

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perbankan merupakan salah satu pilar utama dalam mendukung stabilitas dan pertumbuhan ekonomi suatu negara. Fungsi utamanya sebagai lembaga intermediasi memungkinkan transfer dana dari pihak yang memiliki surplus kepada pihak yang membutuhkan, sehingga berkontribusi pada peningkatan produktivitas dan kesejahteraan masyarakat. Di Indonesia, sektor perbankan syariah memiliki potensi besar untuk menjadi motor penggerak inklusi keuangan berbasis nilai-nilai Islam. Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 mendefinisikan bank sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat luas.

Industri perbankan Syariah di Indonesia telah mengalami perkembangan yang pesat, hal ini ditandai dengan pendirian bank syariah baru, perubahan kegiatan usaha bank konvensional menjadi bank syariah dan pelaksanaan kegiatan perbankan berdasarkan prinsip syariah oleh bank konvensional (Budiono, 2017). Perbankan syariah Indonesia terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Adapun Total Industri Perbankan syariah di Indonesia pada tahun 2024, Menurut IAEI Indonesia,2024 berdasarkan kinerja indikator

utama yakni jumlah institusi, jumlah kantor, aset, PYD dan DPK dijelaskan dalam Gambar 1.1 berikut ini:



Gambar 1. 1 Laporan Total Industri Perbankan Syariah Indonesia

Berdasarkan Laporan Total Industri Perbankan Syariah Indonesia Pada Tahun 2024 Seperti Yang ditunjukkan pada Gambar 1.1 Maka dapat dijelaskan bahwa pada tahun 2024 Perbankan Syariah memiliki jumlah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Jauh lebih besar dibandingkan dengan Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah. Dengan nilainya mendekati 175 - 200 Unit, Sementara Bank umum Syariah Dan Unit Usaha Syariah Memiliki jumlah yang Jauh lebih kecil yang berada di kisaran angka 20-50 Unit. Pada Tahun 2023 Kinerja Perbankan Syariah dinilai memiliki Tren yang Positif dengan total Aset Rp.831,95 Triliun atau tumbuh 10,94% *year on year*. Sebagai upaya untuk terus menguatkan sektor keuangan Syariah di Indonesia, sejak 12 Juli 2023 lalu Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) 12 Mengenai Unit Usaha Syariah (UUS) diberlakukan untuk menyesuaikan amanat Undang-Undang no 4 Tahun 2023 tentang pengembangan dan penguatan sektor keuangan (UU P2SK).

Dalam kompetisi perbankan syariah yang kian ketat, isu pokok terletak pada konsistensi mutu layanan lintas kanal dan kepatuhan syariah yang terkomunikasi dengan jelas kepada nasabah. Variasi kinerja masih muncul pada aspek keandalan transaksi, stabilitas aplikasi, kecepatan pelayanan, serta kejelasan informasi akad, biaya, dan hak serta kewajiban. Mekanisme penanganan keluhan belum selalu responsif dan terdokumentasi dengan baik, sementara koordinasi proses antar fungsi berimplikasi pada waktu tunggu yang melampaui ekspektasi. Ketidakterpenuhinya standar mutu ini mudah mengikis kepuasan dan kepercayaan, terlebih karena prinsip-prinsip syariah menuntut keadilan, transparansi, dan amanah dalam seluruh proses layanan, bukan hanya pada produk akhir (Budiono, 2017). Temuan dari penelitian terdahulu menegaskan bahwa optimalisasi pelayanan nasabah syariah mensyaratkan perbaikan terpadu pada prosedur front office, kanal digital, dan literasi akad agar pengalaman layanan menjadi konsisten dan terukur (Garbo & Latifah, 2024).

Permasalahan operasional tersebut berkaitan langsung dengan konstruk penelitian. Ketidakseragaman pada dimensi keandalan, ketanggapan, jaminan, empati, bukti fisik, dan kepatuhan syariah menurunkan persepsi terhadap kualitas layanan, yang pada gilirannya melemahkan evaluasi pasca pelayanan dalam bentuk kepuasan. Bukti empiris menunjukkan kualitas layanan dan pengalaman penggunaan kanal digital berkorelasi positif dengan kepuasan dan bermuara pada loyalitas, baik melalui penguatan niat menggunakan ulang

maupun rekomendasi positif (Yuliani & Luhglatno, 2023). Loyalitas nasabah tidak hanya mencerminkan keterikatan emosional dan rasional terhadap suatu bank, tetapi juga berpengaruh besar terhadap retensi nasabah, word-of-mouth positif, serta profitabilitas jangka panjang (Sondakh, 2014). Loyalitas nasabah dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kualitas layanan, kepuasan, dan nilai-nilai yang sesuai dengan prinsip dan identitas mereka.

Selain aspek teknis, persepsi kualitas layanan pada perbankan syariah dipengaruhi faktor normatif yang berakar pada religiusitas. Dalam hal ini religiusitas bertindak sebagai orientasi nilai yang membingkai penilaian atas kejelasan akad, keadilan prosedur, dan amanah pengelolaan dana. Religiusitas dipahami sebagai orientasi nilai dan praktik keagamaan yang menjadi rujukan dalam menilai proses dan keluaran layanan. Orientasi ini membingkai evaluasi terhadap kejelasan akad, keadilan prosedur, transparansi biaya, serta amanah pengelolaan dana, sehingga kepatuhan syariah tidak berhenti pada pemenuhan regulatif, tetapi menjadi sumber rasa aman, kepercayaan, dan kesesuaian nilai pribadi (Damayanti, 2017). Dalam praktik layanan, penegasan akad yang mudah dipahami, dokumentasi proses yang tertib, edukasi literasi syariah di kanal *front office* maupun digital, dan konsistensi informasi lintas kanal berkontribusi pada pengalaman layanan yang lebih seragam dan terukur (Siregar et al., 2020).

Secara empiris, religiusitas berkaitan dengan pembentukan komitmen afektif dan normatif yang mendorong preferensi berkelanjutan, niat menggunakan ulang, serta rekomendasi positif. Temuan studi menunjukkan

bahwa tingkat religiusitas yang lebih tinggi cenderung memperkuat penilaian positif terhadap layanan syariah, meningkatkan kepuasan, dan pada akhirnya bermuara pada loyalitas (Zuhirsyan & Nurlinda, 2018). Hubungan ini bekerja melalui dua jalur langsung, ketika religiusitas meneguhkan ikatan nilai antara nasabah dan institusi serta tidak langsung, ketika keselarasan layanan dengan prinsip syariah memperkuat evaluasi pasca pelayanan (kepuasan). Religiusitas berfungsi ganda sebagai anteseden loyalitas sekaligus faktor yang dapat memperkuat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan, terutama ketika keandalan transaksi, ketanggapan petugas, dan bukti fisik layanan dikomunikasikan secara jelas dalam kerangka akad dan prosedur yang patuh syariah (Suprihati et al., 2021).

Keselarasan prinsip syariah dengan kinerja layanan membentuk evaluasi pasca pelayanan yang terwujud dalam kepuasan nasabah. Kepuasan dipahami sebagai penilaian kognitif dan afektif atas kesenjangan antara harapan dan kinerja layanan yang diterima. Kepuasan menjadi bentuk evaluasi atas seberapa baik layanan yang diterima mampu memenuhi atau melampaui ekspektasi nasabah. Menurut Mastarida, (2023), kepuasan konsumen merupakan tanggapan emosional terhadap evaluasi pengalaman konsumsi produk atau jasa dibandingkan dengan harapan sebelumnya. Kepuasan tidak hanya mencerminkan hasil pelayanan, tetapi juga pengalaman emosional secara menyeluruh. Penelitian yang dilakukan Mastarida, (2023) menjelaskan bahwa kepuasan konsumen dapat dianalisis melalui salah satu indikatornya yaitu *expectations* yang menggambarkan harapan awal nasabah terhadap layanan yang tidak hanya cepat dan efisien, tetapi juga sesuai prinsip syariah.

Secara empiris, kualitas layanan dan pengalaman kanal digital berasosiasi positif dengan kepuasan dan pada akhirnya berdampak pada loyalitas melalui niat menggunakan ulang dan rekomendasi (Yuliani & Luhglatno, 2023). Pola ini konsisten dengan temuan layanan keuangan digital yang menunjukkan bahwa persepsi mutu di titik kontak front office maupun aplikasi memperkuat evaluasi pascapelayanan dan memperbesar peluang terjadinya komitmen berulang (Tsania & Haris, 2024). Loyalitas nasabah merepresentasikan komitmen sikap dan perilaku yang bertahan dalam jangka panjang, tercermin pada niat menggunakan ulang, preferensi berkelanjutan, dan kesediaan merekomendasikan kepada pihak lain, ketiganya berkontribusi pada retensi dan kinerja institusi secara berkesinambungan (Sondakh, 2014). Dalam konteks perbankan syariah, loyalitas tidak hanya bertumpu pada pengalaman fungsional, tetapi juga pada kesesuaian nilai dengan prinsip syariah yang menegaskan aspek keadilan, transparansi, dan amanah. Karena itu, loyalitas memadukan dua dimensi yaitu sikap (*attitudinal*) berupa keterikatan psikologis dan kesesuaian nilai, serta perilaku (*behavioral*) berupa konsistensi penggunaan layanan, peningkatan porsi transaksi, dan *advocacy* yang positif di lingkungan sosial.

Namun loyalitas tidak selalu stabil meskipun kepuasan dilaporkan memadai. Sejumlah fenomena sering muncul, seperti perilaku multi-banking atau multi-homing (nasabah membagi transaksi dan simpanan ke beberapa

penyedia), penurunan frekuensi penggunaan kanal setelah fase awal adopsi, akun dorman, serta pelemahan word-of-mouth. Faktor pemicunya antara lain perbandingan kenyamanan dan reliabilitas aplikasi lintas penyedia, sensitivitas terhadap biaya dan persyaratan tertentu, ekspektasi layanan pada jam sibuk, serta persepsi ketidakseragaman informasi akad dan biaya di berbagai titik layanan. Kualitas pemulihan layanan saat terjadi gangguan atau keluhan juga menentukan apakah evaluasi positif pascapelayanan akan bertransformasi menjadi komitmen jangka panjang. Kondisi ini menandai adanya kesenjangan kepuasan dan loyalitas, yakni ketika penilaian pasca pelayanan yang baik belum otomatis bermuara pada intensi bertahan dan merekomendasikan.

Nasabah dengan tingkat religiusitas tinggi juga cenderung memiliki komitmen jangka panjang terhadap bank syariah yang tidak hanya profesional dalam operasionalnya, tetapi juga konsisten dalam menerapkan prinsip-prinsip Islam dalam seluruh lini layanan yang diukur dengan indikator keyakinan seseorang terhadap prinsip-prinsip dasar dalam ajaran agamanya sebagai kebenaran absolut, dan sejauh mana individu melaksanakan ajaran agama secara konsisten. serta dampak penghayatan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari yang terkait dengan rasa takut kepada tuhan dan rasa Syukur terhadap Rahmat Allah. Hal ini menciptakan ikatan emosional dan spiritual antara nasabah dan bank, yang pada akhirnya berdampak pada loyalitas. Studi oleh (Pokhrel, 2024) menguatkan bahwa religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah, baik secara langsung maupun melalui kepuasan sebagai variabel mediasi. Selain itu, Bank syariah yang mampu memadukan kualitas layanan modern dengan nilai-nilai spiritual Islam akan

memiliki keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, khususnya di daerah yang secara budaya dan religius sangat mendukung implementasi ekonomi Islam.

Lhokseumawe merupakan kota administratif yang mayoritas penduduknya beragama Islam dan menjunjung tinggi nilai-nilai religius, peran religiusitas dalam pengambilan keputusan finansial semakin menonjol. Pilihan terhadap bank syariah bukan semata-mata karena faktor rasional seperti suku bunga (yang dalam syariah dikenal sebagai nisbah bagi hasil), kemudahan akses, atau promosi, melainkan juga karena adanya kesesuaian ideologis, (keyakinan) dan spiritual antara nasabah dan lembaga keuangan yang mereka pilih. Dalam konteks ini, Bank Aceh Syariah sebagai bank daerah yang sepenuhnya mengadopsi prinsip syariah, menjadi representasi utama preferensi masyarakat Aceh terhadap lembaga keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Studi oleh Yuliani & Luhgiatno, (2023) menunjukkan bahwa nasabah dengan tingkat religiusitas yang tinggi akan lebih setia kepada lembaga keuangan syariah karena menganggap penggunaan produk dan jasa keuangan syariah sebagai bagian dari implementasi nilai-nilai Islam dalam aspek ekonomi.

Bank Aceh Syariah merupakan lembaga keuangan daerah yang telah sepenuhnya bertransformasi menjadi bank syariah sejak tahun 2016, sebagai bagian dari komitmen Pemerintah Aceh dalam mendukung implementasi Qanun Lembaga Keuangan Syariah (LKS). Keputusan konversi ini menjadikan Bank Aceh Syariah sebagai pionir bank daerah berbasis syariah di Indonesia. Di wilayah Lhokseumawe, yang dikenal sebagai salah satu kota

industri dan pusat pertumbuhan ekonomi di Aceh, Bank Aceh Syariah memegang peran penting dalam menyediakan akses layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip Islam. Tingginya populasi muslim di daerah ini serta kuatnya nilai-nilai religius dalam kehidupan sosial masyarakat menjadikan Lhokseumawe sebagai lokasi strategis untuk mengkaji pengaruh religiusitas, kualitas layanan, dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas (Putri et al., 2025).

Berdasarkan *Annual Report* Bank Aceh tahun 2024, perkembangan jumlah rekening deposito menunjukkan adanya penurunan dibandingkan tahun sebelumnya. Pada tahun 2023, jumlah rekening deposito tercatat sebanyak 8.815 rekening dan digunakan sebagai tahun dasar (baseline) sehingga tidak memiliki nilai perubahan atau persentase pertumbuhan untuk dibandingkan. Pada tahun 2024, jumlah rekening deposito turun menjadi 8.636 rekening, atau berkurang sebanyak 179 rekening, setara dengan penurunan 2,03% dibandingkan tahun 2023. Penurunan ini menunjukkan adanya tantangan bagi Bank Aceh Syariah dalam mempertahankan dana pihak ketiga dari nasabah deposito, yang dapat mencerminkan melemahnya loyalitas atau tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan perbankan.

Tabel 1. 1 Perkembangan Rekening Deposito Bank Aceh Syariah

Tahun	Jumlah Rekening Deposito	Perubahan	Persentase
2023	8.815	-	-
2024	8.636	-179	-2,03%

Sumber : *Annual Report* Bank Aceh 2024

Penurunan jumlah rekening deposito tersebut mengindikasikan bahwa Bank Aceh Syariah perlu meningkatkan strategi retensi nasabah, termasuk kualitas

layanan, kecepatan penanganan keluhan, kenyamanan fasilitas digital, serta pemenuhan ekspektasi nasabah. Di samping itu, dalam konteks perbankan syariah, faktor religiusitas juga berperan sebagai alasan utama nasabah dalam memilih lembaga keuangan syariah. Oleh karena itu, penting dilakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan, religiusitas, dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah Bank Aceh Syariah Lhokseumawe, untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi ketahanan nasabah dan keberlangsungan kinerja bank.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penelitian ini memfokuskan pada Pengaruh Kualitas Layanan Syariah, Religiusitas, Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Aceh Syariah Lhokseumawe. Perumusan masalah yang akan diteliti adalah:

1. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah Bank Aceh Syariah Lhokseumawe?
2. Apakah Religiusitas berpengaruh Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Aceh Syariah Lhokseumawe?
3. Apakah Kepuasan Nasabah berpengaruh Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Aceh Syariah Lhokseumawe?
4. Apakah Kualitas Layanan, Religiusitas, Dan Kepuasan Nasabah berpengaruh Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Aceh Syariah Lhokseumawe?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian dan perumusan masalah diatas, secara spesifik tujuan pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Aceh Syariah Lhokseumawe.
2. Untuk mengetahui pengaruh Religiusitas Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Aceh Syariah Lhokseumawe.
3. Untuk mengetahui pengaruh Kepuasan Nasabah berpengaruh Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Aceh Syariah Lhokseumawe?
4. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan, Religiusitas, Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Aceh Syariah Lhokseumawe.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang Ekonomi Syariah. Secara teoritis, hasil penelitian ini dapat memperkaya kajian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas nasabah, terutama dengan mengintegrasikan aspek teknologi layanan, religiusitas, dan kepuasan nasabah dalam konteks bank syariah. Temuan dari penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi akademik bagi peneliti selanjutnya dalam mengkaji perilaku nasabah bank syariah di era digital, terutama di wilayah yang memiliki tingkat religiusitas tinggi seperti Aceh.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini memberikan manfaat bagi pihak manajemen Bank Aceh Syariah, khususnya cabang Lhokseumawe, sebagai bahan evaluasi dan pertimbangan strategis dalam merancang kebijakan peningkatan kualitas layanan. Dengan memahami sejauh mana pengaruh kualitas layanan, religiusitas, dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas, pihak bank dapat mengembangkan strategi layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan nilai-nilai nasabah. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat digunakan untuk meningkatkan efektivitas digitalisasi layanan perbankan syariah tanpa mengabaikan prinsip-prinsip keislaman yang menjadi landasan utama operasional bank syariah.