

BAB I

PENDAHULUAN

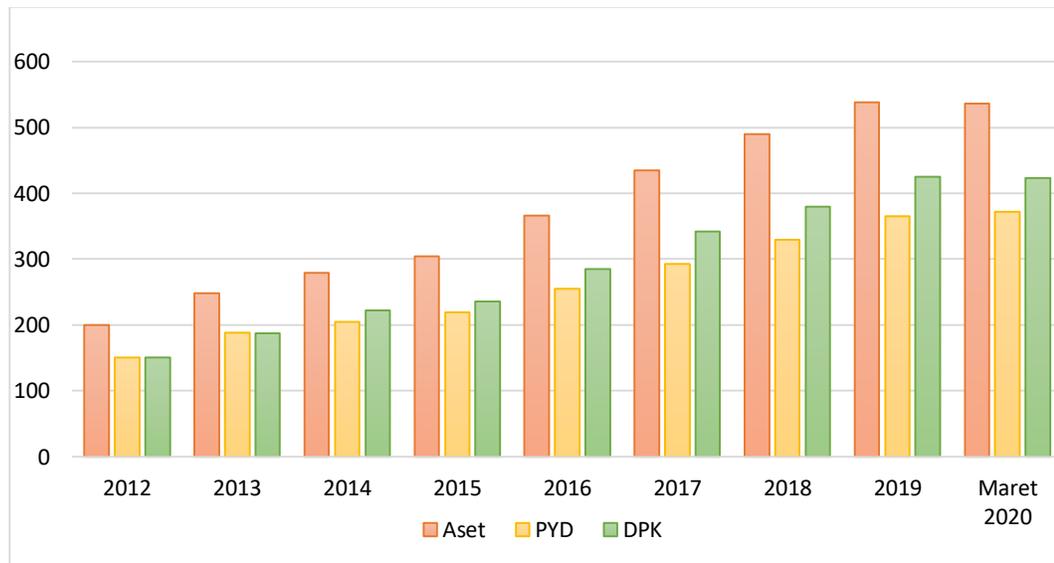
1.1 Latar Belakang Penelitian

Mayoritas penduduk Indonesia adalah pemeluk agama Islam dengan jumlah penduduk muslim mencapai 209,12 juta jiwa pada tahun 2010 dan diperkirakan akan mencapai 229,62 juta jiwa pada tahun 2020 (Kusnandar, 2020). Sebuah peluang besar bagi Indonesia dalam mengembangkan perbankan syariah dengan potensi mayoritas muslim yang dimilikinya. Demikian pula dengan adanya aturan yang dikeluarkan pemerintah dalam rangka mendorong pertumbuhan industri perbankan syariah nasional, diantaranya yaitu Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan dimana menjadi landasan hukum pertama bagi bank syariah. Diterbitkan pula aturan yang lebih rinci yakni Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Tidak hanya itu, pemerintah turut mendirikan suatu komite yang bertujuan untuk mengembangkan keuangan syariah di Indonesia yakni Komite Nasional Keuangan Syariah (KNKS).

Bank Muamalat yang dibentuk sebagai bank syariah pertama di Indonesia pada tahun 1992. Pendirian bank syariah pertama tersebut menandakan bahwa Indonesia telah menerapkan *dual banking system* yakni perbankan konvensional dan perbankan syariah. Baik perbankan konvensional maupun syariah bersama-sama mendukung mobilisasi dana masyarakat secara lebih luas guna meningkatkan pembiayaan bagi sektor ekonomi nasional (Yuliani, 2016). Asmoro (2018) mengatakan, “Di Indonesia, bank syariah pada awalnya dikembangkan sebagai suatu respon dari kelompok ekonom, ulama, dan praktisi perbankan Muslim yang berupaya mengakomodasi desakan dari berbagai pihak yang menginginkan tersedianya jasa transaksi keuangan yang sejalan dengan nilai moral dan prinsip-prinsip syariah.”

Keuangan syariah di Indonesia telah memiliki berbagai prestasi, seperti berkembangnya produk dan layanan, hingga infrastruktur yang mendukung keuangan syariah. Di sektor perbankan sendiri, perkembangan perbankan Syariah Indonesia

selama dua dekade terakhir menunjukkan adanya pertumbuhan yang positif. Pertumbuhan tersebut dapat dilihat dari sisi indikator utama perbankan syariah yang meliputi Aset, Pembiayaan Yang Disalurkan (PYD), dan Dana Pihak Ketiga (DPK). Pada tahun 2012 hingga Agustus 2019 berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sebagai berikut:



Grafik 1.1
Perkembangan Indikator Utama Perbankan Syariah di Indonesia
Sumber: data diolah (Otoritas Jasa Keuangan)

Berdasarkan pada grafik 1.1 dapat diketahui adanya tren kenaikan aset, DPK serta PYD pada perbankan syariah tiap tahunnya. Selain itu, perkembangan perbankan syariah juga diikuti dengan pertumbuhan institusi perbankan syariah di Indonesia. Sampai dengan bulan Maret 2020 jumlah institusi perbankan syariah di Indonesia yakni 197 buah. Diantaranya terdiri dari 14 buah Bank Umum Syariah (BUS), 20 buah Unit Usaha Syariah (UUS) dan 163 buah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) (Otoritas Jasa Keuangan, 2020).

Program Bank Indonesia yaitu percepatan pertumbuhan perbankan syariah melalui Program Akselerasi Pengembangan Perbankan Syariah (PAPBS) yang dituangkan dalam cetak biru perbankan syariah, Bank Indonesia menargetkan pangsa pasar bank syariah pada tahun 2008 adalah sebesar 5%. Adapun nantinya pada tahun 2024

pemerintah Indonesia menargetkan peningkatan pangsa pasar perbankan syariah hingga mencapai 20% (Yolanda, 2019).

Namun sejak awal terbentuknya bank syariah di Indonesia, faktanya pangsa pasar perbankan syariah masih rendah. *Market share* sendiri merupakan salah satu faktor efektif pada keberhasilan perusahaan untuk daya tahan dan kemajuannya di pasar yang kompetitif. Perusahaan menggunakan sumber daya yang dimilikinya untuk meningkatkan posisi relatif mereka sehubungan dengan pesaing mereka untuk mencapai keunggulan kompetitif. Peningkatan posisi suatu perusahaan akan mengarah perusahaan pada peluang yang lebih baik di masa depan (Bahrami, Haery, & Karamad, 2014). *Market share* sendiri dapat digunakan sebagai ukuran kinerja perbankan syariah yang terbilang baru di Indonesia, semakin besar *market share* maka semakin besar pula peran dan fungsi perbankan syariah bagi perekonomian nasional (Saputra, 2014). Pada gambar 1.1 berikut menunjukkan pertumbuhan *market share* perbankan syariah pada tahun 2012 hingga Juni 2019.



Gambar 1.1
Pertumbuhan *Market Share* Perbankan Syariah di Indonesia tahun 2012 – 2018

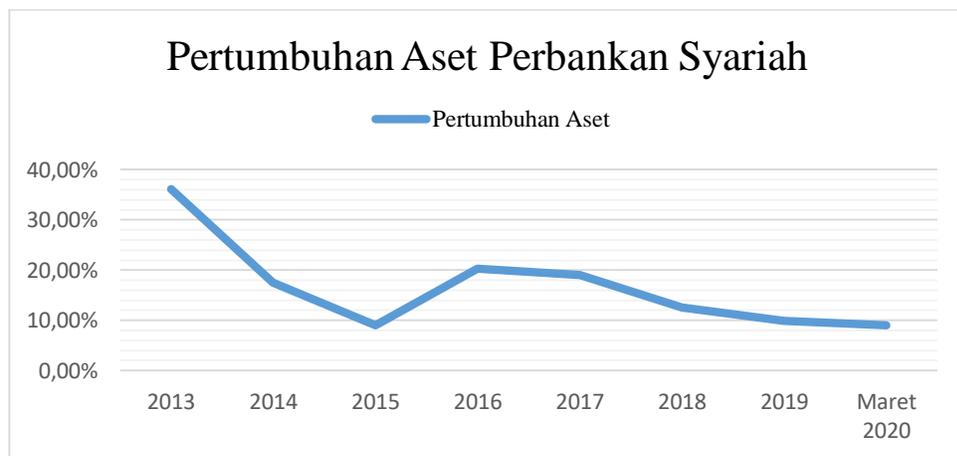
Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (OJK)

Berdasarkan data pada gambar 1.1 diketahui bahwa perkembangan pangsa pasar perbankan syariah di Indonesia bersifat fluktuatif dan peningkatannya cenderung lamban. Bahkan setelah berdiri selama kurang lebih 27 tahun, pangsa pasarnya belum mencapai angka 10%. Berdasarkan penuturan Direktur Pegaturan dan Perizinan Perbankan Syariah OJK, pada bulan April 2020 *market share* perbankan syariah hanya sebesar 6.07% (Wiratmini, 2020). Hal tersebut menunjukkan bahwa selebihnya

perbankan konvensional masih mendominasi pangsa pasar perbankan nasional. Dalam hal ini, target yang diinginkan di tahun 2015 untuk mencapai *market share* di angka 15% belum dapat terpenuhi.

Rendahnya *Market share* menggambarkan ketidakmampuan perbankan syariah dalam megakomodasi jasa perbankan syariah di Indonesia dengan target pasarnya yang besar, perbankan syariah belum memiliki pengaruh yang besar dalam meningkatkan kemakmuran rakyat (Siregar I. B., 2018). Keadaan yang demikian jika terus dibiarkan akan berdampak pada terancamnya eksistensi bank syariah di industri perbankan nasional.

Pada tahun 2014 terjadi penurunan *market share* pada perbankan syariah salah satunya disebabkan adanya kenaikan pada suku bunga *BI rate*. Kenaikan suku bunga tersebut menyebabkan adanya penarikan dana oleh nasabah yang memiliki rekening ganda untuk memindahkan dananya dari bank Syariah ke bank konvensional demi mendapatkan keuntungan yang lebih besar (Prastowo, 2014).



Gambar 1.2
Pertumbuhan Aset Perbankan Syariah di Indonesia
Sumber: Snapshot Perbankan Syariah Indonesia

Gambar 1.2 menunjukkan bahwa pertumbuhan aset perbankan syariah sampai dengan April 2014 hanya sebesar 17,5%. Kondisi tersebut berada di bawah rata-rata pertumbuhan sejak tahun 2005 sampai dengan 2013 yang mencapai 36,1% per tahun. Di tahun 2016 pertumbuhan aset mengalami kenaikan sebesar 20,23% hingga *market share* perbankan syariah mencapai di angka 5%. Kenaikan tersebut bukan dari kinerja

Lutfia Ardini, 2020

MARKET SHARE BANK UMUM SYARIAH DI INDONESIA: ANALISIS EFESIENSI BANK, AKSESIBILITAS BANK DAN DANA PIHAK KETIGA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

bank syariah itu sendiri melainkan diakibatkan dari pengkonversian Bank Pembangunan Daerah (BPD) Aceh menjadi Bank Syariah (Siregar I. B., 2018). Selebihnya hingga tahun 2019 di bulan Juni pertumbuhan asset perbankan syariah tiap tahunnya semakin melamban.

Dampak dari kondisi ini tentunya semakin memperberat upaya peningkatan pangsa perbankan syariah terhadap perbankan nasional. Jika dibandingkan dengan beberapa negara mayoritas muslim lainnya, contohnya Malaysia yang terbilang sukses memperbesar *market share* perbankan syariahnya mencapai di sekitaran angka 24% selama 30 tahun sejak berdirinya bank syariah pertama di Malaysia. Hal ini berbeda dibandingkan dengan Indonesia dalam mengembangkan sistem perbankan dan keuangan syariahnya. Malaysia menggunakan pendekatan *state driven* atau adanya dorongan dari negara. Industri perbankan syariah justru sebaliknya, lebih banyak digerakan oleh masyarakat (*market driven*) (Rama, 2015).

Dalam pengembangan *market share* perbankan syariah sendiri memiliki beberapa tantangan yang harus dihadapi oleh bank syariah. Nurkhotimah (2017) mengatakan:

“Pertama, diperlukan sebuah inovasi produk perbankan yang dapat ditawarkan kepada masyarakat. Hal tersebut diperlukan untuk menarik minat masyarakat terhadap bank syariah. Kedua, memperkuat permodalan dan skala usaha bank syariah guna memiliki skala usaha yang memadai untuk melakukan ekspansi. Ketiga, bank Syariah harus mampu menciptakan dan meningkatkan Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkompeten, professional, dan berkualitas dibidangnya. Keempat, meningkatkan teknologi pada sistem keuangan Syariah.”

Teori yang menjelaskan mengenai pangsa pasar salah satunya adalah teori *Relative Efficiency* (RE). Berdasarkan teori menyatakan tingkat efisiensi suatu perusahaan mampu mempengaruhi pangsa pasarnya (Siregar I. B., 2018). Efisiensi suatu bank merupakan hal yang penting agar mampu bersaing di pasar perbankan yang kompetitif (Haryanto, 2018). Mengukur efisiensi bank syariah salah satunya dapat menggunakan rasio Biaya Operasional terhadap Pendapatan Operasional (BOPO). Penggunaan BOPO sebagai penentuan efisiensi bank merupakan salah satu cara yang paling mudah (Haryanto, 2018). BOPO sering disebut rasio efisiensi digunakan untuk mengukur

kemampuan manajemen bank dalam mengendalikan biaya operasional terhadap pendapatan operasional.

Pada variabel BOPO terdapat *research gap* yang terjadi pada beberapa penelitian. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Aulia Rahman (2016) pengendalian biaya operasional akan mengakibatkan pertumbuhan *market share* bank syariah. BOPO memiliki pengaruh yang negatif terhadap *market share*. Bila dikaji, sebuah pengendalian akan berimbas kepada kepeningkatan usaha. Untuk itu, apabila pengendalian penggunaan biaya operasional dapat dikendalikan oleh bank syariah, maka *market share* bank syariah diprediksi akan meningkat (Rahman, 2016). Sebaliknya Rohman dan Karsinah dalam penelitiannya menghasilkan pengaruh yang positif. Penelitian tersebut menegaskan bahwa semakin besar rasio BOPO akan semakin meningkatkan pangsa pasar perbankan syariah (Rohman & Karsinah, 2016).

Menurut Kartajaya dan Sulla (2016), “memenangkan *market share* dalam suatu pasar dapat menggunakan strategi syariah *marketing tactic*.” Salah satu komponennya yakni *marketing mix* yang mencakup *product, price, place* dan *promotion*. *Place* atau tempat merupakan salah satu komponen *marketing mix* yang dapat mempengaruhi *market share* suatu perusahaan. Aksesibilitas bank dapat menjadi penggambaran dari komponen *place* tersebut. Aksesibilitas digambarkan sebagai kemudahan dalam menjangkau suatu hal yang dilakukan oleh seseorang (Wikipedia, 2019). Terkait dengan jasa keuangan bank sendiri, salah satu indikator aksesibilitas bank yakni jumlah kantor bank.

Keberadaan kantor layanan bank syariah dapat membantu perluasan akses bisnis perbankan syariah dalam meningkatkan pelayanan kepada masyarakat (Nurkhotimah D., 2017). Selain itu, jumlah jaringan kantor yang semakin banyak akan membantu pergerakan bank syariah dalam meningkatkan produktifitas namun harus tetap memperhatikan efektifitas dan efisiensi berdasarkan potensi bisnis di wilayah tersebut (Siregar I. B., 2018). Perbedaan hasil penelitian juga ditemukan dalam variabel aksesibilitas bank terhadap *market share*. Penelitian oleh Siregar (2017) menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan pada aksesibilitas bank terhadap *market share*. Berbeda dengan penelitian Siregar (2017), penelitian yang dilakukan oleh Bahrami,

Haery & Karamad (2014) menyatakan bahwa aksesibilitas bank berada pada posisi kelas terakhir atau menunjukkan kurang signifikan terhadap *market share*.

Salah satu indikator *market share* menurut Javadin dan Ebrahimi (2010) adalah indikator berdasarkan simpanan. Menurut ahli perbankan, biaya, dan jumlah simpanan signifikan dalam mempengaruhi *market share* bank. Semakin banyak indikator simpanan maka semakin tinggi *market share* bisa didapatkan. Bentuk dari indikator simpanan dalam dunia perbankan yakni Dana Pihak Ketiga (DPK). DPK dapat mempengaruhi *market share* karena semakin besar DPK yang dapat dihimpun suatu bank menandakan bahwa penggunaan jasa perbankan syariah yang tinggi pula dan berimplikasi pula pada peningkatan *market share* bank syariah (Siregar E. S., 2017). Sebagaimana pengukuran *market share* dengan menggunakan asset, peningkatan maupun penurunan jumlah DPK yang dihimpun akan secara langsung mempengaruhi jumlah aset bank syariah beserta pertumbuhannya (Aisy & Mawardi, 2016).

Variabel DPK juga masih memiliki perbedaan hasil penelitian sebagaimana variabel BOPO. Perbedaan yang menunjukkan bahwa penelitian oleh Siregar (2017) yang menyatakan adanya pengaruh positif yang signifikan, sedangkan sebaliknya penelitian yang dilakukan Wulandari dan Anwar (2019) menyimpulkan bahwa DPK berpengaruh negatif terhadap *market share* bank syariah.

Maka berdasarkan pemaparan di atas, variabel yang dikaji dalam penelitian ini antara lain adalah efisiensi bank yang diukur dengan BOPO, aksesibilitas bank dan DPK yang berpengaruh terhadap *market share* bank syariah. Kebaruan dari peneliti sebelumnya yakni penelitian ini menguji pertumbuhan *market share* pada setiap bank umum syariah, bukan perbankan syariah secara keseluruhan.

Berangkat dari latar belakang yang telah diuraikan di atas, dalam penelitian ini penulis mengangkat judul **“MARKET SHARE BANK UMUM SYARIAH DI INDONESIA: ANALISIS EFISIENSI BANK, AKSESIBILITAS BANK DAN DANA PIHAK KETIGA”**.

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Maka berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, masalah yang telah dikemukakan oleh penulis dapat teridentifikasi terkait dengan *market share* perbankan syariah di Indonesia, yakni:

1. Bank syariah di Indonesia memiliki pasar potensial yang cukup besar karena perkembangannya selama dua dekade menunjukkan peningkatan yang positif dengan total asset mencapai 9,02% pada Maret 2020 namun tidak menunjukkan hal yang sama dengan peningkatan pangsa pasarnya yang baru menyentuh angka 6,07% (Rusady, Razati, & Utami, 2019).
2. Sebagaimana target yang ditetapkan Bank Indonesia dalam PAPBS yang dituangkan dalam cetak biru perbankan syariah yakni Bank Indonesia menargetkan pangsa pasar bank syariah pada tahun 2008 adalah sebesar 5% tidak tercapai sesuai target disebabkan baru terpenuhinya pangsa pasar 5% di tahun 2016. Selain itu pula target untuk 2015 yang menargetkan 15% juga belum dapat dicapai hingga saat ini (Rohman & Karsinah, 2016).
3. Adanya nasabah yang mengharapkan keuntungan yang besar dengan menyimpan dananya di bank dengan memiliki rekening ganda, yakni bank syariah dan bank konvensional. Sehingga ketika bunga yang ditawarkan bank konvensional lebih tinggi, nasabah tersebut akan menarik dananya dari bank syariah. Hal tersebut menjadi salah satu yang menyebabkan turunnya *market share* perbankan syariah pada tahun 2014 karena adanya kenaikan bunga BI *rate* (Prastowo, 2014).
4. Permodalan dan asset bank syariah jika dibandingkan dengan bank konvensional masih terbilang kurang memadai untuk melakukan ekspansi dan perluasan usaha (Nurkhotimah D. , 2017).

1.3 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, adapun yang menjadi rumusan masalah antara lain:

1. Bagaimana nilai *market share*, tingkat efisiensi bank, tingkat aksesibilitas bank, dan jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK) bank umum syariah di Indonesia pada periode tahun 2010 – 2019?
2. Apakah terdapat pengaruh tingkat efisiensi bank terhadap nilai *market share* bank umum syariah di Indonesia?
3. Apakah terdapat pengaruh tingkat aksesibilitas bank terhadap nilai *market share* bank umum syariah di Indonesia?
4. Apakah terdapat pengaruh jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK) terhadap nilai *market share* bank umum syariah di Indonesia?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini yaitu mengetahui nilai *market share*, tingkat efisiensi bank, tingkat aksesibilitas bank, dan jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK) bank umum syariah di Indonesia pada periode tahun 2010 – 2019.

Tujuan lainnya yakni mengetahui pengaruh antara tingkat efisiensi bank, tingkat aksesibilitas bank dan jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK) terhadap nilai *market share* bank umum syariah di Indonesia.

1.5 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak, baik manfaat teoritis maupun praktis.

1. Secara teoritis penelitian ini menambah manfaat penulis dalam memahami permasalahan yang terjadi di bank syariah khususnya terkait dengan *market share* itu sendiri.
2. Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi bagi perbankan syariah sebagai upaya peningkatan *market share* bank syariah.