

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

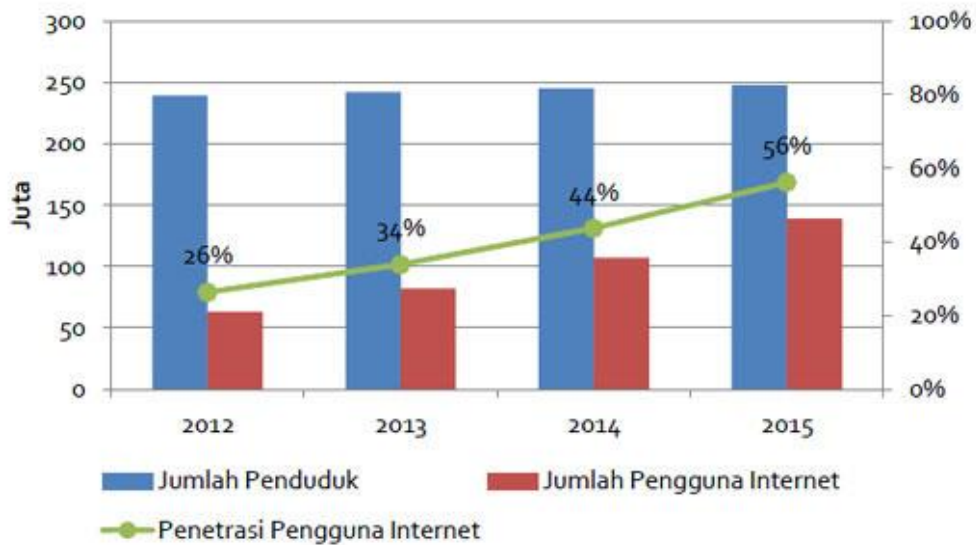
Perkembangan Ilmu Teknologi pada Era saat ini sangat berkembang secara cepat dan pesat. Perkembangan teknologi tersebut dapat memudahkan manusia dalam melakukan aktivitasnya salah satunya di Perbankan Syari'ah. Eksistensi perkembangan perbankan syari'ah telah menimbulkan berbagai perbedaan yang signifikan terutama dalam hal penentuan harga dan imbalan atas penggunaan dana Perbankan Syari'ah merupakan suatu lembaga intermediasi yang menyediakan jasa keuangan bagi masyarakat dimana seluruh aktivitasnya dijalankan berdasarkan etika dan prinsip - prinsip Islam sehingga bebas dari unsur bunga (*riba*), bebas dari kegiatan spekulatif non - produktif (*maysir*), bebas dari kegiatan yang meragukan (*Gharar*), bebas dari perkara yang tidak sah (*bathil*) dan hanya membiayai usaha-usaha yang halal.

Dalam transaksi ekonomi terdapat interaksi antara penjual dengan pembeli untuk memperkuat hubungan jangka panjang antara penjual dan pembeli begitu juga dalam transaksinya. *Internet Banking* menyediakan layanan untuk melakukan berbagai kegiatan perbankan secara elektronik kapan saja dan di mana saja dengan biaya penanganan yang rendah. *Internet Banking* menawarkan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi perbankan. Keuntungan dari menyediakan layanan *Internet Banking* bagi bank adalah *Internet Banking* bisa menjadi solusi murah pengembangan infrastruktur dibanding membuka outlet

ATM. Contohnya yaitu Clik BCA saat ini telah menggantikan fungsi 160 ATM dan menghemat biaya pencetakan formulir yang harus diisi nasabah untuk bertransaksi, brosur, katalog, dan menggantinya dengan data elektronik. Dalam mengembangkan *Internet Banking* tentunya terdapat beberapa faktor yaitu pengalaman pelanggan yang positif kemampuan bank dalam menawarkan produk dan lain sebagainya.

Menurut Chen & Lin (2014) pengalaman pelanggan adalah pengakuan kognitif atau persepsi menstimulasi motivasi pelanggan. Pengakuan atau persepsi tersebut dapat meningkatkan nilai produk dan jasa. Pengalaman pelanggan merupakan hasil interaksi konsumen dengan perusahaan secara fisik dan emosional. Hasil interaksi ini dapat membekas di benak konsumen dan mempengaruhi penilaian konsumen terhadap produk atau jasa tertentu.

Nilai transaksi *Internet Banking* di Indonesia telah mencapai Rp.3.642 triliun, jumlah tersebut melampaui nilai transaksi ATM + Debet yang berada pada Rp.3.476 triliun selama 2012. Pertumbuhan *internet banking* didorong oleh pengguna internet yang pertumbuhannya cukup pesat. Menurut survey dari Sharing Vision (2013) perkembangan penggunaan *Internet Banking* di Indonesia mengalami kenaikan secara signifikan pada tahun 2012 sampai dengan tahun 2015.



\*Berdasar data pengguna dari 6 bank besar di Indonesia, 2012

Sumber: Sharing Vision, dari berbagai sumber, 2013

Perkembangan *Internet Banking* di Indonesia didorong oleh beberapa faktor yaitu pengalaman pelanggan yang positif, penyesuaian produk yang baik, dan juga konsistensi loyalitas nasabah dalam menggunakan *Internet Banking*. Pengalaman pelanggan yang positif sangat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dalam menggunakan *Internet Banking*.

Menurut UU No.21 Tahun 2008, perbankan syariah yaitu segala sesuatu yang berkaitan bank syariah dan unit usaha syariah yang mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, hingga proses pelaksanaan kegiatan usahanya. Bank syariah merupakan bank yang menjalankan aktivitas usahanya dengan menggunakan landasan prinsip – prinsip syariah yang terdiri dari BUS (Bank Umum Syariah), BPRS (Bank Perkreditan Rakyat Syariah), dan UUS (Unit Usaha Syariah).

Berdirinya Bank syariah di Indonesia tentunya memiliki landasan atau dasar hukum yang melindungi dan menjadi dasar menjalankan segala aktivitas perekonomian yang meliputi kegiatan perbankan. Dalam berjalannya segala aktivitas perbankan, bank syariah memiliki dua dasar hukum berdasarkan peraturan negara dan berdasarkan Al-Qur'an dan hukum islam yang lainnya. Seperti yang terkandung dalam QS Al-Maidah Ayat 1, yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَى عَلَيْكُمْ غَيْرِ مُحْطِي الصَّيِّدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, penuhilah akad-akad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (Yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum – hukum menurut yang dikehendakinya”.

Hadirnya Bank Syariah tentunya menjadi andalan dan pilihan masyarakat. BCA Syariah merupakan bank yang masih menjadi andalan bagi masyarakat Surabaya. BCA Syariah merupakan salah satu perbankan syariah yang memberikan pelayanan perbankan elektronik guna memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan finansial maupun non finansial melalui jaringan internet. Layanan ini disebut dengan Klik BCA Syariah. Keuntungan dalam menggunakan Klik BCA Syariah adalah nasabah dapat bertransaksi dimana saja dan kapan saja tanpa harus mendatangi kantor cabang atau ATM.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan yang dapat dikaji dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah pengalaman pelanggan berpengaruh terhadap tingkat loyalitas nasabah Bank Syariah di Surabaya dan Sidoarjo ?
2. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh terhadap tingkat loyalitas nasabah Bank Syariah di Surabaya dan Sidoarjo ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah pada penelitian ini maka peneliti memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh pengalaman pelanggan terhadap tingkat loyalitas nasabah Bank Syariah di Surabaya dan Sidoarjo.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan nasabah terhadap tingkat loyalitas nasabah Bank Syariah di Surabaya dan Sidoarjo.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini dapat digunakan antara lain :

1. Bagi Bank Syariah  
Hasil penelitian ini dapat dipertimbangkan untuk menjadi bahan masukan kepada bank untuk meningkatkan kinerja perbankan syariah yang dilihat dari variabel pengalaman pelanggan, kepuasan nasabah serta meningkatkan pengungkapan tingkat loyalitas nasabah perbankan syariah di Surabaya & Sidoarjo.

## 2. Bagi Penulis

Hasil dari penelitian ini diharapkan akan menambah pengetahuan dalam Ekonomi Islam terkait dengan loyalitas nasabah pada *Internet Banking* syariah dilihat dari variabel Pengalaman Pelanggan dan Kepuasan Nasabah pada Bank Umum Syariah di Surabaya & Sidoarjo.

## 3. Bagi STIE Perbanas Surabaya

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu koleksi perpustakaan STIE Perbanas Surabaya dan sebagai bahan pembandingan atau acuan bagi semua mahasiswa STIE Perbanas Surabaya yang ingin melakukan penelitian yang sama, yaitu dengan menjadikan penelitian ini menjadi penelitian terdahulu yang dilihat dari variabel Pengalaman Pelanggan, Kepuasan Nasabah, dan Loyalitas Nasabah.

### 1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Agar lebih mudah dalam memahami skripsi ini maka peneliti membuat sistematika penelitian sebagai berikut :

#### BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan secara keseluruhan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

#### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini terdiri dari penelitian terdahulu, landasan teori kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang uraian mengenai rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data, serta teknik analisis data.

### BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini menjelaskan tentang gambaran subyek penelitian, analisis data dan pembahasan.

### BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran.

