

BAB I

PENDAHULUAN

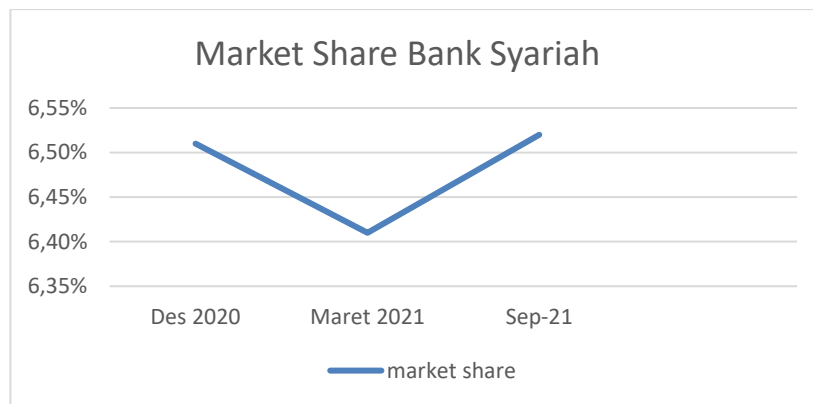
1.1. Latar belakang

Indonesia memiliki penduduk sebanyak 270,20 juta jiwa (*Badan Pusat Statistik*, n.d.), dan 87% dari populasi tersebut merupakan pemeluk agama Islam, sehingga Indonesia seharusnya dapat menjadi pusat keuangan syariah. Namun, faktanya *market share* perbankan syariah pada Desember 2020 hanya mencapai 6,51%, Oleh karena itu, dilakukan berbagai upaya dengan tujuan menarik calon nasabah agar Bank Syariah dapat memperluas *market share* sehingga Indonesia dapat menjadi pusat keuangan syariah. Salah satu upaya yang dilakukan ialah *merger* atau penggabungan dua atau lebih perusahaan dibawah satu pimpinan.

Pada tanggal 1 Februari 2021, tiga Bank Syariah BUMN yaitu Bank Syariah Mandiri, BRI Syariah, dan BNI Syariah resmi melakukan *merger* menjadi Bank Syariah Indonesia. Penggabungan (*merger*) menyatukan kelebihan dari tiga Bank Umum Syariah sehingga dapat memberikan layanan yang lebih optimal dengan skala besar, serta memiliki *value* dan kapasitas permodalan yang lebih baik. Hal ini didukung oleh sinergi perusahaan induk seperti Mandiri, BRI, dan BNI serta komitmen kementerian BUMN untuk mendorong BSI agar mampu bersaing di tingkat global. *Merger* ini diharapkan dapat menjadi kebanggaan umat, dan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat. Bank Syariah Indonesia juga mencerminkan wajah Perbankan Syariah di

Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil'Aalamin) (*Sejarah Perusahaan BSI*, n.d.).

Namun, setelah *merger* pada Maret 2021 *market share* Bank Syariah menurun seperti yang dapat dilihat pada grafik berikut:



Sumber: OJK, 2021

Gambar 1.1 Market Share Bank Syariah Indonesia

Berdasarkan Gambar 1.1 dapat diketahui bahwa *market share* Bank Syariah pada Desember 2020 senilai 6,51%, dan setelah *merger* pada Maret 2021 menurun menjadi 6,41%, kemudian meningkat pada September 2021 menjadi 6,52% (*Snapshot Perbankan Syariah September 2021*, 2021).

Berdasarkan pernyataan direktur utama PT.Bank Syariah Indonesia Hery Gunardi mengatakan bahwa dari 180 juta penduduk muslim hanya 30 juta jiwa yang menjadi nasabah Bank Syariah. Sedangkan, nasabah BSI hasil *merger* hanya berjumlah 14 juta jiwa yang berasal dari Bank Syariah Mandiri sebanyak 8 juta jiwa, dan dari

BRI Syariah dan BNI Syariah berjumlah hampir sama masing-masing 3 juta jiwa (Wicaksono, 2021).

Berdasarkan pernyataan diatas menandakan bahwa potensi pasar Bank Syariah di Indonesia besar dan belum tergarap sepenuhnya yang dibuktikan oleh tidak ada peningkatan nasabah yang signifikan pasca *merger*, hanya gabungan nasabah dari Bank Syariah yang melakukan *merger* serta peningkatan *market share* tidak signifikan tercatat pasca *merger*, bahkan *market share* menurun pada bulan maret dan naik pada bulan september namun tidak jauh berbeda dari bulan desember 2020. Sebelum *merger*, *market share* Bank Syariah stagnan di angka 5% meskipun Bank Syariah telah beroperasi lebih dari dua dekade. *Market share* Bank Syariah terhitung masih jauh dibawah jika dibandingkan dengan Bank Konvensional. Serta pada periode september 2021 Pembiayaan yang ditanggung (PYD) berjumlah 413,3 Triliun masih jauh jika dibandingkan kredit pada Bank Konvensional yang berjumlah 5.652.839. Dana pihak ketiga (DPK) pada Bank Syariah berjumlah 503,8 Triliun, sedangkan Bank Konvensional berjumlah 7.162.288 Triliun (*Statistik Perbankan Indonesia - September 2021*, 2021).

Deputi Bidang Keuangan Nawal Nely mengatakan bahwa melalui *merger* ini, BSI memiliki tujuan menjadi Bank Syariah top 10 di dunia (Pratama, 2021). Hal ini dapat membuat Indonesia lebih maju di bidang keuangan syariah. Sehingga reputasi BSI menjadi lebih baik.

Reputasi bank yang baik akan berdampak pada peningkatan *profitabilitas* bank, seperti peningkatan kepercayaan calon nasabah untuk menggunakan produk dari bank tersebut. Sebaliknya, jika reputasi bank dikenal tidak baik maka ada kemungkinan menyebabkan berkurangnya kepercayaan calon nasabah ataupun nasabah bank tersebut akan beralih ke bank lain (Fombrun, 1996). Calon nasabah memiliki persepsi mengenai kualitas yang dihubungkan dengan nama perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa nama perusahaan berpengaruh pada respon calon nasabah terhadap keputusan untuk menggunakan produk atau jasa dari perusahaan tersebut. Oleh karena itu, reputasi perusahaan sangat menentukan perkembangannya dalam menghadapi persaingan.

Reputasi dan citra memiliki perbedaan. Menurut KBBI, citra adalah rupa atau gambaran yang dimiliki orang banyak mengenai perusahaan atau produk (Poerwadarminta W. J. S, 1993). Menurut Kotler, citra merupakan respon konsumen pada keseluruhan penawaran yang diberikan perusahaan sebagai kepercayaan dan kesan masyarakat (Kotler et al., 2009). Dan menurut Nguyen Leblanc, citra merupakan kesan yang terbentuk di benak masyarakat tentang perusahaan (Nguyen & Leblanc, 2001). Faktor yang membuat citra perusahaan baik yaitu atribut suatu produk, keuntungan yang akan didapatkan konsumen, dan karakter dari brand atau merek. Citra perusahaan dapat dikatakan baik jika memiliki kriteria seperti mudah diingat, unik, dan iklan atau promosi yang dilakukan menarik.

Berbeda dengan citra, menurut Jatmiko disebutkan bahwa reputasi perusahaan dapat dibentuk dari beberapa aspek, yaitu kemampuan dari segi finansial, kualitas

produk dan pelayanan, keunggulan SDM, kehandalan, inovasi, tanggung jawab dan tata kelola perusahaan (Jatmiko, 2011).

Reputasi merupakan hasil penilaian terhadap sebuah perusahaan yang muncul akibat aktivitas yang dilakukan perusahaan dan bukan dalam waktu yang singkat. Sedangkan, citra merupakan kesan yang sengaja dibentuk oleh perusahaan umumnya melalui iklan atau promosi agar melekat di masyarakat. Misalnya, *Apple* memberi kesan teknologi yang inovatif, imaginatif, inspiratif dan cocok untuk gaya hidup. Maka dari itu, faktor mudah diingat, unik, dan promosi sangat penting dalam pembentukan citra yang baik. Citra dapat dibentuk dan diubah dalam waktu singkat, sedangkan reputasi memerlukan konsistensi untuk dapat dibangun dalam jangka waktu yang relatif lama. Misalnya, *unilever* bereputasi baik karna tidak pernah terlibat skandal.

Fauziah Rizki Yuniarti selaku pengamat ekonomi syariah dari INDEF mengungkapkan kekhawatirannya mengenai *merger*, seperti terjadinya pemutusan hubungan kerja (PHK) meskipun pemerintah berjanji tidak ada PHK dari proses merger ini, namun jika mengulas kebelakang pada tahun 1999, pada proses *merger* 4 bank menjadi Bank Mandiri saat itu hanya mempertahankan 63% dari total karyawan. *Merger* juga dapat menciptakan *diseconomies of scale* yaitu kesulitan berkomunikasi dan koordinasi antar manajemen bank hasil *merger* tersebut karna menggabungkan budaya yang kuat dari beberapa perusahaan besar memiliki kesulitan tersendiri. *Merger* juga dikhawatirkan dapat menciptakan monopoli bisnis di industri ini karena Bank Umum Syariah (BUS) yang semula berjumlah 14 berkurang menjadi 12. Oleh karena

itu, terdapat kemungkinan untuk eksploitasi *monopoly power* yang mengakibatkan memberi harga lebih tinggi kepada konsumen (Waluyo, 2020).

Wimboh selaku ketua Dewan Komisaris Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyatakan bahwa perkembangan keuangan dan ekonomi syariah di Indonesia masih kalah saing jika dibandingkan dengan layanan keuangan konvensional. Hal ini terbukti dari rendahnya *market share* perbankan syariah yang berarti masyarakat belum sepenuhnya memilih keuangan syariah. Hal ini dapat diakibatkan oleh akses produk yang terbatas, harga produk yang kurang kompetitif, dan kualitas yang lebih rendah (Sulaeman, 2021). Wimboh juga menambahkan, perbankan syariah perlu menyiapkan strategi seperti meningkatkan *value* baik itu dari segi *pricing* maupun pelayanan agar memiliki daya saing. OJK mengatakan bahwa perbankan syariah belum memiliki model bisnis ataupun produk yang signifikan, indeks literasi dan inklusi produk perbankan syariah masih rendah, hanya berfokus pada tujuan bisnis, teknologi informasi belum memadai, serta kuantitas & kualitas SDM kurang optimal. Hal inilah yang menjadi penyebab rendahnya *market share* perbankan syariah di Indonesia.

Salah satu risiko yang dapat menurunkan reputasi lembaga keuangan syariah yang sering terjadi yaitu kekecewaan nasabah terhadap sebuah Bank Syariah dan kemudian melakukan kritik secara langsung maupun tidak langsung seperti dari mulut ke mulut (*word-to-mouth*) serta melalui media massa. Bank Syariah memiliki risiko reputasi yang lebih berat jika dibandingkan Bank Konvensional karena nasabah menilai aspek operasionalnya serta aspek spiritualnya (Kompasiana.com, 2015).

Young Islamic Bankers (YIB) menyampaikan bahwa terdapat keluhan dari nasabah akibat migrasi atau perpindahan rekening pasca *merger*. Salah satu keluhan nasabah yaitu *downgrade* fitur rekening terutama pada nasabah ex-BNI Syariah seperti menu pada transaksi di ATM BNI tidak full lagi, tidak ada *free* transfer dari BNI ataupun tujuan BNI, dan tidak dapat bertransaksi di cabang BNI. Fitur gratis tarik tunai BSI hanya di ATM Mandiri, serta terdapat saldo minimum Rp.50.000,- menjadi keluhan para nasabah. Keluhan dari nasabah tersebut dapat menjadi salah satu risiko yang dapat menurunkan kepercayaan nasabah serta berpengaruh pada reputasi bank. Strategi migrasi yang dilakukan hanya sampai kepada operasional migrasi dan belum sampai kepada strategi produk untuk melakukan *best effort* meminimalisirkan perubahan fitur dan meningkatkan *benefit*. Kemudahan yang sebelumnya didapatkan oleh nasabah ex-BNI Syariah dengan banyaknya *e-commerce* dan *online shop* yang bersedia menggunakan *virtual account* BNI dan *free* biaya transaksi menjadi keluhan nasabah pasca *merger* khususnya nasabah ex-BNI Syariah (Walfajri, 2021).

Nasabah ex-BRI Syariah juga menyampaikan beberapa keluhan terkait BRIS online seperti transfer yang tidak masuk ke rekening, kesulitan log-in aplikasi, tidak dapat tarik tunai, bahkan ada kehilangan saldo secara tiba-tiba pada rekening. Kejadian eror seperti ini sering terjadi dan muncul pesan eror pada aplikasi. Ternyata, eror pada BRIS online disebabkan oleh *maintenance system* yang dilakukan pada layanan e-channel. Pemeliharaan sistem (*maintenance system*) menyebabkan beberapa transaksi pada BRIS online terkendala. Transaksi yang terkendala eror tersebut dapat kembali

pulih jika dari pihak bank telah menyelesaikan *maintenance system* tersebut (Zaenal, 2021). Keluhan nasabah seperti ini dapat menurunkan kepercayaan nasabah serta berpengaruh pada reputasi bank.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Widowati, 2018) dan (Ekawati, 2020) menyatakan bahwa reputasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung. Sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh (Umiyati & Syaima, 2018) menyatakan bahwa reputasi bank tidak berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah. Berdasarkan penelitian sebelumnya, terdapat beberapa perbedaan hasil (*research gap*), sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini.

Kota Yogyakarta merupakan salah satu kota di Indonesia yang sedang berkembang dan maju di bidang ekonomi syariah. Populasi penduduk kota Yogyakarta berjumlah 3,41 juta jiwa dan sebanyak 92,87% menganut agama Islam (*Badan Pusat Statistik*, n.d.). Berdasarkan data pada Badan Pusat Statistik persentase penduduk muslim di kota Yogyakarta adalah sebagai berikut:

Tabel 1. 1
Persentase Penduduk Agama Kota Yogyakarta

Kecamatan	Islam	Katholik	Kristen	Hindu	Budha	Jumlah
Mantrijeron	83,31	12,39	3,97	0,10	0,23	100
Kraton	84,57	12,56	2,77	0,10	0,00	100
Mergangsan	84,11	9,23	6,23	0,20	0,23	100
Umbulharjo	88,37	7,18	4,21	0,10	0,14	100
Kotagede	93,65	3,43	2,76	0,08	0,08	100
Gondokusuman	74,97	11,66	12,79	0,26	0,32	100
Danurejan	82,29	10,98	6,28	0,10	0,36	100
Pakualaman	77,93	15,25	6,24	0,27	0,31	100
Gondomanan	77,97	13,77	11,53	0,11	1,63	100
Ngampilan	84,75	8,80	5,74	0,24	0,47	100
Wirobrajan	80,82	14,55	4,29	0,14	0,20	100
Gedongtengen	76,53	13,86	8,31	0,14	1,16	100
Jetis	74,86	14,75	9,70	0,08	0,60	100
Tegalrejo	80,92	10,36	8,43	0,09	0,21	100
Kota Yogyakarta	82,39	10,62	6,52	2,01	0,35	100

Sumber: Dinas Kependudukan dan Capil Kota Yogyakarta

Dari data diatas dapat dilihat bahwa Kotagede merupakan kecamatan dengan pemeluk agama Islam terbanyak di kota Yogyakarta. Di Kotagede terdapat sebuah

kerajaan Islam yaitu Kerajaan Mataram Islam. Islam masuk ke Yogyakarta pada abad ke-10 melalui kerajaan Mataram Islam yang semula merupakan Kerajaan Mataram Hindu. Hal ini membuat penduduk asli yang semula menganut agama Hindu hijrah menjadi muslim. Sultan Agung memindahkan pusat kerajaan pada tahun 1613 ke karta (dekat pleret) kemudian berakhir di Kotagede sebagai pusat Kerajaan Mataram Islam hingga saat ini yang dibuktikan dengan Kerajaan Mataram yang berada di kawasan Kotagede sampai saat ini masih berjalan di beberapa kegiatan seperti kebudayaan dan keagamaan (*Sejarah, n.d.*).

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik tercatat jumlah penduduk Kotagede periode semester I 2021 adalah sebagai berikut:

Tabel 1. 2
Data Penduduk Kotagede Yogyakarta

Kelurahan	Total penduduk	Total Penduduk Islam
Rejowinangun	12.860	11.661
Prenggan	11.465	10.786
Purbayan	10.289	10.086
Jumlah	34.614	32.533

Sumber: Dinas Kependudukan dan Capil kota Yogyakarta

Dari data di atas, dapat dilihat bahwa 94% penduduk Kotagede Yogyakarta merupakan pemeluk agama Islam. Dengan mayoritas penduduk muslim, seharusnya kesadaran untuk menabung dan bertransaksi di Bank Syariah tinggi. Sebagaimana

diketahui dalam prinsip Islam jelas disebutkan bahwa transaksi riba itu dilarang oleh Allah swt. Seperti yang tercantum dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 275:

لَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ
ذَلِكَ 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

Artinya: “orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang sempoyongan karna kemasukan syaitan. Demikian itu terjadi karna mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal Allah swt. Telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapapun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba) lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah swt. Siapa yang mengulangi (transaksi riba) mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalam nya”.

Dari uraian di atas, penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI MASYARAKAT KOTAGEDE TENTANG REPUTASI BANK SYARIAH INDONESIA PASCA MERGER TERHADAP POTENSI MINAT MENJADI NASABAH”**.

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka permasalahan pokok dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh persepsi masyarakat Kotagede Yogyakarta tentang reputasi BSI pasca *merger* terhadap potensi minat menjadi nasabah BSI?

1.3.Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menggambarkan dan memaparkan pengaruh persepsi masyarakat Kotagede mengenai reputasi BSI pasca *merger* terhadap potensi minat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.

1.4.Manfaat Penelitian

Hasil yang dapat diambil dari penelitian ini yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam ekonomi syariah terkait minat menabung serta sebagai referensi penelitian selanjutnya yang berhubungan.

2. Manfaat Praktis

Bagi penulis diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman, serta bagi bank terkait dapat menjadi saran yang dapat dipertimbangkan untuk perkembangan Bank Syariah

1.5.Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan uraian mengenai isi secara singkat yang terdapat dalam masing-masing bab dari skripsi ini. Sistematika dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini akan berisikan latar belakang masalah yang memaparkan landasan pemikiran secara garis besar dari segi teori dan fakta yang ada untuk menjadi tujuan diadakannya penelitian ini. Rumusan masalah merupakan pertanyaan mengenai keadaan, fenomena, atau konsep yang membutuhkan jawaban melalui penelitian. Tujuan penelitian merupakan hal yang ingin dicapai melalui penelitian ini berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah. Sistematika penulisan merupakan uraian mengenai isi secara singkat yang akan dibahas pada setiap bab dalam skripsi ini.

BAB II: LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan diuraikan tinjauan teori, yang terdapat jabaran teori-teori yang menjadi dasar dalam perumusan hipotesis dan membantu dalam analisis.

Penelitian terdahulu adalah penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya terkait dengan penelitian ini. Hipotesis merupakan jawaban sementara atas masalah penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan diuraikan mengenai variabel penelitian serta definisi operasional seperti variabel independent dan variabel dependent. Populasi dan sampel merupakan obyek dalam penelitian ini. Dalam bab ini juga akan diuraikan mengenai Teknik pengumpulan data serta jenis dan sumber data.

BAB IV: ANALISIS DATA

Bab ini menjelaskan tentang deskripsi atau karakteristik data dan memuat uraian tentang hasil pengujian hipotesis. Dalam bab ini menjabarkan proses penelitian yang dilakukan dan membahas hasil dari penelitian yang dilakukan.

BAB V: PENUTUP

Pada bab ini akan diuraikan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, kritik dan saran yang dapat membangun, serta implikasi teoritis maupun implikasi praktis.

DAFTAR PUSTAKA

Pada bagian ini terdiri dari bukti-bukti terkait seperti nama penulis, judul tulisan, penerbit, identitas penerbit dan tahun terbit sebagai sumber rujukan.

LAMPIRAN

Bagian ini menampilkan dokumen tambahan yang dilampirkan sebagai dokumen pendukung.