalah Infobank edisi XXXI 17-29 September 2015 (2015: 41), posisi BMI berada pada posisi ketiga setelah Bank Syariah Mandiri dan Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah.

**Tabel 1.2**  
***Indonesia Best Brand 2015 Kategori Bank Syariah***

Merek	Kategori				
	Produk Terbaik	Layanan Terbaik	Bank Terpercaya	Bank Terkuat	Market Share
Bank Syariah Mandiri	31,5	29,5	30,9	32,9	30,8
BRI Syariah	23,7	22,8	23,9	23,8	22,6
Bank Muamalat	18,0	17,9	18,3	16,6	13,9
BNI Syariah	6,4	8,2	9,1	7,2	12,2
BCA Syariah	2,5	2,5	2,3	2,5	0,0

Sumber: Majalah Infobank, Edisi XXXI, 2015

Merujuk pada Tabel 1.2 menunjukkan bahwa dari lima aspek penilaian yang dilakukan oleh Majalah Infobank yaitu bank dengan produk terbaik, bank dengan layanan terbaik, bank terpercaya, bank terkuat, dan sebaran pangsa pasar (*market share*), posisi BMI yang awalnya sebagai *leader* pada industri perbankan syariah di Indonesia mulai terancam oleh beberapa bank-bank syariah lainnya. Salah satu poin penting yang perlu dijadikan catatan serius adalah mengenai layanan dan pangsa pasar yang hanya mendapatkan poin 17,9% dan 13,9% secara berurutan jauh tertinggal dari Bank Syariah Mandiri dan Bank BRI Syariah.

Data tersebut memberikan gambaran pentingnya langkah terobosan yang harus dikembangkan oleh setiap bank syariah di Indonesia khususnya BMI dalam rangka mendongkrak pangsa pasarnya di industri perbankan nasional. Salah satu cara yang harus dilakukan oleh BMI untuk meningkatkan pangsa pasarnya adalah dengan meningkatkan kepuasan kepada nasabahnya. Rust dan Zahorik (1993) mengatakan bahwa investasi pada peningkatan kepuasan konsumen, hubungan konsumen dan kualitas layanan mengantarkan pada peningkatan profitabilitas dan pangsa pasar. Kepuasan konsumen dan layanan berkualitas tinggi menghasilkan jumlah pembelian yang berulang dan perubahan pada pangsa pasar. Kepuasan konsumen menghantarkan pada loyalitas konsumen dan peningkatan profitabilitas (Hallowell, 1996) di dalam (Alhemoud, 2010).

Faktanya, ada beberapa penelitian telah dilakukan di beberapa negara di dunia untuk mengetahui hubungan tingkat kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di perbankan syariah untuk memberikan masukan kepada eksekutif perbankan syariah dalam rangka meningkatkan layanannya. Othman dan Owen (2001) telah melakukan penelitian tentang kualitas layanan dengan kepuasan nasabah di *Kuwait Finance House* (KFH) dengan menggunakan model *CARTER* (*Compliance, Assurance, Reliability, Tangible, Empathy, dan Responsiveness*). Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan yang berdasarkan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip hukum Islam (*Compliance*) menjadi faktor utama kepuasan nasabah di KFH. Selain itu, dengan mengadopsi model yang dikembangkan oleh Othman dan Owen (2001), Osman, Ali, Zainuddin, Rashid, dan Jusoff (2009) melakukan penelitian tentang kepuasan nasabah di bank-bank

Islam Malaysia. Hasil dari penelitian tersebut mendukung hasil penelitian sebelumnya yang mana kepuasan nasabah bank syariah di Malaysia ditentukan oleh kualitas layanan bank syariah yang konsisten terhadap kepatuhannya terhadap prinsip syariah dalam menjalankan operasional bisnisnya.

Namun, hasil berbeda muncul ketika dilakukan penelitian sejenis yang dilakukan oleh Misbach, Surachman, Hadiwidjojo, dan Armanu (2013) kepada nasabah bank-bank syariah di Makassar, Indonesia. Dengan menggunakan model *CARTER* dan beberapa modifikasi ditemukan hasil bahwa kepuasan nasabah atas layanan perbankan syariah di Makassar ditentukan oleh kualitas layanan yang dimensinya adalah *employee's care, responsiveness, accurate information* dan *free of uncertainty*. Sedangkan dimensi kepatuhan (*compliance*) terhadap prinsip syariah dalam menjalankan aktivitas operasional bisnisnya bukan menjadi faktor utama terhadap kepuasan dan kepercayaan nasabah.

Perbedaan hasil penelitian yang terjadi di Makassar, Indonesia (2013) dengan dua penelitian sebelumnya di *Kuwait Finance House* (2001) dan Malaysia (2009) menimbulkan pertanyaan besar. Apakah dimensi *compliance* atau prinsip kepatuhan terhadap hukum-hukum Islam di dalam operasional perbankan syariah tidak lagi menjadi faktor yang dominan dalam menentukan kepuasan para nasabah perbankan syariah di Indonesia? Jika hal ini terjadi sedemikian rupa tentunya perbankan syariah di Indonesia harus melakukan pembenahan dengan melakukan peningkatan kualitas layanan tidak hanya fokus pada dimensi *compliance* tetapi juga lima dimensi lainnya yaitu *Assurance, Reliability, Tangible, Empathy*, dan *Responsiveness*. Fenomena ini harus menjadi rujukan utama untuk pengembangan

industri perbankan syariah di masa mendatang dalam hal ini adalah BMI yang telah mengalami penurunan pangsa pasarnya di Indonesia dibandingkan oleh para pesaingnya yang notabene adalah pendatang-pendatang baru di industri perbankan syariah nasional. Oleh karena itu, penelitian ini diarahkan untuk menguji dan menganalisis kembali fenomena ini dengan melakukan penelitian dengan model *CARTER* untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan, kepercayaan dan loyalitas nasabah perbankan syariah di Indonesia khususnya Bank Muamalat Indonesia Cabang Surabaya.

Bank Muamalat Indonesia Cabang Surabaya yang terletak di Provinsi Jawa Timur menjadi objek penelitian yang penting karena berada pada kawasan dimana industri perbankan syariah berkembang sangat pesat. Gubernur Jawa Timur, Dr. H. Soekarwo, dalam *Indonesia International Conference on Islamic Finance* yang berlangsung tanggal 3-4 November 2014 di Surabaya mengatakan bahwa Jawa Timur memiliki pangsa pasar ekonomi syariah yang menjanjikan yang dibuktikan dengan perkembangan 5,2% dimana angka tersebut melampaui perkembangan ekonomi syariah nasional yang tidak lebih dari 5% (Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Provinsi Jawa Timur, Bappeda Jatim, 2014). Selain itu, Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Provinsi Jawa Timur, Bappeda Jatim (2014) menegaskan bahwa pengelolaan keuangan syariah di Jawa Timur tumbuh pesat yang mana dibuktikan dengan adanya 23 kantor cabang bank umum syariah, 31 bank pembiayaan rakyat syariah, 373 lembaga keuangan syariah lainnya seperti koperasi syariah, koperasi jasa keuangan syariah dan koperasi pondok pesantren. Jadi, penelitian di Surabaya ini diharapkan akan

menelurkan gagasan konstruktif yang dapat digunakan oleh BMI secara khusus untuk meningkatkan kualitas layanannya sehingga mampu mendorong pertumbuhan pangsa pasarnya secara nasional dan mampu mengambil peran penting dalam perkembangan perbankan syariah di Jawa Timur.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan fenomena dan latar belakang masalah tersebut, maka fokus utama dalam penelitian ini adalah tertuju pada masalah dimensi kualitas layanan model *CARTER* yang dikembangkan oleh Othman dan Owen (2001) dan pengaruhnya terhadap kepuasan, kepercayaan dan loyalitas nasabah perbankan syariah di Indonesia khususnya Bank Muamalat Indonesia (BMI) Cabang Surabaya. Masalah tersebut dapat dirumuskan menjadi pertanyaan-pertanyaan penelitian secara lebih rinci sebagai berikut:

- a. Apakah dimensi *CARTER* yang terdiri dari *Compliance*, *Assurance*, *Reliability*, *Tangibles*, *Empathy*, dan *Responsiveness* merupakan dimensi yang membentuk kualitas layanan di perbankan syariah?
- b. Apakah kualitas layanan yang terdiri dari dimensi *CARTER* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah?
- c. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh positif signifikan terhadap kepercayaan nasabah perbankan syariah?
- d. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh positif signifikan secara langsung terhadap loyalitas nasabah perbankan syariah?

- e. Apakah kepercayaan nasabah berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah perbankan syariah?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis dimensi atau faktor-faktor kualitas layanan dengan model *CARTER* yang dikembangkan oleh Othman dan Owen (2001) dan pengaruhnya terhadap kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas nasabah perbankan syariah di Indonesia khususnya Bank Muamalat Indonesia (BMI) Cabang Surabaya. Secara rinci tujuan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Untuk menganalisis keterkaitan dimensi-dimensi kualitas layanan dengan model *CARTER* dalam membentuk kualitas layanan di perbankan syariah.
- b. Untuk menelaah pengaruh kualitas layanan yang terdiri dari dimensi *CARTER* terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah.
- c. Untuk mengkaji lebih dalam pengaruh kepuasan nasabah terhadap kepercayaan nasabah perbankan syariah.
- d. Untuk mengkaji lebih dalam pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah perbankan syariah.
- e. Untuk mengkaji lebih dalam pengaruh kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah perbankan syariah.



#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian atau kegunaan penelitian yang diharapkan dari seluruh rangkaian kegiatan penelitian serta hasil penelitian adalah sebagai berikut:

##### **A. Manfaat Praktis:**

Bagi penulis, manfaat praktis yang diharapkan adalah bahwa seluruh tahapan penelitian serta hasil penelitian yang diperoleh dapat memperluas wawasan dan sekaligus memperoleh pengetahuan empiris mengenai faktor-faktor kualitas layanan model *CARTER* yang mempengaruhi kepuasan, kepercayaan dan loyalitas nasabah bank syariah di Indonesia khususnya wilayah Surabaya. Bagi pihak – pihak yang berkepentingan dengan hasil penelitian ini, penulis berharap manfaat atas hasil penelitian dapat diterima sebagai kontribusi untuk meningkatkan kualitas layanan Bank Muamalat Indonesia (BMI) yang akan berdampak pada perubahan positif pangsa pasarnya di Indonesia.

##### **B. Manfaat Akademis:**

Manfaat akademis yang diharapkan adalah bahwa hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan bagi upaya pengembangan ilmu perbankan syariah, dan berguna juga untuk menjadi referensi bagi mahasiswa dan peneliti selanjutnya yang melakukan kajian terhadap kualitas layanan perbankan dalam meningkatkan kepuasan, kepercayaan dan loyalitas nasabah bank syariah dalam mendukung kemajuan perbankan syariah di Indonesia.

#### **1.5 Sistematika Penulisan**

Penulisan tesis ini disusun dengan sistematika sebagai berikut:

**BAB I: PENDAHULUAN**

Dalam bab ini akan diuraikan tentang latar belakang Masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

**BAB II: TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab ini akan dibahas mengenai penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

**BAB III: METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini akan dijabarkan mengenai rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, instrumen penelitian, data dan metode pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas instrmen penelitian serta teknik analisis data.

**BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini akan dibahas mengenai tentang gambaran subjek penelitian dan hasil penelitian yang diperoleh dari kuesioner, dan pembahasannya.

**BAB V: PENUTUP**

Dalam bab ini akan dibahas mengenai kesimpulan dari penelitian, keterbatasan penelitian dan saran-saran menindaklanjuti hasil penelitian ini.