

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Negara Indonesia adalah salah satu negara dengan populasi penduduk muslim terbesar di dunia, dan berpotensi menjadi pemimpin sektor keuangan syariah. Bank Syariah Indonesia (BSI) telah menjadi bank utama pilihan masyarakat untuk layanan keuangan syariah. Berikut gambar peresmian bank syariah indonesia.

Bank Syariah Indonesia (BSI) resmi berdiri pada 1 Februari 2021, hasil penggabungan antara PT Bank BRI syariah, PT Bank Syariah Mandiri, dan PT Bank BNI Syariah. Penggabungan tersebut telah disetujui oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tanggal 27 Januari 2021, dengan tujuan untuk memperkuat sektor bank syariah di indonesia (BSI) nasional menganut prinsip syariah, menyediakan layanan perbankan yang sesuai dengan hukum Islam, dan ikut serta terhadap pembangunan ekonomi. OJK juga berkomitmen mendukung pengembangan bank berdasarkan syariah dengan mendirikan Pembangunan cabang di berbagai daerah- daerah. Berikut gambar dalam peresmian Bank BSI



Sumber : (kompasiana.com)

**Gambar 1.1 Peresmian Bank BSI**

OJK selaku Otoritas Jasa Keuangan terus menyempurnakan visi dan strategi kebijakan pengembangan sektor keuangan syariah sesuai peta jalan perbankan syariah. Arah pengembangan perbankan syariah yang sebelumnya tertuang pada Roadmap Perbankan Syariah Indonesia 2015-2019 telah sampai pada masa akhirnya. Untuk melanjutkan arah pengembangan perbankan syariah dengan mempertimbangkan berbagai isu strategis, peluang, maupun tantangan yang dihadapi, roadmap pengembangan perbankan syariah indonesia periode 2020-2025 disusun dengan membawa visi mewujudkan perbankan syariah yang resilient, berdaya saing tinggi, dan berkontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional dan pembangunan sosial.

Arah pengembangan perbankan syariah ini telah disusun selaras dengan beberapa arah kebijakan, baik kebijakan eksternal yang bersifat nasional seperti Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020-2024 dan Masterplan Ekonomi dan Keuangan Syariah Indonesia 2019-2024, maupun kebijakan internal OJK, yaitu masterplan sektor jasa keuangan indonesia dan roadmap pengembangan perbankan indonesia (RP2I). Sebagai bagian dari RP2I, roadmap ini merupakan langkah strategis OJK dalam menyelaraskan arah pengembangan ekonomi syariah di Indonesia, khususnya pada sektor industri jasa keuangan syariah di bidang perbankan syariah. Roadmap Pengembangan Perbankan Syariah Indonesia disusun sebagai katalisator akselerasi proses pengembangan perbankan syariah di Indonesia dengan membawa tiga arah pengembangan. Terdiri dari, penguatan identitas perbankan syariah; sinergi

ekosistem ekonomi syariah; serta penguatan perizinan, pengaturan, dan pengawasan.

Sebagai bagian dari Roadmap Pengembangan Perbankan Indonesia, roadmap ini merupakan langkah strategis OJK dalam menyelaraskan arah pengembangan ekonomi syariah di Indonesia, khususnya pada sektor industri jasa keuangan syariah di bidang perbankan syariah. Alhamdulillah, Indonesia kini punya bank syariah terbesar. Namanya Bank Syariah Indonesia atau BSI. Sudah beroperasi sejak 1 Februari 2021. BSI adalah hasil merger atau penggabungan tiga bank syariah Badan Usaha Milik Negara (BUMN), yakni PT Bank BRI Syariah Tbk (BRIS), PT Bank BNI Syariah (BNIS), dan PT Bank Syariah Mandiri (BSM). Dihitung-hitung, Bank Syariah Indonesia memiliki aset sebesar Rp. 245,7 triliun. Berikut gambar peningkatan asset Bank BSI.



Sumber (kompasiana.com)  
**Gambar 1.2 Tingkat aset Bank BSI**

Berdasarkan gambar di atas, dapat dilihat bahwasanya perkembangan lembaga keuangan syariah di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun ke

tahunnya. Lembaga keuangan syariah itu sendiri terdiri dari dua golongan yaitu bank dan juga non bank. Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang berperan sangat penting dalam sebuah Negara. Salah satu bentuk perbankan syariah yang jaringannya cukup besar di Indonesia adalah Bank Syariah Indonesia (BSI). Selain itu, Bank Syariah Indonesia memiliki sekitar 1.200 kantor cabang serta lebih dari 1.700 ATM. Dimana Bank Syariah Indonesia (BSI) di Lhokseumawe, salah satunya termasuk berada di cabang Batuphat Timur, merupakan hasil merger antara tiga bank umum syariah milik BUMN, yaitu Bank BRI Syariah, Bank Syariah Mandiri, dan Bank BNI Syariah, merger ini disahkan oleh OJK pada 27 Januari 2021, dan BSI secara resmi beroperasi pada 1 Februari 2021, cabang BSI di Lhokseumawe termasuk Batuphat Timur Lhokseumawe, adalah bagian dari jaringan BSI yang luas di seluruh Indonesia.

Perubahan strategi usaha secara menyeluruh pasca pengalihan dari sistem konvensional ke sistem syariah telah menimbulkan berbagai perbedaan dan masalah dalam proses layanan perbankan dan membuat kecenderungan nasabah untuk berpindah pada bank lainnya terbuka lebar. Namun bagi sebahagian nasabah, kehadiran dan perubahan bank konvensional ke sistem syariah tersebut dapat disikapinya tersebut secara positif sehingga mereka tetap loyal untuk memanfaatkan layanan perbankan secara berkelanjutan pada Bank Syariah Indonesia (BSI). Dimana menurut pengalaman pribadi saya sendiri mungkin ada beberapa keganjalan terhadap layanan atau citra Bank BSI yang berada di batuphat itu sendiri memberikan layanan yang buruk sehingga saya sebagai nasabah kurang dominan pada layanan mereka.

Namun dalam perbedaan yang saya dapati dengan Bank yang lain seperti Bank Syariah yang berada di batuphat itu sendiri orang lebih dominan memilih atau menggunakan BSI yang berada di batupahat Timur karena memiliki kemudahan mengakses atau memberikan sebagian pelayanan atau keunggulan tersebut dan beberapa alasan mengapa nasabah memilih Bank Syariah Indonesia (BSI) dibandingkan Bank Aceh antara lain adalah karena BSI beroperasi sesuai prinsip syariah yang lebih transparan dan adil. Selain itu, BSI menawarkan berbagai produk keuangan syariah seperti tabungan, pembiayaan, investasi yang sesuai dengan prinsip islam. BSI juga memiliki layanan perbankan digital yang modern dan inovatif, serta fokus pada inklusi keuangan dan dukungan terhadap UMKM

Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah menjadi bank syariah terkemuka di Indonesia yang berkontribusi dalam pembangunan ekonomi umat. Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan bank syariah yang paling banyak digunakan oleh muslim di Indonesia. Misi BSI mencakup menyediakan produk dan layanan perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah, mendorong pertumbuhan ekonomi melalui pembiayaan yang beretika, memberikan nilai tambah bagi nasabah dan masyarakat.

Bank Syariah Indonesia banyak juga beroperasi di kalangan daerah dan berbagai tempat salah satunya ada yang berada di wilayah Aceh yaitu Desa Batuphat Timur di Kecamatan Muara Satu. Dengan adanya Bank BSI di Kecamatan Muara Satu mempermudah masyarakat melakukan transaksi atau memberikan kualitas layanan keuangan yang halal dan terpercaya, Dengan berbagai pilihan produk simpanan seperti tabungan, deposito, dan investasi syariah, BSI Batuphat

memberikan peluang bagi masyarakat untuk mendapatkan keuntungan sesuai dengan prinsip syariah tanpa khawatir terkena unsur haram. Bank yang ada di Batuphat juga membantu para nasabah dengan pelayanan yang baik maupun kualitas yang ada di Bank BSI. Kepuasan nasabah sangat penting dalam dunia perbankan. Kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) adalah suatu tingkatan dimana perkiraan kinerja produk sesuai dengan harapan pembeli. Kepuasan nasabah bergantung pada perkiraan kinerja produk dalam memberikan nilai, relatif terhadap harapan pembeli. Jika kinerja produk jauh lebih rendah dari harapan pelanggan, pembeli tidak terpuaskan. Jika kinerja sesuai dengan harapan, pembeli terpuaskan, jika kinerja melebihi yang diharapkan, nasabah lebih senang pelanggan yang merasa puas akan kembali membeli dan akan memberi tahu kepada yang lain tentang pengalaman baik terhadap produk tersebut

Menurut (Wijaya et al., 2020) secara sederhana kepuasan dapat di artikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu yang memadai. Menurut Sasongko, (2021) kepuasan pelanggan adalah bagian dari penciptaan nilai pelanggan. Sebab, menciptakan kepuasan pelanggan berarti hubungan antara perusahaan dengan pelanggan menjadi harmonis, tercipta landasan yang baik, terciptanya kepuasan pelanggan, terciptanya *word of Mouth*, dan hal ini menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Hal ini karena berarti berproduksi. Ketertarikan pelanggan muncul dalam pembelian atau penggunaan layanan perusahaan. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah pada Bank BSI di Desa Batuphat Timur Muara Satu, seperti kualitas pelayanan, citra bank, dan kepercayaan.

Nasabah yang merasa mendapatkan nilai yang tinggi dari layanan perbankan akan lebih puas dan memiliki kecenderungan untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan lembaga tersebut (Irawan et al., 2024). Menurut (Rahmawati&Hardiyanti2023) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor terpenting dalam perusahaan dan organisasi karena merupakan salah satu faktor yang harus menjamin kepuasan pelanggan. Bukti empiris menunjukkan bahwa perusahaan dapat meningkatkan penjualan, keuntungan, dan efisiensi biaya dengan berfokus pada kepuasan pelanggan melalui layanan berkualitas tinggi. Permasalahan atau fenomena kualitas pelayanan yang terkadang terjadi pada Bank BSI di desa Batuphat seperti memberikan pelayanan yang dijanjikan terkadang tidak sesuai harapan nasabah, layanan pelanggan yang diharapkan cepat responsif terkadang terlambat atau tidak memadai.

Beberapa nasabah melaporkan pengalaman buruk dalam hal pelayanan, misalnya kesulitan menghubungi *costumer service* (cs), atau jawaban yang diberikan tidak memadai dan tidak menyelesaikan masalah yang dihadapi. Masalah misalnya, jika nasabah ingin melakukan klarifikasi terkait suatu produk atau transaksi, mereka tidak mendapatkan jawaban yang memadai atau bahkan harus menunggu lama untuk mendapatkan respons. Dan terkadang beberapa nasabah mungkin merasa bahwa biaya atau denda yang dikenakan oleh bank, seperti biaya admin bulanan, biaya tarik tunai di ATM non-BSI, atau biaya keterlambatan pembayaran, terlalu tinggi atau tidak sesuai dengan ekspektasi yang dijanjikan. Menurut penelitian oleh Mulyaningsih (2016) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kualitas

layanan, menurut para ahli dan penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan dibentuk oleh perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan/nasabah. Kualitas layanan yang diharapkan oleh pelanggan adalah pelayanan yang memenuhi ekspektasi atau persepsi pelanggan dengan baik.

Menurut (Hilmi et al., 2018) citra merek yang positif dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk maupun jasanya dan lama kelamaan akan semakin mendorong konsumen menjadi konsumen yang loyal terhadap produk maupun jasa tersebut. Konsumen memandang merek merupakan bagian yang sangat penting dari suatu produk dan pemberian merek dapat meningkatkan 4 nilai produk itu sendiri. Menurut Fitri et al., (2023) citra merek adalah konsep abstrak yang mencerminkan persepsi yang dimiliki oleh nasabah terhadap suatu lembaga keuangan. Citra merek dapat didefinisikan sebagai persepsi pelanggan mengenai merek yang tersimpan dalam ingatan pelanggan. Lebih lanjut, citra merek sebagai kesan keseluruhan konsumen terhadap suatu merek, yang mana kesan tersebut dibentuk oleh kombinasi pengenalan, perasaan dan sikap terhadap merek tersebut. Sebagai salah satu aspek atau pendahulu dalam branding, citra merek memegang peranan penting dalam membentuk persepsi konsumen terhadap suatu merek.

Fenomena atau permasalahan pada citra bank di desa batuphat timur juga terkadang memberikan dampak negatif seperti reputasi bank yang terkait kinerja keamanan terkadang ada juga nasabah yang pernah mengalami kebocoran data nasabah atau peretasan yang mengakibatkan informasi pribadi atau transaksi nasabah terekspos, hal ini bisa menyebabkan kerugian besar terhadap reputasi bank tersebut. Publik atau nasabah mungkin merasa tidak aman atau kehilangan



kepercayaan pada kemampuan bank untuk menjaga data dan keamanan transaksi mereka. Dan kesalahan pemrosesan juga sering terjadi pada bank bsi batuphat kesalahan dalam pemrosesan seperti pembayaran, atau adanya biaya tersembunyi, hal ini dapat merusak citra bank di mata publik. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Saputra (2019) menunjukkan bahwa citra berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh Soliha (2022) menunjukkan bahwa citra tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan.

Kepercayaan konsumen sebagai semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya”. Kepercayaan tergantung pada beberapa faktor yaitu faktor antar pribadi dan organisasi seperti kompetensi, integritas, kejujuran dan kebaikan hati. Menurut (Pambudi & Soliha, 2022) kepercayaan adalah kesediaan perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnis. Kepercayaan tergantung pada sejumlah faktor antar pribadi (interpersonal) dan antar organisasi interorganisasional, seperti kompetensi, integritas, kejujuran, dan kebaikan hati perusahaan. Ada pula fenomena yang terjadi dalam hubungan kepercayaan, seperti keamanan bank yang dimana kurangnya transparansi dan komunikasi dalam keamanan. Ketika terjadi gangguan insiden yang mempengaruhi sistem keamanan bank (seperti serangan siber atau kebocoran data), kurangnya transparansi dan komunikasi yang jelas dengan nasabah dapat memperburuk situasi. Dan berdampak pada kepercayaan nasabah yang tidak mendapatkan informasi yang jelas dan tepat waktu mengenai masalah yang terjadi dapat merasa bank tidak profesional dan tidak dapat diandalkan, yang dapat merusak kepercayaan mereka. Penjelasan tersebut

sesuai dengan penelitian terdahulu yang dikemukakan oleh Zulvia & Krisvia (2021), mengatakan bahwa kepercayaan nasabah memberikan arah positif terhadap kepuasan nasabah. Artinya, semakin tinggi kepercayaan pelanggan terhadap produk ditawarkan, maka semakin mendorong kepuasan nasabah.

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik dan memiliki tujuan untuk mendapatkan bukti empiris mengenai pengaruh kualitas pelayanan, citra bank dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah. Oleh karena itu, peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul : **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Bank Dan Kepercayaan Terhadap Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Di Baruphat Timur, Lhokseumawe”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) di Baruphat Timur Lhokseumawe?
2. Bagaimana pengaruh citra bank terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) di Baruphat Timur Lhokseumawe?
3. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) di Baruphat Timur Lhokseumawe?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat di susun tujuan penelitiannya adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) di Batuphat Timur Lokseumawe.
2. Untuk mengetahui pengaruh citra bank terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) di Batuphat Timur Lokseumawe.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) di Batuphat Timur Lokseumawe.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

##### **1. Manfaat Teoritis**

Manfaat teoritis yang dapat diambil dari hasil penelitian ini adalah dapat memperkaya khasanah pengembangan keilmuan khususnya dalam bidang ilmu ekonomi dan bisnis Islam khususnya mengenai pengaruh kualitas layanan, citra merek dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan referensi ilmiah bagi penelitian yang akan datang.

##### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini dapat meningkatkan wawasan berfikir para masyarakat ilmiah khususnya Pihak Akademisi tentang pengaruh kualitas layanan, citra merek dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat meningkatnya kemampuan berfikir penulis dalam memahami berbagai masalah mengenai pengaruh kualitas layanan, citra merek dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah.