

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Gaya hidup halal atau dikenal dengan sebutan “halal *lifestyle*” beberapa tahun terakhir sedang menjadi tren dunia. Tren gaya hidup halal yang berkembang pesat membuat bisnis dengan berlabel halal memiliki potensi pasar yang juga besar. Indonesia sebagai negara dengan mayoritas muslim dalam hal pemahaman mengenai gaya hidup halal menduduki peringkat 11 dunia. Hal ini berdasarkan laporan *Global Islamic Economic Report 2017-2018*. Pemahaman mengenai gaya hidup halal ini semakin menguatkan potensi bisnis dengan berlabel halal, salah satunya lembaga keuangan syariah. Berdasarkan data *Global Islamic Index*, potensi kegiatan keuangan syariah Indonesia bisa mencapai US\$ 6,38 triliun hingga 2021. Angka itu naik 66,14 % jika dibandingkan dengan yang tercatat pada tahun 2015, yakni sebesar US\$ 3,84 triliun.

Bank syariah, sebagai salah satu elemen lembaga keuangan syariah, beberapa tahun terakhir juga mengalami perkembangan yang cukup pesat. Jika dibandingkan dengan pertumbuhan keuangan konvensional, pertumbuhan keuangan syariah di Indonesia memang masih tertinggal jauh. Hal ini dapat dilihat dari pangsa pasar (*market share*) keuangan syariah yang secara keseluruhan masih berada di bawah angka 5 %. Namun, Indonesia patut berbangga, berdasarkan laporan Asosiasi Perbankan Syariah Indonesia (Asbisindo), pertumbuhan perbankan syariah Indonesia pada tahun 2017

mengalami kenaikan dari tahun 2016, yakni mencapai angka 15,9 %. Menurut catatan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), kenaikan pertumbuhan perbankan syariah ini mengantarkan Indonesia menjadi negara dengan total aset keuangan syariah terbesar ke 9 di dunia dengan total aset senilai Rp 1028 triliun per Juli 2017. Jika dijabarkan lebih rinci, per Agustus 2017, landscape keuangan syariah terdiri atas perbankan syariah sebesar 37 %, Industri Keuangan Non Bank (IKNB) sebesar 9,51 %, dan pasar modal sebesar 52,73 %. Laporan terbaru pada Maret 2018 menurut Komite Nasional Keuangan Syariah (KNKS), pangsa pasar perbankan syariah di Indonesia menembus angka 5,8 %.

Kenaikan pertumbuhan perbankan syariah mau tidak mau akan menimbulkan persaingan yang ketat antar bank syariah, bahkan ada yang menyebut era ini dengan era *hypercompetition*. Era *hypercompetition* adalah era dimana perusahaan seperti bank syariah berlomba memberikan yang terbaik dalam mewujudkan kepuasan konsumen. Dalam situasi persaingan yang sangat ketat ini, nasabah memiliki banyak alternatif produk yang bisa dipilih dari berbagai macam bank syariah pula. Banyaknya pilihan ini menyebabkan nasabah dengan cepat pula dapat berpindah produk, bahkan berganti menjadi nasabah bank syariah di tempat yang berbeda. Oleh karena itu, bank syariah harus mampu menjaga loyalitas nasabahnya.

Pergantian menjadi nasabah bank lain tidak hanya dipicu karena banyaknya pilihan produk dan bank syariah, namun juga dapat disebabkan oleh beberapa hal seperti kualitas pelayanan, citra perusahaan dan kepuasan

nasabah. Pergantian menjadi nasabah bank lain menjadi salah satu tanda bahwa bank syariah tidak dapat memuaskan nasabah dan jika terjadi secara terus menerus akan menyebabkan kerugian bagi bank syariah itu sendiri. Loyalitas nasabah terhadap bank syariah membuat bank syariah memiliki sumber pendapatan yang pasti (dari nasabah loyal), sehingga akan membuat bank syariah mampu bersaing dalam jangka panjang.

Loyalitas adalah perilaku yang ditunjukkan dengan pembelian rutin yang didasarkan pada unit pengambilan keputusan. Loyalitas dapat tumbuh disebabkan karena beberapa faktor diantaranya citra baik yang dimiliki perusahaan, kualitas pelayanan yang diberikan, rintangan untuk berpindah, dan kepuasan terhadap pelanggan.

Dalam menjaga konsistensi serta untuk mempertahankan nasabah agar tetap loyal, bank syariah harus senantiasa memperbaiki sistem tata kelola perusahaan supaya dapat lebih kompetitif dibandingkan dengan sistem konvensional. Sistem tata kelola yang baik akan menjaga dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah itu sendiri.

Jika dibandingkan dengan lembaga keuangan konvensional, lembaga keuangan syariah mempunyai kewajiban untuk memastikan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah pada keseluruhan instrumen, produk, operasional, praktik, dan manajemennya. Oleh karena itu lembaga keuangan syariah membutuhkan sistem tata kelola untuk memastikan kepatuhan terhadap prinsip syariah. Model tata kelola perusahaan *corporate governance* dalam sisi Islam memiliki fitur yang unik dan karakteristik yang lebih khas

dibandingkan dengan konsep tata kelola perusahaan pada umumnya, yakni adanya kepatuhan syariah. Istilah *sharia governance* diperkenalkan dalam sistem tata kelola lembaga keuangan syariah sebagai ganti ketiadaan istilah *corporate governance* dalam literatur Islam.

Istilah *sharia governance* memang tidak ditemukan dalam UU, PBI ataupun SEBI. Istilah *sharia governance* bagi lembaga keuangan syariah diadaptasi dari istilah yang dikeluarkan oleh International Financial Services Board (IFBS) dalam Guideline No. 10 yang dikhususkan bagi lembaga keuangan yang menawarkan produk dan layanan sesuai prinsip syariah. Sistem tata kelola ini dimaksudkan untuk memastikan adanya struktur organisasi yang efektif yang dapat memastikan berjalannya proses pengawasan sebelum terjadinya transaksi maupun setelah terjadinya transaksi pada lembaga perbankan syariah.

Berkaitan dengan itu, pelaksanaan GCG belum terlaksana dengan baik di perbankan syariah di hampir seluruh dunia. Menurut Chapra (2002:58-67), kegagalan dalam penerapan prinsip syariah akan membuat nasabah pindah ke bank lain sebesar 85%. Oleh karena itu, penerapan GCG dan penerapan prinsip syariah atau dikenal dengan istilah *sharia governance* menjadi suatu keharusan bagi perbankan syariah dalam upaya memperbaiki reputasi dan kepercayaan pada perbankan syariah. Dalam pokok-pokok hasil penelitian Bank Indonesia menyatakan bahwa nasabah yang menggunakan jasa bank syariah sebagian memiliki kecenderungan berhenti menjadi nasabah karena keraguan akan konsistensi penerapan prinsip syariah. Hal ini menunjukkan

bahwa praktik perbankan syariah selama ini kurang memperhatikan prinsip syariah, salah satu penyebab minimnya reputasi dan kepercayaan masyarakat pada bank syariah. Hal ini akan berdampak pada loyalitas masyarakat dalam menggunakan jasa dan produk perbankan.

Penelitian mengenai penerapan *sharia governance* cukup menarik. Kurangnya kepatuhan terhadap prinsip syariah pada bank syariah, dengan menerapkan *sharia governance* akan berdampak pada peningkatan reputasi dan kepercayaan pada bank syariah yang pada akhirnya akan menaikkan loyalitas dan *market share* perbankan syariah. Penelitian mengenai implementasi *sharia governance* dan implikasinya terhadap loyalitas nasabah penting dilakukan untuk memberikan pemahaman tentang implementasi *sharia governance* terhadap loyalitas nasabah pada bank syariah; memberikan dasar pertimbangan dalam rangka perumusan langkah strategis untuk penguasaan pasar dan mempertahankan nasabah agar tetap loyal.

Bank BNI Syariah sebagai salah satu bank syariah terbesar di Indonesia per September 2017 memiliki 2 juta nasabah. Lalu, pada bulan Juli 2018, BNI Syariah memiliki 2,6 juta nasabah. Sebagai salah satu bank besar di Indonesia, BNI Syariah telah beberapa kali menerima penghargaan terutama dalam hal tata kelola perusahaan, bahkan hingga tiga tahun berturut-turut. Pada tahun 2016, BNI Syariah menerima penghargaan dalam Indonesia *Good Corporate Governance* (IGCG) yang diselenggarakan oleh Majalah *Economic Review* yang berkerja sama dengan *International Business School*. Dalam penghargaan IGCG tersebut, BNI Syariah dinobatkan sebagai bank

syariah dengan GCG terbaik predikat A. Pada tahun yang sama, BNI Syariah menerima penghargaan dari Majalah *Economic Review* dalam Anugerah Perbankan Indonesia 2016 sebagai Peringkat ke 1 Kategori *Good Corporate Governance*. Masih di tahun 2016, BNI Syariah menerima penghargaan dalam *Good Corporate Governance Award 2016* sebagai *Trusted Company Based on Corporate Governance Perception Index (CGPI)*. Tahun 2017, BNI Syariah meraih penghargaan kembali dalam *Indonesia Good Corporate Governance (IGCG)* dan dinobatkan sebagai peringkat 1 Kategori Perusahaan Perbankan Syariah Non Tbk. Di tahun 2018, dalam ajang yang sama yaitu *Indonesia Good Corporate Governance (IGCG)*, BNI Syariah mengukuhkan predikatnya sebagai peraih *The Best Good Corporate Governance* selama tiga tahun berturut-turut. Di tahun 2018 pula, BNI Syariah menerima penghargaan dalam *Indonesia Operational Excellence Award 2018 (IOEA 2018)* sebagai perusahaan dengan *Operasional Excellence* dan sebagai bank dengan penerapan GCG terbaik untuk kategori *Subsidiary of Soes Company* sektor bank.

Dalam hal ini penulis ingin mengetahui pengaruh penerapan *sharia governance* terhadap loyalitas nasabah BNI Syariah KC Yogyakarta dengan kepuasan sebagai variabel moderasi. Alasan dipilihnya Bank BNI Syariah sebagai objek karena Bank BNI Syariah memiliki tata kelola perusahaan yang terbukti baik karena menerima beberapa penghargaan dalam hal tata kelola perusahaan.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah penerapan *sharia governance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah BNI Syariah KC Yogyakarta?
2. Apakah kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah BNI Syariah KC Yogyakarta?
3. Apakah kepuasan memoderasi pengaruh penerapan *sharia governance* terhadap loyalitas nasabah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk

1. Menguji dan menganalisis pengaruh penerapan *sharia governance* terhadap loyalitas nasabah BNI Syariah KC Yogyakarta
2. Menguji dan menganalisis pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah BNI Syariah KC Yogyakarta
3. Menguji dan menganalisis pengaruh kepuasan sebagai variabel moderasi terhadap pengaruh penerapan *sharia governance* terhadap loyalitas nasabah BNI Syariah KC Yogyakarta

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi peneliti maupun di mana peneliti mengadakan penelitian atau perusahaan yang menjadi objek penelitian serta bagi masyarakat. Oleh karena itu terdapat beberapa manfaat

yang diharapkan dari peneliti, adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Bagi perusahaan

Dapat meningkatkan kinerjanya agar loyalitas nasabah tetap terjaga, memberikan dasar pertimbangan dalam rangka perumusan langkah strategis untuk penguasaan pasar dan mempertahankan nasabah agar tetap loyal.

2. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan pengetahuan penulis yaitu dengan memadukan pengetahuan yang didapatkan dari perusahaan dengan pengetahuan yang didapatkan dari bangku kuliah.

3. Bagi masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu tambahan pengetahuan mengenai pengaruh penerapan *sharia governance* terhadap loyalitas nasabah pada Bank BNI Syariah dengan kepuasan sebagai variabel moderasi.