

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Kehidupan manusia di era globalisasi sekarang ini tidak terlepas dari adanya perekonomian dalam kegiatan sehari-hari. Peran perekonomian ini berguna dalam menunjang segala keperluan dan kebutuhan manusia sehingga dalam perekonomian diperlukan adanya pengembangan dalam segi teknologi, sistem, dan model perekonomian itu sendiri. Salah satu pengembangan perekonomian tersebut ialah dengan munculnya perekonomian berbasis syariah atau yang lebih dikenal dengan ekonomi Islam. Pengembangan dari perekonomian berbasis syariah ini menciptakan adanya lembaga perbankan dengan sistem yang merujuk pada aturan Islam yang disebut dengan perbankan syariah.

Kehadiran perbankan syariah di Indonesia pada tahun 1990-an, kala itu banyak perusahaan yang mengalami pro dan kontra dalam proses pengembangan hukum ekonomi syariah melalui perbankan syariah di Indonesia (Suparyanto, 2018). Tentu banyak kendala yang dihadapi dalam prosesnya dalam awal perjalanan perbankan syariah dari tahun 1992 hingga 1998 hanya terdapat satu bank umum syariah yang beroperasi dan bank perkreditan rakyat syariah saat itu hanya ada 78 bank yang aktif. Berdasarkan UU No. 10 Tahun 1998, pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia mengalami perubahan dari hari ke hari, dengan ciri khas terbentuknya perbankan syariah dengan sistem *dual banking* (Umam, 2016). Indonesia percaya pada sistem *dual banking* yaitu penerapan praktek lembaga berbasis syariah dan lembaga berbasis konvensional secara bersamaan. Apabila dilakukan perbandingan dengan lembaga keuangan syariah lain maka industri perbankan sudah lebih berkembang (Wiliasih & Shadrina, 2017).

Perbankan syariah menjadi terkenal bahkan di kalangan bank konvensional pasca krisis moneter 1997-1998. Krisis moneter menyebabkan banyak bank konvensional bangkrut, dan para bankir mencari alternatif guna menemukan layanan perbankan dengan sistem syariah (Fadhilla, 2018). Selain itu dalam perbankan syariah juga menerapkan sistem bebas bunga (riba) dalam transaksi apapun sehingga dalam perbankan syariah hanya terdapat sistem yang disebut bagi

hasil dimana keuntungan antara nasabah dan bank sudah melalui kesepakatan dan itu juga yang menjadi faktor dari alasan mengapa perbankan syariah dapat bertahan dari krisis moneter pada saat itu.

Terdapat dua tipe perbankan di Indonesia yaitu perbankan syariah dan perbankan konvensional, yang dimaksud dengan perbankan syariah merupakan bank yang beroperasi dengan prinsip syariah Islam dan bank yang tata cara beroperasinya mengacu kepada ketentuan-ketentuan Al-Qur'an dan Hadits sedangkan perbankan konvensional menurut pasal 1 ayat 3 Undang-Undang No. 10 tahun 1998 dengan menghilangkan kalimat “dan atau berdasarkan prinsip syariah”, yaitu bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran (Neldawati, 2018). Kendati demikian tidak cukup hanya dengan memajukan perbankan syariah berdasarkan aspek hukum namun juga harus mengarah kepada pasar atau publik sebagai pemakai jasa (konsumen) lembaga perbankan (Sandria, 2018). Perbankan syariah tidak hanya fokus pada sistem transaksi perbankan nya saja namun juga meliputi berbagai macam produk dan akad dalam produk non-bank nya yang dapat dijadikan pilihan oleh konsumen dalam menentukan ingin menggunakan pelayanan seperti apa dalam lembaga perbankan berbasis syariah ini.

Eksistensi perbankan syariah maupun bank konvensional biasanya memiliki cara strategis sebagai lembaga perantara dan melakukan pelayanan pada bisnis pembayaran, namun jenis kedua bank tersebut dapat berpengaruh atas preferensi calon nasabah guna memilih di antara dua bank. Selain itu, sikap nasabah terhadap perbankan dapat dipengaruhi oleh pandangan masyarakat terhadap karakteristik bank itu sendiri (Sandria, 2018). Karakteristik perbankan syariah sendiri terbilang cukup menonjol karena terlihat adanya berbagai macam perbedaan mulai dari sistem yang dirujuk hingga pelayanan serta dari sumber daya manusia nya yang disini merupakan karyawan yang dimana bagi karyawan wanita diharuskan menutup aurat dengan kerudung sehingga dengan begitu dapat menandakan ciri khas mereka bahwa mereka adalah karyawan dari lembaga perbankan syariah.

Pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia kini terbilang cukup cepat. Akan tetapi, dalam pertumbuhan yang baik ini muncul berbagai kesulitan. Faktanya menunjukkan bahwa masih banyak perbankan syariah yang sumber daya

manusia nya kurang memiliki pengetahuan syariah baik pada tingkat lokal dan nasional. Selanjutnya, masyarakat masih berfikir bahwa perbankan syariah tidak ada bedanya dengan bank konvensional dikarenakan inovasi dari produk perbankan syariah yang masih tergolong kurang dan cabang kantor yang masih sedikit di sejumlah tempat (Fathurrahman & Azizah, 2018).

Perkembangan perbankan syariah tidak terlepas dari pengetahuan masyarakat terhadap bank syariah itu sendiri baik dalam jasa dan produknya. Pengetahuan masyarakat dapat diukur melalui tingkat indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia yang mencapai 38,03% dan untuk indeks literasi keuangan syariah hanya sebesar 8,93% (Otoritas Jasa Keuangan, 2019). Rendahnya tingkat indeks literasi masyarakat terhadap jasa dan produk perbankan syariah yang juga menyebabkan pangsa pasar perbankan syariah masih tertinggal jauh dengan bank konvensional.

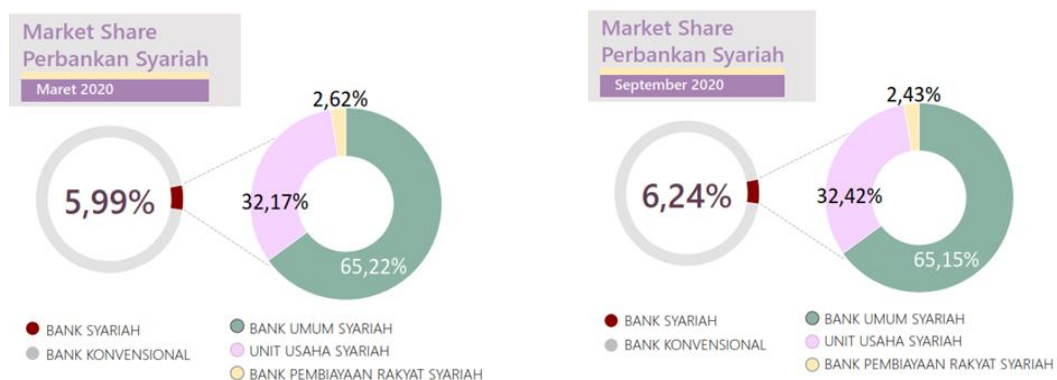
Industri perbankan syariah meskipun memiliki potensi besar namun masih dapat dikatakan kurang berkembang. Salah satu pendorong produk syariah dinilai kalah bersaing dengan produk konvensional, perbankan syariah masih tertinggal jauh dalam keterampilan pasar atau pangsa pasar perbankan nasional. Pangsa pasar perbankan syariah di Indonesia hanya 5,0% dan saat ini hanya terdapat 12 bank syariah di Indonesia (Muflihini, 2019). Pangsa pasar yang masih tertinggal jauh menjadikan perbankan syariah terus meningkatkan produk dan jasanya dengan melakukan pemasaran dan sosialisasi serta memanfaatkan potensi yang sudah ada di DKI Jakarta karena nilai aset terbesar perbankan syariah paling besar berada di DKI Jakarta sebesar 55,83%, berikutnya Jawa Barat 8,50%, diikuti Nanggroe Aceh Darussalam 4,91% dan Jawa Timur 5,96% (OJK, 2020). Wilayah DKI Jakarta merupakan ibu kota sekaligus kota terbesar di Indonesia yang memiliki potensi untuk perkembangan perbankan syariah mengingat jumlah penduduk DKI Jakarta sebanyak 10.374.200 jiwa dan 83% dari penduduk DKI Jakarta beragama muslim (Zulfison et al., 2020).

Menurut Badan Pusat Statistik jumlah penduduk usia produktif di DKI Jakarta pada tahun ini diprediksi mencapai 7,46 juta jiwa atau sekitar 71% dari total populasi. Penduduk usia produktif merupakan penduduk yang berusia dimana seseorang mampu bekerja untuk mencukupi kebutuhan hidupnya dengan rentang

usia 15-64 tahun. Sesuai dengan jumlah usia produktif yang lebih mendominasi daripada usia tidak produktif ini, diharapkan dapat di manfaatkan oleh perbankan syariah untuk meningkatkan *market share* dengan menargetkan pangsa pasar keuangan syariah bagi penduduk usia produktif (BPS, 2021).

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia sudah menunjukkan adanya peningkatan pesat dengan dilakukannya merger pada tanggal 1 Februari 2021 oleh tiga bank syariah milik BUMN. Proses merger tersebut melibatkan PT Bank BRIsyariah Tbk, PT BNI Syariah, dan PT Bank Mandiri Syariah. Bank hasil merger memiliki nama baru yakni PT Bank Syariah Indonesia Tbk. Penggabungan usaha ketiga bank tersebut dalam rangka menciptakan perbankan syariah berskala besar akan membuat dampak besar terhadap industri keuangan syariah yang dimana itu dapat meningkatkan penetrasi ekonomi dan keuangan syariah di Indonesia. Berkembangnya industri perbankan syariah di Indonesia yang berskala lebih besar maka akan otomatis pula dapat dijadikan acuan guna mengembangkan sumber daya manusia dan inovasi produk serta jasa terbaru yang dapat menjadi pilihan bagi masyarakat terkhusus mahasiswa DKI Jakarta untuk menabung pada perbankan syariah.

Pangsa pasar perkembangan perbankan syariah pada tahun 2020 mengalami kenaikan yang signifikan jika dilihat dari data perkembangan *market share* bulan Maret dan September 2020 berikut ini:



Gambar 1. Market Share Perbankan Syariah 2020

Sumber: (OJK, 2020)

Farah Dibah, 2021

PREFERENSI MAHASISWA MENABUNG DI PERBANKAN SYARIAH : STUDI PADA MAHASISWA PERGURUAN TINGGI DKI JAKARTA

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Ekonomi Syariah

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.respository.upnvj.ac.id]

Berdasarkan data kenaikan *market share* yang terbilang lumayan besar dalam kurun waktu setahun maka tidak menutup tetap adanya kendala dimana faktanya pangsa pasar perbankan syariah masih tertinggal jika dibandingkan bank konvensional.

Berbagai penelitian telah dilakukan oleh peneliti terdahulu di antaranya penelitian oleh Luthfi dan Pujiyono (2017) yang menganalisis faktor pendapatan, tingkat religiusitas, pengetahuan mahasiswa santri, tingkat kepercayaan, motif ekonomi, dan pelayanan dengan hasil penelitian disebutkan bahwa pendapatan mahasiswa santri berpengaruh positif dan signifikan terhadap probabilitas mahasiswa santri menabung di perbankan syariah. Kedua, menunjukkan bahwa religiusitas mahasiswa santri terhadap perbankan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap probabilitas mahasiswa santri menabung di perbankan syariah. Ketiga, menunjukkan bahwa pengetahuan mahasiswa santri terhadap perbankan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap probabilitas mahasiswa santri menabung di perbankan syariah (Luthfi & Pujiyono, 2017).

Penelitian berikutnya yang dilakukan oleh Sandria (2018) dengan faktor pengetahuan mahasiswa, kemudahan dalam transaksi, layanan dalam pemberian jasa, keunggulan produk sehingga menghasilkan persepsi mahasiswa pada jasa perbankan syariah di Jambi signifikan dengan tingkat pemahaman mereka akan jasa perbankan syariah. Hal ini ditunjukkan dengan kesadaran mahasiswa yang positif dalam membedakan perbankan konvensional dan perbankan syariah. Mahasiswa juga percaya bahwa sistem dan produk perbankan syariah sudah dijalankan sesuai dengan prinsip syariah lalu mereka meyakini apabila menabung di perbankan syariah dapat memberikan manfaat yang lebih daripada menabung di bank konvensional (Sandria, 2018)

Penelitian oleh Zulfison et al., (2020) yang menganalisis variabel religiusitas, kelompok referensi, dan pengetahuan tentang bank syariah dimana hasil penelitian disebutkan bahwa variabel religiusitas, kelompok referensi, dan pengetahuan tentang bank syariah terbukti memengaruhi intensi nasabah menggunakan bank syariah (Zulfison et al., 2020). Penelitian yang dijalankan oleh Saputra (2018) menganalisis variabel citra merek (*brand image*). Hasil penelitian menyatakan bahwa citra merek (*brand image*) dari Bank Syariah Mandiri

berpengaruh cukup besar dalam keputusan menabung oleh nasabah Bank Syariah Mandiri di Kota Depok (Saputra, 2018).

Penelitian kontradiktif ditunjukkan oleh penelitian Fathurrahman dan Azizah (2018) yang menganalisis faktor agamis, pengetahuan, manfaat, biaya, dan fasilitas dengan hasil studi penelitian menyebutkan bahwa faktor mahasiswa menabung di perbankan syariah karena dipengaruhi secara signifikan oleh faktor agama sehingga dapat memengaruhi tingkat preferensi mahasiswa pada perbankan syariah, faktor biaya berpengaruh negatif tapi tidak signifikan, dan faktor manfaat berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap tingkat preferensi mahasiswa pada perbankan syariah (Fathurrahman & Azizah, 2018).

Berdasarkan data dan penjelasan di atas yang memberikan informasi mengenai faktor dalam memengaruhi preferensi menabung di perbankan syariah, maka masih terdapat perbedaan hasil penelitian terdahulu menunjukkan tingkat preferensi yang berbeda-beda oleh sebab itu peneliti tertarik melakukan kajian ulang mengenai preferensi mahasiswa dengan variabel kualitas pelayanan, citra merek, dan pengetahuan menggunakan mahasiswa di DKI Jakarta sebagai sampel. Adapun alasan menggunakan mahasiswa di DKI Jakarta karena DKI Jakarta merupakan wilayah pusat perekonomian yang memiliki potensi besar dalam perkembangan perbankan syariah kemudian ditambah dengan inovasi produk dan jasa, lokasi serta latar belakang sosial yang berbeda juga menjadi alasan mahasiswa memiliki preferensi lain pada perbankan syariah.

Seiring dengan kesadaran mahasiswa akan transaksi keuangan syariah yang terus meningkat dan berhubung masih belum banyak jumlah penelitian terdahulu yang secara spesifik menganalisis kualitas pelayanan, citra merek, dan pengetahuan terhadap preferensi mahasiswa maka dirasa perlu bagi peneliti mengkaji kembali untuk melihat signifikansi dari setiap faktor dan menyimpulkan alasan yang memengaruhi preferensi mahasiswa dalam memutuskan menabung di perbankan syariah.

I.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap preferensi mahasiswa menabung di perbankan syariah?
2. Apakah citra merek berpengaruh secara parsial terhadap preferensi mahasiswa menabung di perbankan syariah?
3. Apakah pengetahuan berpengaruh secara parsial terhadap preferensi mahasiswa menabung di perbankan syariah?
4. Apakah kualitas pelayanan, citra merek, dan pengetahuan berpengaruh secara simultan terhadap preferensi mahasiswa menabung di perbankan syariah?

I.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap preferensi mahasiswa menabung di perbankan syariah.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis citra merek berpengaruh secara parsial terhadap preferensi mahasiswa menabung di perbankan syariah.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengetahuan berpengaruh secara parsial terhadap preferensi mahasiswa menabung di perbankan syariah.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan, citra merek, dan pengetahuan berpengaruh secara simultan terhadap preferensi mahasiswa menabung di perbankan syariah.

I.4 Manfaat Hasil Penelitian

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi semua pihak baik untuk akademisi maupun praktisi. Adapun manfaatnya antara lain sebagai berikut:

1. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi atau referensi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan faktor-faktor yang memengaruhi preferensi mahasiswa menabung di perbankan syariah.

2. Bagi Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan evaluasi bagi para praktisi perbankan syariah dalam upaya pengembangan perbankan syariah kedepannya untuk lebih memperhatikan pengaruh kualitas pelayanan, citra

merek, dan pengetahuan terhadap preferensi mahasiswa menabung di perbankan syariah.

3. Bagi Regulator

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi *instrument* syariah untuk meningkatkan dan memperbaiki *market share* perbankan syariah.