

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era digital dan globalisasi yang terus berkembang pesat, sektor keuangan mikro, termasuk lembaga keuangan syariah, memainkan peran vital dalam memperluas akses keuangan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Perkembangan teknologi informasi menciptakan persaingan dalam industry yang sama, menjadi ancaman bagi perusahaan yang beroperasi, lahirnya Bank Wakaf mikro di Indonesia menjadikan lembaga yang menyediakan segmen pasar sejenis meningkatkan kualitas agar tidak kehilangan pangsa pasar yang dimilikinya. Bank Wakaf Mikro dituntut agar memperhatikan dalam menciptakan kepercayaan dan menerapkan *Service excellence*, karena perusahaan yang bergerak dibidang jasa memiliki peranan penting dalam proses pelayanan.

Bank Wakaf Mikro merupakan upaya pemerintah dalam mengurangi tingkat angka kemiskinan dengan membuka peluang untuk masyarakat dalam mengembangkan usaha melalui bantuan modal aatau pinjaman. Selain itu, Bank wakaf mikro juga bertujuan untuk membentuk ekosistem keuangan syariah dalam lingkungan masyarakat pesantren dan juga masyarakat pedesaan, yang memiliki keterbatasan akses pada lembaga keuangan formal.¹ Landasan hukum Bank Wakaf Mikro didasarkan pada Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2013 tentang Lembaga Keuangan Mikro, yang mengatur tentang pendirian, perizinan, dan operasional LKM di Indonesia.²

¹ Dewi Sartika. Nasution, *Bank Wakaf Mikro : Konsep Dan Implementasi* (Mataram: UIN Mataram Press, 2022),h. 86.

² Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2013 *Tentang Lembaga Keuangan Mikro*

Pertumbuhan Bank Wakaf Mikro di Indonesia dari tahun 2018-2022 dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. 1 Pertumbuhan Bank wakaf Mikro

	Bank Wakaf Mikro				
Tahun	2018	2019	2020	2021	2022
Jumlah BWM	41	56	59	61	62

Sumber : Otoritas Jasa Keuangan (OJK)

Berdasarkan tabel tersebut, jumlah bank wakaf mikro terus bertambah setiap tahunnya, jumlah bank wakaf mikro tercatat sebanyak 41 unit di 2018 hingga mencapai 62 unit pada 2022.³ Namun, dalam dua tahun terakhir, pertumbuhan jumlah BWM relatif stagnan, yang dapat menjadi indikasi adanya tantangan dalam industri ini. Oleh karena itu, peningkatan kualitas layanan menjadi strategi penting untuk mempertahankan loyalitas nasabah, sebagaimana loyalitas merupakan faktor yang berkontribusi terhadap keberlanjutan dan pertumbuhan lembaga keuangan.⁴

Adapun salah satu Bank wakaf Mikro yang ada di Indonesia yang menjadi objek penelitian ini adalah Bank Wakaf Mikro El-Manahij, sebagai salah satu lembaga keuangan mikro syariah yang beroperasi di bawah Pondok Pesantren Modern Manahijussadat, yang memiliki keunggulan dengan mengintegrasikan nilai-nilai religius dalam

(Republik Indonesia, 2013).

³ Otoritas Jasa Keuangan, “Data Jumlah Bank Wakaf Mikro,” accessed November 14, 2024, <https://ojk.go.id>.

⁴ Lulu Marjani and Mamun Sutisna, “Loyalitas Pelanggan Pada Business-To-Business: Pengaruh Kualitas Pelayanan,” *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi* 5, no. 1 (2019): 10.

operasionalnya. Hal ini memberikan daya tarik tersendiri bagi komunitas lokal yang menghargai pendekatan keuangan berbasis syariah. Namun, pandemi COVID-19 yang melanda sejak 2020 memberikan tantangan besar bagi lembaga ini.

Berdasarkan laporan internal, jumlah nasabah BWM El-Manahij mengalami penurunan dari 439 nasabah pada 2018 menjadi hanya 92 nasabah aktif per September 2024. Berdasarkan wawancara dengan manajer BWM El-Manahij, penurunan ini bukan hanya disebabkan oleh dampak pandemi yang melemahkan daya beli masyarakat, tetapi juga merupakan hasil dari kebijakan recovery nasabah yang mengalami kredit macet. Pandemi memperburuk kondisi ekonomiiii, sehingga banyak nasabah mengalami kesulitan dalam memenuhi kewajiban pembayaran mereka. Sebagai respons terhadap situasi ini, BWM El-Manahij menerapkan proses recovery, yakni evaluasi dan seleksi ulang terhadap nasabah, dengan tujuan mempertahankan hanya mereka yang memiliki rekam jejak pembayaran yang baik serta meningkatkan kualitas portofolio kredit lembaga. Kondisi ini berpotensi menurunkan tingkat kepercayaan nasabah terhadap lembaga, yang pada gilirannya dapat memengaruhi loyalitas mereka. Proses recovery yang dilakukan BWM El-Manahij harus disertai dengan komunikasi yang baik, agar nasabah memahami alasan kebijakan ini dan tidak merasa diperlakukan secara tidak adil. Jika proses ini tidak dijelaskan dengan baik, ada kemungkinan kepercayaan nasabah terhadap lembaga menurun, yang pada akhirnya dapat berdampak pada loyalitas mereka.

Di tengah upaya BWM El-Manahij untuk menjaga stabilitas keuangan melalui kebijakan recovery ini, tantangan lain juga muncul dari luar lembaga. Selain menghadapi permasalahan internal, BWM El-

Manahij juga harus beradaptasi dengan persaingan yang semakin ketat di industri keuangan syariah, terutama dengan munculnya berbagai lembaga keuangan lain yang menawarkan kemudahan akses layanan bagi masyarakat

Seiring dengan perkembangan teknologi dan dampak pandemi, semakin banyak lembaga keuangan yang menawarkan pinjaman modal kepada masyarakat. Lembaga-lembaga ini umumnya menjadikan masyarakat pedesaan sebagai target utama nasabahnya. yang juga merupakan segmen yang dilayani oleh BWM El-Manahij. Akibatnya, BWM El-Manahij menghadapi tantangan ganda, yaitu tidak hanya mempertahankan loyalitas nasabah setelah proses recovery, tetapi juga bersaing dengan lembaga lain yang menawarkan produk keuangan berbasis digital dengan prosedur yang lebih sederhana.

Persaingan antar lembaga keuangan sangat ketat, terutama dengan hadirnya fintech dan bank konvensional yang menawarkan kemudahan serta proses yang lebih cepat dalam akses layanan keuangan. Kemudahan ini menjadi daya tarik bagi nasabah yang mengutamakan kenyamanan dalam mendapatkan dana, terutama dalam kondisi ekonomi yang menuntut fleksibilitas dan kecepatan layanan. Jika nasabah merasa bahwa layanan yang diberikan BWM kurang kompetitif dibandingkan dengan lembaga lain, mereka berpotensi untuk beralih ke penyedia layanan keuangan lain. Hal ini dapat semakin menurunkan tingkat loyalitas mereka terhadap BWM El-Manahij, sehingga lembaga harus mencari strategi yang tepat untuk mempertahankan kepercayaan dan meningkatkan kualitas layanannya.

Loyalitas nasabah merupakan hal yang menjadi faktor keberhasilan suatu perusahaan.⁵ Hal tersebut juga berlaku bagi BWM Elmanahij. Nasabah yang loyal tidak hanya memberikan dampak positif bagi stabilitas perusahaan, tetapi juga menjadi agen promosi dengan cara merekomendasikan kepada orang lain. Loyalitas nasabah merupakan tujuan strategis yang penting bagi semua manajer pemasarannya, karena terciptanya pelanggan yang loyal dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan yang merupakan sumber keberlanjutan roda bisnis suatu perusahaan.⁶

Loyalitas menjadi sangat penting bagi keberlanjutan dan keberhasilan BWM, yang melayani masyarakat yang sensitif terhadap kepercayaan dan kualitas layanan, maka dari itu penting memahami faktor-faktor yang dapat menciptakan loyalitas seperti kepercayaan dan juga *service excellence* di tengah kompetisi akan persaingan yang ketat.

Ditengah persaingan yang semakin ketat, kepercayaan menjadi faktor krusial. Kepercayaan mencerminkan keyakinan nasabah terhadap transparansi, integritas, dan tanggung jawab lembaga dalam menyediakan solusi yang dapat diandalkan selama masa sulit. Menurut Morgan dan Hunt, kepercayaan merupakan elemen utama yang bertujuan membangun hubungan jangka panjang, yang dapat membantu lembaga keuangan mempertahankan loyalitas nasabah, terutama dalam ketidakpastian ekonomi.⁷ Kepercayaan adalah elemen penting yang harus dijaga untuk

⁵ Marjani and Sutisna, "Loyalitas Pelanggan Pada Business-To-Business: Pengaruh Kualitas Pelayanan." *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi* 5.no. 1 (2019).10.

⁶ Soegeng Wahyoedi saparso, *Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Studi Atas Religitas, Kualitas Layanan, Trust Dan Loyalitas)* (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2019).26.

⁷ Dedek Kurniawan Gultom, Muhammad Arif, and Muhammad Fahmi, "Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan," *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* 3, no. 2 (2020): 177.

membangun hubungan yang erat dengan nasabah, sekaligus meningkatkan keyakinan nasabah terhadap lembaga perbankan tersebut.⁸ Ketika kepercayaan dapat dipertahankan, hal ini tidak hanya memperkuat ikatan emosional nasabah terhadap lembaga, tetapi juga meningkatkan keyakinan mereka terhadap integritas, transparansi, dan kemampuan lembaga dalam memenuhi kebutuhan finansial mereka.

Dalam konteks lembaga keuangan mikro syariah seperti Bank Wakaf Mikro El-Manahij, kepercayaan menjadi pondasi utama dalam membangun loyalitas nasabah, terutama karena lembaga ini mengusung nilai-nilai religius yang diharapkan dapat memberikan jaminan keamanan dan kenyamanan bagi nasabah. Dengan kepercayaan yang kokoh, nasabah lebih mungkin untuk tetap setia, bahkan dalam situasi ekonomi yang tidak stabil.

Selain kepercayaan yang menjadi pondasi utama dalam membangun loyalitas nasabah, *Service excellence* atau kualitas pelayanan yang unggul menjadi salah satu faktor kunci dalam menarik dan mempertahankan loyalitas nasabah. Menurut Barata, Pelayanan prima atau *Service excellence* merupakan menghargai nasabah dengan cara melakukan system pelayanan terbaik guna memenuhi kebutuhan juga mencapai kepuasan, sehingga nasabah selalu tetap setia kepada perusahaan.⁹

Service excellence atau biasa disebut dengan pelayanan prima dalam sektor bisnis bertujuan atau berorientasi profit atau keuntungan. Pelayanan prima juga dapat mendorong rasa simpatik dan loyalitas dari

⁸ N N Ulfah, T Rahman, and K Arifin, "Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bpr Muara Uya," *Japb* 3, no. 2 (2020): 480.

⁹ Gissela Putri Yohana, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Medin Beauty)," *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)* 5, no. 3 (2017): 9.

para nasabah jika penerapannya dapat memberikan kepuasan kepada nasabah.¹⁰

Perkembangan teknologi dan perubahan perilaku nasabah selama pandemi meningkatkan ekspektasi terhadap layanan yang cepat, aman, dan berbasis digital. Nasabah kini membutuhkan kemudahan dalam transaksi jarak jauh, komunikasi yang responsif, serta inovasi layanan yang dapat memenuhi kebutuhan mereka di era digital.

Meskipun kepercayaan dan *service excellence* telah banyak diteliti dalam konteks lembaga keuangan, penelitian mengenai pengaruh kedua faktor ini terhadap loyalitas nasabah di lembaga keuangan mikro berbasis pesantren masih terbatas. Hal ini menjadi relevan mengingat karakteristik unik nasabah pesantren yang menggabungkan nilai-nilai religius dengan kebutuhan ekonomiiii. Oleh karena itu, pendekatan dalam membangun loyalitas di lembaga keuangan mikro berbasis pesantren perlu memperhatikan bagaimana kepercayaan dan *service excellence* diterapkan dalam konteks komunitas pesantren, di mana hubungan sosial dan peran tokoh agama berperan penting dalam interaksi nasabah.

Bank Wakaf Mikro El-Manahij menghadapi tantangan untuk mempertahankan loyalitas nasabah pasca dampak pandemi dan persaingan yang ketat dengan lembaga keuangan yang ada. Loyalitas nasabah sering kali dipengaruhi oleh faktor eksternal, seperti penurunan daya beli akibat pandemi, pembayaran kredit yang macet dan faktor internal, seperti kualitas hubungan antara lembaga dan nasabahnya. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki tujuan guna mengetahui sejauh mana Kepercayaan dan *Service excellence* memengaruhi Loyalitas Nasabah

¹⁰ Daryanto dan Setyobudi, *KONSEMEN Dan Pelayanan Prima* (yogyakarta: GAVA MEDIA, 2014).51, 124.

Bank Wakaf Mikro El-Manahij akibat dampak pandemi COVID-19 dan fenomena digitalisasi layanan keuangan dan persaingan yang ketat.

Dengan mengacu pada fenomena tersebut, Penulis merasa tertarik untuk menulis skripsi dengan judul : “ *Pengaruh Kepercayaan dan Service excellence terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Bank Wakaf Mikro El-Manahij, Pondok Pesantren Modern Manahijussadat, Lebak)*”.

B. Identifikasi Masalah

Seperti latar Belakang diatas yang sudah dijelaskan, permasalahan yang diidentifikasi dalam penelitian ini adalah.

1. Penurunan Jumlah nasabah di BWM El-Manahij.
2. Dampak Pandemi dan Recovery Kredit Macet.
3. Persaingan dengan lembaga keuangan lain.
4. Kepercayaan dan *service excellence* sebagai faktor loyalitas nasabah.

C. Batasan Masalah

Untuk menjaga fokus penelitian , penulis membatasi pada aspek-aspek berikut:

1. Pegaruh kepercayaan dan *Service excellence* terhadap loyalitas nasabah BWM El-Manahij.
2. Penelitian ini hanya mencakup jumlah nasabah Bank Wakaf Mikro El-Manahij yang tercatat sampai September 2024.
3. Fokus penelitian terbatas pada kepercayaan yang berhubungan dengan prinsip syariah dan Pelayanan prima yang diberikan oleh lembaga tersebut.
4. Loyalitas nasabah diukur berdasarkan tingkat penggunaan layanan kembali, kepuasan, dan rekomendasi nasabah.

D. Rumusan Masalah

1. Apakah Kepercayaan berpengaruh terhadap Loyalitas nasabah Bank Wakaf Mikro El-Manahij ?
2. Apakah *Service excellence* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Wakaf Mikro El-Manahij?
3. Apakah Kepercayaan Dan *Service excellence* berpengaruh Terhadap Loyalitas nasabah Bank Wakaf Mikro El-Manahij?
4. Seberapa besar Pengaruh Kepercayaan Dan *Service excellence* Terhadap Loyalitas nasabah Bank Wakaf Mikro El-Manahij?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pada nasabah Bank Wakaf Mikro El-Manahij.
2. Untuk mengetahui Pengaruh *Service excellence* terhadap Loyalitas Nasabah pada nasabah Bank Wakaf Mikro El-Manahij.
3. Untuk mengetahui Pengaruh Kepercayaan dan *Service excellence* terhadap Loyalitas Nasabah pada nasabah Bank Wakaf Mikro El-Manahij.
4. Untuk mengetahui seberapa besar Kepercayaan dan *Service excellence* berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah pada nasabah Bank Wakaf Mikro El-Manahij.

F. Manfaat Penelitian

Penulis berharap penelitian yang dilakukan dapat memberikan manfaat, baik dalam teori maupun praktik. Penelitian kualitatif lebih berfokus pada manfaat teori, berbeda dengan penelitian kuantitatif yang dapat langsung diterapkan dalam praktik. Namun, ini bukan berarti

penelitian kualitatif tidak memiliki potensi untuk digunakan dalam praktik.

Adapun manfaat penulis ingin capai ialah sebagaiberikut:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini mampu menyajikan pemahaman mengenai bagaimana menganalisis dampak kepercayaan dan *Service excellence* terhadap loyalitas nasabah. Dengan demikian, penulis dapat mengimplementasikan teori-teori yang telah dipelajari selama perkuliahan dalam konteks nyata, sekaligus meningkatkan kemampuan analitis untuk mengatasi masalah dalam industri perbankan syariah.

2. Bagi Perusahaan

Penulis berharap penelitian ini mampu menyajikan informasi bagi Wakaf Mikro El-Manahij, terutama dalam usaha meningkatkan kepercayaan nasabah dan Pelayanan Prima (*Service excellence*), dan juga memotivasi loyalitas nasabah. Temuan-temuan dari penelitian ini dapat berfungsi sebagai dasar menyusun strategi dalam mempertahankan nasabah yang lebih efektif dan juga lebih menarik lebih banyak nasabah baru.

3. Bagi Perguruan tinggi

Penelitian ini berhrap dapat diupayakan sebagai sumbangan akademik untuk Jurusan Perbankan Syariah di Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, serta menjadi sumber referensi untuk penelitian-penelitian berikutnya di bidang Perbankan Syariah. Temuan pada penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya Tinjauan ilmiah dalam memahami hubungan antara kepercayaan, *Service excellence*, dan loyalitas nasabah di sektor keuangan syariah.

G. Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir adalah penjelasan awal mengenai fenomena-fenomena yang berperan sebagai fokus permasalahan. Tolak ukur dalam kerangka pemikiran ini merupakan alur pemikiran logis, didasari dengan teori yang sudah dijelaskan, yang selanjutnya dilakukan analisis secara sistematis dan juga kritis untuk menemukan keterkaitan terhadap variabel variabel yang yang diteliti, yang pada akhirnya digunakan untuk merumuskan hipotesis.¹¹

Kepercayaan merupakan sikap yang di hasilkan dari adanya hasil penerapan pelayanan yang baik, pelayanan yang baik dapat menghasilkan rasa percaya terhadap sebuah perusahaan oleh konsumen. Kepercayaan tidaklah timbul begitu saja diantara Dengan perencanaan yang baik dan matang, serta pengawasan yang tepat terhadap setiap hal yang telah direncanakan, tentunya akan menghasilkan output (produk/jasa) yang optimal. Hal ini akan membuat pelanggan cenderung memberikan respons yang baik terhadap perusahaan. Nasabah akan menilai dan memperhatikan apa yang telah mereka rasakan, nikmati, aatau konsumsi.¹²

Service excellence merupakan usaha yang dilakukan perusahaan untuk menghasilkan pelayanan yang baik bagi nasabah, Fokus pada kepentingan pelanggan memungkinkan kita untuk memberikan kepuasan dan membangun rasa percaya yang maksimal. Keberhasilan dalam memberikan *Service excellence* tercermin dari

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&B* (Bandung: Bandung: Alfabeta, 2012).60.

¹² Ahmad Guspul, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Kospin Jasa Cabang Wonosobo)," *Jurnal PPKM UNSIQ I* Vol.1, no. No.1 (2014): 42.

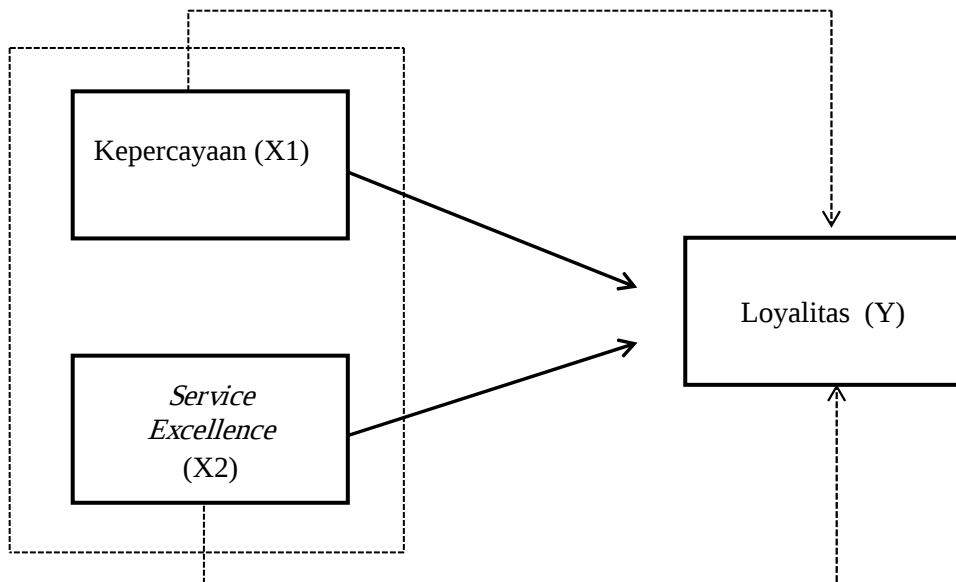
tingkat kepuasan dan kepercayaan nasabah. Semakin besar kepercayaan nasabah, semakin meningkat pula pelayanan yang baik diberikan oleh bank yang pada gilirannya akan membangun loyalitas nasabah.¹³

Dalam studi yang luas, loyalitas dapat dipahami sebagai tindakan pembelian berulang pada merek yang sama, dengan kata lain, sebagai kebiasaan seseorang yang terus membeli dan menggunakan merek tertentu tanpa tertarik pada merek lainnya. Nasabah loyal ialah nasabah yang melakukan pembelian secara terus menerus atau berulang pada perusahaan serupa dan merekomendasikan merek tersebut kepada calon nasabah lain melalui komunikasi dari mulut ke mulut.¹⁴

Dalam Penelitian ini menggunakan kerangka pemikiran yakni Pengaruh dari Kepercayaan dan *Service excellence* terhadap Loyalitas nasabah. Kepercayaan merupakan hasil dari upaya yang dihasilkan dari pelayanan yang baik sehingga membantu menghasilkan sikap loyal dari anggota terhadap perusahaan. *Service excellence* atau pelayanan prima yang meneliti kualitas pelayanan berdasarkan sikap pelayanan yang diberikan perusahaan kepada nasabah, Dengan menyatukan berbagai konsep seperti sikap, perhatian, tindakan, kemampuan, penampilan, dan tanggung jawab.

¹³ M.Nur Nasution, *manajemen mutu Terpadu* (Bogor:Ghalia Indonesia, 2005):48.

¹⁴ Conny Sondakh, "Kualitas Layanan, Citra Merek Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado)," *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen* 3, no.1 (2014): 19.



Gambar 3. 1 Kerangka Pemikiran

Keterangan:

- Hubungan Parsial X1 terhadap Y & X2 terhadap Y
 -----→ Hubungan simultan X1 & X2 terhadap Y

H. Sistematika Pembahasan

Untuk membuat pembahasan penelitian lebih mudah bagi penulis, sistematika pembahasan harus dimasukkan ke dalam pembahasan penelitian. Untuk membahas Penelitian ini dilakukan secara terstruktur, penulis membaginya dalam jumlah 5 bab, yakni beisi perincian dibawah ini:

Dalam bagian pertama, latar belakang masalah dinahas , termasuk alasan penelitian dilakukan, tujuan, metode, kerangka pemikiran dan sistematika penulisan.

Dalam bab kedua, berbagai literatur memberikan ide dan teori tentang kepercayaan, *Service excellence* dan loyalitas anggota. Hubungan di antar variabel, penelitian yang sudah pernah dilakukan dan juga hipotesis.

Bab ketiga membahas cakupan pada penelitian yakni membahas populasi dan sampel, jenis metode yang digunakan, proses cara pengumpulan data , prosedur anlisis dan juga operasionalisasi variabel penelitian.

Bagian ke empat menguraikan mengenai objek penelitian, hasil analisis, serta bahasan mendalam mengenai temuan-temuan yang diperoleh dan implikasinya. Hasil penelitian disajikan dalam bab ini bersama dengan uji hipotesis yang telah dilakukan. Penyajian data penelitian yang telah selesai dapat meliputi teks tabel gambar dan grafik. Pada Data yang disajikan meliputi data utama, data pendukung, dan hal lainnya yang diperlukan, lengkap dengan penjelasan mengenai arti data yang terdapat dalam tabel dan grafik tersebut.

Bab kelima berisi hasil akhir dari penelitian, yang merupakan bagian penutupan skripsi. Pada bab ini disajikan kesimpulan yang didasarkan pada pengujian hipotesis, temuan yang diperoleh, serta saran yang mencakup keterbatasan penelitian dan saran untuk peneliti di masa depan.