

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. LATAR BELAKANG

Saat ini industri keuangan syariah telah mendunia. Keuangan syariah bukanlah hal asing lagi bagi kita semua, namun berharga dan bernilai tinggi, serta tumbuh dan berkembang pesat hampir di setiap negara, baik di negara yang mayoritas Muslim maupun Non-Muslim. Malaysia dan beberapa negara di Timur Tengah seperti Sudan, Qatar dan Saudi Arabia merupakan negara-negara dengan *market share* perbankan syariah terbesar didunia pada tahun 2016 oleh *Islamic Financial Standard Board* (IFSB) dalam laporan “*Islamic Financial Services Industri Stability Report 2016*” dengan *market share* diatas 10%, sedangkan indonesia sendiri berada pada peringkat ke-19 dengan *market share* dibawah 10% yakni 4,9%. Hal tersebut dikatakan wajar karena Indonesia memang tidak seutuhnya menerapkan sistem perbankan syariah saja. Data ini termuat pada website Info syariah ([www.infosyariah.com](http://www.infosyariah.com)) dengan data sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Data 10 Negara dengan *Market Share* Terbesar tahun 2016**

No.	Negara	Market share (%)
<b>1</b>	Iran	100%
<b>2</b>	Sudan	100%

<b>3</b>	Brunai	49%
<b>4</b>	Saudi Arabia	49%
<b>5</b>	Kuwait	38.9%
<b>6</b>	Yemen	33%
<b>7</b>	Qatar	26.1%
<b>8</b>	Malaysia	23%
<b>9</b>	Banglades	19.4%
<b>10</b>	UEA	18.4%

Sumber: Islamic Financial Standar Board (IFSB) 2016

Indonesia meskipun cukup terlambat dengan negara lainnya namun industri keuangan syariah terutama perbankan syariah merupakan salah satu industri yang mengalami kemajuan cukup pesat. Pelayanan yang baik dari suatu perusahaan (bank) akan menjadi nilai lebih, sehingga dapat meningkatkan citra bank atau perusahaan itu sendiri dan dapat mendatangkan keuntungan-keuntungan lainnya. Selain itu pelayanan yang baik akan berbanding lurus dengan loyalitas nasabah, tanpa mengesampingkan produk-produk perbankan yang ada. Ketika citra bank baik maka nasabah akan terus menggunakan layanan bank tersebut dan nasabah tetap percaya dengan bank meskipun ada berbagai berita simpang siur yang kurang menguntungkan dari bank tersebut.

Lahirnya Bank Muamalat Indonesia pada tahun 1991, yang diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Pemerintah Indonesia serta dukungan

dari Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) seolah menandakan munculnya pergerakan lembaga syariah di Indonesia. Pada awal pendirian Bank Muamalat Indonesia, keberadaan bank syariah ini belum mendapat perhatian yang optimal dalam tatanan industri perbankan nasional.

Landasan hukum operasi bank yang menggunakan sistem syariah ini hanya dikategorikan sebagai “bank dengan sistem bagi hasil”, tidak terdapat rincian landasan hukum syariah serta jenis-jenis usaha yang diperbolehkan. Hal ini sangat jelas tercermin dari UU No. 7 Tahun 1992, dimana pembahasan perbankan dengan sistem bagi hasil diuraikan hanya sepintas lalu dan merupakan “sisipan” belaka. Namun dengan munculnya UU No. 7 Tahun 1992 tersebut dapat menandakan adanya kesepakatan rakyat dan bangsa Indonesia untuk menerapkan *dual banking system* atau sistem perbankan ganda di Indonesia. Seperti yang dikatakan oleh Perwataatmadja (2005:1-3) bahwa tahapan tersebut merupakan tahap pengenalan atau *Introduction* terhadap perbankan. Kemudian terdapat pembaharuan kembali pada Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah, dimulai dari ketentuan umum, asas, tujuan, fungsi, perizinan, bentuk badan hukum dan lain sebagainya.

Bank Muamalat merupakan bank umum pertama di Indonesia yang menerapkan prinsip syariah dalam menjalankan operasionalnya. Kemudian Bank Muamalat Indonesia ini baru mulai dioperasikan pada tahun 1992. Bank ini sempat terkena imbas dari krisis moneter pada akhir tahun 90-an lebih tepatnya pada tahun 1998, sehingga ekuitas atau modalnya hanya tersisa sepertiga dari modal awal.

Terdapat beberapa pemberitaan tentang Bank Muamalat Indonesia yang termuat di internet, salah satunya pada website VOA Islam ([www.voa-islam.com](http://www.voa-islam.com)) yaitu kasus pembiayaan bermasalah atau disebut juga *Non Performing Financing/* NPF yang semakin memberatkan Bank Muamalat pada tahun 2014. Inti dari berita tersebut adalah terdapat dua sektor pembiayaan yang bermasalah atau macet sehingga menyebabkan NPF Bank Muamalat meningkat. Bahkan Hendiarto yakni Direktur Keuangan dan Operasional Bank Muamalat juga mengungkapkan bahwa penyumbang NPF tertinggi di perseroan ialah sektor pertambangan dan transportasi, dikarenakan masa depan dua sektor tersebut tengah buram pada tahun 2014 lalu.

Pemberitaan lainnya tentang Bank Muamalat yaitu bangkitnya Bank Muamalat dari keterpurukan yang diakibatkan kredit macet. Hal tersebut termuat pada website Tribun Bisnis ([www.tribunnews.com](http://www.tribunnews.com)) pada bulan oktober 2017 sebagai berikut:

Saat ini [Bank Muamalat](#) tengah bangkit kembali setelah 25 tahun dikuasai oleh pemegang saham asing. Menurut Ketua Badan Pengurus Pusat Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (BPP HIPMI), [Anggawira](#), momen ini merupakan pendorong majunya perbankan syariah di Indonesia. Seperti yang telah diwartakan sebelumnya, diketahui Minna Padi yang menjadi pemegang saham terbesar ini akan menaikkan modal [Bank Muamalat](#), yaitu dari sebelumnya berjumlah Rp 3,6 triliun, akan membengkak menjadi Rp 8,1 triliun. Hal tersebut juga mendorong naiknya kelas [Bank Muamalat](#) menjadi Bank kategori Buku III.

Dari kedua kasus tersebut dapat berpengaruh terhadap citra perusahaan dan kepercayaan nasabah Bank Muamalat Indonesia. Namun baik buruknya citra Bank Muamalat dan tingkat kepercayaan nasabahnya tidak secara langsung membuat

nasabah berniat untuk beralih ke bank lain (*switching intention*) ataupun tetap menjadi nasabah setia Bank Muamalat Indonesia. Citra perusahaan merupakan tanggapan pelanggan mengenai nama, kesan, dan juga mewakili simbol dari kualitas produknya. Tinggi rendahnya citra perusahaan dan tingkat kepercayaan nasabah akan berdampak pada tingkat loyalitas nasabah sehingga akan berpengaruh terhadap niat nasabah untuk beralih ke bank lain dimasa yang akan datang. Loyalitas nasabah merupakan penghargaan atau hasil yang didapatkan atas semangat perusahaan yang selalu istiqomah berikhtiar dalam menjaga citra perusahaan dan kepercayaan dari nasabahnya, sehingga memperkecil kemungkinan-kemungkinan niat nasabah untuk beralih ke bank lain. Loyalitas nasabah berperan penting dalam dunia perbankan, karena dengan adanya tingkat loyalitas yang tinggi dari nasabah dapat mendorong peningkatan aset atau modal pada Bank Muamalat Indonesia.

Dalam penelitian ini loyalitas nasabah menjadi variabel mediasi pengaruh citra perusahaan dan kepercayaan nasabah Bank Muamalat Indonesia terhadap niat nasabah untuk beralih ke bank lain atau *switching intention*. Perilaku beralihnya nasabah dapat menimbulkan ancaman serius bagi perusahaan. Maka dapat dikatakan bahwa hal ini penting untuk diperhatikan dan memahami tinggi rendahnya niat beralih nasabah Bank Muamalat Indonesia.

Peneliti merasa bahwa Bank Muamalat sebagai bank syariah pertama di Indonesia harus melihat seberapa besar pengaruh kepercayaan pelanggan atau nasabah dan citra perusahaan terhadap niat nasabah untuk beralih ke bank lain

dengan loyalitas sebagai variabel penghubungnya. Dengan demikian peneliti mengangkat judul “**LOYALITAS SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PENGARUH CITRA PERUSAHAAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP SWITCHING INTENTION PADA NASABAH BANK MUAMALAT INDONESIA**”.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Terdapat permasalahan dalam penelitian ini yakni citra Bank Muamalat Indonesia dan kepercayaan nasabah tidak secara langsung dapat membuat nasabah Bank Muamalat Indonesia berniat untuk pindah ke bank lain, melainkan akan berdampak pada tingkat loyalitas nasabah. Loyalitas nasabah pada penelitian ini dijadikan sebagai variabel pemediasi. Selain adanya variabel mediasi dalam penelitian ini peneliti juga harus mencari tahu ketika nasabah sudah mengetahui citra atau *image* bank, kepercayaan (*trust*) dan loyal maka apakah hal tersebut akan berpengaruh nantinya terhadap niat nasabah untuk berpindah ke bank lain atau *Switching Intention*. Dari latar belakang dan beberapa permasalahan yang telah diuraikan peneliti diatas menghasilkan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah Citra Perusahaan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat?
2. Apakah Kepercayaan nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat?

3. Apakah loyalitas berpengaruh negatif terhadap *Switching Intention* nasabah Bank Muamalat?
4. Apakah Loyalitas nasabah memediasi pengaruh negatif citra perusahaan terhadap *Switching Intention*?
5. Apakah Loyalitas nasabah memediasi pengaruh negatif kepercayaan nasabah terhadap *Switching intention*?

### C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah disusun diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis hubungan variabel, serta menguji peran variabel pemediasi yaitu loyalitas nasabah Bank Muamalat yang telah dirumuskan sebagai berikut:

1. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif *organizational image* terhadap loyalitas nasabah.
2. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif kepercayaan terhadap loyalitas nasabah.
3. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh negatif loyalitas terhadap *switching intention* nasabah.
4. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis apakah Loyalitas nasabah memediasi pengaruh negatif citra perusahaan terhadap *Switching Intention*.

5. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis apakah Loyalitas nasabah memediasi pengaruh negatif kepercayaan nasabah terhadap *Switching intention*.

#### **D. MANFAAT PENELITIAN**

Dapat dilihat dari rumusan masalah dan tujuan penelitian diatas maka penelitian ini diharapkan dapat memiliki manfaat sebagai berikut:

##### **1. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan terhadap pihak manajemen pemasaran bank-bank Syariah yang ada di Indonesia, khususnya Bank Muamalat Indonesia mengenai pentingnya Citra perusahaan (*Organizational Image*) dan kepercayaan (*Trust*) serta loyalitas nasabah untuk mengurangi kemungkinan-kemungkinan niat nasabah untuk berpindah ke bank lain (*Switching Intention*). Selain itu penelitian ini juga diharapkan dapat menyempurnakan manajemen yang masih kurang serta mempertahankan yang sudah baik.

##### **2. Manfaat Teoritis**

Bagi pembaca penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai bahan acuan dan referensi bagi penelitian selanjutnya. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi peneliti dan pembaca tentang perbankan syariah, khususnya pada perilaku konsumen dan manajemen pemasaran.