

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Permasalahan

Dunia bisnis Indonesia tengah mengalami proses perubahan. Arus globalisasi yang semakin deras tengah menekan dunia bisnis Indonesia untuk mengadopsi standar – standar pengelolaan bisnis secara internasional. *Sustainable development* maupun *green business* merupakan isu yang semakin berkembang. Masyarakat dunia semakin peduli akan kelestarian lingkungan. Keseimbangan dunia bisnis dan lingkungan harus bisa dicapai. *Ecolabeling* merupakan salah satu contoh usaha masyarakat untuk menyelamatkan lingkungan dari ancaman dunia bisnis.

Dunia bisnis akan bisa *survive* jika mereka dapat menjaga keseimbangan dirinya dan lingkungannya. Profit bukanlah semata – mata tujuan yang harus selalu diutamakan. Dunia bisnis juga harus berfungsi sosial dan harus dioperasikan dengan mengindahkan etika – etika yang berlaku dimasyarakat. Para pengusaha juga harus menghindari dari upaya yang menyalagunakan segala cara untuk mengejar keuntungan pribadi semata tanpa peduli berbagai akibat yang merugikan pihak lain, masyarakat luas, bahkan merugikan bangsa dan negara.

Pelaksanaan etika bisnis di masyarakat sangat didambakan oleh semua orang. Namun banyak pula orang yang tidak ingin melaksanakan etika ini secara murni. Mereka masih berusaha melanggar perjanjian, manipulasi dalam segala tindakan. Mereka kurang memahami etika bisnis,

atau mungkin saja mereka paham, tapi memang tidak mau melaksanakannya. Pelanggaran etika atau diabaikannya perilaku etis dijumpai pada berbagai bidang profesi, antara lain terlihat dalam profesi sebagai berikut: Pada profesi akuntan misalnya membantu sebuah perusahaan dalam meringankan pajak, seperti mengecilkan jumlah penghasilan dan memperbesar pos biaya. Demikian pula pelanggaran etika dilakukan pada profesi lain seperti kedokteran, hukum, pengadilan, pengacara, guru, dan sebagainya (Priansa, 2009: 199-200).

Masih segar dalam ingatan kita, pertengahan tahun 1997, negara kita dilanda krisis moneter. Penyebab utamanya pada mulanya ialah adanya liberalisasi ekonomi Indonesia. Bank boleh berdiri bebas, dengan modal sepuluh milyar saja orang bisa mendirikan usaha bank. Ekonomi Indonesia tumbuh pesat dengan modal pinjaman atau utang luar negeri. Karena terlalu bebasnya pertumbuhan ekonomi Indonesia, maka pihak swasta mengambil utang luar negeri luar biasa besarnya, tanpa pengawasan oleh pemerintah disamping utang pemerintah sendiri. Para pengusaha kita menggunakan pinjaman luar negeri ini, tanpa perhitungan. Pinjaman jangka pendek digunakan dalam penanaman modal jangka panjang. Akibatnya pada saat utang jatuh tempo pengusaha ini tidak mampu membayar.

Country Risk negara Indonesia akan meningkat di mata internasional, orang mulai tidak percaya pada pemerintah. Citra ini muncul karena etika bisnis pengusaha karbitan ini, betul-betul sangat rendah, mereka membangun gedung-gedung bertingkat, mobil mewah, pesawat pribadi, dan banyak pengeluaran yang tidak produktif. Dalam bidang perbankan, para nasabah mulai tidak percaya. Mereka berusaha menarik tabungan dari bank. Akibatnya bank kekurangan likuiditas guna membayar kembali dana tabungan nasabah yang ada di bank. Mereka meminta bantuan likuiditas pada Bank Indonesia. Dengan kebijakan pemerintah, maka diperintahkan agar BI membantu bank-bank yang diserbu nasabahnya, bank ini diberi bantuan yang terkenal dengan BLBI (Bantuan Likuiditas Bank Indonesia). Namun bantuan yang diberikan dengan niat baik dari pemerintah ini, disalah gunakan pula oleh pengusaha perbankan (Priansa, 2009:195-196).

Perkembangan perbankan syariah saat ini berkembang sangat pesat dan cepat. Hal ini dapat dilihat dari pertumbuhan DPK (Dana Pihak Ketiga) pada tahun 2010 sebesar 45,46% atau sebesar Rp 76 Triliun. Namun angka ini masih terlalu kecil jika dibandingkan dengan total DPK perbankan di Indonesia secara keseluruhan sebesar Rp 2.096,04% Triliun (LPPS.BI, 2010:4). Hal tersebut menunjukkan bahwa *market share* perbankan syariah masih relatif lebih kecil jika dibandingkan dengan *market share* perbankan konvensional.

Pengamat perbankan syariah, Rizqullah, mengkritisi lambatnya perkembangan *market share* perbankan syariah dibanding perbankan umum nasional. Kondisi ini disebabkan pemerintah hanya jadi penonton dalam perkembangan bisnis perbankan syariah. "Seharusnya pemerintah tidak hanya berwacana. Tetapi menelurkan kebijakan yang nyata," kata Rizqullah pada KONTAN, Senin (3/3/2014).

Sebagai contoh, pemerintah mestinya bisa mengatur secara tegas agar menempatkan sebagian dana APBN ataupun APBD seluruh Indonesia ke bank-bank syariah. Nyatanya hal ini tidak pernah dilakukan sampai sekarang. Mantan Direktur Utama BNI Syariah ini juga mengakui sosialisasi dan edukasi manfaat perbankan syariah kepada masyarakat Indonesia yang mayoritas muslim masih sangat kurang. "Tapi industri perbankan syariah kita sebetulnya sudah jauh lebih maju dibanding 10 tahun silam," ujar Rizqullah.

Rizqullah juga mengingatkan *market share* bukan satu-satunya tolak ukur untuk mengetahui perkembangan perbankan syariah. Aspek lain seperti jumlah nasabah, jangkauan pelayanan kantor cabang juga harus diperhitungkan. "Harus diingat, kiprah bank umum konvensional sudah jauh lebih lama," pungkas Bendahara Umum Asosiasi Bank Syariah Indonesia (Asbisindo) ini. Sebagaimana diketahui, berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan per Desember 2013, total aset bank umum syariah (BUS) dan unit usaha syariah (UUS) mencapai Rp 233,12 triliun. Hanya 4,70% dari total aset perbankan umum nasional sebesar Rp 4.954,46 triliun. Pertumbuhan aset perbankan syariah amat lambat. Nyatanya pada 2012, total aset BUS dan UUS mencapai Rp 195,01 triliun. Hanya 4,63% dari total aset perbankan umum nasional sebesar Rp 4.211,03 triliun (www.Tribunnews.com.19/01/2015).

Kecilnya *market share* pada perbankan syariah, mengharuskan bank syariah untuk lebih meningkatkan kinerja pelayanan dan memperluas segmen pasar, agar dapat mengejar selisih *market share* yang terlalu jauh dengan bank konvensional. Dalam upaya meningkatkan *market share* tersebut, bank syariah dapat mencoba menggunakan berbagai macam strategi pemasaran. Salah satu alternatif pemasaran yang dapat digunakan bank syariah adalah *customer retention* (mempertahankan pelanggan). *Customer retention* telah banyak digunakan oleh beberapa perusahaan bisnis untuk meningkatkan kinerja perusahaannya. Retensi

pelanggan (mempertahankan pelanggan) lebih murah dalam biaya dibandingkan dengan mencari pelanggan yang baru. Mendapatkan pelanggan yang baru bisa menghabiskan biaya lima kali lebih besar daripada biaya yang tercakup dalam memuaskan dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada (Kotler dan Keller, 2007:193).

Perlu adanya suatu tindakan sebagai bukti bahwa pelanggan benar-benar loyal terhadap perusahaan, yaitu adanya *customer retention*. Dalam upaya mempertahankan pelanggan, perusahaan perlu berusaha untuk menciptakan loyalitas pelanggan. Namun perusahaan perlu menyadari bahwa sikap loyal saja tidak cukup untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan, karena sikap loyal tidak banyak mempengaruhi angka penjualan maupun profit.

Dalam era bisnis modern saat ini, untuk menghadapi persaingan serta mewujudkan persaingan yang sehat dalam bisnis, dikenal istilah etika bisnis. Etika bisnis digunakan untuk mengendalikan persaingan bisnis agar tidak menjauhi norma-norma yang ada. Etika bisnis juga dapat digunakan oleh para pelaku bisnis agar dapat berfikir, apakah dalam melaksanakan kegiatan bisnisnya mengganggu kegiatan bisnis pelaku bisnis yang lain atau tidak. Dalam etika bisnis Islam terdapat beberapa prinsip yang menjadi acuan dalam melakukan bisnis sesuai dengan ajaran Islam, yaitu Keseimbangan atau dalam beberapa literature disebut dengan keadilan (*'adl*), kehendak bebas (*free will*), tanggung jawab (*responsibility*), kebenaran (Beekun. 2004:32).

Bank syariah dalam operasionalnya memiliki berbagai macam keunggulan dibandingkan dengan perbankan konvensional. Salah satu keunggulan tersebut karena dalam operasionalnya bank syariah menerapkan etika bisnis Islam. Etika bisnis merupakan suatu kombinasi bisnis dengan nilai etika ditambah dengan nilai agama. Etika bisnis Islam yang diterapkan oleh perbankan syariah, diharapkan mampu meningkatkan kinerja perbankan syariah dalam hal operasional intern perbankan, pelayanan terhadap konsumen (nasabah), serta mampu membantu perbankan syariah dalam menerapkan *customer retention* terhadap nasabah.

Dalam upaya membangun hubungan dengan nasabah, BTN Syariah Yogyakarta diharapkan mampu meningkatkan kualitas sumber daya insani sebagai kekuatan penting dalam mencapai sasaran yang telah ditetapkan. Dengan menggunakan etika bisnis Islam ini diharapkan BTN Syariah Yogyakarta mampu bekerja dengan optimal yang sesuai dengan etika bisnis Islam untuk meningkatkan *market share* BTN Syariah Yogyakarta, serta mampu menyebabkan terjadinya *customer retention*. Penelitian ini dilakukan untuk meneliti sejauh mana etika bisnis Islam memberikan pengaruh terhadap strategi *customer retention*, untuk lebih meningkatkan kinerja perbankan syariah, sehingga dapat bersaing dengan perbankan yang lainnya dan diharapkan mampu meningkatkan *market share* perbankan syariah.

Berdasarkan latar belakang dalam penelitian, maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap *Customer Retention* Nasabah Perbankan Syariah di Kota Yogyakarta (Studi Kasus pada BTN Syariah Cabang Yogyakarta).**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dalam penelitian, maka rumusan masalahnya:

1. Apakah Keadilan berpengaruh secara signifikan terhadap *Customer Retention*?
2. Apakah Kehendakbebas berpengaruh secara signifikan terhadap *Customer Retention*?
3. Apakah Tanggungjawab berpengaruh secara signifikan terhadap *Customer Retention*?
4. Apakah Kebenaran berpengaruh secara signifikan terhadap *Customer Retention*?
5. Apakah terdapat pengaruh secara silmultan syarat dasar Etika Bisnis Islam terhadap *Customer Retention*?

C. Tujuan

Berdasarkan pokok masalah yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara keadilan terhadap *customer retention*.
2. Ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara kehendakbebas terhadap *customer retention*.
3. Ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara tanggungjawab terhadap *customer retention*.

4. Ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara kebenaran terhadap *customer retention*.
5. Ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara syarat dasar Etika Bisnis Islam terhadap *customer retention*.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat atau kegunaan bagi berbagai pihak, yaitu:

1. Secara Praktis

Penelitian ini berguna untuk memberikan masukan bagi lembaga perbankan syariah mengenai pengaruh etika bisnis Islam terhadap *customer retention*, sehingga dapat dijadikan pertimbangan dalam pengembangan strategi di masa yang akan datang.

2. Secara Teoritis

Penelitian ini berguna sebagai acuan atau referensi , dan masukan bagi peneliti-peneliti selanjutnya, yang berkenaan dengan masalah etika bisnis Islam.

E. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dalam mengkaji dan memahami secara keseluruhan skripsi ini, peneliti akan menguraikan tentang sistematika pembahasan sebagai berikut:

Bab I membahas tentang pendahuluan, meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II membahas tentang tinjauan pustaka, kerangka teori, dan hipotesis.

Bab III membahas tentang metode penelitian yang meliputi jenis penelitian, jenis data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, teknik pengukuran, variabel penelitian dan definisi operasional, uji instrument, metode analisis data, hipotesis, analisis koefisien determinasi.

Bab IV membahas tentang gambaran umum Bank BTN Syariah Cabang Yogyakarta, sejarah berdirinya dan hasil pengolahan data.

Bab V membahas tentang penutup, meliputi kesimpulan, saran-saran, keterbatasan penelitian, daftar pustaka dan lampiran-lampiran.