

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan bank syariah di Indonesia didukung oleh pemerintah melalui Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Dengan disahkannya peraturan UU Nomor 21 tahun 2008 yang terbit pada 21 Juni 2008, maka perkembangan perbankan syariah nasional di Indonesia mempunyai landasan hukum yang kuat agar dapat terus berkembang di Indonesia.

Menurut data dari OJK (Otoritas Jasa Keuangan) hingga November 2017 Bank Umum Syariah (BUS) di Indonesia berjumlah 12 badan usaha, 22 buah Unit Usaha Syariah (UUS) , dan 167 buah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Data tersebut menunjukkan bahwa perbankan syariah di Indonesia berkembang dengan pesat sejak awal muncul di Indonesia.

Dalam perbankan syariah menjaga reputasi dan kepercayaan masyarakat pada hal yang penting. Karena reputasi yang dibangun berdasarkan nilai-nilai keislaman. Oleh karena itu jangan sampai terjadi risiko reputasi pada bank syariah karena risiko reputasi itu tidak hanya akan merobohkan *image* bank syariah tersebut tetapi juga industri perbankan syariah secara keseluruhan (Wardayanti, 2011: 17).

Reputasi merupakan penilaian terhadap sebuah organisasi/produk yang didalamnya melekat faktor *trust* (kepercayaan) dari khalayak (Trimamah, 2012: 99). Reputasi perusahaan yang baik akan mempengaruhi kepuasan

pelanggan, serta retensi pelanggan (Chun, 2005: 91). Padahal, reputasi bank syariah dan kepercayaan masyarakat pada bank syariah akan berdampak pada loyalitas masyarakat dalam menggunakan jasa bank syariah. Peningkatan reputasi dan kepercayaan nasabah dapat digunakan sebagai indikator keberhasilan perkembangan bank syariah dan sekaligus sebagai prediksi keberhasilan bank syariah di masa yang akan datang dalam rangka meningkatkan *market share*nya (Junusi, 2012: 93).

Selain banyak diapresiasi sebagai industri yang pernah memiliki tingkat pertumbuhan paling tinggi, perbankan syariah juga tak jarang dikritisi. Yang paling telak, kritik terhadap bank syariah berkaitan dengan tingkat kepatuhannya terhadap prinsip syariah. Bahkan, masih banyak yang berpandangan, operasionalisasi bank syariah sama saja dengan bank konvensional. (Ridwan, 2017)

Reputasi mencerminkan persepsi publik terkait mengenai tindakan-tindakan yang berhubungan dengan suatu bank. Persepsi masyarakat yang masih menganggap sama antara bank konvensional dan bank syariah membuat perkembangan bank syariah di Indonesia cenderung stagnan. *Market share* yang masih di angka 5% dari jumlah asset perbankan nasional menunjukkan bahwa risiko reputasi pada perbankan syariah masih belum dikeola dengan baik. Saat ini pangsa pasar perbankan syariah di Indonesia baru mencapai 5,3 persen atau masih jauh dengan capaian pangsa pasar perbankan syariah di negara lain seperti Malaysia 23,8 persen, Arab Saudi 51,1 persen, dan Uni Emirat Arab 19,6 persen. (Noordiansyah, 2017).

Mengelola reputasi pada perbankan syariah terdapat lima indikator yang harus diperhatikan oleh perbankan. Pertama, pengoptimalan unit pengaduan nasabah. Pengoptimalan unit pengaduan nasabah disini yaitu mendengarkan setiap masalah yang dihadapi nasabah dan jangan sampai nasabah mengadu ke pihak lain yang bisa berdampak kepada reputasi perbankan syariah tersebut. Penanganan pengaduan yang baik akan meningkatkan kepercayaan Konsumen (*confidence*). Selanjutnya, kepercayaan Konsumen akan meningkatkan kesetiaan Konsumen (*loyalty*). Dan pada akhirnya, kesetiaan Konsumen akan meningkatkan potensi pendapatan perusahaan (*profitability*). (Otoritas Jasa Keuangan, 2015)

Kedua, optimalisasi peran *public relation* sebagai bentuk strategi komunikasi yang berisi pesan-pesan yang tepat untuk masyarakat. Pelaksanaan sosialisasi, promosi dan publikasi perbankan syariah yang masih belum banyak diketahui oleh masyarakat, bahwa pengelolaan perbankan syariah tersebut berbeda dengan bank-bank konvensional (bank umum), yaitu lebih menekankan ‘keunggulan komparatif’ atau selling point dari konsep bank syariah melalui bagi hasil (*profit sharing*), ‘hubungan kemitraan’, dan tanpa pemberian bunga, serta penghasilan yang halal, baik ditinjau secara ‘ukhrawi maupun akhirati’ sesuai dengan syariah Islam. (Ruslan, 2009)

Ketiga, menjunjung tinggi nilai kaidah syariah yang tidak hanya pada produk dan layanan tetapi juga Sumber Daya Manusia (SDM) yang dimiliki. Kepatuhan pada prinsip-prinsip syariah (*sharia compliance*) adalah pilar penting sebagai pembeda antara bank syariah dan bank konvensional. Salah

satu contohnya adalah pada bank konvensional menggunakan perhitungan suku tarif bunga (*interest rate*) sedangkan dalam bank syariah menggunakan sistem bagi hasil (*profit-loss sharing*). (Balqis, 2017).

Pelanggaran atas *syariah compliance* akibat lemahnya pengawasan DPS berdampak terhadap manajemen risiko bank. Jenis risiko yang terkait erat dengan peran DPS adalah risiko reputasi dan risiko kepatuhan. Risiko reputasi akan muncul jika peran DPS tidak optimal dalam melakukan pengawasan terhadap praktik syariah dan berakibat pada pelanggaran *syariah compliance*. Hal ini berdampak terhadap citra dan kredibilitas bank syariah hingga menurunkan kepercayaan masyarakat kepada sebuah bank syariah. (Ridwan, 2017)

Keempat, penerapan prinsip GCG (*Good Corporate Governance*) yaitu akuntabilitas, kewajaran, keadilan, tanggung jawab, dan transparansi. Jika kita bicara mengenai *Good Corporate Governance* yang merupakan suatu sistem pengendalian internal perusahaan yang memiliki tujuan utama mengelola risiko yang signifikan guna memnuhi tujuan bisnisnya melalui pengamanan asset perusahaan dan meningkatkan nilai investasi pemegang saham dalam jangka panjang. (Arief, 2009).

Maka daripada itu GCG harus diwujudkan dalam ekonomi syariah selain sebagai penegakan syariahnya sendiri GCG dapat membangun minat dan kepercayaan pasar terhadap ekonomi syariah baik dalam pelayanan maupun system dari ekonomis syariah. Dan itu semua harus melibatkan semua stakeholder dalam ekonomi syariah baik DPS, direksi, manajerial, operasional

bahkan pengguna ekonomi syariah. Tetapi yang patut diperhatikan, bahwa bagian yang paling menentukan adalah para banker syariah itu sendiri. Mereka harus memiliki komitmen yang kuat untuk mewujudkan GCG di lembaganya. Selain itu semua pihak harus bekerjasama yang solid antar alim ulama, nasabah bank, akademisi dan pemerintah untuk memacu kinerja bank syariah dalam mematuhi prinsip-prinsip GCG sehingga dapat membangun citra syariah sebagai contoh yang baik dan dapat memberikan kontribusi yang optimal dalam membangun perekonomian umat dan bangsa. (Suko, 2017)

Resiko reputasi pada perbankan syariah akan timbul juga jika perbankan syariah tidak melakukan tata kelola yang baik di dalamnya. Risiko reputasi tidak akan hinggap ke bank syariah jika bank syariah menerapkan prinsip *Good Corporate Governance* dengan serius. Prinsip-prinsip GCG adalah keadilan, transparansi, akuntabilitas dan tanggung jawab. Penerapan GCG akan melengkapi prinsip kehati-hatian (*prudential banking*). Termasuk juga pemenuhan kaidah-kaidah syariah (*sharia principle*) yang berorientasi pada fatwa-fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI). (Hidayat, 2015)

Kelima, *corporate communication* yang efektif akan meningkatkan pengetahuan masyarakat terhadap produk serta layanan dari perbankan syariah di Indonesia. Sosialisasi untuk meningkatkan pengetahuan dan kesadaran masyarakat (*public knowledge and awareness*) terhadap praktik lembaga keuangan bank syariah secara umum, bahkan khususnya bagi kalangan pengusaha, perbankan umum yang lainnya belum mengetahui secara baik mengenai eksistensi bisnis perbankan syariah. (Maulida, 2016)

Dari penjelasan diatas menunjukkan bahwa reputasi perbankan syariah harus dikelola dengan baik. Karena, jika reputasi perbankan syariah hancur oleh kesalahan manajemen dalam pengelolaan perbankan syariah maka akan menghancurkan bukan hanya bank tersebut tetapi seluruh industri perbankan syariah yang berkembang di Indonesia. Selain itu, stagnannya *market share* perbankan syariah di angka 5% hal ini juga didukung dengan persepsi masyarakat yang masih menganggap bahwa perbankan syariah dengan perbankan konvensional tidak memiliki perbedaan. Padahal perbankan syariah memiliki satu fondasi atau dasar yang berbeda dengan perbankan konvensional yaitu, dengan adanya kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah yang harus dipatuhi dalam setiap kegiatan operasional perbankan syariah untuk menjaga reputasi serta kepercayaan masyarakat kepada perbankan syariah.

Dari penjelasan diatas maka dapat diidentifikasi bahwa masalah yang terjadi pada perbankan syariah adalah persepsi nasabah yang menilai bahwa masih rendahnya reputasi perbankan syariah dikarenakan kurangnya kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah serta masih kurang baiknya penerapan tata kelola perusahaan yang baik di perbankan syariah.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Siti Maria Wardayati (2011) tentang Implikasi *Sharia Governance* Terhadap Reputasi dan Kepercayaan Bank Syariah di Bank Muamalat Jawa Tengah dengan aspek *capacity social responsibilty* yang perlu mendapat perhatian besar untuk bank syariah agar reputasi dan kepercayaan masyarakat pada bank syariah serta *market share* mereka bisa meningkat.

Selanjutnya penelitian oleh Nadhila Zafarina (2016) tentang Pengaruh Implementasi Tata Kelola Perusahaan (*Corporate Governance*) dan Kepatuhan Syariah Terhadap Reputasi dan Kepercayaan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Malang dengan aspek indikator kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah yaitu dengan menjalankan bisnisnya tanpa ada *riba*, *gharar*, dan *maysir* dalam transaksi bank, menjalankan bisnis pada keuntungan halal, menjalankan amanah yang dipercayakan oleh nasabah, dan mengelola Zakat, Infaq dan Shadaqah (ZIS)

Dari penjelasan diatas maka dapat diidentifikasi bahwa masalah yang terjadi pada perbankan syariah adalah pengoptimalan pengaduan unit nasabah, *good corporate governance*, *corporate communication*, kepatuhan terhadap prinsip-prinsip Syariah, dan optimalisasi *public relation* perusahaan yang masih perlu ditingkatkan. Dalam penelitian ini peneliti membatasi di persepsi nasabah yang menilai bahwa masih rendahnya reputasi perbankan syariah dikarenakan kurangnya kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah serta masih kurang baiknya penerapan tata kelola perusahaan yang baik di perbankan syariah.

Maka dari itu untuk mengelola reputasi perbankan syariah yang termasuk di dalamnya yaitu manajemen keuangan, kualitas manajemen, tanggung jawab sosial (*corporate social responsibility*), dan kualitas produk dan layanan, maka dibutuhkan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah yang meliputi produk layanan yang tidak mengandung unsur *riba*, *gharar*, dan *maysir*, serta menjalankan hukum dan prinsip-prinsip islam dan tidak mengandung unsur-unsur yang diharamkan dan tata kelola perusahaan yang

baik (*good corporate governance*) berupa akuntabilitas (*accountability*), tanggung jawab (*responsibility*), independensi (*independency*), keadilan (*fairness*), dan transparansi (*transparency*).

Berdasarkan permasalahan tersebut maka perlu dilakukan penelitian yang mengkaji Pengaruh Persepsi Nasabah Terhadap Kepatuhan Pada Prinsip-Prinsip Syariah (*sharia compliance*) dan Tata Kelola Perusahaan yang Baik (*Good Corporate Governance*) Mempengaruhi Reputasi Perbankan Syariah.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

- 1) Apakah ada pengaruh dari Persepsi Nasabah Mengenai Kepatuhan pada Prinsip-Prinsip Syariah (*sharia compliances*) terhadap reputasi perbankan syariah ?
- 2) Apakah ada pengaruh dari Persepsi Nasabah Mengenai Tata Kelola Perusahaan yang Baik (*Good Corporate Governance*) terhadap reputasi perbankan syariah ?
- 3) Apakah ada pengaruh dari Persepsi Nasabah Mengenai Kepatuhan pada Prinsip-Prinsip Syariah (*sharia compliances*) dan Tata Kelola Perusahaan yang Baik (*Good Corporate Governance*) terhadap reputasi perbankan Syariah ?

### 1.3. Manfaat Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka kegunaan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### 1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang perbankan syariah. Penelitian ini juga sebagai informasi dan bahan kajian bagi peneliti yang ingin melakukan penelitian selanjutnya serta memberikan sumbangan pikiran bagi lembaga tempat Penulis menimba ilmu.

#### 2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi Peneliti, hasil penelitian ini dapat digunakan oleh peneliti untuk melihat berapa besar pengaruh dari Persepsi Nasabah Mengenai Kepatuhan pada Prinsip-Prinsip Syariah (*sharia compliances*) dan Tata Kelola Perusahaan yang Baik (*Good Corporate Governance*) terhadap reputasi perbankan Syariah
- b. Bagi bank syariah, hasil penelitian ini sebagai cerminan selama ini apakah reputasi bank syariah di mata masyarakat terhadap prinsip-prinsip syariah dan *good corporate governance* yang diterapkan sudah baik atau belum.