

# BAB I PENDAHULUAN

## I.1 Latar Belakang

Indonesia termasuk kedalam negara dengan populasi muslim terbesar di dunia, menurut data bahwa pada tahun 2018 sebanyak 80% dari 250 juta penduduk Indonesia adalah beragama islam. Dengan begitu besarnya presentase penduduk muslim besar juga potensi perbankan syariah dalam memenangkan dan mendapatkan pangsa pasar nasabah beragama muslim serta menjadi peluang yang sangat baik untuk menarik minat nasabah dalam melakukan persaingan dengan perbankan konvensional (Mujib, 2016). Dan juga pada saat ini salah satu contoh industri keuangan syariah yang sedang ramai diperbincangkan dan berkembang cukup pesat di Indonesia adalah perbankan syariah. Secara faktanya sekarang, sangat benar jika industri perbankan syariah sudah berkembang sangat pesat di era global saat ini, karena daya tarik yang cukup tinggi juga dimiliki industri perbankan syariah. Persaingan antara bank syariah dan bank konvensional yang terjadi mengharuskan setiap bank untuk menemukan cara yang efisien dan efektif dalam memenuhi kebutuhan setiap nasabahnya, serta memberikan pelayanan yang baik agar dapat menciptakan rasa kepuasan pelanggan (Riza et al., 2021). Berdasarkan data menunjukkan bahwa perbankan syariah memiliki perkembangan yang terus meningkat dari tahun ke tahunnya. Berikut adalah tabel 1 total aset perbankan syariah di Indonesia.

Tabel 1 Total Aset Perbankan Syariah di Indonesia

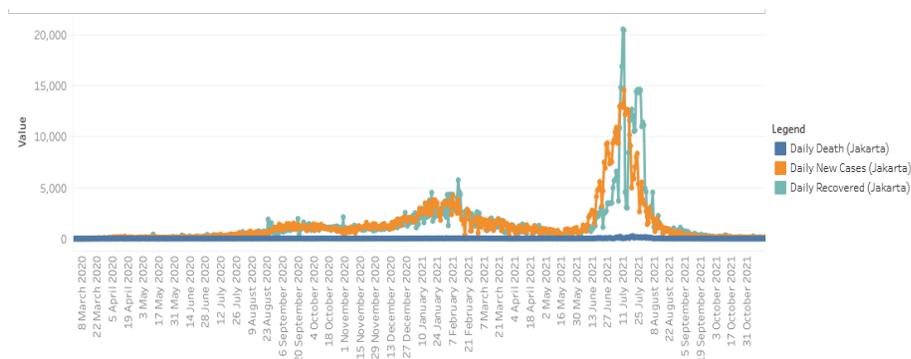
	2018	2019	2020	Januari 2021
Total Aset (dalam miliar Rupiah) / <i>Total Assets (in billion IDR)</i>	188,190	193,518	397 073	395 476

Sumber : Otoritas Jasa Keuangan (OJK)

Peran besar dalam menumbuhkan aset perbankan syariah ada pada generasi-generasi yang ada saat ini, seperti contohnya adalah Generasi Y dan Generasi Z yang termasuk kedalam Generasi Milenial. Menurut BPS generasi Z adalah yang lahir pada tahun 1997 – 2012 atau sekitar umur 9 tahun sampai 24 tahun. Generasi Z merupakan

generasi yang sangat bergantung terhadap dunia digital dalam kesehariannya. Dengan begitu menunjukkan adanya tantangan yang harus dihadapi dan bisa juga menjadi peluang dari bank syariah untuk menggapai generasi z menjadi pangsa pasarnya. Hal tersebut dilakukan untuk menjangkau pasar generasi z yang menuntut adanya pelayanan yang cepat dan mudah dari bank syariah, dengan begitu Bank syariah menjadikannya sebagai dasar kebijakan yang akan diambil (Wati & Sudiarti, 2021). Berdasarkan faktor-faktor potensi atau gaya hidup tersebut dapat diidentifikasi bagaimana sebuah proses generasi z dalam memutuskan pembelian suatu produk atau jasa.

Akan tetapi pada tahun 2020 – 2021 ini merupakan masa yang cukup berat dari seluruh perusahaan untuk berkembang, terutama sektor perbankan. Hal itu terjadi karena adanya pandemi covid-19 yang terus berlanjut, dimana pemerintah terus mengeluarkan kebijakan-kebijakan yang menyebabkan proses kinerja perusahaan khususnya dibidang keuangan terganggu. Berikut data pada gambar 1 yang menampilkan perkembangan kasus covid-19 di Jakarta:



Gambar 1 Perkembangan Covid-19 di Jakarta

Sumber : corona.jakarta.go.id (2021)

Maka dari itu eksistensi dari bank syariah harus tetap di pertahankan pada masa pandemi ini dengan melakukan mitigasi resiko dengan baik, dan membuat strategi-strategi yang kreatif dalam menghadapi kondisi yang tidak menentu (Habiba, 2020). Pertama, perbankan akan menerapkan stimulus ekonomi dari pemerintah perihal pembiayaan berdasarkan POJK No.11/POJK.03/2020 dengan memberikan restrukturisasi pembiayaan. Kedua, aplikasi digital mobile banking harus

**Radja Rabbani Mahesazzumar, 2021**

**PENGARUH RELIGIUSITAS, REPUTASI, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG PADA PERBANKAN SYARIAH DI JAKARTA**

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

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

dikembangkan dan lebih difokuskan kembali (Ningsih & Mahfudz, 2020). Keuntungan yang dimiliki bank syariah dimasa sulit seperti ini adalah penerapan sistem bagi hasil (nisbah), yang menjadi keuntungan tersendiri bagi bank syariah. Berdasarkan penelitian yang dijelaskan oleh (Hafid et al., 2018) menjelaskan bahwa dari 240 bank yang ada sebelum krisis moneter, setelah krisis moneter hanya 73 bank swasta yang dinyatakan sehat dan tetap bertahan, salah satunya adalah Bank Muamalat Indonesia yang memiliki system berbeda dari bank-bank lain, yaitu menerapkan prinsip bagi hasil.

Secara faktanya, sangat beragam masyarakat dalam menyikapi sistem bagi hasil di bank syariah dan sistem riba di bank konvensional, sistem riba (bunga) pada sebagian masyarakat tetap menerimanya, sebagian masyarakat tetap menerima kedua sistem tersebut, dan sebagian lagi sangat menghindari sistem riba (bunga) sehingga dari berbagai sikap yang dijelaskan diatas, menjadi daya tarik sendiri tentang gambaran religius, reputasi, serta lokasi dalam menyikapi perbankan syariah.

Sudut pandang yang dimiliki akan berbeda pada saat analisis merujuk pada faktor-faktor yang menentukan keputusan memilih produk tabungan pada setiap orang atau masyarakat. Hal ini berkaitan langsung dengan kondisi setiap kelompok masyarakat yang memiliki perbedaan dalam sistem kepercayaan, dorongan psikologi, sosial ekonomi, dan geografi. Dalam agama Islam adanya kewajiban mencerminkan hubungan diri atau setiap konsumen dengan Allah SWT. Dalam ajaran agama islam seorang muslim harus memberikan batasan-batasan terhadap larangan Allah dengan menghindari bertransaksi secara haram, menggunakan barang haram, dan hal lain agar mendapat keselamatan di dunia dan di akhirat nantinya. Pada awal pertumbuhannya, motif religius menjadi poin utama dalam memberikan keputusan memilih bank syariah. Namun kenyataannya faktor religius tidaklah cukup dalam memberikan keputusan memilih perbankan syariah, ada faktor-faktor lain yang menjadi keunggulan perbankan konvensional dari perbankan syariah (Mursid & Suhartono, 2015). Dengan kata lain keberagaman atau religiusitas menjadi sebuah tuntutan kepada penganutnya untuk memperkuat keyakinan, mendalaminya, dan mengikuti perintah-perintah serta menjauhi larangannya sesuai kaidah yang berlaku

dalam ajarannya (Baihaqi, 2015). Oleh karena itu faktor agamis bisa menjadi pilihan yang signifikan dan tidak signifikan tergantung pribadi orang itu sendiri.

Dari hal tersebut dapat dilihat dari beberapa penelitian bahwa faktor religiusitas ini dapat mempengaruhi keputusan pemilihan penggunaan perbankan syariah seperti contohnya dari penelitian (Zuhirsyan & Nurlinda, 2018) menyatakan variabel religiusitas berpengaruh signifikan dalam pemilihan penggunaan perbankan syariah artinya semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang tentu akan mempengaruhi keputusan pemilihan penggunaan perbankan syariah. Diperkuat kembali oleh penelitian yang dilakukan oleh (Triuspitorini, 2019) variabel religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat mahasiswa POLBAN untuk menabung di bank syariah. Penelitian ini mengartikan apabila tingkat keagamaan anak muda di POLBAN lebih baik, maka mereka akan cenderung menabung di bank syariah.

Hal yang cukup penting juga untuk diperhatikan adalah pembentukan reputasi yang dimiliki perbankan syariah, dimana perbankan syariah haruslah memiliki reputasi yang baik di masyarakat maupun nasabahnya. Reputasi itu sendiri juga bisa disebut sebagai image perusahaan, dimana image adalah sebuah deskripsi baik atau buruk yang menggambarkan kondisi suatu perusahaan menurut persepsi masyarakat dan pengalaman nasabah yang menggunakannya. Sebuah perusahaan haruslah bisa menjaga reputasinya secara baik, karena reputasi buruk berpengaruh terhadap penilaian orang kepada perusahaan tersebut. Dalam penentuan reputasi baik atau buruk, ditentukan pada kualitas pemikiran, strategi, dan komitmen manajemen dalam menggapai tujuan yang telah ditetapkan.

Dapat diketahui bahwa reputasi memiliki dampak yang cukup besar dalam cara pandang seseorang terhadap sebuah perusahaan. Dalam menilai reputasi merek didasarkan pada beberapa indikator yaitu, memiliki nama baik, bagaimana reputasi pesaing, eksistensi dan kemudahan di ingat. Menurut (Wijayani, 2017) Kepercayaan menjadi dasar utama dalam kegiatan perbankan, seperti adanya rasa kepercayaan dalam produk penghimpun dananya maupun penyaluran dananya. Masyarakat yang dilandasi rasa kepercayaan terhadap suatu bank membuat masyarakat nyaman dalam

menyimpan dana di bank tersebut. Hal kepercayaan inilah juga membangun reputasi perbankan syariah dikalangan masyarakat. Pengelolaan yang baik harus dilakukan bank dalam hal manajemen risiko reputasi, karena daya tarik sebuah perusahaan akan lebih tinggi dari perusahaan yang memiliki reputasi baik dibandingkan perusahaan yang reputasinya kurang baik dimata nasabah.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Ekawaty et al., 2020) dalam penelitiannya menunjukkan hasil bahwa reputasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen dalam menabung pada perbankan syariah. Berlawanan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Umiyati & Syaima, 2018) Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kosntruk Reputasi terhadap Keputusan Nasabah. Disebutkan juga dalam penelitiannya bahwa jika konsumen tidak memiliki pengalaman dengan suatu produk, mereka cenderung untuk mempercayai merek yang di sukai atau yang terkenal. Reputasi menjadi hal yang dipilih peneliti karena bagi peneliti reputasi memiliki hasil yang signifikan dan berpengaruh positif. Perbankan syariah selama perkembangannya selalu mendapat penilaian yang baik dari nasabahnya, akan tetapi seperti diketahui perkembangannya tidak secepat konvensional bahkan masih sangat jauh antara perbankan syariah dengan perbankan konvensional.

Perkembangan yang terus meningkat tentunya juga juga menyangkut pengaturan lokasi yang strategis dalam pembukaan kantor-kantor cabang agar bisa lebih diketahui masyarakat dan mendapat kepercayaan dari masyarakat. Penempatan kantor cabang yang banyak dan mudah dijangkau memberikan keringanan bagi para perbankan maupun masyarakat untuk menjangkaunya. Bahkan dapat dijelaskan secara singkat bahwa masyarakat akan memilih perbankan dengan lokasi perbankan atau kantor layanan yang bisa menghemat waktu, tenaga, dan uang. Berdasarkan pernyataan yang dijelaskan oleh (Nasfi, Rahmat, 2020) penurunan kinerja keuangan perbankan syariah di kantor Pandai Sikek Kab. Tanah Datar maupun Kantor Kota Payakumbuh relatif penyebabnya adalah kualitas pelayanan, adapun keluhan lain dari para nasabah adalah jarak yang cukup jauh antara kantor layanan terhadap perumahan nasabah. Akan tetapi apakah saat ini lokasi berpengaruh signifikan atau tidak, hal ini

dikarenakan adanya teknologi mobile banking yang memiliki manfaat dan fungsi yang sudah cukup lengkap. Bagi peneliti menyimpulkan bahwa yang terpenting saat ini adalah teknologi seperti mobile banking yang lebih dibutuhkan dibandingkan lokasi kantor layanan perbankan syariah, tidak bisa dipungkiri juga bahwa mobile banking tetap memiliki kekurangan dibandingkan mendatangi kantor layanan. Maka dari itu peneliti ingin memberikan data kantor layanan perbankan syariah di Jakarta, sebagai berikut :

Tabel 2 Kantor Layanan Perbankan Syariah di Jakarta

No	Bank Umum Syariah / Sharia Commercial Bank	KPO/KC	KCP/UPS	KK	TOTAL
1	Jawa Barat	66	218	24	308
2	DKI Jakarta	66	132	36	234
3	Jawa Tengah	36	84	13	133
4	Jawa Timur	47	136	27	210
5	Nanggroe Aceh Darussalam	52	267	33	352

Sumber : Otoritas Jasa Keuangan (OJK)

Dari tabel diatas, diketahui bahwa DKI Jakarta hanya memiliki 234 kantor layanan perbankan syariah yang tersedia. Berarti DKI Jakarta walaupun sebagai ibukota Indonesia bukanlah wilayah yang memiliki kantor layanan terbanyak, artinya masih dibawah Jawa Barat 308 kantor layanan dan Nanggroe Aceh Darussalam 352 kantor layanan. Akan tetapi, DKI Jakarta dan Jawa Barat merupakan kota yang memiliki Kantor Cabang (KC) terbanyak di Indonesia dengan jumlah 66 Kantor Cabang

Berdasarkan penjabaran latar belakang diatas, peneliti memilih variabel religiusitas, reputasi, dan lokasi karena menjadi hal yang menarik dalam memberikan keputusan menabung pada perbankan syariah. Fokus variabel pada penelitian ini ada pada faktor religiusitas, reputasi, dan lokasi. Dalam hal pembaruan peneliti ingin memberikan gambaran nasabah dalam menentukan keputusan menabung pada perbankan syariah terkhususkan kepada masyarakat yang berdomisili di Jakarta saja, serta hanya masyarakat yang masuk kedalam kategori generasi z. Maka dari itu peneliti meneliti tentang pengaruh religiusitas, reputasi, dan lokasi terhadap keputusan menabung pada perbankan syariah di Jakarta.

## **I.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan penjabaran latar belakang diatas, peneliti ingin memfokuskan kembali penelitian ini dengan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh secara parsial variabel religiusitas terhadap keputusan menabung masyarakat Jakarta pada perbankan syariah ?
2. Bagaimana pengaruh secara parsial variabel reputasi terhadap keputusan menabung masyarakat Jakarta pada perbankan syariah ?
3. Bagaimana pengaruh secara parsial variabel lokasi terhadap keputusan menabung masyarakat Jakarta pada perbankan syariah di Jakarta ?

## **I.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan penjabaran latar belakang diatas, tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menjelaskan apakah religiusitas berpengaruh secara parsial terhadap keputusan menabung masyarakat Jakarta pada perbankan syariah.
2. Untuk menjelaskan apakah reputasi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan menabung masyarakat Jakarta pada perbankan syariah.
3. Untuk menjelaskan apakah lokasi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan menabung masyarakat Jakarta pada perbankan syariah.

## **I.4 Manfaat Hasil Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, peneliti ingin memberikan manfaat untuk berbagai pihak, antara lain :

1. Aspek Teoritis
  - a) Penelitian ini dapat menjadi literatur ataupun referensi untuk penelitian selanjutnya terhadap keputusan menabung msasyarakat pada perbankan syariah.

- b) Penelitian ini memberikan pengetahuan bagaimana pengaruh religiusitas, reputasi, dan lokasi mempengaruhi keputusan menabung pada perbankan syariah di Jakarta.

## 2. Aspek Praktis

- a) Bagi Perusahaan: Hasil penelitian ini didedikasikan dan memberikan masukan kepada industri perbankan syariah dalam menentukan strategi serta solusi agar langkah-langkah yang diambil kedepannya lebih tepat, dengan begitu perbankan syariah dapat menjangkau nasabah.
- b) Bagi Pemerintah: Hasil penelitian ini dapat memberikan masukan kepada regulator atau pemerintah sebagai bahan pertimbangan membuat keputusan yang akan diambil. Seperti saat ini Bank Syariah Indonesia sedang melakukan perkembangan dan pertumbuhan secara cepat dan besar-besaran, dengan penelitian ini dapat menjadi acuan bagaimana keputusan atau kebijakan yang akan dikeluarkan oleh pemerintah.