

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perihal kegiatan perekonomian suatu negara selalu dikaitkan dengan aur pembayaran moneter, dimana sektor perbankan memegang peranan yang sangat strategis sebagai lokomotif perekonomian. Bank adalah lembaga keuangan yang menjalankan tiga fungsi utama, yaitu menghimpun dana masyarakat, menyalurkan modal kepada masyarakat, dan memberikan pelayanan kepada masyarakat (Khotimah, 2018). Bank Syariah merupakan lembaga intermediasi yang memberikan jasa keuangan kepada masyarakat dimana semua kegiatan bank ini dilakukan berdasarkan prinsip dan etika Islam sehingga bank ini tidak dikenakan pinjaman yang berat, bunga (bunga), tidak ada kegiatan spekulatif non-produktif seperti perjudian (maysir), tidak ada kegiatan yang dipertanyakan (gharar), tidak ada kata-kata yang tidak sah (bathil) dan hanya membiayai usaha yang halal. Dalam operasionalnya, bank syariah memberikan dan membebaskan imbalan berdasarkan prinsip perdagangan dan bagi hasil syariah, sehingga bank ini sering disamakan dengan bank bebas bunga (Toni, 2014).

Pencapaian serta kemajuan bank syariah bisa dilihat dari data Kinerja Keuangan Bank Umum Syariah (BUS) pada Januari 2022, total asset yang dimiliki mencapai 443.380 miliar dengan *Return on Asset* (ROA) 2,03% mencapai 9.000 miliar. Dibandingkan dengan total asset BUS pada Desember 2021 yang hanya mencapai 401.485 miliar dengan Return on Asset (ROA)

hanya 1,55% sejumlah 6.224 miliar (OJK, 2022). Hal ini merupakan hal yang baik untuk perbankan syariah sebagai pilar baru kekuatan ekonomi nasional dan mendorong Indonesia sebagai pusat ekonomi dan keuangan syariah global. Erick Thohir sebagai Menteri Badan Usaha Milik Negara (BUMN) memberikan pernyataan berupa rencana penggabungan atau merger bank syariah BUMN (Lida Puspaningtyas, 2020). Tujuannya agar total aset bank syariah BUMN semakin meningkat dan menjadi yang terbesar di Indonesia (CNN Indonesia, 2020). Tiga bank syariah BUMN telah melakukan penandatanganan *Conditional Merger Agreement* (CMA). Ketiga bank syariah yang dimaksud adalah BRI Syariah, BNI Syariah, dan Bank Syariah Mandiri. CMA adalah bagian awal dari proses merger tersebut. Sebagai informasi, aset BRI Syariah pada kuartal II 2020 sebesar Rp49,6 triliun, BNI Syariah Rp 50,78 triliun, dan Bank Syariah Mandiri Rp114,4 triliun (CNN Indonesia, 2020).

Bank hasil penggabungan dari tiga bank Syariah milik BUMN yakni PT Bank Syariah Mandiri, PT Bank BNI Syariah, dan PT Bank BRI syariah Tbk yang sekarang dikenal dengan sebutan Bank Syariah Indonesia resmi beroperasi pada 1 Februari 2021 lalu. Penggabungan ketiga bank tersebut bertujuan untuk mengoptimalkan potensi keuangan dan ekonomi syariah Indonesia sejalan dengan visi BSI yang ingin menjadi salah satu dari 10 bank Syariah terbesar di dunia dari sisi kapitalisasi pasar dalam lima tahun ke depan. Mengacu dari kinerja finansial tersebut, Bank Syariah Indonesia didukung oleh lebih dari 1.500 outlet dan lebih dari 2.400 jaringan ATM yang tersebar di seluruh Nusantara (Ulfa, 2021). Berdasarkan dari jumlah nasabah pembiayaan

BSI sampai Agustus 2021 di Yogyakarta sebanyak 2.574 nasabah (OJK, 2021). Capaian tersebut memberikan kemajuan bagi Bank Syariah Indonesia namun sangat disayangkan meskipun memiliki kemajuan yang cukup bagus bila dibandingkan dengan perbankan konvensional, jumlah nasabah BSI masih terbilang jauh lebih sedikit.

Masyarakat muslim Indonesia belum sepenuhnya tertarik untuk menggunakan jasa bank syariah, dikarenakan masyarakat masih meragukan transaksi syariah pada bank syariah. Sebab lain karena adanya kewajiban dari tempat bekerja untuk menggunakan bank konvensional. Fasilitas terkait kepentingan bisnis yang tidak dapat dipenuhi oleh bank syariah dimana sebagian besar dikarenakan pembatasan wewenang oleh peraturan perundang-undangan, belum adanya pengetahuan yang memadai tentang pentingnya transaksi syariah dari sisi agama dan juga belum ada rasa loyalitas yang dilakukan oleh nasabah. Nasabah yang loyal merupakan sarana *word-of-mouth* yang paling efektif karena menyampaikan kebaikan tentang produk yang digunakan dan merekomendasikan orang lain untuk mengikutinya (Mutafarida, 2013).

Meningkat atau menurunnya asset Bank Syariah Indonesia bisa dilihat dan bergantung pada loyalitas nasabah. salah satu faktor dari loyalitas nasabah adalah religiusitas. Salah satu unsur religiusitas adalah konsekuensi, pada hal ini semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang maka akan meningkatkan kualitas akidah, akhlak dan juga syariah seseorang. Religius seseorang diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupan manusia termasuk kegiatan bermuamalah. Oleh

karena itu, dasar utama agar nasabah tetap berlangganan menggunakan produk bank Syariah Indonesia bisa dilihat melalui faktor religiusitas, ketaatan dan pengetahuan nasabah tersebut (Yenti, 2020).

Informasi produk dan juga pengetahuan tentang prinsip Bank Syariah Indonesia (BSI) dapat memberikan gambaran kepada masyarakat untuk aktivitas ekonomi menabung dan meminjam sehingga dapat mempengaruhi loyalitas nasabah. Pengetahuan adalah segala macam jenis informasi yang didapatkan dan juga dimiliki konsumen tentang berbagai jenis produk dan layanan, dan informasi yang terkait dengan fungsinya, mereka sebagai konsumen. Salah satu penyebab rendahnya pemahaman terkait perbankan syariah adalah kurang gencarnya sosialisasi yang dilakukan Bank Syariah Indonesia. Apabila nasabah memiliki pengetahuan yang memadai dan luas, maka akan secara otomatis berpengaruh terhadap pengambilan keputusan termasuk saat bertransaksi, nasabah akan menjadikan Bank Syariah Indonesia sebagai pilihan utamanya sebagai sarana bermuamalah. Selain itu, pengetahuan juga membuat konsumen menjadi lebih efisien dan akurat ketika mengolah informasi dan lebih mampu menyaring informasi. Hasil penelitian milik Alyssa (2014) memperlihatkan bahwa pengetahuan konsumen yang bertambah akan mempengaruhi kepercayaan masyarakat dalam menggunakan produk bank syariah dan akan secara otomatis meningkatkan minat dan loyalitas nasabah.

Saat ini, nasabah semakin kritis terhadap ketersediaan kualitas layanan yang ada di bank, baik dari pelayanan dari pihak bank, maupun macam-macam layanan yang dapat mempermudah nasabah setiap melakukan transaksi. Yang

tidak kalah pentingnya ialah adalah fasilitas perbankan yang menjadi kepentingan utama nasabah untuk mempermudah transaksi, mulai dari transfer antar rekening, tarik tunai via ATM, seluruh ruang tunggu dan fasilitas penunjang transaksi. Fasilitas yang diberikan oleh bank diharapkan dapat memenuhi kebutuhan nasabah. Fasilitas *e-banking* menjawab tuntutan nasabah yang menginginkan layanan cepat, aman, nyaman, murah, tersedia 24 jam serta dapat diakses dimana saja. Nasabah menginginkan transaksi keuangannya dilakukan dengan cepat, efektif dan efisien serta aman, nyaman dan mudah dilakukan kapanpun dan dimanapun dapat dipuaskan melalui fasilitas yang dimiliki perbankan yaitu fasilitas *electronic banking (e-banking)*. Perubahan perilaku pengguna produk dan jasa perbankan menyebabkan perbankan ikut berubah. Perubahan mendasar dari industri perbankan adalah perpindahan dari bank tradisional menjadi *electronic banking (e-banking)*.

Temuan penelitian sebelumnya ada yang terbukti berpengaruh dan ada yang terbukti tidak berpengaruh. Mendasari variabel bebas religiusitas, pengetahuan dan kualitas layanan tentang bank syariah digunakan kembali untuk penelitian ini. Prediksi religiusitas masyarakat, pengetahuan tentang Bank Syariah Indonesia dan kualitas layanan transaksi menabung, meminjam di Bank Syariah Indonesia untuk berbagai kegiatan usaha serta aktivitas ekonomi. Masalah utama loyalitas menabung berdasarkan data jumlah nasabah peningkatannya belum optimal menggunakan Bank Syariah Indonesia. Masyarakat muslim Indonesia belum sepenuhnya mengetahui keuntungan dan fasilitas Bank Syariah Indonesia. Berdasarkan masalah tersebut, akan

dilakukan penelitian: “Pengaruh Relegiusitas, Pengetahuan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Menabung di Bank Syariah Indonesia”.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian sebagai berikut:

1. Apakah relegiusitas berpengaruh terhadap loyalitas nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia?
2. Apakah pengetahuan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia?
3. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh relegiusitas terhadap loyalitas nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia.
2. Untuk menganalisis pengaruh pengetahuan terhadap loyalitas nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, hasil penelitian ini diharapkan dapat tercapai antara lain manfaat dan kegunaan sebagai berikut:

1. Teoritis

- a. Bagi akademisi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada para akademisi bahwa loyalitas menabung di Bank Syariah Indonesia dapat diprediksi oleh agama, pengetahuan, dan kualitas layanan mengenai Bank Syariah Indonesia.
- b. Bagi peneliti, penelitian ini bisa menjadi pengalaman terkait pertumbuhan nasabah Bank Syariah Indonesia terkait dengan Loyalitas Tabungan Bank Syariah Indonesia.

2. Praktis

- a. Bagi perbankan, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam operasional perbankan dan juga dapat digunakan sebagai dasar untuk menilai dampak agama, pengetahuan dan perlengkapan terhadap loyalitas simpanan Bank Indonesia Syariah.