

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan Negara dengan populasi muslim besar di dunia, sehingga dalam perspektif Islam semua kegiatan termasuk *sector industry* keuangan dan ekonomi harus mematuhi hukum Islam (Abror dkk., 2020). Sebagai negara berpenduduk Muslim terbesar, Indonesia seharusnya menjadi pelopor dan pusat pengembangan keuang syariah di dunia (Tho'in, 2019). Perbankan syariah merupakan subsektor industri keuangan syariah, dalam pelaksanaannya industri perbankan syariah mengacu pada prinsip-prinsip syariah sehingga tidak menggunakan sistem bunga (riba) dalam pembiayaannya, tetapi menggunakan sistem bagi hasil dalam akad kerjasama antara bank dengan nasabahnya. Firman Allah SWT menjelaskan larangan riba:

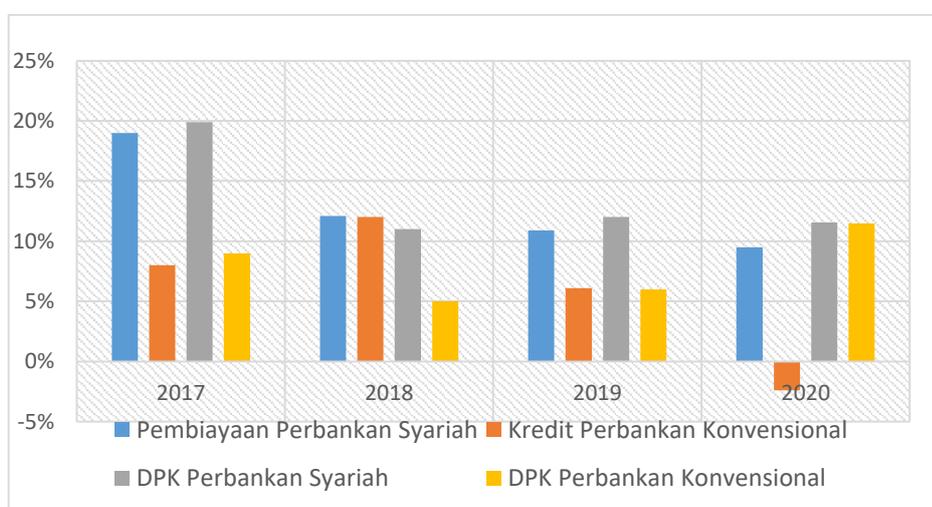
اَلَّذِيْنَ يَأْكُلُوْنَ الرِّبْوَا لَا يَفُوْمُوْنَ اِلَّا كَمَا يَفُوْمُ الَّذِيْ يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطٰنُ مِنَ الْمَسِّ ذٰلِكَ بِاَنَّهُمْ  
قَالُوْا اِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبْوَا وَاَحَلَّ اللّٰهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبْوَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّنْ رَّبِّهٖ فَانْتَهٰى  
فَلَهُ مَا سَلَفَ وَاْمْرُهُ اِلَى اللّٰهِ وَاَمِّنْ عَادَ فَاَوْلٰئِكَ اَصْحٰبُ النَّارِ هُمْ فِيْهَا خٰلِدُوْنَ

Artinya: “Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang mengulangi (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.” (Q.S. Al-Baqarah: 275)

Agama Islam melarang siapapun yang mengambil hak atas orang lain demi kepentingan sendiri dan bersifat merugikan maka neraka balasannya. Tidak diperkenankan menggunakan bunga (riba) pada semua transaksi yang dilakukan oleh siapapun (Pramudani, 2021).

Oleh karena itu, saat ini Indonesia sedang mengembangkan pasar keuangannya, termasuk keuangan berbasis syariah (Munardi, dkk., 2020). Hal ini terbukti pada tahun 2019, ketika total kekayaan keuangan syariah Indonesia mencapai \$99 miliar, naik dari \$86 miliar pada tahun sebelumnya. Peningkatan total kekayaan menempatkan Indonesia sebagai aset keuangan syariah terbesar ke-7 di dunia (Ojk, 2020).

Adapun dari sisi pertumbuhannya, perbankan syariah mengalami pertumbuhan yang lebih tinggi dibandingkan dengan pertumbuhan perbankan konvensional. Hal tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.1



**Gambar 1.1**  
**Pertumbuhan Perbankan Syariah**

Sumber : (alinea.id, 2020)

Pada Gambar 1.1 dapat dilihat bahwa pembiayaan dan Dana Pihak Ketiga (DPK) perbankan syariah dari tahun 2017 hingga 2020 mengalami pertumbuhan yang lebih tinggi dibanding kredit dan DPK perbankan konvensional. Selain itu, pertumbuhan aset perbankan syariah selama pandemi menunjukkan kinerja yang positif, hal tersebut dibuktikan dengan peningkatan total aset per tahun 2020 mencapai Rp. 608,90 triliun tumbuh 13,11% dari 9,93% pada tahun 2019 (Ojk, 2020). Hal ini menunjukkan semakin meningkat juga keputusan masyarakat untuk menggunakan layanan di perbankan syariah.

Meskipun ada pertumbuhan total aset, perbankan syariah di Indonesia masih menghadapi masalah terkait rendahnya pertumbuhan *market share* perbankan syariah yang masih belum signifikan. Dapat dilihat pada tabel 1.1

**Tabel 1.1**  
**Pertumbuhan *Market Share* Bank Syariah di Indonesia**

Tahun	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<i>Market Share</i>	4.89	4.85	4.83	5.33	5.78	5.96	6.18	6.51
Pertumbuhan (%)	0.31	-0.04	-0.02	0.50	0.45	0.18	0.22	0.33

*Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (2020)*

Pada Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa pertumbuhan *market share* bank syariah tidak signifikan, bahkan terjadi penurunan pada tahun 2014. Pada tahun 2020 *market share* bank syariah baru mencapai 6,51% lebih rendah dari *market share* bank konvensional yang sudah mencapai 83,76%. Kemudian, per Juli 2020 total pangsa pasar bank umum syariah, BPR syariah, unit usaha syariah (UUS) kembali naik menjadi 6,81% dari total pangsa pasar keuangan. Adapun total pangsa pasar keuangan syariah keseluruhan mencapai 9,68% (Ojk, 2020). Jika dibandingkan dengan Negara tetangga yaitu Malaysia dengan jumlah penduduk Muslim mencapai 61,3% mampu mencapai *market share* bank syariah sebesar 30,1%. Padahal Indonesia memiliki jumlah penduduk muslim lebih tinggi dibandingkan Malaysia, yaitu sebesar 87,2% (KNKS, 2020).

Adapun kebijakan yang dilakukan pemerintah untuk mendorong pengembangan ekonomi syariah salah satunya dengan melakukan *merger* tiga Bank Umum Syariah milik Negara. Pada tanggal 27 Januari 2021 Otoritas Jasa Keuangan mengeluarkan surat dengan Nomor : SR-3/PB.1/2021 perihal Pemberian Izin Penggabungan PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah menjadi PT Bank BRI Syariah Tbk dan Izin ganti nama dengan menggunakan izin usaha PT Bank BRI Syariah Tbk berubah menjadi izin usaha atas nama PT Bank Syariah Indonesia Tbk sebagai bank hasil penggabungan dengan komposisi kepemilikan saham PT Bank Mandiri Tbk 51,2%, PT Bank Negara Indonesia Tbk 25,0%, PT Bank Rakyat Indonesia Tbk 17,4%, DPLK BRI Saham Syariah 2%, dan investor publik 4,4% (bankbsi.co.id, 2021).

Cucu Risti Tiani, 2022

**ANALISIS PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, *ISLAMIC SERVICE QUALITY* DAN RELIGIOSITAS TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG DENGAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI VARIABEL MODERATOR (Studi Kasus pada Nasabah BSI Generasi Z di Jawa Barat)**

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

Selain itu aset Bank Syariah Indonesia dari ketiga BUS terus mengalami pertumbuhan berdasarkan laporan tahunan dari bank tersebut. Aset Bank BRI Syariah tahun 2020 sebesar Rp 57,2 triliun, naik 33,84% dibandingkan tahun 2019. Kemudian Bank Syariah Mandiri mencatat aset sebesar Rp126,9 triliun pada tahun 2020, meningkat dibanding tahun 2019. Seperti halnya bank BNI Syariah mencatat aset sebesar Rp55,45 triliun, tumbuh 20% dari periode sebelumnya (Laporan Tahunan Bank Syariah Mandiri, BNIS dan BRIS, 2020).

Pertumbuhan aset ini mendorong pemerintah untuk segera melaksanakan merger pada Februari 2021. Kondisi penggabungan tiga bank BUMN tersebut juga didukung oleh pertumbuhan jumlah nasabah yang diterbitkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Peningkatan jumlah nasabah perbankan syariah tersebut disertai dengan minat nasabah dalam memutuskan untuk memilih bank syariah sebagai lembaga keuangan yang dapat dipercayai, dengan perkembangan perbankan saat ini tentunya mengakibatkan persaingan antar bank menjadi semakin ketat, baik bank konvensional maupun bank syariah (Nurudin dkk., 2021).

Di masa pandemi Covid-19, pertumbuhan tabungan masyarakat di PT Bank Syariah Indonesia Tbk pada triwulan III 2021 meningkat sekitar 11,57% *year-on-year* peningkatan positif sekitar Rp 91,43 triliun. Bank ini masuk dalam 5 besar bank nasional dalam hal tabungan. Di sisi lain, pemulihan Dana Tabungan Wadiah mencatat pertumbuhan tinggi sekitar 16,22% (*year-on-year*) atau mencapai Rp30,35 triliun, dengan jumlah rekening nasabah menjadi 15,5 juta (bankbsi.co.id, 2021c). Selain itu, jumlah rekening bank syariah secara umum meningkat, tercermin dari rekening DPK per Juli 2021 mencapai 33 juta rekening dan rekening pembiayaan mencapai 6 juta rekening (kontan.co.id, 2021).

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Nasabah Bank Syariah**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Pertumbuhan</b>
<b>2016</b>	17.615.257	38.06%
<b>2017</b>	21.013.561	19.29%
<b>2018</b>	23.825.941	13.38%
<b>2019</b>	26.739.500	12.23%
<b>2020</b>	29.942.417	11.98%
<b>2021</b>	33.427.667	11.64%

*Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (2021)*

Cucu Risti Tiani, 2022

**ANALISIS PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, ISLAMIC SERVICE QUALITY DAN RELIGIOSITAS TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG DENGAN BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL MODERATOR (Studi Kasus pada Nasabah BSI Generasi Z di Jawa Barat)**

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

Dari tabel 1.2 tersebut dapat disimpulkan setiap tahunnya jumlah nasabah bank syariah terus mengalami peningkatan. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa semakin banyak jumlah nasabah yang menyimpan dananya pada bank syariah. Pada tahun 2016 jumlah nasabah mengalami pertumbuhan sebesar 38.06% namun pada 2021 pertumbuhannya hanya mencapai 11.64%. Adapun tujuan idealnya perbankan syariah adalah untuk melayani konsumen Muslim Indonesia. *World Population Review* (2020) menunjukkan bahwa jumlah penduduk Indonesia sebanyak 273.5000.000 jiwa. Dari jumlah ini penduduk Muslim mencapai 87,2% setara dengan 229 juta jiwa dari total penduduk Indonesia. Namun dalam praktiknya, penggunaan jasa atau produk keuangan syariah di Indonesia masih terbatas cakupannya dibandingkan dengan populasi penduduk Muslim.

Lembaga Penjamin Simpanan (2021) memaparkan bahwa jumlah rekening dana pihak ketiga sebesar 386.319.082 yang terdiri dari jumlah rekening DPK bank konvensional sebesar 344.486.870 dan jumlah rekening bank syariah sebesar 41.832.212. Jumlah rekening DPK yang dimiliki bank syariah hanya 12% dari jumlah rekening DPK bank konvensional. Hal tersebut menunjukkan bahwa masih banyak masyarakat muslim di Indonesia yang masih menggunakan perbankan konvensional daripada perbankan syariah. Jika hal tersebut tidak diatasi, banyak masyarakat yang kurang mengetahui produk syariah maka akan berdampak pada melambatnya pertumbuhan *market share* dan kurangnya antusiasme masyarakat untuk menggunakan bank syariah.

Namun, selain usaha pemerintah dalam meningkatkan *market share* bank syariah, nasabah juga harus ikut berperan untuk dapat mengembangkan bank syariah di Indonesia. Peran nasabah berkaitan dengan fenomena dan masalah yang sudah dipaparkan. Dapat disimpulkan bahwa masih banyak masyarakat muslim di Indonesia yang menjadikan bank konvensional sebagai pilihannya dibandingkan dengan bank syariah. Oleh karena itu penting untuk diteliti apa saja faktor yang dapat memengaruhi seseorang memutuskan menggunakan perbankan syariah. Dengan begitu Bank Syariah Indonesia dapat merumuskan dan memutuskan strategi pengembangan yang tepat.

Penduduk Indonesia didominasi oleh generasi Z sekitar 74,93 juta 27,94% (BPS, 2021). Generasi z adalah generasi muda yang lahir dari tahun 1995-2009 (Goh & Jie, 2019). Generasi Z merupakan generasi yang memilih gaya hidup dan dianggap sesuai dengan agama dan kepercayaannya (Bagus dkk., 2021). Dengan jumlah tersebut maka generasi Z merupakan segmen yang potensial bagi perbankan syariah di Indonesia.

Selain itu, generasi Z lazimnya melek teknologi, sehingga mereka berpotensi besar sebagai pelaku ekonomi syariah dibidang retail dan menjadi kunci utama pertumbuhan ekonomi syariah di Indonesia (Dina & Abror, 2019). Nurohman & Qurniawati (2021) menyatakan hal tersebut disebabkan bahwa generasi Z memfokuskan diri untuk menghasilkan uang dan menabung menjadi prioritas utama. Oleh sebab itu, strategi pengembangan ekonomi syariah harus melibatkan generasi Z yang berpotensi besar dalam pengembangan ekonomi syariah di Indonesia. Adapun berdasarkan OJK (1019) bahwa tingkat literasi keuangan generasi Z sebesar 44,05% dan termasuk dalam tingkat literasi keuangan rendah, yang menunjukkan bahwa pengetahuan generasi Z mengenai literasi tabungan dan pinjaman, asuransi dan investasi masih rendah.

Dalam penelitian Ramadhani dkk (2021), menyatakan bahwa tingkat literasi keuangan yang rendah dapat mempengaruhi sikap individu dalam pengelolaan keuangan dan dapat berdampak signifikan pada kehidupan mereka, termasuk salah memilih produk dan tidak dapat membuat perencanaan keuangan yang tepat, sehingga dapat menimbulkan masalah. Literasi keuangan mempengaruhi keputusan seseorang terhadap perilaku keuangan (Rachmatullah dkk., 2020). Namun menurut Omar (1992) dalam penelitian Usman dkk (2017) dan Yulianto (2018) mengatakan literasi keuangan syariah tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan menabung pada bank syariah.

Selain itu, dalam upaya menarik masyarakat untuk menabung di perbankan dapat dilakukan dengan memberikan pelayanan yang berkualitas. Kualitas pelayanan yang prima akan menentukan konsumen apakah akan terus menggunakan layanan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut karena merasa nyaman dan mendapat keuntungan atau sebaliknya (Tjiptono & Chandra,

Cucu Risti Tiani, 2022

**ANALISIS PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, *ISLAMIC SERVICE QUALITY* DAN RELIGIOSITAS TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG DENGAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI VARIABEL MODERATOR (Studi Kasus pada Nasabah BSI Generasi Z di Jawa Barat)**

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

2014; Reza dkk, 2020). Hasil survei Aziz & Hendrasto (2019) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menyimpan di bank syariah. Di sisi lain, menurut temuan Pramudani dkk (2021) kualitas layanan tidak mempengaruhi keputusan untuk menabung ke bank syariah.

Selain itu, religiositas seseorang juga berpengaruh kuat bagi perilaku dari seseorang tersebut. Tingkat religiositas setiap orang berbeda-beda, begitu juga preferensi saat menggunakan suatu produk atau layanan. Dalam Islam, umat Islam mematuhi ketentuan Al-Qur'an dan Hadist. Secara umum dan idealnya, pemahaman yang lebih baik tentang agama dan hukum maka memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih baik berdasarkan agama (Nadia, 2021). Dalam penelitian Irham Fakkawaru (2018) dan Pramudani dkk (2021) dinyatakan bahwa tingkat religiositas tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung pada bank syariah. Sementara itu, dalam penelitian Maisur dkk (2015) dan Romdhoni & Ratnasari (2018) disebutkan bahwa religiositas berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung nasabah di bank syariah.

Selanjutnya, Sari dkk. (2021) menyatakan bahwa citra merek juga memiliki dampak signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya untuk meningkatkan jumlah pembelian harus menjaga citra merek agar dapat menjaga kepercayaan konsumen terhadap merek tersebut. Kemudian, studi *brand image* oleh Harwani & Pradita (2017) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berbeda dengan hasil penelitian Rachmawati (2020) yang menyatakan bahwa *brand image* tidak berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah.

Adapun Jawa Barat menjadi objek penelitian, sebab menurut data BPS tahun 2013, provinsi Jawa Barat merupakan provinsi dengan jumlah umat Muslim terbanyak di Indonesia. Data menunjukkan jumlah penduduk Muslim di Jawa Barat pada tahun 2021 yaitu 46,3 juta jiwa atau 88% dari populasi penduduk Jawa Barat dan 19,57% dari total penduduk Muslim di Indonesia (katadata.co.id, 2021), hal tersebut menarik untuk diteliti terkait bagaimana keputusan menabung di Bank Syariah Indonesia di provinsi Jawa Barat dengan jumlah penduduk muslim terbanyak di Indonesia.

Berbeda dengan penelitian terdahulu penelitian ini membahas terkait faktor yang mempengaruhi keputusan menabung nasabah dengan menggunakan variabel moderator. Kemudian penelitian sebelumnya juga membahas perbankan syariah secara umum. Kemudian masih adanya inkonsistensi dari hasil yang diperoleh penelitian terdahulu. Dengan demikian, penulis dapat menjelaskan mengenai *novelty* atau kebaruan yang ada dalam penelitian ini. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, *Islamic Service Quality* dan Religiositas terhadap Keputusan Menabung dengan *Brand Image* sebagai Variabel Moderator (Studi Kasus pada Nasabah BSI Generasi Z di Jawa Barat)**”.

### 1.2 Identifikasi Masalah

1. Bank syariah terus berkembang dilihat dari aset yang meningkat secara signifikan setiap tahunnya, namun peningkatan aset tersebut tidak diikuti dengan peningkatan *market share* perbankan syariah yang signifikan (Ojk 2020).
2. Jika dibandingkan dengan *market share* Negara Malaysia memiliki nilai lebih tinggi dari Indonesia, padahal Indonesia memiliki jumlah penduduk muslim lebih besar (KNKS, 2020).
3. *World Population Review* (2020) menunjukkan bahwa jumlah penduduk muslim Indonesia mencapai 229 juta jiwa. Namun yang menjadi nasabah Bank Syariah baru mencapai sekitar 30 juta penduduk.
4. Jumlah rekening DPK yang dimiliki bank syariah hanya 12% dari jumlah rekening DPK bank konvensional (LPS, 2021).

### 1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana gambaran tingkat literasi keuangan syariah, tingkat *Islamic service quality*, tingkat religiositas, *brand image* dan keputusan menabung di Bank Syariah Indonesia?
2. Bagaimana pengaruh tingkat literasi keuangan syariah terhadap keputusan menabung di Bank Syariah Indonesia?

3. Bagaimana pengaruh tingkat *Islamic service quality* terhadap keputusan menabung di Bank Syariah Indonesia?
4. Bagaimana pengaruh tingkat religiositas terhadap keputusan menabung di Bank Syariah Indonesia?
5. Bagaimana tingkat *brand image* memoderator pengaruh tingkat literasi keuangan syariah terhadap keputusan menabung di Bank Syariah Indonesia?
6. Bagaimana tingkat *brand image* memoderator pengaruh tingkat *Islamic service quality* terhadap keputusan menabung di Bank Syariah Indonesia?
7. Bagaimana tingkat *brand image* memoderator pengaruh tingkat religiositas terhadap keputusan menabung di Bank Syariah Indonesia?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pertanyaan-pertanyaan dalam penelitian di atas, tujuan penelitian ini untuk mengetahui gambaran umum tingkat literasi keuangan syariah, tingkat *Islamic service quality*, tingkat religiositas, tingkat *brand image* dan tingkat keputusan menabung pada Bank Syariah Indonesia. Kemudian mengetahui bagaimana pengaruh dari tingkat literasi keuangan syariah, tingkat *Islamic service quality*, tingkat religiositas dan tingkat *brand image* memoderasi terhadap keputusan menabung di Bank Syariah Indonesia.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

##### **1. Kegunaan Teoretis**

Berkontribusi pada pengembangan teori keuangan yang terkait dengan literasi keuangan syariah, *islamic service quality* dan faktor pengambilan keputusan untuk penggunaan produk atau layanan lembaga keuangan Islam. Dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian lebih lanjut tentang penelitian terkait.

##### **2. Kegunaan Praktis**

Dapat dijadikan sebagai rujukan untuk penunjang pengambilan keputusan perusahaan industri bank syariah agar dapat merumuskan strategi pengembangan dan pemasaran yang tepat sehingga digunakan sebagai bahan acuan bank syariah untuk meningkatkan *market share*. Selain itu, penelitian ini

juga diharapkan dapat bermanfaat bagi para *stakeholder*, yaitu pemerintah dan industri bank syariah.