

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia perbankan maupun lembaga keuangan syariah saat ini mengalami peningkatan yang begitu signifikan yang diimbangi dengan regulasi dan kebijakan pemerintah yang mendukung sektor perbankan syariah dan lembaga keuangan syariah, sehingga menimbulkan banyak investor untuk berinvestasi di sektor ini.

Karakteristik sistem perbankan syariah maupun lembaga keuangan syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil memberikan alternatif sistem yang saling menguntungkan bagi masyarakat dan lembaga keuangan, serta menonjolkan aspek keadilan dalam bertransaksi, investasi yang beretika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam berproduksi, dan menghindari kegiatan spekulatif dalam bertransaksi keuangan. Dengan menyediakan beragam produk serta layanan jasa perbankan yang beragam dengan skema keuangan yang lebih bervariasi, perbankan syariah maupun lembaga keuangan syariah menjadi alternatif sistem keuangan yang kredibel dan dapat dinikmati oleh seluruh golongan masyarakat Indonesia tanpa terkecuali.

Lembaga keuangan dengan prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara lembaga keuangan dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang sesuai dengan syariah. Sementara itu perkembangan ekonomi syariah di

Indonesia yang dari tahun ke tahun terus menunjukkan perkembangan. Salah satu wujud dari pesatnya perkembangan ekonomi syariah adalah dengan berkembangnya lembaga keuangan yang berdasarkan syariah salah satunya. Untuk lebih tepatnya disebut dengan Lembaga Keuangan Syariah (LKS) yaitu organisasi ekonomi yang operasionalnya berdasarkan syariah Islam. Lembaga keuangan adalah setiap perusahaan yang bergerak di bidang keuangan, menghimpun dana, menyalurkan atau kedua-duanya.

Loyalitas nasabah merupakan keuntungan yang paling besar bagi perbankan, jadi tidak heran lagi bila hal tersebut dijadikan sebagai tujuan akhir dalam perbankan dengan menggunakan berbagai strategi pemasaran untuk mencapai tujuan tersebut.

Aspek penting lain yang perlu diperhatikan adalah membentuk citra perusahaan yang baik kepada masyarakat. Citra perusahaan di mata publik dapat terlihat dari pendapat atau pola pikir komunal pada saat mempersentasikan realitas yang terjadi (Nova, 2011: 297). Citra perusahaan dapat terbentuk melalui sebuah persepsi atau pandangan dalam menafsirkan suatu peristiwa berdasarkan informasi yang diterima. Citra yang baik dari suatu perusahaan mempunyai dampak positif demi terwujudnya reputasi yang baik. Begitupula jika citra perusahaan buruk maka akan berdampak merugikan perusahaan. Reputasi perusahaan yang baik diharapkan mampu menarik calon nasabah dan menghasilkan nasabah dengan loyalitas tinggi. Sasaran penting dalam strategi pemasaran adalah untuk mempengaruhi persepsi terhadap suatu merek, toko, atau perusahaan. Persepsi memiliki sifat subjektif oleh karena

persepsi masing-masing orang berbeda. Jadi suatu organisasi harus konstan dalam mencoba mempengaruhi citra konsumen. Atas dasar kajian teori dan fenomena pentingnya citra, maka akan dikaji arah pengaruh citra terhadap loyalitas nasabah pada KSU Jaf'ar Medika Syariah Kecamatan Mojogedang.

Loyalitas nasabah selain dipengaruhi citra juga dipengaruhi oleh kepercayaan. Kepercayaan (*trust*) merupakan landasan pokok dari suatu bisnis. Suatu hubungan bisnis antara dua belah pihak atau lebih akan terjadi apabila masing-masing saling mempercayai. Kepercayaan (*trust*) ini tidak begitu saja dapat diakui oleh pihak lain atau mitra bisnis, melainkan harus dibangun mulai dari awal dan dapat dibuktikan dengan menjaga kepercayaan yang diberikan. Contoh ketika bertransaksi secara online, yang harus dipahami adalah uang yang dikirimkan tidak hilang begitu saja melainkan mendapatkan balasan produk yang diharapkan pelanggan dari tempat bertransaksi tersebut. Kepercayaan (*trust*) telah dipertimbangkan sebagai katalis dalam berbagai transaksi antara penjual dan pembeli agar kepuasan konsumen dapat terwujud sesuai dengan yang diharapkan Yousafzai, S. Y., (2003). *Trust* adalah kepercayaan pihak tertentu terhadap yang lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa orang yang dipercayainya tersebut akan memenuhi segala kewajibannya secara baik sesuai yang diharapkan. Atas dasar kajian teori dan fenomena pentingnya kepercayaan, maka akan dikaji arah pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pada KSU Ja'far Medika Syariah Mojogedang.

Namun tidak semua lembaga keuangan dengan prinsip syariah mampu mempertahankan prestasi yang telah dicapai. Dari observasi awal lembaga keuangan mengalami penurunan transaksi. Ada banyak faktor yang memicu terjadinya penurunan tersebut, salah satunya adalah menurunnya kualitas pelayanan yang disuguhkan kepada nasabah. Ada banyak faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen (nasabah). Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan aspek penting dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan (Tjiptono,2004:145). Kualitas pelayanan merupakan sesuatu yang mengawali adanya kepuasan pelanggan. Artinya jika kualitas pelayanan baik maka tingkat kepuasan nasabah juga akan baik pula. Lembaga keuangan yang ingin berkembang harus dapat memberikan jasa berkualitas dengan biaya yang lebih murah, dan pelayanan yang lebih baik dan dapat memuaskan kebutuhan dari nasabah sehingga timbulnya loyalitas nasabah. Dalam industri jasa kualitas pelayanan adalah faktor yang sangat penting karena merupakan strategi untuk memikat lebih banyak pelanggan baru, mempertahankan pelanggan yang ada, menghindari berpindahnya pelanggan dan menciptakan keunggulan yang khusus. Keberlangsungan dan keberhasilan industri jasa banyak tergantung pada kualitas pelayanan yang sesuai dengan lingkungannya, dan kemampuan yang dimiliki para pegawai dalam memberikan pelayanan dan menjelaskan produk-produk yang ditawarkan serta kebutuhan dan harapan nasabah. Atas dasar kajian teori dan fenomena pentingnya kepuasan, maka akan dikaji arah pengaruh kepuasan

terhadap loyalitas nasabah pada KSU Jaf'ar Medika Syariah Kecamatan Mojogedang.

Dari telaah penelitian terdahulu yang relevan dengan tema yang dikembangkan dalam penelitian ini diperoleh gambaran kesenjangan atau gap atas temuan hasil penelitian para peneliti terdahulu berkaitan dengan arah permasalahan penelitian. Pengaruh citra terhadap loyalitas nasabah diperoleh kesimpulan bahwa pada hasil penelitian Endah Winarti (2016), dalam hasil penelitiannya menyatakan citra berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah, sedangkan hasil penelitian Falla Ilhami Saputra (2013), diperoleh kesimpulan bahwa citra berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah diperoleh kesimpulan bahwa pada hasil penelitian Linda Nita Dewi (2014), dalam hasil penelitiannya menyatakan kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah, sedangkan hasil penelitian Fasochah (2013), Harnoto (2013), diperoleh kesimpulan bahwa kepercayaan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah diperoleh kesimpulan bahwa pada hasil penelitian Rachmad Hidayat (2009), dalam hasil penelitiannya menyatakan kepuasan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah, sedangkan hasil penelitian Basuki Sri Rahayu (2014), Endang Saryanti (2014), diperoleh kesimpulan bahwa kepuasan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah

Atas dasar kesenjangan pada temuan penelitian di atas, landasan teori yang dikemukakan para ahli, serta fenomena pentingnya perpsepsi loyalitas nasabah dengan berbagai variabel yang mempengaruhinya, peneliti akan menguji kembali arah permasalahan penelitian tersebut.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul “ **PENGARUH CITRA, KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH (STUDI KASUS KSU JA’FAR MEDIKA KECAMATAN SYARIAH MOJOGEDANG)** ”

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah disebutkan di atas, maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah Citra berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah KSU Ja’far Medika Syariah Kecamatan Mojogedang?
2. Apakah Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah KSU Ja’far Medika Syariah Kecamatan Mojogedang?
3. Apakah Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah KSU Ja’far Medika Syariah Kecamatan Mojogedang?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh citra terhadap loyalitas nasabah KSU Ja’far Medika Syariah Kecamatan Mojogedang.

2. Untuk menguji pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah KSU Ja'far Medika Syariah Kecamatan Mojogedang.
3. Untuk menguji pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah KSU Ja'far Medika Syariah Kecamatan Mojogedang.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain :

1. Bagi Peneliti

Diharapkan mampu mengetahui kondisi sebenarnya tentang faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah sekaligus sebagai bekal pengetahuan nanti saat peneliti terjun di dunia perusahaan.

2. Bagi Nasabah

Dengan kualitas pelayanan baik yang disuguhkan diharapkan pelanggan dapat merasakan manfaat yang diterimanya seperti kenyamanan, kecepatan, dan kehandalan.

3. Bagi Lembaga Keuangan

Bagi lembaga keuangan diharapkan sebagai masukan untuk mengembangkan lembaganya dan membantu dalam mengembangkan strategi pemasaran dapat meningkatkan loyalitas terhadap nasabah mengingat begitu pentingnya manfaat pelanggan yang loyal.

E. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang kajian pustaka baik dari buku-buku ilmiah, maupun sumber-sumber lain yang mendukung penelitian ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang lokasi penelitian, definisi operasional variabel, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang gambaran obyek penelitian, analisis data dan pembahasannya.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan yang diperoleh dari penelitian dan saran-saran yang dapat diberikan.