

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Sejarah kegiatan muamalah telah dilakukan sejak zaman Rasulullah SAW. Seperti menerima titipan harta, meminjamkan uang untuk keperluan konsumsi dan untuk keperluan bisnis, serta melakukan pengiriman uang yang dilakukan dengan akad-akad yang sesuai syariah. Penggunaan cek juga telah di praktikkan oleh khalifah Umar Bin Khattab untuk membayar tunjangan kepada mereka yang berhak. Disamping itu kaum Muhajirin dan Anshar juga telah mengenal *mudharabah*, *musaqah*, *muzara'ah* untuk modal kerja yang berbasis bagi hasil (OJK, 2017). Dengan demikian fungsi-fungsi utama dalam dunia perbankan telah banyak di praktikkan sejak zaman Rasulullah SAW.

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang dimana masyarakat membutuhkan wadah untuk melakukan kegiatan transaksinya. Aktivitas transaksi yang sering dilakukan oleh masyarakat Indonesia antara lain adalah aktivitas penyimpanan serta penyaluran dana. Selain itu masyarakat juga membutuhkan pelayanan atau jasa yang biasa ditawarkan oleh pihak bank (Widyawati, 2022). Sedangkan di Indonesia sendiri saat ini menganut dua sistem *banking* yaitu, bank konvensional dan bank syariah. Bank syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup

kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank syariah memiliki fungsi menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi dari pihak pemilik dana. Fungsi lainnya ialah menyalurkan dana kepada pihak lain yang membutuhkan dana dalam bentuk jual beli maupun kerja sama usaha (Ismail, 2017).

Lembaga keuangan syariah merupakan lembaga fundamental yang melakukan suatu usaha dalam pertumbuhan ekonomi masyarakat sehingga warga dan negara tidak bisa menolak dengan adanya lembaga keuangan syariah maupun non lembaga keuangan. Peran perluasan lembaga syariah memiliki landasan hukum yang ditetapkan pada 16 juli 2008 pada Undang Undang No 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah. Melalui perbankan syariah keberadaan bank syariah dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat dimaksudkan untuk jadi alternatif yang dapat dijangkau oleh semua kalangan masyarakat.

Dalam operasionalnya bank syariah diatur oleh dewan syariah nasional majlis ulama Indonesia (DSN-MUI) melalui karakteristik lembaga keuangan yang berprinsip syariah berdasarkan bentuknya meliputi Bank Umum Syariah, Unit usaha Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (Kurniawan, 2021). Menurut Jahja, et.al, (2012), perbankan syariah miliki tujuan yang sama dengan bank konvensional, yaitu agar lembaga perbankan dapat menghasilkan keuntungan dengan cara meminjamkan modal, menyimpan dana,

membiayai kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang sesuai. Selain itu bank syariah juga bertujuan untuk meningkatkan pangsa pasar dan merealisasikan perbankan syariah untuk dapat eksis dikalangan masyarakat dengan berbagai strategi yang dilakukan seperti meluaskan pengetahuan mereka mengenai perbankan syariah.

Seiring dengan berjalannya waktu bank syariah semakin berkembang pesat di Indonesia hal ini ditandai dengan semakin banyak berdirinya unit usaha syariah dan bank umum syariah yang tersebar luas di seluruh daerah di Indonesia. Berikut adalah jumlah jaringan kantor bank syariah seperti yang tertera pada tabel 1.1:

**Tabel 1. 1 Jaringan Kantor Bank Syariah**

<b>Kelompok Bank</b>	<b>Jumlah Bank</b>	<b>Jumlah Kantor</b>
BUS	13	2451
UUS	33	453
BPRS	169	666
Total	215	3570

Sumber: Statistik Perbankan Syariah Januari 2023 OJK

Dalam rangka usaha bank Syariah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi Syariah khususnya dalam sektor perbankan maka dilakukanlah konsolidasi (merger) tiga bank yang merupakan gabungan dari PT. Bank Syariah Mandiri, PT Bank Negara Indonesia Syariah, dan PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah menjadi Bank Syariah Indonesia yang diresmikan pada 01 Februari 2021/Jumadil Akhir 1442 H. (Fidiani, 2022). Dengan adanya

penggabungan ini diharapkan dapat menyatukan kelebihan dari tiga bank guna menghadirkan layanan yang lebih baik.

Pengertian *merger* menurut tinjauan hukum dalam pasal 1 keputusan No. 57 Tahun 2010 tentang penggabungan atau Peleburan Badan dan Pengambilalihan Saham Perusahaan yang dapat menimbulkan persaingan tidak sehat. Peraturan dari penggabungan adalah perbuatan hukum yang dilakukan oleh satu atau lebih entitas untuk menggabungkan diri dengan entitas lain yang sudah ada, sehingga aset dan kewajiban entitas yang menggabungkan diri menjadi satu dengan entitas yang disetujui untuk *merger* berdasarkan hukum. (Peraturan pemerintahan no 57, 2010).

Penggabungan bank umum syariah merupakan langkah tepat untuk menjaga stabilitas ekonomi Negara, sebagaimana tertuang dalam peraturan pemerintah pengganti undang-undang (PERPU) No. 1/2020 dan POJK No. 18/POJK.03/2020. Dampak dari penggabungan bank umum syariah ini tentunya berdampak positif serta bank syariah Indonesia dapat bersaing secara global dengan mengutamakan kenyamanan dalam pelayanan, cakupan lebih luas dan juga kemudahan pencairan dana yang baik. (Atikah, et.al, 2021).

Selain itu dampak positif pasca dilakukannya merger adalah berupa nilai aset dan sumber daya yang banyak. Sehingga dengan keunggulan itulah entitas hasil merger akan membuat *market share* lebih besar dibandingkan sebelum terlaksanakannya merger (Wahyuningsih, 2021). Berdasarkan hasil perhitungan semester 1/2020, total aset yang dimiliki oleh

bank syariah setelah pasca merger yaitu mencapai Rp. 214,6 triliun rupiah dan modal intinya Rp. 20,4 triliun rupiah. Dengan nilai aset dan modal inti tersebut maka bank syariah dari hasil merger akan dapat masuk jajaran 10 besar bank terbesar di Indonesia dari sisa aset dan 10 besar dunia dari sisi kapitalisasi pasar (Widyawati, 2022).

Dengan adanya merger tiga bank badan usaha milik negara (BUMN) secara teori akan memungkinkan terjadinya potensi perpindahan calon nasabah. Perilaku nasabah terhadap bank seringkali berubah-ubah, sejalan dengan karakter yang dimiliki oleh seorang nasabah. Salah satu bentuk perilaku nasabah terhadap bank adalah *switching behavior*. *Customer switching behaviour* menurut Keaveney dan Parthasarathy merupakan keputusan menimbang pengguna jasa untuk menggunakan jasa dengan kategori yang sama tetapi berpindah atau beralih dari suatu penyedia jasa kepada penyedia jasa lainnya. Secara umum *customer switching behavior* dalam pemasaran jasa digambarkan sebagai perpindahan pengguna dari penyedia jasa lamanya, (Siddiqui, 2011).

*Switching behavior* dapat terjadi dalam dunia perbankan apabila seorang nasabah memutuskan untuk beralih dari salah satu bank ke bank lainnya dengan berbagai alasan. Dari berita mengenai merger bank Syariah yang beredar di masyarakat dapat juga memicu perilaku *switching behavior* dari nasabah bank konvensional atau nasabah di luar pengguna bank syariah. Generasi muda yang merupakan pengguna aktif teknologi

informasi dan jaringan internet dapat lebih mudah menyerap informasi yang diberikan oleh perbankan (Salsabila et al., 2023).

Selain generasi muda masyarakat umum yang dapat memanfaatkan teknologi dengan baik seperti penggunaan media sosial akan dengan mudah mengetahui berita tentang merger ketiga bank syariah badan usaha milik negara (BUMN) itu. Bank Syariah mendapatkan keuntungan dalam penggunaan teknologi informasi yang digunakan untuk memberikan sosialisasi kepada nasabah. Sosialisasi menggunakan teknologi informasi tersebut lebih efektif dan efisien, karena pesan yang disampaikan diterima oleh nasabah (Salsabila et al., 2023).

Berawal dari rasa ingin tahu biasanya akan timbul keinginan untuk menggunakan produk dan jasa bank tersebut. Terlepas dari apapun alasannya bisa saja dengan adanya merger membuat nasabah melakukan *switching behavior* karena merasa akan memperoleh manfaat lainnya diluar dari jasa yang digunakan pada bank yang sekarang mereka gunakan. Terlebih lagi Bank syariah menggunakan ide/ pemikiran tantang sistem bagi hasil serta tidak menggunakan bunga (riba) sebagaimana dipraktikkan oleh bank konvensional. (Alawiyah, et.al, 2016).

Menurut Van Trijip, et.al (1996), perilaku berpindah yang dilakukan oleh pengguna disebabkan oleh pencarian variasi. Dengan menyebarnya kabar mengenai merger tiga bank badan usaha milik negara (BUMN) tentu akan menarik perhatian masyarakat, dan berawal dari rasa ingin tahu biasanya akan memancing masyarakat untuk semakin mencari informasi

mengenai produk-produk yang ditawarkan oleh bank syariah. Hal ini tentu semakin berpotensi untuk menarik minat masyarakat untuk menjadi calon nasabah baru di bank syariah Indonesia. Terlebih lagi Bank Syariah menggunakan ide atau pemikiran tentang sistem bagi hasil serta tidak menggunakan bunga (riba) sebagaimana yang dipraktikkan oleh bank konvensional (Alawiyah, et.al 2016).

Penelitian mengenai merger bank syariah sudah pernah diteliti sebelumnya dan hasil yang ditemukanpunberbeda-beda, penelitian terhdahulu yang dilakukan oleh Setiawati, (2021) menyatakan bahwa persepsi masyarakat tentang merger tiga bank Syariah cukup positif hal ini dilihat dari 15 tokoh masyarakat yang relevan mengetahui adanya merger tiga bank Syariah, sementara penelitian yang dilakukan oleh Santoso, (2017) menyatakan bahwa perilaku nasabah non muslim tidak begitu paham mengenai sistem yang ada pada bank Syariah, selain itu hal yang menjadi pertimbangan bagi nasabah non muslim menggunakan produk perbankan Syariah karenan pelayanan bank Syariah tidak kalah dengan palayanan pada bank konvensional, serta adanya kelompok acuan juga menjadi alasan nasabah non muslim menggunakan bank Syariah. Sedangkan perilaku berpindah yang dilakukan oleh non muslim dikarenakan sistem bagi hasil yang ada pada bank Syariah. perilaku berpindah yang dilakukan oleh non muslim murni karena motif ekonomi bukan karena adanya niat untuk menjalankan agama yaitu menjauhi riba.

Menurut Anggaraini, (2022) yang berjudul pengaruh *Physical Evidence, Islamic Branding, Ethical Problem* dan Religiusitas Intrinsik Terhadap *Customer Switching Behavior* dari Bank Konvensional ke Bank Syariah (Studi pada Nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Kotabumi), berdasarkan penelitian yang telah dilakukan hasil variabel *physical edivence* berpengaruh secara signifikan. Hasil pada variabel kedua menunjukkan bahwa variabel *Islamic branding* berpegaruh negatif dan signifikan. Kemudian variabel *etichal problem* positif dan signifikan kemudian pada variabel keempat menunjukkan bahwa variabel religiusitas intrinsik berpengaruh positif dan signifikan. Maka dapat disimpulkan bahwa H1, H2, H3 dan H4 diterima.

Qurniawati, (2022), dalam penelitiannya yang berjudul Determinasi Beralihnya Nasabah: Fakta Empiris dari Bank Syariah Indonesia. Pada penelitian ini menyatakan bahwa ketidaknyamanan dan motivasi keagamaan mempengaruhi niat nasabah dalam berpindah. Namun, sikap dan ketersediaan bank yang sesuai sebagai variabel moderasi tidak mempegaruhi niat berpindahnya nasabah. Temuan ini tidak sesuai dengan hipotesis yang mana ketiga bank syariah yang melakukan merger merupakan bank-bank yang tergabung dalam Badan Usaha Milik Negara yang dapat dipercaya memberikan fasilitas yang baik.

Mahmudah, (2023) dalam penelitiannya yang berjudul Analisis Switching Intention Pada Generasi Z *Followers Instagram Likes BSI Maslahat*. Dalam penelitian ini menyatakan bahwa faktor yang

mempengaruhi *switching intention* pada generasi z followers Instagram *likes* bsi masalah yaitu: faktor persepsi individu yang merupakan gabungan dari *perceived behavioral control* dan *attitude* dimana kecukupan pengetahuan menjadi faktor tertinggi diantara faktor yang lain. Kemudian, faktor keagamaan yang merupakan motivasi dari keagamaan dan *perceived behavioral control* dengan nilai faktor tertinggi yaitu keyakinan dan pengalaman dibandingkan dengan faktor keagamaan.

Dari uraian diatas, penulis ingin mengetahui bagaimana respon nasabah diluar pengguna Bank Syariah Indonesia (BSI) apakah dengan berita adanya merger ketiga bank syariah tersebut nasabah diluar pengguna BSI akan tertarik melakukan perilaku *switching behavior* atau tidak. Maka dengan ini peneliti tertarik untuk menulis sebuah penelitian yang berjudul **“Hubungan Merger Bank Syariah terhadap Minat Melakukan *Customer Switching Behavior*”**

#### **A. Rumusan Masalah**

Untuk menghindari penelitian yang tidak terarah dan sesuai dengan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini ialah Apakah *Merger* tiga Bank Syariah berpengaruh terhadap Minat Melakukan *customer switching behavior*?

#### **B. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan Rumusan Masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh *Merger* tiga Bank Syariah terhadap Minat Melakukan *customer switching behavior*.

### **C. Manfaat Penelitian**

#### 1. Bagi Mahasiswa

Memperoleh ilmu serta wawasan selama penelitian serta mendapatkan informasi terkait pengaruh *Merger* tiga Bank Syariah terhadap Minat Melakukan *Customer Switching Behavior* selain pengguna Bank Syariah Indonesia. serta sebagai penerapan pengetahuan yang telah dipelajari selama perkuliahan.

#### 2. Bagi Prodi Perbankan Syariah

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai refrensi bagi Mahasiswa Universitas Ahmad Dahlan khususnya Perbankan Syariah yang akan melakukan penelitian dengan topik permasalahan yang sama.

#### 3. Bagi Bank Syariah Indonesia

Dapat dijadikan acuan guna meningkatkan dan mempertahankan pelayanan dan memberikan informasi kepada masyarakat mengenai bank syariah yang dimungkinkan akan tertarik untuk menggunakan produk dan layanan bank syariah Indonesia.

### **D. Sistematika Penulisan**

Secara garis besar sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari 5 (lima) bab dengan beberapa sub bab didalamnya, secara garis besar dapat diuraikan sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisi tentang latar belakang masalah yang menguraikan permasalahan yang akan diteliti oleh penulis. Kemudian

dilanjutkan dengan rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan yang terakhir sistematika penulisan.

## **BAB II TINJAUAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

Pada bab ini berisi tentang kerangka teori yang relevan sebagai rujukan penyusunan penelitian dengan topik yang berhubungan tentang pengaruh merger tiga bank syariah terhadap minat melakukan *customer switching behavior*. kedua, berisi tentang telaah pustaka yang dominan berasal dari jurnal ilmiah, kemudian berisi tentang kerangka pemikiran dan diakhiri dengan hipotesis.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menjabarkan tentang metode-metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu meliputi: pendekatan penelitian, populasi dan sampel, sumber data, variabel penelitian, Teknik analisis data dan pengujian hipotesis.

## **BAB IV ANALIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang hasil penelitian dan analisis pembahasan. Pada bab ini memuat penjelasan permasalahan serta menjawab rumusan masalah yang terdapat pada bab I, pada bab ini merupakan inti dari penelitian yang telah dilakukan.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi kesimpulan penelitian beserta saran-saran dari peneliti. Kesimpulan yang merupakan pernyataan singkat yang telah

disajikan dalam pembahasan. Bab ini merupakan penutup dan akhir dari penelitian yang telah dilakukan.