

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Loyalitas merupakan perilaku pembelian pengulangan yang telah menjadi kebiasaan, yang mana telah ada keterkaitan dan keterlibatan tinggi pada pilihan konsumen terhadap obyek tertentu dan bercirikan dengan ketiadaan pencarian informasi eksternal dan evaluasi alternatif (Engel, Blackwell dan Miniard, 1995 dalam Wahyuni, 2015). Loyalitas nasabah bisa terbentuk karena nasabah itu suka dengan produk yang telah diberikan kepadanya, oleh karena itu para nasabah percaya. Nasabah akan percaya jika pihak BPR Syariah menaruh perhatian besar pada setiap masalah nasabahnya, dan selalu berusaha memperbaiki kekurangannya.

Hasil penelitian Morgan dan Hunt (1994) menjelaskan bahwa kepercayaan merupakan elemen penting yang mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan. Kepercayaan terhadap penyedia jasa akan meningkatkan loyalitas konsumen terhadap penyedia jasa, semakin tinggi tingkat kepercayaan konsumen terhadap penyedia jasa maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas yang mereka miliki dan sebaliknya apabila konsumen tidak memiliki kepercayaan terhadap penyedia jasa tentunya konsumen melakukan perpindahan terhadap penyedia jasa lain. Dalam perbankan syariah, meningkatnya loyalitas nasabah dipengaruhi karena beberapa faktor, diantaranya karena nisbah mekanisme bagi hasil dan citra dari bank syariah itu sendiri.

Menurut Muchtasib (2009) mekanisme bagi hasil merupakan sistem di mana dilakukannya perjanjian atau ikatan bersama di dalam melakukan kegiatan usaha. Mekanisme bagi hasil dalam sistem perbankan s¹ merupakan ciri khusus yang ditawarkan kepada masyarakat, dan di dalam aturan syari'ah yang berkaitan dengan pembagian hasil usaha harus

ditentukan terlebih dahulu pada awal terjadinya kontrak (akad). Apabila mekanisme bagi hasil dari keuntungan yang ditawarkan oleh BPR Syariah lebih tinggi, maka tidak menutup kemungkinan nasabah yang semula merupakan nasabah bank konvensional akan menjadi nasabah BPR Syariah karena tertarik dengan tingkat mekanisme bagi hasil yang lebih tinggi dibandingkan tingkat suku bunga pada bank konvensional.

Faktor lain yang juga berpengaruh penting dalam upaya untuk meningkatkan loyalitas nasabah adalah citra bank syariah, sebagaimana hasil penelitian dari Bontis dan Booker (2007) dalam Mahyuni dan Firdaus (2014) yang menyatakan bahwa nasabah akan cenderung mendatangi atau akan menjadi bagian dari perusahaan tersebut apabila telah memiliki gambaran tentang apa yang akan dialami dan rasakan dengan berdasarkan pada pengalaman-pengalaman sebelumnya karena citranya. Citra bank syariah menjadi sangat penting karena citra bank dipandang sebagai gambaran abstrak dalam mempengaruhi persepsi nasabah. Semakin positif citra BPR Syariah di mata masyarakat, maka tentu akan semakin menambah tingginya loyalitas nasabah. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada jumlah nasabah berikut ini:

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah Artha Surya Barokah Semarang
Tahun 2014 – 2015

No	Bulan	Tahun 2014		Tahun 2015	
		Jml nasabah/orang	Growth	Jml nasabah/orang	Growth
1	Januari	201	-	161	-
2	Februari	203	1.00	159	-1.24
3	Maret	195	-3.94	151	-5.03
4	April	190	-2.56	149	-1.32
5	Mei	184	-3.16	140	-6.04
6	Juni	180	-2.17	137	-2.14
7	Juli	178	-1.11	138	0.73
8	Agustus	179	0.56	130	-5.80

9	September	171	-4.47	123	-5.38
10	Oktober	169	-1.17	122	-0.81
11	November	160	-5.33	118	-3.28
12	Desember	159	-0.63	101	-14.41
	Jumlah	2,169		1,629	

Sumber : Artha Surya Barokah Semarang, 2017

Berdasarkan Tabel 1.1 terlihat bahwa pada tahun 2014 hingga 2015 jumlah nasabah mengalami penurunan yang cukup signifikan yaitu dari 2.169 nasabah menjadi 1.629 nasabah atau mengalami penurunan. Dengan terjadinya penurunan jumlah nasabah tersebut memberikan indikasi bahwa loyalitas nasabah pada Artha Surya Barokah mengalami penurunan. Fenomena tersebut menjadikan pihak manajemen perlu meningkatkan cara atau strategi untuk menarik nasabah. Kenaikan maupun penurunan jumlah nasabah disebabkan karena strategi yang diterapkan kurang maksimal dalam menghimpun atau menarik nasabah.

Penelitian tentang loyalitas nasabah pernah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu, seperti Dai, dkk (2015) bahwa mekanisme bagi hasil mempunyai pengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan hasil penelitian Perdana dan Prayitno (2013) juga menunjukkan hasil yang sama bahwa mekanisme bagi hasil berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Akan hal berbeda dilakukan oleh Hastuti (2013) bahwa dari hasil temuannya menunjukkan jika mekanisme bagi hasil justru tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Hasil penelitian yang dilakukan Mahyuni dan Firdaus (2014) menunjukkan bahwa citra bank berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Akan tetapi hasil temuan yang dilakukan oleh Krismanto (2009) menunjukkan hasil yang berbeda bahwa citra bank justru tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penelitian tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “PENINGKATAN KEPERCAYAAN NASABAH BERBASIS MEKANISME SISTEM BAGI HASIL DAN CITRA BANK SYARIAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA BPR ARTHA SURYA BAROKAH SEMARANG”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka dapat dirumuskan yaitu bagaimana upaya yang dilakukan pihak manajemen bank syariah BPR Artha Surya Barokah Semarang dalam meningkatkan loyalitas nasabah, sehingga *pertanyaan penelitiannya* sebagai berikut:

- a. Bagaimana pengaruh mekanisme bagi hasil terhadap kepercayaan nasabah di BPR Artha Surya Barokah Semarang ?
- b. Bagaimana pengaruh citra bank syariah terhadap kepercayaan nasabah di BPR Artha Surya Barokah Semarang ?
- c. Bagaimana pengaruh mekanisme bagi hasil terhadap loyalitas nasabah di BPR Artha Surya Barokah Semarang ?
- d. Bagaimana pengaruh citra bank syariah terhadap loyalitas nasabah di BPR Artha Surya Barokah Semarang ?
- e. Bagaimana pengaruh kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah di BPR Artha Surya Barokah Semarang?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini merupakan jawaban atas masalah yang diteliti. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

- a. Mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh mekanisme bagi hasil terhadap kepercayaan nasabah di BPR Artha Surya Barokah Semarang.
- b. Mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh citra bank syariah terhadap kepercayaan nasabah di BPR Artha Surya Barokah Semarang
- c. Mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh mekanisme bagi hasil terhadap loyalitas nasabah di BPR Artha Surya Barokah Semarang
- d. Mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh citra bank syariah terhadap loyalitas nasabah di BPR Artha Surya Barokah Semarang

- e. Mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah di BPR Artha Surya Barokah Semarang

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan berguna dan bermanfaat antara lain sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan dapat menambah pengetahuan dan dapat mengaplikasikan ilmu manajemen pemasaran syariah yang didapat sehingga ada kesesuaian pada permasalahan dengan kondisi di dunia kerja guna mendapatkan pengalaman penelitian dan aplikasi ilmu yang telah pelajari

2. Manfaat Praktis

Diharapkan dapat menjadi masukan bagi Artha Surya Barokah dalam mengambil keputusan tentang langkah dan kebijaksanaan yang dapat untuk dilakukan di masa yang akan datang dalam upaya meningkatkan loyalitas nasabah.

3. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan melatih kemampuan penulis dalam menganalisis persoalan berdasarkan teori yang telah diperoleh di bangku kuliah dengan kenyataan yang ada.

