

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Indonesia merupakan negara dengan populasi penduduk muslim terbesar di dunia. Berdasarkan data yang dilaporkan *World Population Review* tahun 2021 sekitar 231 juta masyarakat di Indonesia memeluk agama Islam (Zulfikar, 2023). Sebagai negara dengan populasi penduduk muslim terbesar di dunia, selanjutnya Indonesia bisa menjadi pionir perkembangan industri keuangan syariah di dunia. Maka dari itu, kehadiran akan industri keuangan syariah seperti perbankan syariah dapat berkembang lebih pesat.

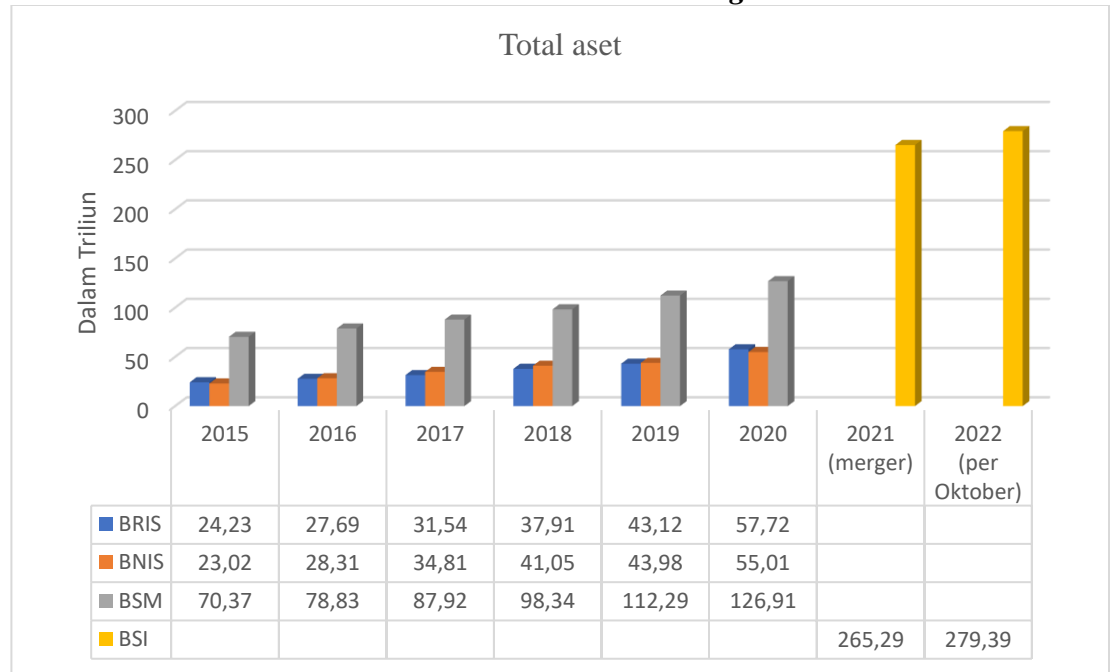
Tidak hanya mengenai jumlah populasi masyarakat muslim terbesar di dunia, pemerintah sendiri mengupayakan atau mendukung industri keuangan syariah dengan membentuk Komite Nasional Keuangan Syariah (KNKS) melalui Peraturan Presiden Nomor 91 Tahun 2016 tentang Komite Nasional Keuangan Syariah. Dukungan lain dari pemerintah ialah dengan membuat dan mengesahkan Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 mengenai perbankan syariah yang terbit pada 16 Juli 2008. Dengan disahkannya undang-undang ini, perbankan syariah memiliki landasan hukum dan berdampak bagi perkembangan industri keuangan syariah yang semakin pesat.

Kehadiran Undang-Undang tersebut juga menjawab kekhawatiran masyarakat mengenai fatwa haram sistem bunga atau riba yang diterapkan oleh

perbankan konvensional. Dalam Fatwa MUI No. 1 Tahun 2004 mengenai bunga, dijelaskan penerapan sistem bunga ini haram hukumnya dan ditegaskan pada ayat Al-Quran, salah satunya terdapat pada Surah Al-Baqarah ayat 275. Maka dari itu, dengan hadirnya industri perbankan syariah ini dapat menjawab kekhawatiran masyarakat tentang haramnya sistem yang diterapkan oleh perbankan konvensional yang dipandang tidak sesuai dengan ajaran Islam. Sehingga dengan disahkannya UU tersebut, perbankan syariah dalam aktivitasnya memiliki landasan hukum yang sesuai dengan koridor atau tuntunan syariah (OJK, 2017).

Kehadiran perbankan syariah sangat diharapkan untuk mengupayakan salah satu agenda pemerintah yaitu menjadikan Indonesia sebagai pusat ekonomi syariah terkemuka di dunia. Pada saat ini salah satu perbankan syariah terbesar di Indonesia ialah Bank Syariah Indonesia (BSI). Sebagai gabungan atau hasil dari *merger* tiga bank BUMN yaitu Bank Syariah Mandiri (BSM), Bank BRI Syariah, dan Bank BNI Syariah. Pendirian Bank Syariah Indonesia secara resmi lahir pada 1 Februari 2021. Penggabungan tiga bank ini memberikan kelebihan dari ketiga bank syariah sebelumnya, sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, dan kapasitas pemodalannya yang lebih baik. Berikut ini perbandingan total aset BSI sebelum dan sesudah *merger* dilakukan.

Gambar 1.1
Total Aset BSI Sebelum dan Sesudah Merger



Sumber: Annual Report BSI diolah (2022)

Berdasarkan data di atas, dapat diketahui pada tahun 2015-2020 Bank Syariah Mandiri unggul dalam total asset sebelum *merger*. Setelah merger dilakukan, BSI memperoleh total asset pada tahun 2021 sebesar 265,29 triliun rupiah, dan total asset per bulan Oktober 2022 menyentuh sebesar 279,39 triliun rupiah. Dengan total asset yang dimiliki, Bank Syariah Indonesia (BSI) menduduki jajaran top 10 bank secara nasional. Tepatnya diurutan nomor tujuh dan menjadi bank syariah satu-satunya. Kemudian jika dilihat dari Dana Pihak Ketiga (DPK) BSI menduduki urutan kelima dengan jumlah DPK sebesar Rp 244,66 triliun di tahun 2022. Pencapaian lain yang diraih BSI ialah pada tahun 2022 Bank Syariah Indonesia memasuki jajaran bank terbaik di Indonesia oleh

Majalah Forbes dan bank syariah satu-satunya yang masuk dalam lima besar (Media, 2022). Majalah Forbes pada tahun sebelumnya juga menempatkan Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam Daftar Bank Terbaik Dunia tahun 2021.

Di Yogyakarta sendiri, jumlah unit kantor Bank Syariah Indonesia (BSI) memiliki lebih dari 30 unit yang meliputi kantor cabang dan kantor cabang pembantu. Berdasarkan hasil wawancara reporter Harian Jogja kepada Ketua Dewan Pimpinan Wilayah (DPW) Asosiasi Bank Syariah Indonesia (Asbisindo) Daerah Istimewa Yogyakarta, Sukma Dwie Priardi menyebutkan secara umum DIY mengalami trend positif dan berhasil memiliki pertumbuhan yang lebih tinggi dibandingkan dengan rata-rata pertumbuhan industri perbankan syariah secara nasional. Berikut ini ialah data sebaran kantor BSI di sejumlah Kabupaten di Yogyakarta dibandingkan dengan bank syariah lainnya.

Tabel 1. 1
Data Jumlah Kantor BSI dibandingkan Bank Syariah lain Wilayah Yogyakarta

No	Kabupaten	Nama Bank	Jumlah
1	Kulon Progo	Bank Syariah Indonesia (BSI)	1
		Bank BTN Syariah	1
2	Sleman	Bank Syariah Indonesia (BSI)	12
		BPD DIY Syariah	2
		BTN Syariah	2
		Bank Mega Syariah	1
3	Bantul	Bank Syariah Indonesia (BSI)	4
		Bank Madina Syariah	2
		Bank Sinarmas Syariah	1
4	Gunung Kidul	Bank Syariah Indonesia (BSI)	2
		BPD DIY Syariah	1

5	Kota Yogyakarta	Bank Syariah Indonesia (BSI)	14
		Bank Bukopin Syariah	1
		Bank Panin Syariah	1
		Bank Mega Syariah	1
		BTN Syariah	1

Sumber: *Annual Report (2022)*

Berdasarkan data di atas, menjadi indikasi banyaknya nasabah BSI yang tersebar diseluruh Provinsi Yogyakarta. Dengan selisih yang berbeda jauh dengan bank syariah lainnya dapat disimpulkan bahwa apresiasi masyarakat Yogyakarta untuk menggunakan jasa BSI sangat dibutuhkan. Dengan begitu BSI sudah sepatutnya memberikan layanan terbaik kepada *stakeholders* terkhususnya nasabah BSI.

Merger yang dilakukan oleh tiga bank BUMN di atas (BRI Syariah, BNI Syariah, dan Mandiri Syariah) bukan menjadi satu-satunya lembaga keuangan yang melakukan beberapa penggabungan perbankan. Sebelumnya Bank Bapindo, Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, dan Bank Ekspor Import Indonesia juga melakukan merger yang menghasilkan Bank Mandiri hingga saat ini. Sebagai hasil penggabungan yang kompleks dan pada saat itu ditengah situasi ekonomi yang tidak stabil, pada dua tahun berturut-turut Bank Mandiri mencatatkan laba negatif. Hal ini disebabkan karena *bad assets* yang dimiliki oleh empat bank sebelum merger (Miftah & Wibowo, 2017). Hal demikian bisa dijadikan acuan Bank Syariah Indonesia agar tidak mengalami hal tersebut.

Kembali saat merger dilakukan, dampak yang dirasakan tidak hanya BSI tetapi berdampak juga pada nasabah. Dampak ini dapat terlihat bagi para

nasabah khususnya Ex-BRIS dan Ex-BNIS karena harus menyesuaikan dengan sistem Bank Syariah Mandiri. Sehingga nasabah bank BRIS dan BNIS harus melakukan migrasi rekening ke sistem Bank Syariah Mandiri. Sedangkan nasabah BSM tidak perlu migrasi layaknya nasabah ex BNIS dan BRIS karena telah menggunakan sistem yang sama dengan Bank Syariah Indonesia (BSI) (Sukardi, 2022).

Sejalan dengan pernyataan di atas, penggabungan beberapa lembaga keuangan syariah ini dapat menimbulkan penurunan loyalitas dan kepuasan nasabah. Pada penelitian yang dilakukan Sarah (2017) dalam Nurhalizah (2022) menyatakan pada saat merger para nasabah akan melewati proses migrasi yang dimana sering terjadi miskomunikasi antara nasabah dan pihak Bank. Berdasarkan laporan tahunan yang dikeluarkan Bank Syariah Indonesia (BSI) 2021-2022 jumlah nasabah DPK pada tahun 2021 sebanyak 17.966.481 dan pada tahun 2022 sebanyak 17.797.506. Dari data yang dilaporkan tersebut terjadi penurunan jumlah nasabah DPK dalam kurun waktu satu tahun. Hal demikian ini harus menjadi fokus utama pihak BSI untuk tetap mempertahankan nasabahnya. Karena dengan adanya penggabungan usaha ini tidak boleh berakibat pada penurunan kualitas yang diberikan untuk nasabah.

Demi mempertahankan loyalitas ini perbankan syariah yakni BSI sepatutnya melihat berbagai faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah. Karena loyalitas nasabah dapat dijadikan indikator dalam keberhasilan bank syariah dan membuat nasabah enggan untuk menggunakan jasa lain selain

dari bank syariah tersebut. Menurut Purnamasari & Darma (2018) loyalitas nasabah memiliki peranan yang penting bagi pihak bank karena dengan tidak beralih/bertahan menggunakan jasa bank akan berdampak positif berupa meningkatkan kinerja keuangan serta mempertahankan keberlangsungan operasional perbankan dalam jangka panjang.

Loyalitas merupakan komitmen yang ada pada diri seseorang untuk membeli ulang atau berlangganan dengan barang atau jasa yang disenangi secara berulang di masa yang datang (Nuraini, 2014). Loyal yang dimaksud ini ialah kemauan pada diri nasabah untuk memakai secara langsung produk atau jasa dan merekomendasikan kepada orang lain, dan enggan untuk beralih ke perbankan lain. Dengan demikian, ada beberapa aspek atau variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah. Dari beberapa literatur yang ditemukan, setidaknya ada empat variabel yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah.

Pertama, loyalitas nasabah dipengaruhi oleh variabel *sharia compliance*. *Sharia compliance* umumnya dipandang bagaimana perbankan syariah memenuhi prinsip syariahnya di setiap kegiatan usaha yang dilakukan. Pada penelitian oleh Okapiani & Anggraini (2022) menyatakan bahwa *sharia compliance* berpengaruh secara parsial terhadap variabel loyalitas. Berdasarkan hal tersebut, *sharia compliance* merupakan hal yang harus dijalankan khususnya bank syariah karena menyangkut kepercayaan dan karakter dari bank itu sendiri. Pelaksanaan *sharia compliance* yang semakin baik dalam

operasional bank syariah, membuat nasabah akan semakin percaya atau yakin terhadap semua transaksi yang dilakukan oleh bank. Hal ini berbanding terbalik jika bank tidak dapat memenuhi prinsip syariahnya maka nasabah akan kehilangan unsur pembeda dari bank-bank yang lain. Bertolak belakang dengan hasil temuan di atas, Iqbal dan Racmawati (2020) menyatakan bahwa *sharia compliance* tidak berpengaruh secara signifikan di Bank Syariah Indonesia.

Kedua, unsur lain yang mempengaruhi loyalitas adalah transparansi. Dengan adanya transparansi ini mendorong pihak bank untuk menyajikan informasi maupun data dengan akurat agar para pemangku kepentingan dapat meminimalisir segala sesuatu yang menyangkut operasional bank. Menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/33/PBI/2009 mengenai Pelaksanaan Good Corporate Governance, transparansi merupakan keterbukaan dalam mengemukakan informasi yang material dan relevan serta keterbukaan dalam proses pengambilan keputusan. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Ressay et al., (2018) menyatakan bahwa nasabah butuh transparansi berupa informasi yang akurat, jelas, serta kemudahan akses oleh nasabah. Namun pada temuan lain oleh Rukmiat et al., (2018) secara parsial transparansi tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Ketiga, unsur lain yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah ialah variabel kedekatan hubungan. Kedekatan hubungan ialah salah satu bentuk strategi bank untuk memperbesar pangsa pasar bank dengan jangkauan masyarakat yang lebih luas. Kedekatan yang terjalin ini didasarkan oleh prinsip

profesionalisme yang dimungkinkan nasabah merasa nyaman dan senang ketika menerima layanan yang diberikan. Hubungan yang terjalin baik seharusnya dapat memberikan nilai tambah melalui keterampilan dalam melayani dan melakukan pendekatan kepada nasabah. Kedekatan hubungan dapat dirumuskan dalam bentuk model konseptual dimana antara pegawai dapat membangun keramahan, kredibilitas, citra karyawan, dan kepuasan yang diberikan selama berhubungan dengan nasabah (Hansen, 2003). Temuan mengenai kedekatan hubungan ini didukung oleh Hanifah (2021) yang menyatakan kedekatan hubungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Namun berbeda dengan hasil temuan Kharuinnisak (2021) bahwa kedekatan hubungan berpengaruh namun tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Dari penjelasan berbagai variabel yang dapat mempengaruhi loyalitas di atas tidak terlepas dari adanya kepercayaan. Pentingnya kepercayaan tersebut dikarenakan perannya sebagai salah satu mediator kunci dalam pertukaran antar penjual (perbankan) dengan pembeli (nasabah) yang selanjutnya membangun kerja sama relasional, disamping komitmen (Juharsah et al., 2018). Kepercayaan sangat dibutuhkan dalam industri perbankan secara umum, khususnya perbankan syariah karena nasabah menaruh keyakinan yang besar terhadap perbankan bahwa perbankan akan mengelola atau menyimpan dana nasabah dengan aman. Tanpa adanya kepercayaan dari nasabah terhadap perbankan, maka perbankan akan kehilangan nasabahnya dan tidak dapat

bertahan di dalam persaingan bisnis. Penelitian yang dilakukan oleh Fatiya (2021) menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah.

Penjelasan hubungan yang meyakinkan kepercayaan diposisikan sebagai variabel moderasi untuk *sharia compliance* dan transparansi didukung penelitian terdahulu. Dimana penelitian yang dilakukan oleh Wardayanti (2011) menyebutkan dalam implementasi *sharia governance* harus merujuk pada prinsip atau nilai-nilai syariah, karena perbankan syariah sendiri merupakan lembaga yang sangat membutuhkan kepercayaan nasabah agar dipercaya oleh seluruh *stakeholders*. Sedangkan untuk meyakinkan kepercayaan diposisikan sebagai variabel moderasi dengan kedekatan hubungan diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Juharsah *et al.*, (2018) yang menyebutkan dalam dalam menjalin sebuah hubungan dengan loyalitas tidak terlepas dari kepercayaan pelanggan (nasabah).

Dari penjelasan beberapa variabel di atas, peneliti menuntaskan penelitian ini menggunakan *Theory of Planned Behavior* atau TPB. Dalam Bahasa Indonesia TPB berarti teori perilaku perencanaan dimana memiliki pengertian bahwa perilaku individu tidak semuanya di bawah kontrol penuh sehingga perlu ditambahkan konsep kontrol perilaku persepsian (Jogiyanto, 2007). Perilaku nasabah mengacu pada *Theory Planned of Behavior* (TPB) yang dikemukakan oleh Azjen (1991). Ia menyebutkan bahwa perilaku seseorang dibentuk oleh sikap, norma subjektif, dan *perceived behavioral*

control (PBC) yang membentuk niat. Kemudian niat ini akan membentuk perilaku seseorang, dalam hal ini adalah perilaku nasabah untuk loyal terhadap perbankan.

Berdasarkan uraian di atas, loyalitas nasabah dapat dipengaruhi oleh berbagai variabel. Selain itu, di setiap variabel terdapat perbedaan atau hasil temuan dari penelitian terdahulu. Maka dari itu, variabel yang akan digunakan merupakan variabel yang sering terdapat perbedaan hasil penelitian dan menimbulkan *gap* untuk digunakan dalam penelitian ini. Variabel yang dimaksud ialah *sharia compliance*, transparansi, dan kedekatan hubungan sebagai variabel independent, serta variabel kepercayaan sebagai variabel moderasi. Dengan demikian, berdasarkan fenomena tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam dengan judul **“Pengaruh *Sharia Compliance*, Transparansi, dan Kedekatan Hubungan Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Nasabah BSI Wilayah Yogyakarta).”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang di atas maka peneliti mengambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *sharia compliance* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI)?

2. Apakah transparansi berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI)?
3. Apakah kedekatan hubungan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI)?
4. Apakah *sharia compliance* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) dengan kepercayaan sebagai variabel moderasi?
5. Apakah transparansi berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) dengan kepercayaan sebagai variabel moderasi?
6. Apakah kedekatan hubungan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) dengan kepercayaan sebagai variabel moderasi?
7. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI)?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *sharia compliance* terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI).
2. Untuk mengetahui pengaruh transparansi terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI).
3. Untuk mengetahui pengaruh kedekatan hubungan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI).

4. Untuk mengetahui pengaruh *sharia compliance* terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) dengan kepercayaan sebagai variabel moderasi.
5. Untuk mengetahui pengaruh transparansi terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) dengan kepercayaan sebagai variabel moderasi.
6. Untuk mengetahui pengaruh kedekatan hubungan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) dengan kepercayaan sebagai variabel moderasi.
7. Untuk mengetahui pengaruh langsung kepercayaan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI).

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

a) Bagi Peneliti

Diharapkan menjadi lebih memahami secara mendalam tentang pengaruh *sharia compliance*, transparansi, dan kedekatan hubungan terhadap loyalitas nasabah BSI di Yogyakarta dengan kepercayaan sebagai moderasi.

b) Bagi Lembaga

Diharapkan penelitian ini memberikan penyajian bukti empiris tentang pengaruh *sharia compliance*, transparansi, kedekatan hubungan dengan kepercayaan sebagai moderasi terhadap loyalitas nasabah BSI

di Yogyakarta. Selain itu sebagai referensi Lembaga untuk meningkatkan loyalitas untuk nasabah.

2. Manfaat Praktis

Sebagai suatu pedoman untuk pihak Lembaga yakni Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam meningkatkan pelayanan dalam segi *sharia compliance*, transparansi, kedekatan hubungan, dan kepercayaan nasabah BSI di Yogyakarta agar nantinya dapat meningkatkan loyalitas nasabah dalam menggunakan produk/jasa yang digunakan.