

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perbankan merupakan inti dari keuangan nasional dalam menjalankan kegiatan perekonomian dan menjadi tempat bagi badan-badan pemerintah, swasta, maupun perorangan untuk menyimpan dana yang dimiliki. Selain hal tersebut, melalui kegiatan perkreditan dan berbagai jenis jasa yang diberikan, dapat memberikan kelancaran bagi semua sektor.

Perbankan syariah merupakan bagian dari sistem perbankan Nasional, yang mana dilandasi dengan ketentuan Undang-Undang Perbankan yang berlaku Nasional. Adapun Undang-Undang yang terkait adalah Undang-Undang No. 7 Tahun 1992, yang kemudian diperbaharui dengan Undang-Undang No. 10 Tahun 1998. Dalam Undang-undang No. 10 Tahun 1998 mengenai Perbankan, disebutkan bahwa Bank sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat.

Pada tahun 2008, pemerintah mengesahkan Undang Undang Nomor 21 Tahun 2008, yang menetapkan undang-undang tersendiri tentang Perbankan Syariah.¹ Undang Undang perbankan berdasarkan prinsip syariah secara lengkap dituangkan dalam Undang Undang terbaru ini. Dan keberadaan perbankan syariah diperkuat dengan Undang Undang Nomor 23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2004 yang menjelaskan kewenangan Bank Indonesia untuk melakukan pembinaan, pengawasan, dan

¹ UU Nomor 21 Tahun 2008, “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan” (2008): 1–64.

pengembangan perbankan syariah, serta melakukan pengelolaan moneter melalui perbankan syariah dengan menggunakan instrumen yang mengikuti prinsip syariah.²

Indonesia memiliki perbankan yang berbasis syariah dan konvensional. Adapun yang menjadi perbedaan antara kedua bank tersebut adalah sebagai berikut:

1. Pada bank syariah dalam menjalankan kegiatannya menggunakan prinsip Bagi Hasil, yang bertujuan memberikan keuntungan bagi Bank maupun bagi masyarakat. Pada bank berbasis Syariah ini harus mengikuti pada MUI, Bank Indonesia dan OJK. Sehingga pada Bank Syariah lebih mengutamakan aspek keadilan dalam menjalankan operasionalnya, juga mengedepankan nilai kebersamaan dan persaudaraan juga mengedepankan etika.
2. Pada bank konvensional dalam menjalankan kegiatannya menggunakan prinsip perhitungan Bunga. Dan dalam menjalankan operasionalnya Bank Konvensional hanya di atur oleh aturan Bank Indonesia dan OJK.

Berdasarkan penjelasan tersebut, Bank syariah memiliki perbedaan dengan bank konvensional. Dengan adanya aturan tambahan yang dikeluarkan oleh fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI), maka bank syariah harus mampu menerapkan kaidah Islam dalam melakukan operasionalnya, baik dalam teknologi dan pelayanan langsung harus menerapkan prinsip Islami. Pada bank syariah terdapat akad dalam setiap produk yang dikeluarkan, akad tersebut dibuat dari hasil komite bank syariah itu sendiri, yang mana dalam kandungan isinya tersebut tidak diperbolehkan berisi syarat-syarat dan ketentuan-ketentuan yang bertentangan atau melenceng dari prinsip syariah.

Asas hukum perjanjian dinyatakan pada KUHP (perdata) disebutkan bahwa perjanjian tidak diperbolehkan berlawanan dengan hukum, dan jika syarat-syarat perjanjian itu bertentangan dengan hukum, perjanjian itu batal demi hukum. Dan jika itu terjadi, maka ketentuan perjanjian itu dinilai tidak pernah ada.³ hal tersebut dengan

² UU Nomor 23 Tahun 2004, “UU Nomor 23 Tahun 2004 Tentang Bank Indonesia,” no. (2004):1–3.

³ Sutan Remy, *Perbankan Syariah Produk-Produk Dan Aspek-Aspek Hukumnya*, ed. Endang Wahyudin, 1st ed. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014). 1

jelas menyatakan bahwa di Indonesia perbankan berbasis islami harus beroperasi berdasarkan prinsip Islam dan mematuhi prinsip-prinsip syariah saat melakukan kegiatan keuangan. Sumber aturan secara primer yang terdapat dalam Al-Qur'an juga Hadits, serta aturan sekunder, seperti *Ijma'*, dan *Qiyas*/penalaran logis, termasuk dalam prinsip atau prinsip Syariah rasional, dan terlepas dari ijtihad/alasan hukum.⁴

Bank syariah terus berkembang dan berkembang sesuai dengan tuntutan masyarakat. Banyak produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah dirancang untuk membuat hidup lebih sederhana bagi konsumen mereka dan untuk mempertahankan loyalitas mereka. Karena nasabah yang loyal adalah salah satu aset paling berharga bagi bisnis, khususnya bank, dan ini berdampak pada perkembangan dan keberlanjutan bank saat ini dan di masa mendatang. Menurut Fornell, Ahmad dan Buttle dalam Lupiyoadi dalam buku manajemen pemasaran jasa menyebutkan, berartinya loyalitas pelanggan sangat terpaut dengan kelangsungan industri serta perkembangan yang kuat pada masa yang akan datang, sehingga memungkinkan perusahaan untuk mempertahankan tingkat keuntungannya. Dalam lingkungan yang stabil, ketika pasar telah matang dan persaingan perusahaan sengit, pendekatan defensif yang ditujukan untuk mempertahankan konsumen yang ada lebih penting daripada strategi agresif yang ditujukan untuk memperluas ukuran pasar dengan mengejar pelanggan tambahan.⁵ Dalam hal ini, bank harus mampu menjaga loyalitas nasabah.

Perbankan harus menunjukkan penghargaan terhadap nasabahnya agar mereka tetap setia. Apabila suatu bank kehilangan nasabah setia, maka akan mempengaruhi pendapatan bank tersebut. Berbagai faktor yang membuat pelanggan dan atau nasabah menjadi loyal terhadap sebuah bank antara lain pelayanan yang memuaskan, barang yang baik, sistem pendukung dan berkualitas. Selanjutnya, loyalitas bank dipengaruhi oleh tingkat pendapatan nasabahnya. Nasabah yang memiliki sumber pendapatan yang

⁴ Thariq Ashraf, *Concept and Opportunities*, [Http://www.Csri.Orgnz/ Document/Tashraf](http://www.Csri.Orgnz/Document/Tashraf). Diakses tgl 10 Januari 2022

⁵ Rambat Lupliyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2013). 232

konsisten akan semakin loyal terhadap penawaran bank. Sumber pendapatan yang diterima dapat berupa gaji, upah, serta pendapatan dari perusahaan lain.

Nasabah yang loyal dan memiliki pendapatan yang konsisten akan dipertahankan oleh bank, dan produk yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka akan ditawarkan. Kenyamanan dan kemudahan merupakan salah satu alasan yang diberikan kepada nasabah agar tidak melakukan penarikan uang dan tetap loyal kepada bank. Tingkat kenyamanan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi. Masyarakat pada saat ini dapat melakukan transaksi sesuai dengan kebutuhan mereka dengan bantuan teknologi yang lebih canggih. Bank Syariah Indonesia saat ini telah memiliki fitur lebih unggul terhadap teknologi. Keunggulan yang dimiliki terapat pada fitur mobile banking, internet banking, ATM, dan lainnya.

Banyak tantangan dan masalah terkait perkembangan teknologi saat ini yang dihadapi dalam pengembangan perbankan syariah, khususnya yang berhubungan dengan pembaruan sistem, yaitu system yang di atur berdasarkan aturan prinsip yang berbeda dari banyaknya sistem yang ada sebelumnya dan telah berkembang pesat di Indonesia.⁶ Kecanggihan pada teknologi saat ini, memberikan kemudahan untuk bertransaksi, dan manfaatnya dapat diperoleh baik secara langsung maupun secara tidak langsung pada loyalitas terhadap produk perbankan. Adanya kecanggihan teknologi, memudahkan nasabah untuk melakukan akses perbankan, baik melakukan penyetoran tunai, transfer, ataupun penarikan uang tunai dan pembayaran pembiayaan.

Tugas perbankan syariah tidak hanya mempromosikan barang-barangnya, tetapi juga menerapkan nilai Islam dalam segala aktivitasnya. Nilai Islam ini harus digunakan dalam kehidupan nyata, bukan hanya sebagai simbol. Dalam hal baik jenjang jabatan pegawai dengan jabatan terendah dan jenjang jabatan pegawai tertinggi, bahkan nasabah bank berhak untuk menjalankan nilai Islam. Harapannya adalah bank syariah dapat tumbuh dan berkembang dalam suasana yang lebih kondusif dan Islami.

⁶ Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, 11th ed. (Jakarta: Gema Insani, 2007).227

Nilai syariah yang harus dilaksanakan dalam kegiatan perbankan didasarkan pada hukum perjanjian Islam, yang meliputi: Kebebasan atau *Al-Hurriyah* adalah prinsip dasar pada hukum perjanjian Islam, dimana semua pihak yang terlibat dalam perjanjian dalam akad yang dibuat. *Al-Musawah* (persamaan/persamaan) adalah prinsip yang menyatakan bahwa semua pihak berada pada posisi yang sama dalam memutuskan syarat dan ketentuan akad. *Al-'Adalah* (Keadilan) adalah prinsip yang mengatur akad di mana masing-masing pihak harus mengungkapkan metode yang tepat untuk memenuhi komitmen tanpa adanya tekanan, kebohongan, dan penipuan. *Ash - Shidq* (benar serta jujur) adalah prinsip yang yang terdapat pada akad harus dilakukan dengan jujur dan benar. *Al-Ridha* (kesediaan) adalah prinsip yang menetapkan bahwa semua transaksi harus dilakukan atas dasar kemauan dan tidak ada unsur paksaan yang diperbolehkan. *Al-Kitabah* (tertulis) yaitu ketetapan dalam sebuah akad atau perjanjian yang dijalankan harus tertulis sebagai bukti di waktu yang akan datang.⁷

Penerapan nilai syariah tersebut akan memberikan dukungan yang sangat baik bagi perkembangan perbankan syariah ke depan. Prinsip-prinsip syariah tersebut harus menjadi perhatian utama jika hendak diterapkan pada perbankan syariah guna meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap keberadaan bank syariah yang kini sedang berkembang.

Pada tahun 2020, tiga bank berbasis syariah dibawah kuasa bank BUMN antara lain PT Bank BRISyariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNISyariah yang digabungkan dan diubah nama menjadi PT Bank Syariah Indonesia Tbk. Dengan bergabungnya ketiga bank syariah tersebut, diyakini masyarakat akan lebih sadar akan perbankan syariah dan akan lebih mengabdikan padanya. Penggabungan ketiga bank syariah ini, di sisi lain, akan berdampak tidak langsung terhadap loyalitas nasabah. Pelanggan akan sekali lagi memiliki akses ke informasi terbaru tentang produk bank, dan akan dapat membandingkan tingkat layanan yang diberikan sebelum *merger*.

⁷ Fathurrahman Djamil et. al., *Hukum Perjanjian Syariah Dalam Kompilasi Hukum Perikatan* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2001).249

Bank syariah, khususnya PT Bank Syariah Indonesia Tbk, harus terus meningkatkan kualitas produk dan layanannya. Selain itu, bank syariah mungkin mencari kebijakan dan taktik untuk mempertahankan konsumen yang setia pada produk dan layanan yang diberikan sepanjang masa Covid-19. Untuk bisnis di industri jasa, kualitas layanan keuangan sangat penting. Suatu bentuk konkrit yang dilakukan oleh korporasi dalam upaya menghasilkan kepuasan klien, demikian definisi pelayanan. Akibatnya, bank harus memberikan layanan yang berkualitas tinggi dan mampu memenuhi semua permintaan nasabah, karena layanan yang baik menciptakan nasabah yang setia pada produk atau layanan yang diberikan. Melakukan komunikasi yang baik terhadap nasabah dapat mempengaruhi kinerja bank. Apabila bank dapat mengembangkan hubungan emosional dengan nasabah dengan benar, maka hal ini akan memberikan dampak yang lebih baik. Ide loyalitas pelanggan dapat didefinisikan sebagai campuran dari sikap positif konsumen dan sikap pembelian berulang.⁸

Loyalitas pada nasabah terhadap perbankan syariah sulit dipisahkan dengan produk serta layanan yang diberikan. Nasabah yang loyal akan melakukan pembelian produk perbankan secara berkala. Dengan harapan adanya peningkatan loyalitas pada nasabah pada sebuah produk yang ditawarkan, maka perbankan syariah akan mampu meningkatkan jumlah simpanan sekaligus menarik nasabah baru. Loyalitas mengacu pada kesepakatan nasabah untuk berlangganan terhadap suatu produk serta jasa yang diberikan terlepas dari kenyataan bahwa keadaan dan kegiatan pemasaran memiliki kemampuan untuk menciptakan perubahan perilaku.⁹

Uji Statistik perihal perkembangan bank syariah yang terdapat di Indonesia, dapat diketahui berdasarkan jaringan kantor yang tersebar dalam 5 tahun terakhir terhitung dari tahun 2017 sampai dengan tahun 2021, antara lain:¹⁰

⁸ Rambat Lupliyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*.232

⁹ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen* (Bandung: Alfabeta, 2005).129

¹⁰ Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Statistik Perbankan Syariah, *Www.Ojk.Go.Id*. Diakses tanggal 10 Januari 2022

Tabel 1.1
Jaringan Kantor Perbankan Syariah di Indonesia
2017-2021

Indikator	Tahun				
	2017	2018	2019	2020	2021
Bank Umum Syariah					
Jumlah Bank	13	14	14	14	15
Jumlah kantor	1825	1875	1919	2034	2082
Unit Usaha Syariah					
Jumlah Bank Umum Konvensional yang memiliki UUS	21	20	20	20	20
Jumlah Kantor	344	354	381	392	411
Bank Pembiayaan Rakyat Syariah					
Jumlah kantor	274	327	453	464	498
Total Kantor	2443	2556	2753	2890	2991

Sumber : www. ojk. go. id tahun 2021 (diolah)

Berdasarkan tabel 1.1 tersebut terlihat perkembangan kantor perbankan syariah di Indonesia secara keseluruhan dalam kurun waktu lima tahun, terhitung sejak tahun 2017 sampai dengan tahun 2021, menunjukkan terdapat peningkatan kebutuhan terhadap jasa perbankan, hal ini terbukti adanya penambahan unit kantor bank syariah dalam setiap tahunnya. Masyarakat yang memahami bank syariah, akan lebih merasa nyaman dan dapat memberikan kemudahan dalam menjalankan transaksi finansial.

Sedangkan statistik perkembangan PT Bank Syariah Indonesia Tbk sebelum dilakukan penggabungan (*merger*) periode 2017 samapai dengan 2021 dapat dilihat dari jumlah kantor cabang yang terdapat pada bank sebelum *merger*, yaitu PT Bank BRISyariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri, dan PT Bank BNISyariah dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 1.2
Jaringan Kantor Perbankan Syariah
Sebelum Penggabungan (*Merger*)
2017-2020

Indikator	Tahun			
	2017	2018	2019	2020
PT Bank BRISyariah Tbk				
KC (Kantor Cabang)	52	52	53	67
KCP (Kantor Cabang Pembantu)	206	206	216	322
KK (Kantor Kas)	12	12	12	12
Jumlah Kantor	270	270	281	401
PT Bank Syariah Mandiri				
KC (Kantor Cabang)	130	130	129	127
KCP (Kantor Cabang Pembantu)	237	423	428	428
KK (Kantor Kas)	54	53	53	49
Jumlah Kantor	421	606	610	604
PT Bank BNISyariah				
KC (Kantor Cabang)	68	68	68	68
KCP (Kantor Cabang Pembantu)	175	190	213	227
KK (Kantor Kas)	18	17	14	15
Jumlah Kantor	261	275	295	310

Sumber : www.ojk. go.id tahun 2021 (diolah)

Berdasarkan tabel 1.2 tersebut terlihat bahwa jumlah kantor cabang yang dimiliki masing-masing bank syariah cukup banyak. Namun yang paling banyak memiliki jaringan (KC) Kantor Cabang, serta (KCP) Kantor Cabang Pembantu dan (KK) Kantor Kas adalah pada PT Bank Syariah Mandiri dengan jumlah 604 kantor, pada PT Bank BRI Syariah Tbk memiliki 401 kantor, dan pada PT Bank BNISyariah memiliki 310 kantor. Hal tersebut dapat membuktikan bahwa ketiga bank Syariah yang tersebar di Indonesia sudah memiliki kantor cabang yang banyak.

Statistik perbandingan kantor cabang pada sebelum dan setelah *merger* menjadi nama baru yang dikenal dengan PT Bank Syariah Indonesia Tbk, yaitu terhitung pada tahun 2020 dan tahun 2021 dapat dilihat berdasarkan tabel berikut:

Tabel 1.3
Perbandingan Jumlah Kantor Cabang
Sebelum dan Setelah Penggabungan (Merger)
Tahun 2020-2021

Indikator	Jumlah Kantor Cabang	
	Tahun	
	2020	2021
Data Sebelum Merger		
PT Bank BRISyariah Tbk	401	
PT Bank Syariah Mandiri	604	
PT Bank BNISyariah	310	
Data Setelah Merger		
PT Bank Syariah Indonesia Tbk		1.333
Jumlah Kantor	1.315	1.333

Sumber : www. ojk. go. id tahun 2021 (diolah)

Berdasarkan tabel 1.3 tersebut terlihat adanya penambahan kantor cabang setelah ketiga bank milik BUMN tersebut dilakukan penggabungan (*merger*), hal ini dapat berpengaruh kepada kemudahan nasabah dalam melakukan transaksi terhadap layanan dan jasa perbankan, karena mayoritas pada suatu wilayah sudah memiliki kantor cabang yang dapat beroperasi dengan baik.

Berikut adalah jumlah kantor cabang PT Bank Syariah Indonesia Tbk Regional Bandung VI, yang diperoleh dari BSI kantor regional Bandung VI adalah sebagai berikut:

Tabel 1.4
Jumlah Kantor Cabang
PT Bank Syariah Indonesia Tbk Regional Bandung VI
Tahun 2022

Indikator	Jumlah Kantor Cabang		
	KC	KCP	KK
Area Cirebon	6	24	2
Area Bandung Raya	6	31	5
Area Bandung Kota	9	21	0
Jumlah	21	76	7
Jumlah seluruh kantor Regional VI	104		

Sumber: Data internal Regional Bandung VI Maret 2022 (diolah)

Dari data tabel 1.4 tersebut, dapat diketahui bahwa pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk, kantor cabang dikelompokkan sesuai regional. Untuk regional Bandung

VI meliputi tiga area, yang meliputi Cirebon, Bandung Raya dan Bandung Kota. Dengan banyaknya kantor cabang yang tersebar tersebut dapat berpengaruh kepada kemudahan nasabah untuk melakukan transaksi jasa perbankan.

Dari beberapa latar belakang yang telah uraikan tersebut, dilihat dari tingkat pendapatan nasabah, pelayanan elektronik, dan nilai syariah di PT Bank Syariah Indonesia Tbk, dalam menjalankan operasionalnya dapat memberikan peningkatan loyalitas nasabah. Sehingga penulis ingin melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Tingkat Pendapatan Nasabah, Pelayanan Elektronik dan Nilai Syariah Terhadap Tingkat Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk (Studi Kasus pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk Regional Bandung VI).**

B. Rumusan Masalah

Adanya latar belakang yang telah di sebutkan diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini disusun secara sistematis, dengan pertanyaan berikut:

1. Apakah tingkat pendapatan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk Regional Bandung VI?
2. Apakah pelayanan elektronik berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk Regional Bandung VI?
3. Apakah nilai syariah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk Regional Bandung VI?
4. Apakah tingkat pendapatan nasabah, pelayanan elektronik dan nilai syariah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk Regional Bandung VI?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan rumusan kalimat yang menunjukkan adanya hal yang diperoleh dari suatu penelitian. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Menganalisis pengaruh tingkat pendapatan nasabah terhadap loyalitas Nasabah pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk Regional Bandung VI.
2. Menganalisis pengaruh pelayanan elektronik terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk Regional Bandung VI.

3. Menganalisis pengaruh nilai syariah terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk Regional Bandung VI.
4. Menganalisis pengaruh tingkat pendapatan nasabah, pelayanan elektronik dan nilai syariah terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk Regional Bandung VI.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber acuan dan rujukan bagi semua pihak, yang akan mendalami ilmu ekonomi mengenai pencapaian tingkat loyalitas pada nasabah perbankan khususnya dilihat dari sisi tingkat pendapatan nasabah, pelayanan elektronik dan nilai syariah.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini secara praktis dimaksudkan agar bermanfaat bagi:

a. Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan peneliti yang lain, juga dapat dijadikan referensi dan informasi khususnya mengenai tingkat loyalitas nasabah.

b. Akademisi

Hasil penelitian ini dapat di pergunakan sebagai referensi dan bahan literasi untuk memperluas pengetahuan, khususnya yang berkaitan pada pendapatan nasabah, layanan elektronik, dan penerapan nilai syariah terhadap sikap loyal nasabah bank syariah, serta sebagai referensi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut.

c. Bank Syariah Indonesia

Dengan adanya penelitian ini, dapat dijadikan bahan evaluasi serta masukan kepada pihak bank syariah agar menjadi lebih baik lagi dalam menjaga dan menciptakan nasabah yang loyal terhadap produk perbankan syariah khususnya pada produk Bank Syariah Indonesia.

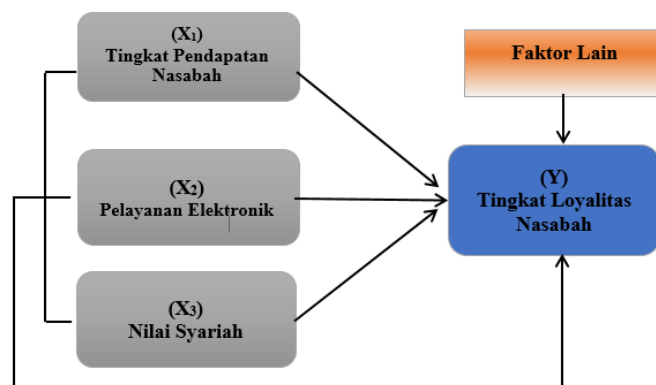
d. Nasabah

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, dapat memberikan dan menambah wawasan serta pengetahuan nasabah perbankan syariah khususnya yang berkaitan dengan tingkat pendapatan nasabah, pelayanan elektronik, dan nilai syariah dalam perbankan syariah.

E. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir merupakan sebuah sintesa dari seangkaian teori yang terdapat pada tinjauan pustaka, yang pada dasarnya merupakan gambaran yang sistematis dari sebuah teori dalam memberikan solusi atau alternatif dari serangkaian masalah yang ditetapkan. Kerangka pemikiran dapat disajikan dalam bentuk bagan, deskripsi kualitatif, dan atau gabungan keduanya.¹¹

Adapun yang menjadi variabel pada penelitian ini adalah Tingkat Pendapatan Nasabah (X_1), Pelayanan Elektronik (X_2), Nilai Syariah (X_3), sedangkan yang menjadi variabel dependennya adalah Loyalitas nasabah pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk (Y). Secara teoretis hubungan antar variabel yang akan diteliti dijelaskan di dalam kerangka pemikiran. Adapun kerangka pemikiran penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran

¹¹“Juliansyah Noor, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), h. 76.”

Dari kerangka pemikiran tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Tingkat Pendapatan Nasabah (X_1)

Pendapatan merupakan hasil penghasilan yang di dapat baik dari hasil kerja, usaha, bonus. Adanya pendapatan pada nasabah akan berpengaruh terhadap loyalitas kepada perbankan untuk mempergunakan produk berulang. Dengan adanya pendapatan dapat bermanfaat bagi kelangsungan hidup masyarakat dan perusahaan khususnya perbankan. Karena besarnya pendapatan yang diterima oleh masyarakat, maka akan peluang yang besar pada masyarakat dalam menyimpan dananya pada industri perbankan.

Menurut Ujang Suwarman menyebutkan bahwa pendapatan merupakan imbalan yang diterima oleh seorang pelanggan dari pekerjaan yang dilakukannya untuk mencari nafkah. Pendapatan adalah sumber daya material yang sangat penting bagi pelanggan. Dengan pendapatan, pelanggan bisa membiayai kegiatan konsumsinya. Jumlah pendapatan akan menggambarkan besarnya daya beli seorang pelanggan.¹² Dalam kamus manajemen disebutkan bahwa pendapatan adalah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk: upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos dan laba.¹³

2. Pelayanan Elektronik / E-Service (X_2)

Dengan tersedianya media elektronik yang semakin canggih, layanan elektronik akan semakin memudahkan pelanggan dalam bertransaksi sehingga berdampak pada loyalitas pelanggan. Jika layanan elektronik ini buruk atau tidak mendukung, konsumen akan melakukan aktivitas keuangan dengan bank lain. Tujuh karakteristik parameter kualitas layanan dapat digunakan untuk menentukan terpenuhi atau tidaknya harapan nasabah.

Kualitas layanan elektronik, menurut Ulum dan Muchtar, adalah jenis kualitas layanan yang lebih besar yang menggunakan media online untuk menghubungkan

¹² Ujang Suwarman, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002).204

¹³ BN. Marbun, *Kamus Manajemen* (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003).230

vendor dan pelanggan untuk menyelesaikan operasi pembelian dengan sukses dan efisien. Akibatnya, kualitas layanan elektronik dapat didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan dalam menyediakan layanan berbasis elektronik yang lebih luas melalui penggunaan teknologi informasi dan komunikasi.¹⁴ Dalam buku mereka, Zeithaml membagi tujuh aspek *e-squal* menjadi 4 dimensi utama yang dipergunakan konsumen dalam mengevaluasi jaringan situs website ketika konsumen tidak memiliki pertanyaan atau masalah, yaitu:¹⁵

- 1) *Efficiency*: kemudahan serta kecepatan mengakses serta memakai web.
- 2) *Fullfillment*: sejauh mana janji yang terdapat pada web untuk memenuhi ketersediaan pesanan serta ketersediaan barang.
- 3) *System availabilit*: kebenaran guna teknis dari web.
- 4) *Privacy*: sepanjang mana web memberikan kenyamanan serta melindungi data yang menggunakan.

Sedangkan 3 ukuran yang digunakan pelanggan buat memperhitungkan layanan pemulihan saat mereka mempunyai permasalahan ataupun persoalan ialah:

- 1) *Responsiveness*, penindakan permasalahan yang efisien melalui web.
- 2) *Compensation*, sepanjang mana web mengkompensasi pelanggan untuk masalah.
- 3) *Contact*, tersedianya alat bantu melalui telepon serta online

3. Nilai Syariah (X₃)

Penerapan sistem ekonomi syariah di suatu negara berusaha untuk menegakkan hukum Islam secara *kaffah* pada sistem ekonomi yang dimiliki negara. Penerapan sistem ekonomi syariah juga berupaya untuk memasukkan kembali nilai syariah ke dalam semua kegiatan ekonomi dan untuk menjaga moral masyarakat dari materialisme hedonisme.¹⁶ Prinsip syariah yang sering disebut dengan nilai-nilai Islam

¹⁴ R Ulum, F. & Muchtar, Pengaruh E-Service Quality Terhadap e-Customer Statisfaction Website Start up Kaosyay, *Tekno Kompak* (2018). Diakses 11 Januari 2022

¹⁵ Zeithaml, V. A., et. al. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*, 5th ed. (New York: McGraw-Hill, 2009).115-116

¹⁶ Rozalinda, *Ekonomi Islam, Teori Dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014).3

sangat dianjurkan untuk diterapkan, khususnya di lembaga keuangan berbasis syariah. Pelanggan akan memiliki kepercayaan pada mereka karena banyaknya cita-cita Islam yang mereka praktikkan. Pelanggan juga akan merasa nyaman karena prinsip-prinsip Islam yang berlaku.

Dalam kerangka perbankan syariah, di mana setiap produk didasarkan pada hukum kontrak Islam, Fathurrahman mengklasifikasikan nilai syariah ke dalam beberapa kategori sebagai berikut: ¹⁷

- a. *Al- hurriyah* (kebebasan),
- b. *Al- musawah* (persamaan atau kesetaraan),
- c. *Al- 'adalah* (keadilan),
- d. *Al- ridha* (kerelaan),
- e. *Ash -shidq* (kebenaran dan kejujuran),
- f. *Al -kitabah* (tertulis).

4. Loyalitas Nasabah (Y)

Nasabah yang membeli atau menggunakan barang perbankan secara rutin disebut sebagai nasabah loyal. Jika diterapkan, pendapatan nasabah, kualitas layanan elektronik, dan nilai-nilai syariah bank syariah akan mampu menarik konsumen untuk menjadi mayoritas nasabah setia. Loyalitas konsumen, menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra dalam buku pemasaran strategik mengemukakan bahwa loyalitas konsumen menunjukkan keterkaitan psikologis konsumen pada produk atau layanan tertentu, perilaku pembelian berulang mereka untuk produk atau layanan.¹⁸

Loyalitas pada pelanggan dapat juga digambarkan sebagai perilaku pembelian yang dilakukan secara konsisten. Loyalitas adalah prediktor pertumbuhan penjualan yang sangat baik. Menurut Griffin, pelanggan setia memiliki karakteristik sebagai berikut:

¹⁷ Fathurrahman Djamil et. al., *Hukum Perjanjian Syariah Dalam Kompilasi Hukum Perikatan*.249

¹⁸ Gregorius, Chandra dan Fandy Tjiptono, *Pemasaran Strategik* (Yogyakarta: Andi, 2012).80

- a. Membeli produk secara teratur; orang membeli produk secara teratur. Jika pelanggan percaya pada suatu produk, dia akan mengembalikannya ke produsen untuk pengembalian dana.
- b. Ketika konsumen membeli antara lini produk dan layanan, mereka tidak hanya membeli layanan dan barang-barang utama, tetapi mereka juga membeli lini produk dan layanan dari perusahaan yang sama.
- c. Merujuk kepada orang lain, ketika pembeli menyampaikan kegembiraan dengan barang-barang yang ada daari mulut krmulut (*word of mouth*).
- d. Pelanggan menolak untuk memanfaatkan produk atau layanan alternative saingan.¹⁹

Loyalitas pelanggan, menurut Palilati, dapat diukur dengan menggunakan lima indikator berbeda, antara lain:²⁰

1. Transaksi berulang
2. Rekomendasi
3. Menambah jumlah tabungan
4. Menceritakan hal baik
5. Kesiediaan untuk mentolerir biaya tinggi atau suku bunga rendah

F. Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan tentatif tentang entitas atau subjek yang akan dikonfirmasi melalui penelitian.²¹ Hipotesis penelitian ini adalah hipotesis statistik, juga dikenal sebagai hipotesis nol, yang mencoba menganalisis kepalsuan klaim atau teori, yang kemudian akan ditolak menggunakan data yang dapat dipercaya. Hipotesis ini dipilih karena merupakan studi kuantitatif yang menggunakan alat statistik.

¹⁹ Jill Griffin, *Customer Loyalty: Menumbuhkan Dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan* (Jakarta: Erlangga, 2005).31”

²⁰ Palilati, “Pengaruh Tingkat Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan Di Wilayah Etnik Bugis” 1 No.2 (n.d.): 68.

²¹ Hamid Darmadi, *Metode Penelitian Pendidikan Dan Sosial* (Bandung: Alfabeta, 2013).46

Berdasarkan rumusan masalah dan kerangka pemikiran yang dibuat, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis 1

H₀: Tingkat Pendapatan Nasabah tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia

H_a: Tingkat Pendapatan Nasabah berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia

Hipotesis 2

H₀: Pelayanan Elektronik tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia

H_a: Pelayanan Elektronik berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia

Hipotesis 3

H₀: Nilai Syariah tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia

H_a: Nilai Syariah tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia

Hipotesis 4

H₀: Tingkat Pendapatan Nasabah, Pelayanan Elektronik dan Nilai Syariah tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia

H_a: Tingkat Pendapatan Nasabah, Pelayanan Elektronik dan Nilai Syariah berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia

G. Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan untuk membantu peneliti dalam mencari perbandingan dan membantu memperdalam teori yang digunakan dalam kajian penelitian yang dilakukan. Terkait dengan judul penelitian, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini, diantaranya adalah:

Tabel 1.5
Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil
1	Adi Krismanto Tesis (2009)	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah	penelitian yang dilakukan untuk menguji loyalitas nasabah	variabel dalam penelitian ini meliputi kualitas pelayanan, penanganan komplain, dan pengembangan citra.	Kesimpulan akhir penelitian loyalitas nasabah dapat direkomendasikan sebagai masukan bagi pihak manajemen.
2	Masdah, Asngadi & Cuk Triono Jurnal (2020)	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Syariah di Kabupaten Jombang yang Dimediasi variabel Kepuasan	Penelitian yang dilakukan untuk menguji loyalitas nasabah	Menguji secara empiris dari variabel kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas.	suasana persaingan yang dihadapi oleh bank syariah menuntut untuk melakukan perombakan pada bisnisnya dengan memperhatikan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas. Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan bank syariah di Kabupaten Jombang.
3	Munadi Idris Disertasi (2020)	Studi Mengenai Brand Religiosity Image Dalam Relasi Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty Pada Bank Syariah di Sulawesi Selatan	fokus penelitian terhadap loyalitas bank Syariah	penelitian dilakukan untuk mengetahui loyalty dan brand image pada bank syariah	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa customer experience dan customer engagement berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap customer satisfaction. Customer satisfaction dan brand religiosity image juga berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap customer loyalty, namun customer trust tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap customer loyalty. Adapun customer satisfaction berpengaruh signifikan secara tidak langsung terhadap customer loyalty melalui brand religiosity image
4	Munawaroh Tesis (2016)	Penerapan nilai-nilai Islam pada Bank Syariah dan Pengaruhnya terhadap loyalitas Nasabah (Studi kasus pada masyarakat kota Medan)	penelitian yang dilakukan untuk menguji loyalitas nasabah	variabel dalam penelitian ini meliputi nilai-nilai islam antara lain: al-hurriyah, al-musawah, al-a'dalah, ash-shidiq, al-ridha, dan al-kitabah	Yang paling mempengaruhi loyalitas nasabah bank syariah adalah kejujuran (ash-shidiq), yaitu sebesar 56,41%, dengan begitu bahwa penerapan nilai-nilai islam di bank syariah sangat mempengaruhi loyalitas nasabah di bank syariah.
5	Hamdi Agustin Jurnal (2019)	Analisis Penerapan Nilai-Nilai Islam pada Bank Syariah di Pekanbaru	penelitian dilakukan untuk mengetahui menganalisis penerapan nilai-nilai Islam pada Bank Syariah	penelitian dilakukan terhadap karyawan Bank syariah.	penerapan nilai-nilai Islam di Perbankan Syariah Pekanbaru sudah menerapkan nilai-nilai Islam pada kegiatan bisnis mereka juga mengindikasikan bahwa karyawan pada Perbankan Syariah di Pekanbaru sudah memahami dan menjalankan tugas mereka sesuai dengan prinsip syariah dan menerapkan nilai-nilai Islam oleh karyawan Perbankan Syariah di Pekanbaru sudah bagus.

6	Roesdian Bayu Ardiyanto Naskah Publikasi (2013)	Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Nasabah pada Bank BRISyariah Surakarta	Penelitian yang dilakukan menguji pengaruh loyalitas nasabah.	Fokus penelitian pada pengaruh kepercayaan dan kepuasan nasabah dalam bertransaksi.	kepuasan nasabah berpengaruh positif pada kepercayaan nasabah. Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan kepuasan yang dirasakan oleh nasabah mengakibatkan meningkatnya kepercayaan, kepuasan nasabah berpengaruh positif pada loyalitas nasabah. Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan kepuasan nasabah mengakibatkan meningkatnya loyalitas nasabah. kepercayaan nasabah berpengaruh positif pada loyalitas nasabah
7	Ima Nurmanah dan Edi Suswardji Nugroho Jurnal (2021)	Pengaruh Kepercayaan (Trust) Dan Kualitas Pelayanan Online (E-Service Quality) Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Bukalapak	Penelitian yang dilakukan mengamati e-service terhadap keputusan konsumen	Penelitian dilakukan pada perusahaan onlineshop (Bukalapak)	kepercayaan (trust) mempengaruhi keputusan pembelian pada Bukalapak, yang artinya semakin tinggi atau baik kepercayaan konsumen terhadap Bukalapak maka akan meningkatkan keputusan pembelian di Bukalapak. Begitupun dengan kualitas pelayanan online (e-service quality) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Bukalapak, artinya bahwa semakin baik kualitas pelayanan online yang diberikan Bukalapak kepada konsumen maka akan menarik konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.
8	Moena A Jamal (2021)	Pengaruh Pendapatan dan Pendidikan Nasabah terhadap Minat Nasabah Investasi Emas di Bank Syariah Mandiri KC Warung Buncit	Penelitian yang dilakukan mengamati pendapatan nasabah.	Fokus penelitian pada minat nasabah dalam berinvestasi Emas.	pendapatan dan pendidikan nasabah memberikan pengaruh terhadap minat berinvestasi Emas
9	Jalaludin Tesis (2018)	Pengaruh kualitas produk funding dan kinerja karyawan terhadap kepuasan anggota serta implikasinya kepada loyalitas anggota pada KSPPS BMT Mitra Sadaya Bandung dan Purwakarta.	penelitian dilakukan untuk mengetahui loyalitas.	Penelitian dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk funding, kinerja karyawan, kualitas produk funding dan kinerja karyawan terhadap kepuasan anggota;	penelitian yang dilakukan menghasilkan temuan produk funding, kinerja karyawan, kualitas produk funding, dan kinerja karyawan berpengaruh terhadap kepuasan anggota.
10	Muh Riza Pahlevi Tesis (2020)	Pengaruh Pendapatan, Tempat, Umur dan Pendidikan terhadap Keputusan Nasabah Menabung di BRISyariah KCP Ngronggo Kediri	Penelitian yang dilakukan mengamati pendapatan nasabah.	fokus penelitian pada pendapatan, Tempat, Umur, dan Pendidikan, Terhadap keputusan Nasabah untuk menabung.	Pendapatan bertanda positif, artinya Pendapatan berbanding lurus atau searah terhadap keputusan Menabung nasabah pada BRI Syariah KCP Ngronggo Kediri, artinya Pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Menabung nasabah pada BRI Syariah KCP Ngronggo Kediri.