

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor perbankan merupakan salah satu sektor strategis yang memegang peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional. Perbankan dapat diibaratkan sebagai jantung dalam suatu perekonomian yang berfungsi menghimpun dana dan menyalurkan dana kepada pihak yang membutuhkan. Industri ini selalu dituntut untuk terus meningkatkan dapat meningkatkan kinerjanya. Sektor perbankan menjadi salah satu lembaga keuangan negara yang memiliki peran untuk menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat, dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan modal dan investasi bagi para pemilik dana. Berdasarkan Undang-Undang Negara Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 Tanggal 10 November 1998 tentang perbankan, sistem perbankan yang dijalankan di Indonesia terbagi menjadi dua yaitu prinsip konvensional dan prinsip syariah. Perbankan yang menjalankan sistemnya dengan prinsip syariah berarti semua kegiatan operasional yang dijalankan oleh Bank tersebut mengacu kepada aturan-aturan yang berlaku di dalam Islam dan penggunaan prinsip tersebut untuk menghindari adanya praktik Riba.

Berdasarkan penjelasan OJK diketahui bahwa Bank Syariah pertama kali berdiri di Indonesia pada tahun 1991 yang bernama PT Bank Muamalat Indonesia (BMI). Saat ini, berdasarkan data OJK (2022) diketahui bahwa terdapat 15 Bank

Umum Syariah dan 20 unit usaha Syariah yang telah berdiri di Indonesia, seperti tergambar pada Tabel 1 dibawah ini.

Tabel 1. Data Bank Syariah di Indonesia

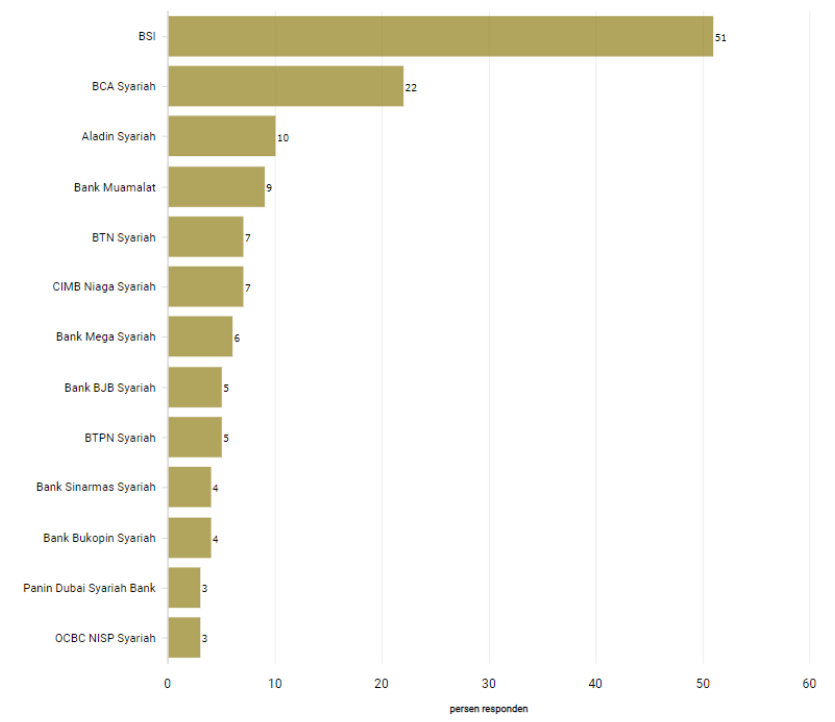
Kelompok Bank / Group of Banks	KPO/KC HOO/BO	KCP/UPS SBO/SSU	KK CO
Bank Umum Syariah / Islamic Commercial Bank	499	1 345	192
1 PT. Bank Aceh Syariah	27	98	27
2 PT. BPD Nusa Tenggara Barat Syariah	12	25	6
3 PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk	80	131	29
4 PT. Bank Victoria Syariah	5	1	-
5 PT. Bank BRI Syariah ¹⁾	-	-	-
6 PT. Bank Jabar Banten Syariah	9	55	2
7 PT. Bank BNI Syariah ¹⁾	-	-	-
8 PT. Bank Syariah Mandiri ¹⁾	-	-	-
9 PT. Bank Mega Syariah	30	29	5
10 PT. Bank Panin Dubai Syariah, Tbk	10	-	1
11 PT. Bank Syariah Bukopin	13	7	4
12 PT. BCA Syariah	15	16	43
13 PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah	24	-	-
14 PT. Bank Aladin Syariah	1	-	-
15 PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk	273	985	75
Unit Usaha Syariah / Islamic Business Unit	177	201	66
1 PT Bank Danamon Indonesia, Tbk	10	4	-
2 PT Bank Permata, Tbk	15	5	1
3 PT Bank Maybank Indonesia, Tbk	17	2	-
4 PT Bank CIMB Niaga, Tbk	24	1	5
5 PT Bank OCBC NISP, Tbk	10	-	-
6 PT Bank Sinarmas	31	-	12
7 PT Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk.	29	61	7
8 PT BPD DKI	2	14	5
9 PT BPD Daerah Istimewa Yogyakarta	1	7	3
10 PT BPD Jawa Tengah	5	14	9
11 PT BPD Jawa Timur, Tbk	7	17	-
12 PT BPD Sumatera Utara	1	2	-
13 PT BPD Jambi	6	16	-
14 PT BPD Sumatera Barat	5	4	2
15 PT BPD Riau dan Kepulauan Riau	2	10	7
16 PT BPD Sumatera Selatan dan Bangka Belitung	4	6	5
17 PT BPD Kalimantan Selatan	2	9	5
18 PT BPD Kalimantan Barat	4	3	2
19 PD BPD Kalimantan Timur	2	20	2
20 PT BPD Sulawesi Selatan dan Sulawesi Barat	-	6	1
Bank Pembiayaan Rakyat Syariah / Sharia Rural Bank	198	-	297
TOTAL	874	1 546	555
Keterangan / Note : - KPI/HO = Kantor Pusat / Head Office - UUS = Unit Usaha Syariah / BU = Islamic Banking Unit - KPO/HOO = Kantor Pusat Operasional / Head Operational Office - KCO/BO = Kantor Cabang / Branch Office - KCP/UPS/SBO/SSU = Kantor Cabang Pembantu/ Unit Pelayanan Syariah/ Sub Branch Office/Syaria Services Unit - KK/CO = Kantor Kas / Cash Office - Tidak termasuk Layanan Syariah / Not Include Office Channeling ¹⁾ Sesuai dengan KDK OJK Nomor 4/KDK.03.2021 tanggal 27 Januari 2021 tentang Izin Penggabungan PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah Ke Dalam PT Bank BRI Syariah Serta Perubahan Nama Menjadi PT Bank Syariah Indonesia, Tbk Sebagai Hasil Penggabungan			

Sumber: OJK (2022)

PT Bank Syariah Indonesia, Tbk merupakan bank hasil merger antara PT Bank BRI syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) secara resmi mengeluarkan izin merger tiga usaha bank syariah tersebut pada 27 Januari 2021 melalui surat Nomor SR-3/PB.1/2021.

Selanjutnya, pada 1 Februari 2021, Presiden Joko Widodo meresmikan kehadiran PT Bank Syariah Indonesia, Tbk ini (BSI, 2022). Keberadaan PT Bank Syariah Indonesia, Tbk merupakan ikhtiar atas lahirnya bank syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan BSI juga menjadi cermin wajah perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (*Rahmatan Lil 'Aalamiin*).

Berdasarkan Tabel 1 diatas terlihat bahwa Bank Syariah dengan jumlah terbanyak ialah PT Bank Syariah Indonesia, Tbk sebanyak 1,333 unit kerja yang tersebar di seluruh Indonesia dan terdiri dari 273 kantor pusat, kantor pusat operasional dan kantor cabang, 985 kantor cabang pembantu/ unit pelayanan syariah/ *sub branch office/ syari'a services unit*, dan 75 kantor kas.



Gambar 1. Data Pengguna Bank Syariah di Indonesia pada Maret 2023
Sumber: Katadata (2023)

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Katadata (2023) diketahui bahwa Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan bank syariah yang paling banyak digunakan di Indonesia. Sebanyak 51% responden mengaku menggunakan jasa bank syariah tersebut. Ini menunjukkan bahwa banyak masyarakat yang memercayai untuk bertransaksi pada Bank Syariah Indonesia ini aman dan sesuai dengan prinsip syariah.

Pada Tanggal 8 Mei 2023 yang lalu diketahui bahwa aplikasi *mobile banking* milik Bank Syariah Indonesia ini atau yang disebut BSI *Mobile* sempat mengalami gangguan dan diketahui disebabkan oleh adanya serangan siber yang memungkinkan sistemnya terkunci dan terkena *ransomware*. Berdasarkan data di laporan keberlanjutan BSI, mereka menemukan ada lebih dari seribu ancaman kejahatan siber sepanjang 2022, tapi tidak ada yang berupa serangan *ransomware*. Pada tahun 2022, BSI menemukan ada 1.767 upaya *phishing/social engineering* terhadap nasabahnya. Aksi itu bertujuan agar nasabah terkecoh dan memasukkan informasi pribadinya ke *website* palsu, seperti nama akun (*username*), kata sandi (*password*), nomor pin, dan sebagainya. Selain itu, sepanjang 2022 BSI juga menemukan ada 232 kasus kecurigaan *skimming* di jaringan ATM Prima, dan 64 kasus di jaringan ATM Bersama. Serta beberapa hari kebelakang ditemukan sebanyak 15 Juta data nasabah BSI diduga bocor atau diretas oleh sekelompok peretas yang melakukan serangan *ransomware* (Tempo, 2023). Hal ini membuat munculnya banyak komplain dari para nasabah bank tersebut. Jika kondisi ini tidak bisa dikendalikan oleh manajemen maka akan berpengaruh terhadap loyalitas para nasabah yang bertransaksi pada Bank tersebut karena

menganggap perusahaan tidak mampu menjaga keprivasian data para pengguna. Sehingga bagi perusahaan perlu menjaga hal tersebut dari para pelanggan dengan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas para nasabahnya.

Loyalitas pelanggan merupakan gambaran komitmen pelanggan untuk melakukan pembelian berulang yang konsisten terhadap merek atau layanan meskipun dipengaruhi situasional dan pemasaran yang dapat menyebabkan konsumen beralih ke merek atau layanan lain (Deng *et al.* 2010). Adanya loyalitas ini penting bagi perusahaan karena menurut Kavaliauskiene dan Leva (2014) semakin meningkatnya loyalitas pelanggan terhadap suatu merek atau layanan maka akan meningkatkan keunggulan kompetitif dari merek, layanan atau organisasi tersebut. Hal ini dikarenakan ketika pelanggan loyal terhadap merek, layanan atau organisasi pada umumnya akan melakukan pembelian pada produk (barang atau jasa) walaupun dihadapkan terhadap beberapa alternatif produk dengan kelebihan dan keunggulannya (Andika 2019). Semakin lama loyalitas seorang pelanggan, semakin besar laba yang dapat diperoleh pelanggan dari perusahaan tersebut (Griffin 2010).

Omoregie *et al.* (2019) menemukan beberapa faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan diantaranya kualitas layanan, *corporate image*, *trust*, *value*, dan *customer satisfaction*, sedangkan Saputra (2018) menemukan faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan yaitu *customer relationship*, *satisfaction*, dan *customer loyalty*. Selain itu, Hidayatullah & Sosrohadi (2022) menemukan bahwa *reference group*, *culture*, *personality*, & *customer satisfaction* memengaruhi loyalitas konsumen.