

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam adalah agama yang mengatur suatu sistem jalan hidup yang utuh dan terpadu, ia memberikan panduan yang dinamis dan lugas terhadap semua aspek kehidupan, termasuk sektor bisnis dan keuangan dalam dunia ekonomi.¹ Telah menjadi pengetahuan umum bahwa perkembangan ekonomi dalam Islam identik dengan berkembangnya lembaga keuangan syariah seperti bank syariah. Sejak berdiri pada tahun 1992 sampai 1997 perbankan syariah memang terus berkembang, akan tetapi pertumbuhan spektakuler justru terjadi sejak masa krisis ekonomi tahun 1997. Hal ini diantaranya karena kemampuan perbankan syariah dalam menghadapi gejolak moneter yang diwarnai oleh tingkat bunga, sementara perbankan syariah terbebas dari *negatif spread* karena tidak berbasis pada bunga. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992, bank syariah dipahami sebagai bank bagi hasil.²

Perbankan Syariah yang berfungsi sebagai lembaga perantara keuangan, melakukan transaksi-transaksi seperti penyaluran dan penghimpunan dana. Bank syariah memiliki persamaan dan perbedaan dengan bank konvensional.

¹M. Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2001), hlm. 5.

²A. Riawan Amin, *Menata Perbankan Syariah di Indonesia* (Jakarta: UIN Press UIN Syarif Hidayatullah, 2009), hlm. 94.

Bank syariah dan bank konvensional sama-sama berfungsi sebagai lembaga perantara keuangan, melakukan transaksi-transaksi seperti penyaluran dan penghimpunan dana. Sedangkan perbedaannya terletak di sistem penerapan, bank syariah menggunakan sistem bagi hasil dalam setiap penerapannya sedangkan bank konvensional menetapkan adanya sistem bunga.

Sistem bunga yang diterapkan dalam perbankan konvensional telah mengganggu hati nurani umat Islam di dunia tanpa kecuali umat Islam di Indonesia. Bunga dalam *Fiqh* dikategorikan sebagai riba yang demikian merupakan sesuatu yang dilarang oleh syariah (haram). Inilah yang menjadi alasan mendasar yang melatarbelakangi terbentuknya bank syariah yang bersumber dari adanya larangan riba, Allah SWT berfirman dalam Q.S. Al-Imran/3: 130:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَاْكُلُوْا الرِّبَاۤ اَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً ۗ وَاتَّقُوا اللّٰهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُوْنَ ﴿١٣٠﴾

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.”³

Penafsiran ayat tersebut:

Melalui firman-Nya di atas, Allah melarang hamba-hamba-Nya yang beriman melakukan riba dan memakannya dengan berlipat ganda. Sebagaimana pada masa Jahiliyyah dulu mereka mengatakan: “Jika hutang sudah jatuh tempo, maka ada dua kemungkinan; dibayar atau dibungakan. Jika dibayar, maka selesai sudah urusan. Dan jika tidak dibayar, maka ditetapkan tambahan untuk jangka waktu tertentu dan kemudian ditambahkan pada pinjaman pokok.” Demikian seterusnya pada setiap tahunnya. Mungkin jumlah sedikit bisa berlipat ganda menjadi banyak. Dan Allah

³Sulaiman Rasjid, *Fiqh Islam: Hukum Fiqh Lengkap*, (Bandung: Sinar Baru Algesindo, 2013), hlm. 291

memerintahkan hamba hamba Nya untuk bertakwa agar mereka beruntung di dunia dan di akhirat.

Asbabun Nuzul Ayat Tersebut:

Firman Allah swt., “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda...” (Surat Ali Imran 130) Diketengahkan oleh Faryabi dari Mujahid, katanya, “Mereka biasa menjual beli hingga waktu tertentu. Jika waktu itu telah sampai, mereka tambah harganya dan perpanjang waktunya, maka turunlah ayat, ‘Hai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda.’” (Q.S. Ali Imran 130) Diketengahkan pula dari Atha’, katanya, “Suku Tsaqif biasa berutang kepada Bani Nadhir di masa jahiliah, maka jika telah jatuh temponya, mereka katakan, ‘Kami beritahu tambahan asal saja kamu perpanjang waktu pembayarannya.’ Maka turunlah ayat, ‘Janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda.’” (Q.S. Ali Imran 130)

Allah melarang hamba-Nya yang beriman untuk melakukan riba. Riba dalam sistem ekonomi Islam merupakan hal yang diharamkan karena mengambil sesuatu yang bukan hak milik demi mendapatkan keuntungan. Bank syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam, maksudnya adalah bank yang dalam operasinya mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam.⁴

Bank syariah dituntut untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan memuaskan bagi semua nasabah, hal ini dilakukan untuk meningkatkan kualitas bank syariah. Banyaknya bank dan lembaga keuangan yang berkembang saat ini, membuat nasabah lebih mempertimbangkan keputusannya dalam memilih bank untuk tempat menabung yang sesuai dengan ajaran Islam dan tentunya mempunyai citra yang baik agar lebih aman.

Citra yang berkualitas di dapatkan melalui cara bank tersendiri dalam melakukan strategi seperti mengeluarkan berbagai macam produk, pelayanan

⁴Abdullah bin Muhammad, *Tafsir Ibnu Katsir Jilid 2*. (Bogor: Pustaka Imam Asy-syafi’i, 2003). hlm. 137

yang bagus, pembukaan kantor-kantor cabang, sosialisasi di media massa dan lain-lain, sehingga diharapkan strategi tersebut dapat menumbuhkan loyalitas bagi nasabah untuk tetap menabung.

Menabung atau *Saving* menurut pandangan ahli ekonomi klasik merupakan fungsi dari tingkat bunga. Konsep yang ditawarkan oleh bank syariah tidak menggunakan tingkat bunga. Kesepakatan yang terjadi antara pihak bank syariah dan penabung berupa ditetapkannya porsi bagi hasil, yang berarti mengandung unsur ketidakpastian terhadap berapa keuntungan yang akan diperoleh. Besarnya bagi hasil yang diperoleh ditentukan berdasarkan keberhasilan pengelola dana untuk menghasilkan keuntungan, untuk itu pihak produsen atau perusahaan yang menghasilkan dan menjual produk yang ditujukan pada konsumen harus memiliki strategi yang jitu dalam menjalankan dan meningkatkan sistem kerja perusahaan dengan tujuan menciptakan citra yang berkualitas bagi para konsumen.⁵

Secara mendasar persepsi masyarakat muslim terhadap sistem perbankan berbeda-beda, selain dari pemahaman bahwa bunga bank sama dengan riba yang diharamkan dalam agama Islam, juga perbedaan prosentase dari segala aspek antara bank satu dan lainnya. Karna itulah sangat penting bagi bank dalam melahirkan sebuah citra yang baik dan meningkatkan kualitas untuk para konsumennya agar dapat menumbuhkan loyalitas dalam menggunakan produk maupun jasa yang dimiliki perusahaan.

Citra perusahaan yang berkualitas dapat diwujudkan melalui empat

⁵Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen* Cet. 1 (Jakarta: Kencana, 2003), hlm. 93.

dimensi menurut Shirley Harrison, (2004) yaitu Kepribadian, Reputasi, Etika, dan Identitas perusahaan.

1. Kepribadian (*Personality*), yakni keseluruhan karakteristik perusahaan yang dipahami oleh lingkungan diluar perusahaan, misalnya keyakinan pada perusahaan dari faktor internal maupun eksternal dan tingkat tanggung jawab sosial.
2. Reputasi (*Reputation*), yakni keyakinan seseorang terhadap perusahaan berdasarkan pengalaman pribadi atau orang lain atas jasa atau produk perusahaan, seperti kenyamanan ketika menggunakan pelayanan pada jasa perusahaan tersebut.
3. Etika (*Ethics*), yakni nilai-nilai dan filosofi yang dianut perusahaan, misalnya keramahan pelayanan, gaya kerja, dan komunikasi baik internal perusahaan maupun interaksi dengan pihak luar.
4. Identitas perusahaan (*Corporate Identity*), yakni identitas dalam nama, simbol, logo, warna dan ritual untuk memunculkan perusahaan, merk dan kepentingan perusahaan.⁶

Dalam hal menjaga citra dan meningkatkan kualitas citra bank, salah satu bank syariah yang ingin diteliti penulis adalah Bank BRISyariah Kantor Cabang Banjarmasin, seberapa berpengaruh Citra Bank BRI Syariah Cabang Banjarmasin terhadap loyalitas nasabahnya dalam menabung agar tetap setia sehingga tidak berpindah ke bank lain, bahkan

⁶Imam Mulyana Dwi Suwandi, *Citra Perusahaan Seri Manajemen Pemasaran* dikutip dalam Shirley Harrison, *Public Relations: an introduction* (2004): hlm. 4

non nasabah pun tertarik untuk menabung pada Bank BRISyariah Kota Banjarmasin, di Banjarmasin ada begitu banyak perbankan dan lembaga keuangan lainnya yang berbasis syariah, dari sekian banyak perbankan syariah penulis memfokuskan hanya pada Bank BRISyariah Kantor Cabang Banjarmasin

Bank BRISyariah yang berada di Banjarmasin, Kalimantan Selatan ini sangat memiliki keuntungan yang besar pasalnya Banjarmasin merupakan daerah yang masyarakatnya dikenal agamis dan mayoritas beragama Islam, tentunya dapat lebih mudah membuat masyarakat berkeinginan untuk menabung di bank syariah dan menjadi nasabah.

Namun, pada kenyataannya tidak semua nasabah muslim di Banjarmasin menabung pada bank syariah. Walaupun sebagian ada yang menabung pada bank syariah akan tetapi mereka mempunyai dua rekening dalam artian tidak loyal pada satu perbankan saja, hal itu disebabkan karena citra masing-masing bank berbeda-beda menurut pandangan individu. Nasabah cenderung memilih produk dari perbankan yang memiliki citra bank yang lebih

Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh citra bank terhadap loyalitas nasabah, selanjutnya penulis akan meneliti variabel-variabel yang berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam menabung. Berdasarkan dari teori yang ada terdapat beberapa variabel dari citra perusahaan (bank syariah) yang akan diteliti berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam

menabung yaitu *personality* (kepribadian), *reputation* (reputasi), *ethcis* (etika), dan *corporate identity* (identitas perusahaan).

Berdasarkan latar belakang masalah dan uraian diatas maka penulis menuangkannya dalam sebuah penelitian dengan judul “Pengaruh Citra Bank BRISyariah Terhadap Loyalitas Menabung di Kota Banjarmasin.”

B. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka permasalahan yang dirumuskan adalah:

1. Apakah variabel Kepribadian, Reputasi, Etika, Identitas Perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah menabung?
2. Variabel manakah yang paling dominan mempengaruhi loyalitas nasabah untuk menabung di BRISyariah Cabang Banjarmasin?

C. Tujuan penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah tersebut, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh dari variabel Kepribadian, Reputasi, Etika, Identitas Perusahaan secara signifikan terhadap loyalitas nasabah menabung.
2. Untuk mengetahui variabel yang paling dominan mempengaruhi loyalitas nasabah menabung di BRISyariah Cabang Banjarmasin

D. Signifikansi penelitian

Penelitian yang dilakukan ini, diharapkan dapat berguna sebagai:

1. Secara Teoritis

- a. Bahan informasi ilmiah dalam kesyariahan khususnya bidang Perbankan Syariah.
- b. Menambah wawasan dan pengetahuan penulis pada khususnya serta pembaca pada umumnya.
- c. Bahan informasi bagi siapa saja yang ingin melakukan penelitian serta lebih mendalam tentang masalah ini.
- d. Sebagai bahan masukan dan sumbangan pemikiran dalam memperkaya khazanah literatur Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

2. Secara Praktis

- a. Bagi penulis, untuk menambah wawasan dan pengetahuan dibidang perbankan syariah, terutama yang berkaitan dengan citra perbankan.
- b. Sebagai bahan informasi bagi mereka yang akan mengadakan penelitian yang lebih mendalam berkenaan dengan permasalahan ini dari sudut pandang yang berbeda.
- c. Sebagai bahan pertimbangan oleh pihak BRI Syariah untuk lebih meningkatkan kualitas citra bank baik dalam segi pelayanan terhadap nasabah maupun seluruh kegiatan operasional nya.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman dalam menginterpretasikan judul yang akan diteliti dan kekeliruan dalam memahami tujuan penelitian ini, maka penulis memberikan penjelasan mengenai definisi dari judul penelitian sebagai berikut:

1. Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang.⁷
2. Citra adalah gambaran yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi atau produk.⁸ Yang dimaksud dalam penelitian ini adalah empat dimensi yang tergabung dalam variabel citra perusahaan (bank syariah) yaitu Kepribadian, Reputasi, Etika, dan Identitas perusahaan.
3. Bank adalah badan usaha dibidang keuangan yang menarik dan mengeluarkan uang dalam masyarakat, terutama memberikan kredit dan jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang.⁹
4. Loyalitas artinya kepatuhan atau kesetiaan pada sesuatu.¹⁰ Loyalitas yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kesetiaan atau loyalitas yang tinggi

⁷Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta:Balai Pustaka, 2005), hlm. 849.

⁸*Ibid.*, hlm. 216.

⁹*Ibid.*, hlm. 104.

¹⁰*Ibid.*, hlm. 684.

dari nasabah terhadap sebuah bank tempat mereka menabung dan tidak berpindah ketempat lain.

5. Nasabah adalah orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank (dalam hal keuangan).¹¹
6. Menabung adalah menyimpan uang (di celengan, pos, bank, dsb).¹² Yang dimaksud dalam penelitian ini adalah aktivitas nasabah dalam menyimpan uangnya dalam produk tabungan yang ada pada Bank BRISyariah Kota Banjarmasin.

F. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul.¹³ Hipotesis akan ditolak jika ternyata salah dan akan diterima jika fakta-fakta membenarkan tentang adanya pengaruh citra bank terhadap loyalitas nasabah menabung.

Berdasarkan pada rumusan masalah, maka jawaban sementara atau hipotesanya adalah:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Kepribadian (X1), Reputasi (X2), Etika (X3), Identitas Perusahaan (X4) secara bersama sama terhadap variabel Y (Loyalitas nasabah menabung).

¹¹*Ibid.*, hlm. 775

¹²Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta:Balai Pustaka, 2005), hlm. 1117.

¹³Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan dan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm 110.

2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Kepribadian (X1), terhadap variabel Y (Loyalitas nasabah menabung).
3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Reputasi (X2) terhadap variabel Y (Loyalitas nasabah menabung).
4. Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Etika (X3) terhadap variabel Y (Loyalitas nasabah menabung).
5. Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Identitas Perusahaan (X4) terhadap variabel Y (Loyalitas nasabah menabung).

G. Kajian Pustaka

Untuk mengetahui dimana porsi yang penulis teliti, maka penulis memerlukan adanya tinjauan kepustakaan sehingga penulis mengetahui dimana porsi penelitian yang akan diteliti, setelah melakukan penelusuran, kajian penelitian yang membahas masalah yang penulis bahas menurut data yang penulis peroleh penelitian tersebut, yaitu:

1. Penelitian yang dilakukan Muvika Perdana Putra (1141214402) Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta yang berjudul “Pengaruh Citra Perbankan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Mengambil Kredit Dengan Pelayanan dan Prosedur Kredit Sebagai Variabel Moderating Pada BPR Bank Bantul.”.

Persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu:

- a. Persamaan: sama sama meneliti tentang pengaruh citra perusahaan (perbankan).
 - b. Perbedaan: Permasalahan penelitian yang akan dilakukan Muvika Perdana Putra mengenai pengaruh citra perbankan yang terdiri dari variabel (pelayanan dan prosedur kredit) terhadap keputusan nasabah mengambil kredit. Sedangkan masalah yang akan diteliti oleh penulis ialah pengaruh sebuah citra perusahaan yang terdiri dari variabel – variabel (kepribadian, reputasi, etika, dan identitas perusahaan) terhadap loyalitas nasabahnya untuk menabung.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Heni Annisa (1101150101) yang berjudul “Analisis Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Produk Al-Zahra)”. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dalam bidang ekonomi syariah yang mengkaji secara dalam mengenai masalah apakah pengaruh citra merek sebuah produk dapat membuat konsumen memutuskan untuk membeli produk Al-Zahra. pengaruh citra merek atau brand sebuah produk dan menghasilkan temuan bahwa citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen untuk membeli.

Persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu:

- a. Persamaan: sama sama meneliti tentang pengaruh sebuah citra akan tetapi penulis lebih memfokuskan mengambil citra perusahaan (Bank Syariah).

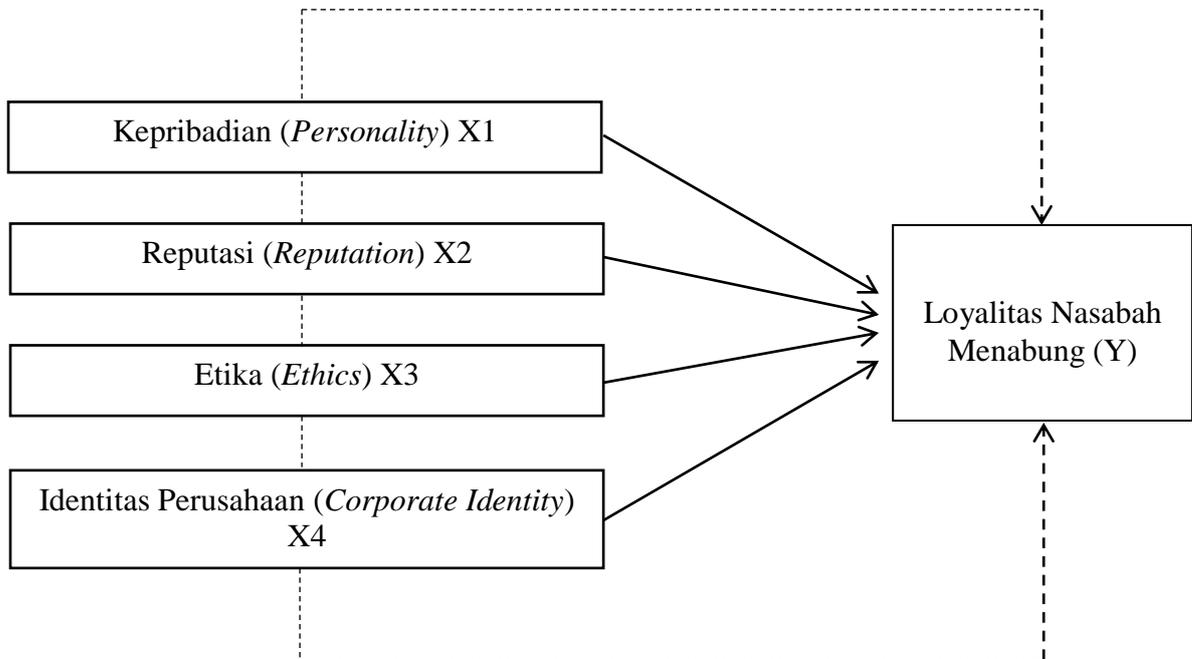
- b. Perbedaan: Permasalahan penelitian yang akan dilakukan Heni Annisa mengenai pengaruh citra merek terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk al-zahra. Sedangkan masalah yang akan diteliti oleh penulis ialah pengaruh sebuah citra perusahaan yang terdiri dari variabel – variabel (kepribadian, reputasi, etika, dan identitas perusahaan) terhadap loyalitas nasabahnya untuk menabung di Brisyariah.
3. Penelitian yang dilakukan Aidi Royansyah (1101160263) yang berjudul “Pengaruh Layanan Fitur Internet Banking Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank BRISyariah Cabang Banjarmasin.”. Hasil penelitian yang didapat adalah bahwa fitur layanan internet banking berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu:

- a. Persamaan: sama sama meneliti tentang loyalitas nasabah di Bank BRISyariah akan tetapi penulis lebih memfokuskan terhadap loyalitas nasabah dalam menabung.
- b. Perbedaan: Permasalahan penelitian yang akan dilakukan Aidi Royansyah mengenai pengaruh layanan fitur internet banking terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan masalah yang akan diteliti oleh penulis ialah pengaruh sebuah citra perusahaan yang terdiri dari variabel – variabel (kepribadian, reputasi, etika, dan identitas perusahaan) terhadap loyalitas nasabahnya untuk menabung di Brisyariah.

Dari beberapa penelitian tersebut terlihat perbedaan yang mendasar antara penelitian mereka dengan penelitian penulis, karena penelitian yang penulis teliti adalah mengenai “Pengaruh Citra Bank BRISyariah Cabang Banjarmasin Terhadap Loyalitas Nasabah Menabung di Kota Banjarmasin”, yaitu penelitian terhadap citra bank yang terdiri dari beberapa variabel (kepribadian, reputasi, etika, dan identitas perusahaan) sebagai salah satu hal yang menjadi bahan pertimbangan dalam mempengaruhi loyalitas nasabah dalam menabung, berbeda dengan penelitian yang sudah ada karena penulisannya juga membahas dari segi aspek yang berbeda.

H. Kerangka Pemikiran



Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran

Keterangan:

- > : Pengaruh secara parsial
 - - - - -> : Pengaruh secara simultan

Dari bagan di atas menggambarkan variabel bebas yang terdiri dari Kepribadian (X1), Reputasi (X2), Etika (X3), dan Identitas Perusahaan (X4) akan mempengaruhi variabel terikat yaitu Loyalitas Nasabah Menabung (Y) baik secara parsial maupun simultan.

I. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini terdiri dari lima bab yang diambil dari buku-buku, internet, data dan informasi yang diperoleh subjek dan objek penelitian. Adapun sistematika penulisan ini terdiri dari:

Bab I Pendahuluan, merupakan bab yang akan menguraikan latar belakang masalah sehingga menjadi alasan peneliti untuk memilih judul serta memberikan gambaran dari permasalahan yang ada. Permasalahan yang telah dikemukakan kemudian dirumuskan kedalam rumusan masalah, setelah itu disusunlah beberapa tujuan yang ingin dicapai. Sedangkan signifikansi penelitian merupakan manfaat atau kegunaan dari sebuah penelitian. Definisi operasional berguna untuk membatasi istilah-istilah dalam penelitian yang bermakna umum agar menghindari kesalah pahaman pembaca saat memahami penelitian. Kajian pustaka ditampilkan sebagai informasi apakah ada tulisan atau penelitian dari aspek lain. Adapun sistematika penulisan, yaitu susunan penelitian skripsi secara keseluruhan.

Bab II Landasan Teori, pada bab ini menjelaskan mengenai teori-teori yang digunakan sebagai landasan atau dasar dari penulisan skripsi. Menjabarkan masalah-masalah yang akan berhubungan dengan objek penelitian melalui teori-teori yang mendukung atau literatur yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti dan juga sumber informasi dari penelitian serta dijadikan penulis tolak ukur dari penyajian data yang ditemukan dalam penelitian dan pedoman penganalisisan data yang penulis lakukan.

Bab III Metode Penelitian, yang terdiri dari jenis, pendekatan, dan lokasi penelitian kemudian populasi dan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, karakteristik variabel dan desain pengukuran, teknik pengolahan data, kisi-kisi instrumen penelitian, dan teknik analisis data-data serta tahapan penelitian.

Bab IV Penyajian Data Penelitian dan Pembahasan, yakni mencakup tentang hasil dan analisis data serta jawaban atas rumusan masalah.

Bab V Penutup, yang berisikan simpulan dan saran dari permasalahan penelitian

