

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Kemajuan dan perkembangan perbankan dewasa ini terjadi dengan cepat. Inilah reaksi berasal perubahan ekonomi di masyarakat, jadi disaat-saat seperti sekarang ini dalam dunia perbankan ada persaingan yang sangat ketat terutama pada hal simpati dan perhatian masyarakat, sehingga ingin menjadi nasabah bank tersebut. Bank adalah entitas keuangan yang tujuan utamanya adalah untuk menawarkan kredit dan layanan yang terkait dengan aliran pembayaran dan peran uang; maka, bank memiliki cakupan yang luas, bahkan dapat digunakan untuk membandingkan tingkat kesehatan bank yang berbeda (Christiano et al., 2015). Item bank yang berbeda diberikan dengan kantor yang berbeda dan kenyamanan yang ditujukan untuk menarik pendapatan secara terbuka untuk memanfaatkan administrasi bank, selain itu sifat administrasi bank juga difokuskan untuk loyalitas konsumen. Untuk itu masyarakat umum dapat menentukan administrasi perbankan sesuai dengan kebutuhannya dan barang-barang bantuan yang tersedia di bank, saat ini, karena semakin banyak orang memahami keunggulan dan elemen bank yang dapat menunda pembayaran angsuran atau penukaran uang, mereka memilih bank secara lebih spesifik.

Dengan disahkannya UU no. 10 tahun 1998 perihal revisi UU Perbankan no. 7 Tahun 1992, menstimulus munculnya lembaga penyimpan uang berfatwa non riba di Indonesia, Diawali dengan lahirnya Bank Muamalat tahun 1991 yang diikuti dengan bank-bank lain. Selanjutnya untuk lebih memperkuat dan menjelaskan lebih lanjut tentang praktek bank berbasis syariah, lalu terjadi pengesahan Undang-Undang pada tahun 1998 mengenai UU no. 10 Tahun 1998 perihal perubahan atas UU no. 7 Tahun 1992. Peluang ini dimanfaatkan untuk transisi penuh dari perbankan tradisional ke bisnis syariah. Pembukaan Bank dan Cabang Syariah.

Perbankan Islam adalah sebuah yayasan perantara yang menawarkan jenis bantuan moneter kepada masyarakat di mana setiap pelaksanaannya diselesaikan tergantung pada moral dan standar Islam. Produk perbankan syariah serupa namun

tidak identik dengan produk perbankan tradisional karena adanya larangan seperti meysir, galar, riba, haram, liswa (suap) dan batil. Oleh karena itu, bank syariah harus memastikan bahwa semua produk yang mereka jual bebas dari hal-hal terlarang tersebut (Najib, 2017).

Pada saat ini, bank syariah sudah tersebar ke berbagai provinsi di Indonesia walaupun jumlahnya masih sedikit. Pada kenyataannya di lapangan, sektor jasa keuangan masih didominasi oleh bank umum bukan syariah/konvensional padahal kebanyakan penduduk kita adalah muslim. Kondisi ini diduga diakibatkan oleh beberapa faktor di antaranya faktor lokasi, kepercayaan, pengetahuan, promosi, kualitas pelayanan, dan lainlainnya. Minat menabung memiliki pengertian tersendiri dan mungkin disebabkan oleh beberapa elemen. Pada kasus ini, minat menabung merupakan dorongan seseorang yang menyebabkan seseorang tersebut menyimpan uangnya di bank yang hanya menerima penarikan menurut kondisi tertentu yang disepakati antar bank dengan nasabah. Menurut Assael dalam (Putri et al., 2019) menjelaskan minat menabung ini terkait kecenderungan pelanggan untuk memilih produk atau jasa melakukan suatu tindakan yang berkaitan dengan pilihan tingkat kemampuan untuk menggunakan jasa simpanan.

Hingga bulan September 2021 jumlah rekening perbankan Syariah berdasarkan Dana Pihak Ketiga di Indonesia anda dapat melihatnya pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. Jumlah Rekening Tabungan Perbankan Syariah 2021

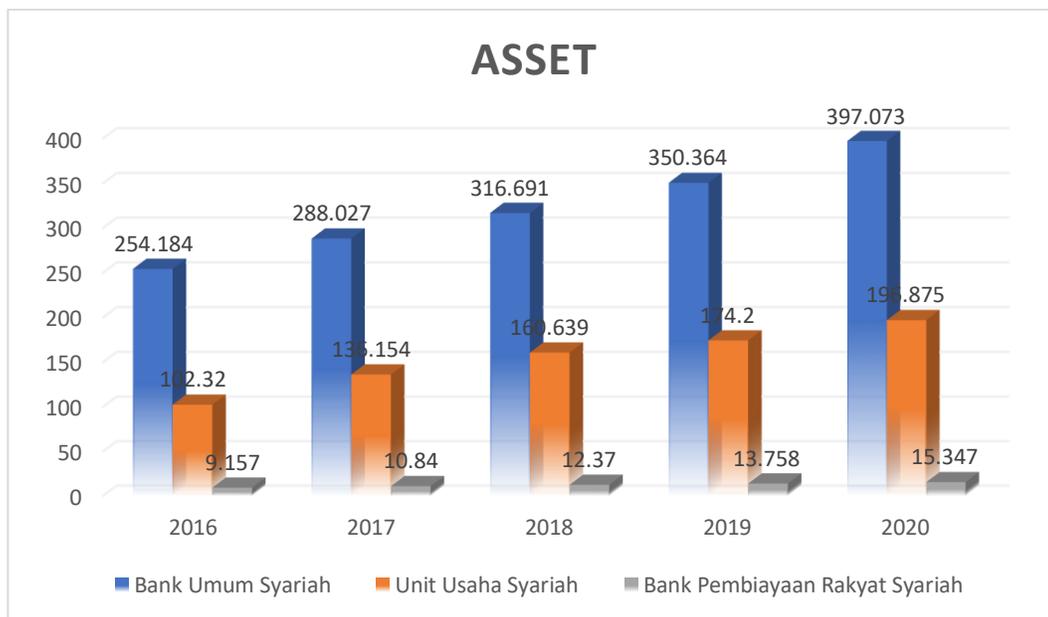
Dana Pihak Ketiga	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September
Tabungan / iB	20.65	20.84	21.06	21.50	22.50	23.91	23.05	22.88	23.33
<i>Saving Deposits</i>	0.708	4.434	9.488	6.376	9.892	1.796	8.541	3.438	0.809
<i>Wadia</i>									
Tabungan./Savi	15.23	15.29	15.42	15.64	16.10	16.63	16.33	16.21	16.31
<i>ng.Deposits</i>	3.097	1.656	1.839	0.289	7.382	2.706	2.295	4.061	0.147
Tabungan./Savi									
<i>ng.Deposits</i>									

Sumber: Statistik Perbankan Syariah September 2021 (OJK, 2021a)

Berdasarkan tabel jumlah rekening tabungan perbankan Syariah diatas jumlah rekening tabungan bank syariah masih jauh dari jumlah rekening tabungan pada bank umum tradisional dengan jumlah sebanyak 352.728.934 rekening, hal tersebut menyebabkan gap dimana saat ini negara dengan muslim terbanyak di dunia tidak lain adalah Indonesia, dimana saat ini terdapat lebih mulai sejak 207 juta muslim yang menetap di Indonesia (Portal Informasi Indonesia, 2020).

Bank syariah adalah bank yang menerapkan sistem bagi hasil dengan alasan seperti diperlukan tingkat yang sangat tinggi pada kepercayaan antara bank dengan nasabahnya (Trimulato, 2021). Seandainya klien telah memasukkan sumber daya ke dalam investasinya, mereka akan mulai dan mendaftarkan untuk permohonan pembiayaan. Pada tingkat tersebutlah, keadaan administrasi keuangan Islam patut dipertimbangkan. Administrasi harus menjadi tahap awal untuk menarik keuntungan klien dan dilakukan tergantung pada metodologi yang benar-benar ketat. Perbankan tanpa keraguan menawarkan jenis bantuan yang penting dan berharga bagi daerah setempat.

Bank Syariah di Indonesia belum ada banyak kemajuan dalam sejumlah perian terakhir. Mengingat kemajuan harta perbankan syariah selama lima tahun terakhir terlihat melambat. Di bawah Ini adalah taraf perkembangan aset perbankan berfatwa non riba di Indonesia dari tahun 2016-2020.



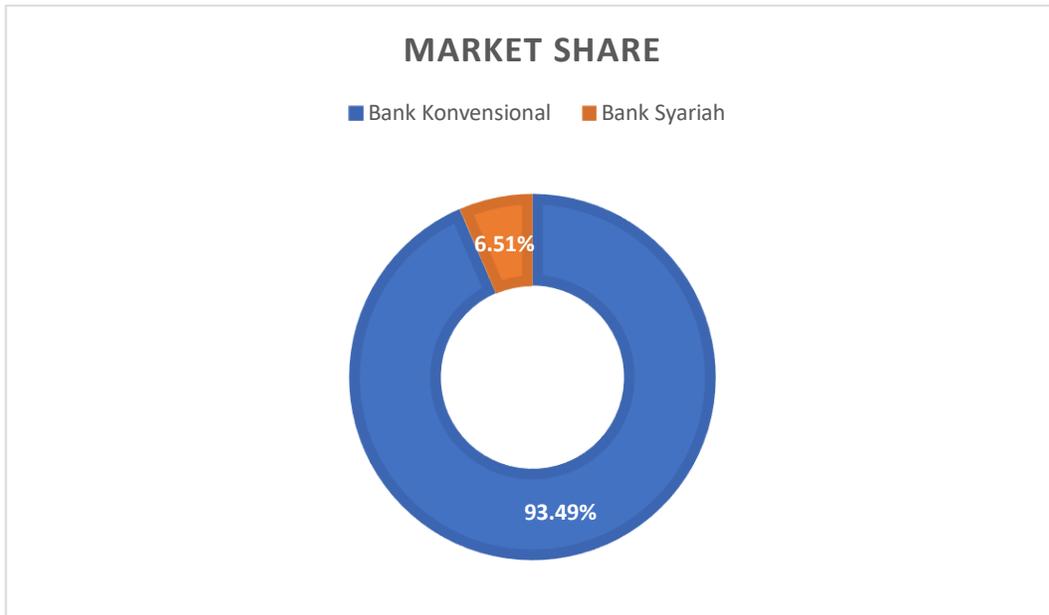
Gambar 1 Aset Perbankan Syariah dari tahun 2016-2020

Sumber: Statistik Perbankan Syariah (OJK, 2020)

Paparan diagram gambar 1 diatas dapat terlihat sebetulnya pertumbuhan aset bank syariah cenderung melambat setiap tahunnya. Dengan kata lain, hanya tumbuh 20% pada 2016, 18% pada 2017, 12% pada 2018, dan hanya 9% pada 2019 dari tahun sebelumnya. Namun pada tahun 2020 Bank Syariah menyumbang 33,80% dari total aset keuangan syariah mampu mencapai pertumbuhan positif sebesar 13,11% (YoY).

Ini pemikiran yang sangat disayangkan tentang kemampuan ekonomi syariah Indonesia yang sangat besar. Namun, situasi ini juga mengungkap potensi pengembangan ekonomi syariah untuk memberikan dampak positif bagi keseimbangan ekonomi nasional. Diantaranya adalah pengembangan produk busana muslim mendukung produk ekspor utama Indonesia, yaitu industri tekstil dan pakaian jadi. Sementara itu, perkembangan wisata Islam-sentris telah sesuai dengan perluasan kawasan industri perjalanan, yang menyeimbangkan perdagangan jasa. Karena itu,

ekonomi syariah menjadi keuntungan komparatif perekonomian nasional (Komite Nasional Keuangan Syariah, 2018).



Gambar 2 *Market Share* perbankan 2020

Sumber: Snapshot Perbankan Syariah (Otoritas Jasa Keuangan, 2020)

Berdasarkan diagram *market share* perbankan 2020 diatas, perbankan syariah hanya menguasai 6,51% pangsa pasar perbankan, hal tersebut masih jauh jika dibandingkan dengan bank konvensional yang menguasai 93,49%. Indonesia merupakan negara populasi muslim terbesar di planet ini, penduduk muslim besar didunia tetapi pangsa pasar kecil, syarat ini menerangkan bahwa tinggi rendahnya kepercayaan masyarakat muslim terhadap perbankan dengan fatwa non riba sebagai tujuan investasi masih relatif rendah. Hasil pengujian dapat dijelaskan pada uraian berikut. Erol dan El-Bdour (1989) didalam (Iskamto, 2017), analis keuangan Islam pertama ini mengarahkan eksplorasi di Yordania dan menemukan bahwa agama berasal dari inspirasi prinsip yang mendorong klien menggunakan bank syariah. Anggota keluarga dan tetangga berperan penting dalam memperluas keakraban pelanggan dengan informasi keuangan Islam. Sementara itu, penelitian Erol, Kaynak

Ihwan Aindi Syaifullah,2021

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, BRAND IMAGE, DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT MASYARAKAT JABODETABEK PADA BANK SYARIAH

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Ekonomi Syariah
[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

dan E-IbDour (1990) didalam (Iskamto, 2017) menemukan bahwa pelayanan menjaga reputasi, citra dan kerahasiaan bank secara cepat dan efisien merupakan faktor penting bagi nasabah ketika memilih bank syariah.

Literasi keuangan bisa diartikan seperti pengetahuan tentang pengelolaan rupiah. Lebih tinggi level pendidikan keuangan yang dipunyai seseorang, maka semakin masuk akal perilaku keuangan dan pengelolaan keuangan yang efektif yang dimiliki seseorang (Afandy & Niangsih, 2020). Menurut OJK pada tahun 2013 melalui survei yang mereka lakukan, strata pengetahuan keuangan masyarakat Indonesia terbagi menjadi empat bagian berikut, sehingga sangat perlu dilakukan edukasi untuk meningkatkan literasi keuangan.

Selain literasi keuangan hal yang menjadi indikator atau pertimbangan masyarakat dalam menyimpan dananya di perbankan adalah citra perusahaan atau disebut juga *brand image*. *Brand image* adalah penggambaran masyarakat yang terkait dengan suatu perusahaan atau produk. Citra produk yang baik membantu bisnis karena pembeli tanpa diketahui meresepkan barang ke orang lain. Sebaliknya, image buruk suatu produk menciptakan informasi yang buruk bagi konsumen dengan menyebarkannya kepada orang lain (Ksatriyani, 2019).

Eksplorasi tentang hal yang sama telah diselesaikan oleh beberapa spesialis masa lalu yang berbicara tentang premi dalam menyimpan uang di bank syariah. Pertama dilakukan penelitian sejenis oleh (Ramdani, 2020) Hasil dari riset ini menunjukkan bahwa literasi keuangan dan *word of mouth* memiliki dampak paling besar pada minat pelajar sekolah menengah atas untuk menggunakan bank syariah. Hasil yang lain juga menunjukkan bahwa pengaruh signifikan terhadap minat dari variabel *digital marketing* dan *brand image* generasi z menggunakan bank syariah.

Selain penelitian diatas, penelitian dengan topik utama yang serupa dilakukan oleh (Mujaddid & Nugroho, 2019). Hasil tersebut bisa memberi kesempatan bagi bank syariah untuk memperkuat pengenalan kepada kelompok orang Muslim yang tidak memiliki ide *foggiest* tentang bank syariah dan sosialisasi kepada masyarakat salah satunya dengan cara mendukung kegiatan syariah seperti pengajian, musyawarah taqlim dan menginformasikan tentang bank syariah pada ustadz. dan sosialisasi. Kami

menjalankan kampanye. Untuk transfer tabungan di bank syariah. Pengujian yang dilakukan ini menghasilkan adalah Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan dan Agama pada saat yang sama (simultan) memiliki dampak minat menabung yang signifikan dari bank syariah.

Dalam penelitian (Zakaria, 2020). Berkesimpulan bahwa faktor agama, pelayanan, literatur keuangan, dan bagi hasil secara signifikan mempengaruhi pendapatan mahasiswa dalam menabung di bank syariah. Setengah jalan, variabel ketat, administrasi, dan penulisan moneter tidak mempengaruhi pendapatan mahasiswa dalam menabung di bank syariah. Sedangkan variabel bagi hasil mempengaruhi pendapatan mahasiswa dalam menabung di bank syariah. Konsekuensi dari tinjauan ini adalah bahwa faktor ketat, kantor administrasi, pendidikan moneter dan pembagian manfaat secara bersama-sama mempengaruhi minat siswa untuk menabung.

Area komparabilitas dalam survei ini dibandingkan dengan penelitian sebelumnya adalah pada variabel terikat yang merupakan subjek utama percakapan. Adapun yang membedakannya adalah pada variabel lain yang mempengaruhi dan pada subjek penelitian yaitu masyarakat Jabodetabek, dimana pada penelitian ini menggunakan variabel literasi keuangan, *brand image* dan religiusitas.

Merujuk penjabaran di atas latar belakang, peneliti bermaksud untuk melaksanakan penelitian dengan tajuk pengaruh literasi keuangan, *brand image* dan religiusitas terhadap minat menabung masyarakat jabodetabek pada bank syariah.

I.2 Rumusan Masalah

Mengingat dasar masalah yang digambarkan, rumusan masalah dalam ulasan ini adalah:

1. Bagaimana dampak Literasi Keuangan terhadap minat kelompok masyarakat Jabodetabek untuk menabung di bank syariah?
2. Bagaimana dampak *Brand Image* terhadap minat kelompok masyarakat Jabodetabek untuk menabung di bank syariah?
3. Bagaimana dampak Religiusitas terhadap minat kelompok masyarakat Jabodetabek untuk menabung di bank syariah?

4. Bagaimana dampak sekaligus Literasi Keuangan, *Brand Image*, Religiusitas terhadap minat kelompok masyarakat Jabodetabek untuk menabung di bank syariah?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dampak Literasi Keuangan terhadap minat masyarakat Jabodetabek untuk menabung di bank syariah
2. Untuk mengetahui dampak *Brand Image* terhadap minat masyarakat Jabodetabek untuk menabung di bank syariah
3. Untuk mengetahui dampak Religiusitas terhadap minat masyarakat Jabodetabek untuk menabung di bank syariah
4. Untuk mengetahui dampak Literasi Keuangan, *Brand Image* dan Religiusitas sekaligus terhadap minat masyarakat Jabodetabek untuk menabung di bank.

I.4 Manfaat Hasil Penelitian

Berlandaskan tujuan penelitian di atas, peneliti mengkategorikan manfaat penelitian ini serupa berikut:

1. Aspek Teoritis

Hasil tinjauan diharapkan menjadi mengambil bagian positif dalam rencana pendidikan masalah keuangan syariah, khususnya di bidang uang dan perbankan syariah, dengan berfokus pada sudut pandang yang dapat mempengaruhi premi dalam menyisihkan sesuatu untuk kelompok masyarakat Jabodetabek di bank syariah.

2. Aspek Praktis

- a. Bagi Industri Perbankan Syariah

Hasil analisis ini didedikasikan untuk memberikan informasi dan manfaat kepada peserta di sektor perbankan syariah dalam mengembangkan metodologi dan pilihan apa yang akan diambil ditentukan oleh peserta perbankan syariah untuk

bersaing di ekosistem perbankan syariah global. perkembangan inklusi perbankan syariah di Indonesia.

b. Bagi Masyarakat Umum

Hasil analisis ini dimaksudkan untuk memberikan dukungan data kepada masyarakat umum tentang bagaimana pengaruh literasi keuangan syariah, *brand image*, dan religiusitas dapat berdampak signifikan terhadap minat menabung masyarakat di perbankan syariah.