

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Tahun 1998 menjadi titik bersejarah bagi perbankan syariah di Indonesia yakni pada tahun tersebut terjadi perubahan Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan menjadi Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 tahun 1992 Tentang Perbankan, yakni memperjelas dan memperkuat landasan hukum perbankan syariah (Ascarya dan Yumanita, 2010). Sejak diberlakukannya Undang-Undang tersebut, muncul istilah perbankan ganda (*dual banking system*) yakni bank umum maupun Bank Perkreditan Rakyat (BPR) dapat beroperasi berdasarkan prinsip syariah sesuai dengan perizinan dari Bank Indonesia, sehingga bank umum maupun BPR dapat melakukan kegiatan usaha perbankan dengan membuka Unit Usaha Syariah (UUS) (Ascarya dan Yumanita, 2010).

Pada akhir 2003 Majelis Ulama Indonesia (MUI) mengeluarkan fatwa bahwa bunga bank adalah riba dan haram hukumnya jika masyarakat muslim mendapatkannya, hal ini membuat masyarakat muslim berbondong-bondong memindahkan tabungan atau dana yang dimiliki dari bank umum (konvensional) ke bank syariah (Ascarya dan Yumanita, 2010). Larangan Allah SWT atas adanya riba terdapat dalam surat Al-Baqarah ayat 275, sebagaimana bunyinya:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا

إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا

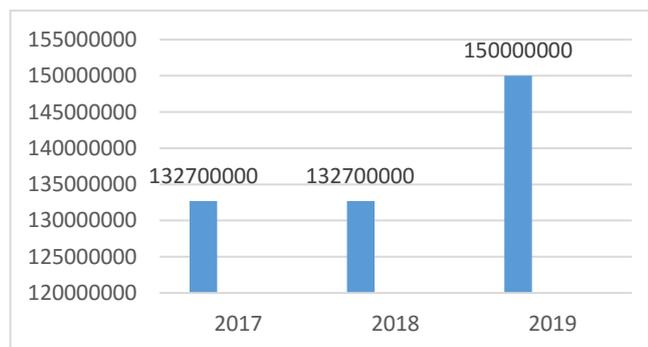
سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ٢٧٥

allażīna ya`kulunar-ribā lā yaqumuna illā kamā yaqumullażī yatakhabbatuhusy-syaiṭānu minal-mass, zālika bi`annahum qālū innamal-bai`u mişlur-ribā, wa aḥallallāhul-bai`a wa ḥarramar-ribā, fa man jā`ahū mau`izatum mir rabbihī fantahā fa lahu mā salaf, wa amruhū ilallāh, wa man `āda fa ulā`ika aş-ḥābun-nār, hum fihā khālidun

Artinya: “Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena

mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barang siapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barang siapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya” (Departemen Agama RI).

Perkembangan perbankan syariah terlihat dari meningkatnya penggunaan *digital banking* di Indonesia. *Digital banking* merupakan layanan elektronik yang dikembangkan guna mengoptimalkan pelayanan agar cepat, mudah dan sesuai dengan kebutuhan nasabah, contoh dari layanan perbankan elektronik yaitu *Automated Teller Machine (ATM)*, *Cash Deposit Machine (CDM)*, *Phone Banking*, *Short Message Service (SMS) Banking*, *Electronic Data Capture (EDC)*, *Point of Sales (PoS)*, *Internet Banking*, dan *Mobile Banking* (Rustam, 2018).



Gambar 1.1
Perkembangan Pengguna Internet di Indonesia, 2017-2019
Sumber: Kemp (2019)

Meningkatnya penggunaan *digital banking* ditandai oleh perubahan gaya hidup nasabah perbankan menjadi lebih *modern* (Rustam, 2018). Hal ini terlihat pada Gambar 1.1 yakni pengguna internet pada tahun 2019 naik sebanyak 16.300.000 (13%) dari tahun 2018 yakni sebanyak 150.000.000, jumlah tersebut didapat dari jumlah total populasi di Indonesia tahun 2019 yakni 268.200.000. Dari total pengguna internet tahun 2019 ada 60% menggunakan smartphone, 8% menggunakan tablet dan 32% menggunakan perangkat elektronik lainnya. (Kemp, 2019).

Menurut Shaikh & Karjaluoto (2015), teknologi *mobile banking (m-banking)* merupakan salah satu fasilitas yang dilakukan secara *self service*. Perubahan teknologi ini memungkinkan bank untuk menyenangkan nasabah dengan solusi mudah untuk nasabah melalui fasilitas *m-banking* (Tam & Oliveira, 2015). Dalam

beberapa tahun terakhir, *m-banking* memang telah populer dikalangan publik karena *m-banking* memiliki layanan seperti pada ATM dan menawarkan sejumlah keuntungan bagi pelanggan yakni memudahkan, menghemat waktu, kenyamanan, dan mobilitas (Sahoo, 2017). Kemp (2019), memaparkan bahwa 61% penduduk Indonesia pada Januari 2019 menggunakan Aplikasi *Mobile Banking (M-Banking)*. Kualitas layanan *m-banking* yang tinggi atau baik dapat membuat nasabah puas terhadap layanan yang telah diberikan, beberapa penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan *m-banking* merupakan penentu kuat tingkat kepuasan pelanggan (Clemes, Gan, & Ren, 2011).

Kepuasan nasabah dapat didapatkan melalui kualitas layanan unggul, kepuasan nasabah dapat dicapai dengan memahami kebutuhan nasabah dan menemukan keinginan nasabah terhadap suatu produk atau layanan yang melebihi harapan nasabah (Hamidi & Safareeyeh, 2019). Menurut Tjiptono & Chandra (2011), ada enam konsep inti mengenai objek pengukuran kepuasan pelanggan yakni kepuasan konsumen keseluruhan, dimensi kepuasan, konfirmasi harapan, minat pembelian ulang, kesediaan untuk merekomendasikan, dan ketidakpuasan konsumen.

Dalam penelitian Arcand, Promtep, & Brun (2016) dengan judul “*Mobile banking service quality and customer relationships*” dimensi kualitas layanan *m-banking* berpengaruh pada kepercayaan dan komitmen/kepuasan nasabah. Dimensi kualitas layanan *m-banking* yang diteliti adalah keamanan, kemudahan, desain/estetika, sosialitas, dan kesenangan. Dalam penelitian Baabdullah, Alalwan, Rana, Kizgin, & Patil (2019) dengan judul “*Consumer use of mobile banking (M-Banking) in Saudi Arabia: Towards an integrated model*” variabel *usage behaviour* yang terdiri dari kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Selain kualitas layanan variabel yang diteliti adalah *performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating condition, hedonic motivation, price value, habit, system quality, service quality, information quality*.

Dalam penelitian Koo & Wati (2010) dengan judul “*Toward an Understanding of the Mediating Role of ‘Trust’ in Mobile Banking Service: An Empirical Test of Indonesia Case*” variabel *system quality* berpengaruh terhadap

kepercayaan dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Variabel yang diteliti adalah *information quality*, *system quality*, *trust*, *perceived usefulness*, dan *end-user satisfaction*. Berdasarkan penelitian tersebut penulis ingin mengetahui lebih jauh lagi tentang kepuasan nasabah setelah menggunakan *mobile banking* yakni dimensi kualitas layanan dari *mobile banking* manakah yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah bank syariah.

Tabel 1.1
Daftar Bank Syariah Terbaik, 2019

<i>TOP BRAND Award 2019</i>	
Merek	TBI
BRI Syariah	29,1%
Bank Syariah Mandiri	21,2%
BNI Syariah	20,0%
BCA Syariah	15,4%
Bank Muamalat	4,7%

Sumber: TOP BRAND Award (2019)

Bank syariah yang menjadi objek penelitian ini adalah bank syariah yang mendapatkan predikat 5 besar *TOP Brand Award* tahun 2019. *TOP Brand Award* memiliki tiga parameter khusus yakni *Top of Mind* (kesadaran akan merek); *Last Usage* (penggunaan terakhir); dan *Future Intention* (niat membeli kembali), ketiga parameter tersebut digunakan untuk mendapat *Top Brand Index* (TBI) yang diperoleh dengan cara menghitung rata-rata terbobot masing-masing parameter. Dari hasil perhitungan TBI didapatkan predikat 5 besar *TOP Brand Award* yakni Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah, Bank Syariah Mandiri (BSM), Bank Negara Indonesia (BNI) Syariah, Bank Central Asia (BCA) Syariah, dan Bank Muamalat.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas layanan *m-banking* terhadap kepuasan nasabah dengan menggunakan dimensi kenyamanan, dimensi keamanan, dimensi kemudahan, dimensi desain, dan dimensi sistem aplikasi. Dimensi tersebut digunakan karena termasuk kedalam beberapa aspek yang ada dalam kualitas layanan *m-banking*, selain itu terdapat beberapa penelitian terdahulu yang menemukan bahwa tiap variabel tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah bank syariah. Judul yang digunakan dalam penelitian ini adalah “**Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan *Mobile Banking* (*M-Banking*) Syariah terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah**”.

1.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan adanya pengaruh dimensi kenyamanan dalam kualitas layanan *m-banking* terhadap kepuasan nasabah bank syariah.
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan adanya pengaruh dimensi keamanan dalam kualitas layanan *m-banking* terhadap kepuasan nasabah bank syariah.
3. Untuk mengetahui dan menjelaskan adanya pengaruh dimensi kemudahan dalam kualitas layanan *m-banking* terhadap kepuasan nasabah bank syariah.
4. Untuk mengetahui dan menjelaskan adanya pengaruh dimensi desain dalam kualitas layanan *m-banking* terhadap kepuasan nasabah bank syariah.
5. Untuk mengetahui dan menjelaskan adanya pengaruh dimensi sistem aplikasi dalam kualitas layanan *m-banking* terhadap kepuasan nasabah bank syariah

1.3 Kesenjangan Penelitian

Beberapa penelitian terdahulu telah meneliti tentang pengaruh dimensi kualitas layanan *m-banking* terhadap kepuasan pelanggan (Arcand et al., 2016; Baabdullah et al., 2019; Hamidi & Safareeyeh, 2019; Sahoo, 2017; Sampaio, et al., 2017). Namun, masih sedikit penelitian yang meneliti tentang kualitas layanan *m-banking* terhadap kepuasan nasabah bank syariah, sehingga masih banyak dimensi kualitas layanan *m-banking* syariah lain yang belum dapat dijelaskan dalam penelitian ini. Pada penelitian ini juga ditemukan bahwa usia ≤ 24 tahun yakni generasi Z menjadi populasi terbesar nasabah pengguna *mobile banking* setelah dilakukan penyebaran kuisioner secara merata.

1.4 Ringkasan Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini diketahui bahwa secara simultan ke lima variabel dimensi layanan *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Tetapi, secara parsial dari lima variabel yang diteliti, ada dua variabel bebas yang tidak signifikan atau tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yaitu variabel keamanan (X_2) dan variabel kemudahan (X_3). Sedangkan tiga variabel lainnya yaitu variabel kenyamanan (X_1), variabel desain (X_4), dan variabel sistem aplikasi (X_5) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

1.5 Robustness Test

Penelitian ini menggunakan *Robustness Test* (Uji Ketahanan) dengan membandingkan hasil dari regresi linier berganda hasil penelitian dengan hasil regresi linier berganda berdasarkan kondisi simulasi. Simulasi *robustness test* dilakukan dengan membagi sampel berdasarkan jenis kepemilikan bank syariah yaitu bank syariah milik pemerintah dan bank syariah milik swasta. Uji ini bertujuan untuk mengetahui ketahanan tingkat signifikansi variabel penelitian (variabel bebas) mempengaruhi variabel terikat dalam kondisi simulasi.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penelitian ini dibuat untuk memudahkan pemahaman dan memberikan gambaran kepada pembaca tentang penelitian yang diuraikan.

BAB 1: PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan latar belakang penelitian, kesenjangan penelitian, tujuan, ringkasan hasil, *robustness test*, serta sistematika penulisan.

BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai teori-teori yang berhubungan dengan latar belakang dan tujuan penelitian, penelitian terdahulu, serta hipotesis penelitian.

BAB 3: METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang pendekatan penelitian, ruang lingkup penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional variabel, jenis dan sumber data, serta teknik analisis yang digunakan dalam penelitian.

BAB 4: HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dijelaskan gambaran umum subjek, deskripsi statistik, hasil estimasi dan pembuktian hipotesis, serta pembahasan hasil.

BAB 5: KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan membahas tentang ringkasan hasil, kesimpulan, saran serta keterbatasan penelitian.