

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Pertumbuhan dan perkembangan bank syariah mengalami sebuah peningkatan dengan adanya pendirian unit usaha dan bank umum syariah di Indonesia yang terus bertambah. Pemerintah Indonesia melakukan penggabungan terhadap tiga bank syariah anak perusahaan BUMN yaitu Bank Syariah Mandiri, Bank BRISyariah, dan Bank BNI Syariah.

Bank Syariah resmi beroperasi pada tanggal 1 Februari 2021. Kebijakan penggabungan tiga bank ini bertujuan untuk membentuk bank umum syariah milik negara, dimana bank umum syariah ini memiliki status yang jelas dan sama halnya dengan bank BUMN yang lain. Maka memiliki manfaat yang dilihat dari sisi kebijakan. Selain itu kebijakan dilakukan untuk mendorong agar bank lebih baik, menjadi besar, sehingga dapat masuk ke pasar global dan menjadi katalis pertumbuhan ekonomi syariah di Indonesia. Oleh karena itu merger tiga bank ini akan berdampak pada aktivitas bank syariah itu sendiri.<sup>1</sup>

Merger ini tidak akan berdampak negatif bagi pelaku industri keuangan atau perbankan syariah yang lain. Pertama merger ini ditujukan

---

<sup>1</sup> Achmad Sani Alhusain, Bank Syariah Indonesia: Tantangan Dan Strategi Dalam Mendorong Perekonomian Nasional. Jakarta Pusat : 2021 Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI, Vol. XIII, No.3/I/Puslit

bukan untuk pelaku industri, namun ini ditujukan demi meningkatkan daya saing dan penetrasi keuangan syariah. Kedua, bahwa riset menunjukkan nasabah eksisting bank syariah yang muslim religius bukan *swing customers*, nasabah tidak mudah berpindah layanan ke bank lain hanya karena iming-iming rate yang lebih baik. Bank syariah yang hasil merger ini akan memperbesar pasar karena difokuskan mendapat nasabah baru dari kalangan masyarakat *unbanked* dan nasabah konvensional.<sup>2</sup> Bank syariah Indonesia memiliki nilai yang diwarisi dari tiga bank yang terlibat, yaitu sebuah sistem kerja dan profesionalitas dari Bank Syariah Mandiri, keahlian dalam berinovasi dan kreativitas dari BNI Syariah, dan pemahaman kondisi lokal dan regional dari BRISyariah.<sup>3</sup>

Oleh karena itu, merger ini memiliki dampak positif yang diyakini memiliki entitas baru yang lahir dari aksi korporasi ini akan memiliki modal besar untuk bergerak menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi nasional dengan memiliki nilai asset dan sumber daya yang melimpah. Berdasarkan kalkulasi atas kinerja per semester I/2020, total asset BSI hasil merger mencapai Rp214,6 triliun dan modal intinya lebih dari Rp20,4 triliun.<sup>4</sup> Didalam penelitian yang dilakukan oleh Fiqri, Azzahra, Branitasandini & pimada mengenai peluang merger dan tantangan bank syariah, menjelaskan

---

<sup>2</sup>Monica Wareza. (2020). "Merger Bank Syariah BUMN, Sedahsyat Ini DampakEkonomi".CNB <https://www.cnbcindonesia.com/market/20201104143241-17199258/merger-bank-syariah-bumn-sedahsyat-ini-dampak-ekonominya>

<sup>3</sup> Al Fakir, Anisyah. (2020). Merger Tiga Bank Syariah BUMN Tingkatkan Daya Saing Industri. <https://www.merdeka.com/uang/merger-tiga-bank-syariah-bumn-tingkatkan-daya-saing-industri.html?page=2>

<sup>4</sup> *Ibid.*

bahwa merger bank mengalami kenaikan yang signifikan selama tiga tahun terakhir dibandingkan tahun 2015 yaitu dari yang sebelumnya 8,78% menjadi lebih dari 12%. Pertumbuhan asset secara keseluruhan didorong oleh laju pertumbuhan majemuk tahunan investasi atau *Compound Annual Growth Rate (CAGR)* sebesar 15% belum bisa meningkatkan penetrasi pasar perbankan syariah dengan pesat. Peluang yang dimiliki yaitu peningkatan asset perbankan syariah, perluasan penetrasi pasar, efisiensi biaya pembiayaan. Hal yang dapat dilakukan untuk melakukan penetrasi pasar adalah dengan mempertahankan nasabah.<sup>5</sup> Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Alif merger ini memiliki dampak pada rekening nasabah. Selama masa transisi, BSI memulai proses integrasi secara bertahap. Salah satunya adalah dengan migrasi rekening dari bank asal menjadi Bank Syariah Indonesia. Proses migrasi ini bisa dilakukan dengan cara digital menggunakan aplikasi BSI Mobile atau datang langsung ke kantor cabang BSI.<sup>6</sup> Merger juga memiliki dampak negatif yaitu perlunya penyesuaian diri, aturan dan pola kerja yang baru, belum adanya peningkatan performa bank baik secara pelayanan maupun secara fasilitas<sup>7</sup>

Loyalitas nasabah akhir-akhir ini semakin banyak dibicarakan dan diteliti sebagai suatu variabel yang memiliki hubungan terhadap variabel

---

<sup>5</sup> Arga Alfany Alil Fiqri, et.al, "Peluang dan Tantangan Merger Bank Syariah Milik Negara di Indonesia pada masa Pandemi Covid-19.", *El Dinar: Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*. Vol 09, No. 01, 2021, hlm. 1-18.

<sup>6</sup> Alif Ulfa, "Dampak Penggabungan Tiga Bank Syariah di Indonesia", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, vol.7 no.02, 2021, hlm. 1101 – 1106. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2680>

<sup>7</sup> Yeni Septiyana, "Dampak Merger Tiga Bank Syariah Di Indonesia Pada Masa Pandemi Covid 19" ( Studi di BSI KC Bengkulu Panorama), 2022

lainnya, misalnya variabel kepuasan dengan loyalitas, *relationship marketing* dengan loyalitas. Memiliki nasabah yang loyal merupakan suatu tujuan akhir dari suatu perusahaan untuk menjamin kelangsungan hidup suatu perusahaan. Nasabah yang loyal diperoleh melalui proses pemasaran mulai dari program pemuasan, pengikatan, hingga adopsi terhadap suatu produk. Langkah-langkah yang harus dilakukan perusahaan untuk meningkatkan nasabah yang loyal memang bukan pekerjaan yang mudah dan dilakukan melalui tahapan dalam jangka panjang.<sup>8</sup>

Berdasarkan hasil wawancara kepada 10 nasabah dampak dari merger ini kepada nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Tasikmalaya Ahmad Yani mendapatkan data bahwasannya kualitas jasa yang diberikan oleh BSI kian menurun seperti, rumitnya dalam perpindahan mutasi rekening (migrasi). Pada proses berlangsungnya migrasi, masih banyak terjadi miskomunikasi antara nasabah dan BSI. Nasabah BSI KCP Tasikmalaya yang diwawancarai, menyatakan bahwa sejumlah nasabah mengeluhkan migrasi otomatis rekening BNI Syariah, BRI Syariah, dan Mandiri Syariah ke rekening BSI. Keluhan migrasi lainnya terjadi karena adanya penurunan fitur rekening khususnya yang dirasakan oleh nasabah BRI Syariah. Sebab, tidak dapat bertransaksi di ATM BRISyariah, transfer dari maupun ke rekening BRISyariah. Kemudian proses merger juga baru berjalan selam kurang lebih 1 tahun ini masih belum memenuhi kebutuhan

---

<sup>8</sup> Zulkarnaian, *Ilmu Menjual Pendekatan Teoritis dan Kecakapan Menjual* (Yogyakarta : Graha Ilmu. 2012), hlm. 135

akan mesin ATM, sehingga menyulitkan nasabah saat bertransaksi sehingga mengakibatkan pindah layanan. Hal ini dapat diartikan bahwa merger ini memiliki dampak dalam mempertahankan loyalitas nasabah. Kemudian kepuasan yang dirasakan seorang nasabah BSI KCP Tasikmalaya Ahmad Yani tidak mendapatkan kepuasan secara maksimal dengan adanya merger ini, seperti halnya kualitas pelayanan yang mengecewakan bagi nasabah. Hal ini dapat diartikan kualitas pelayanan sangat penting terhadap kepuasan nasabah dan berdampak terhadap loyalitas.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Tri selaku *Funding* BSI KCP Tasikmalaya Ahmad Yani memperoleh data bahwa, Loyalitas nasabah yang ada pada BSI KCP Tasikmalaya Ahmad Yani sebelum merger cukup baik dilihat dari nasabah yang sering melakukan transaksi pada setiap tahunnya. Namun ketika merger ini sama halnya dan tidak terlihat secara signifikan dalam kenaikan loyalitas. Apabila dilihat dari kuantitas nasabah sebelum merger hanya mengandalkan sektor pembiayaan yang sifatnya perorangan dan pasca merger segmentasi pasarnya ditambah seperti perol atau penerimaan gaji baik itu perusahaan swasta atau PNS sekalipun, selain itu apabila dilihat dari nasabah yang tidak aktif ada kurang lebih 4000 nasabah. Nasabah yang tidak aktif ini merupakan nasabah yang sudah pasti tidak loyal.

Berikut total data nasabah sebelum dan pasca merger di BSI KCP Tasikmalaya Ahmad Yani.<sup>9</sup>

**Tabel 1. 1**  
**Data Total Nasabah BSI KCP Tasikmalaya Ahmad Yani**

Sebelum merger (BRISyariah)	Pasca merger (BSI)	Aktif	Pasif/Tidak Aktif
15.000 nasabah	16.039 nasabah	12.039 Nasabah	4.000 Nasaah

Manfaat yang akan dirasakan sebuah perusahaan jasa ketika mempertahankan loyalitas nasabah/konsumen maka akan timbul. *Pertama*, mengurangi biaya pemasaran karena biaya untuk menarik pelanggan baru lebih mahal. *Kedua*, Mengurangi biaya transaksi seperti biaya negosiasi kontrak pemrosesan pesanan dan lain-lain. *Ketiga*, Mengurangi biaya turnover konsumen karena pergantian konsumen lebih sedikit. *Keempat*, Meningkatkan penjualan silang yang akan memperbesar pangsa pasar perusahaan atau instansi. Manfaat mempertahankan loyalitas nasabah/konsumen ini merupakan hal yang menjadi salah satu tolak ukur kemajuan/kemunduran suatu perusahaan. Sebaliknya dampak yang akan dirasakan ketika loyalitas itu dianggap tidak penting/tidak dipertahankan maka timbul biaya-biaya baru, menambah tenaga/SDM, pangsa pasar tidak

<sup>9</sup> Wawancara dengan Ibu Tri Karyawan BSI KCP Tasikmalaya Ahmad Yani pada tanggal 15 Desember 2022, di Kantor BSI KCP Tasikmalaya Ahmad Yani

bisa luas diakibatkan tidak bisa mempertahankan nasabah apalagi memperluas pasar.

Merger sendiri tujuannya adalah upaya untuk meningkatkan kualitas dari perusahaan dan mengkolaborasikan dari berbagai instrumen perusahaan dan menjadikan satu. Memberikan sebuah jasa yang baik merupakan salah satu bentuk strategi yang harus dilakukan oleh perusahaan khususnya yang bergerak dalam bidang jasa untuk menunjang keberhasilan sebuah perusahaan. Didalam dunia bisnis jasa keuangan harus mampu membuat dan mempertahankan kepuasan serta loyalitas nasabah yang merupakan salah satu tantangan besar pada era modern ini.<sup>10</sup>

Berdasarkan urai latar belakang tersebut maka peneliti melakukan penelitian dengan judul “Analisis Loyalitas Nasabah Pasca Merger Di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Tasikmalaya Ahmad Yani”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah maka rumusan masalahnya yaitu Bagaimana loyalitas nasabah pasca merger di BSI KCP Tasikmalaya Ahmad Yani?

## **C. Tujuan Penelitian**

Untuk Mengetahui loyalitas nasabah pasca merger di BSI KCP Tasikmalaya Ahmad Yani.

---

<sup>10</sup> Mukminin, M.A., & Latifah, Fitri Nur, “Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah di Sidoarjo” (The Influence of Brand Image and Trust on Sharia Bank Customer Loyalty in Sidoarjo). Perisai :2020 Islamic Banking and Finance Journal. Vol. 4, No. 1.hlm.572.

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### 1. Akademis

Dapat memperoleh pengetahuan yang baik berupa teori dan praktik khususnya dibidang Analisis loyalitas nasabah pasca merger di BSI KCP Tasikmalaya Ahmad Yani dan bisa sebagai sumber referensi bagi kepentingan keilmuan dalam mengatasi masalah yang sama atau terkait di masa yang akan datang

##### 2. Praktis

Dapat dijadikan bahan informasi bagi penulis khususnya dan umumnya bagi yang membaca sebagai bahan dalam wawasan loyalitas nasabah dan menyiapkan strategi untuk mempertahankan, meningkatkan loyalitas nasabah.

##### 3. Umum

Hasil penelitian ini diharapkan bisa bermannfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan, terutama dalam dunia perbankan mengenai analisis loyalitas nasabah pasca merger.