

**ANALISIS PENGARUH MERGER BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) TERHADAP
SWITCHING BEHAVIOR NASABAH DILUAR PENGGUNA BSI**

**ANALYSIS OF THE EFFECT OF THE MERGER OF INDONESIAN SHARIA BANKS (BSI) ON
THE SWITCHING BEHAVIOR OF CUSTOMERS OUTSIDE OF BSI USERS**

Hanna Pertiwi^{1a}, Andri Brawijaya², Agung Al Asyary³

^{1a}Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Islam Universitas Djuanda, Jl. Tol Ciawi No. 1, Kode Pos 35 Bogor 16720

²Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Islam Universitas Djuanda, Jl. Tol Ciawi No. 1, Kode Pos 35 Bogor 16720

³Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Islam Universitas Djuanda, Jl. Tol Ciawi No. 1, Kode Pos 35 Bogor 16720

^aKorespondensi: Hanna Pertiwi, e-mail: hannapertiwi1898@gmail.com

ABSTRAK

Merger telah menjadi topik yang banyak diperbincangkan. Berita mengenai penggabungan atau merger adalah hal penting dalam industri keuangan. Bergabungnya 3 (tiga) Bank Syariah semakin membuat masyarakat memperhitungkan keberadaan Bank Syariah di Indonesia. Hal tersebut dapat membuat terjadinya *switching behavior* khususnya bagi nasabah diluar pengguna Bank Syariah Indonesia (kemudian disebut BSI). Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh merger Bank Syariah Indonesia terhadap *Switching Behavior* nasabah diluar pengguna BSI yang ada disekitar Kabupaten Bogor. Penelitian kuantitatif adalah metode yang diterapkan dalam penelitian ini. Responden sebagai populasi penelitian yaitu nasabah diluar pengguna BSI (sebelumnya BRI, BNIS dan BSM) baik itu pengguna bank konvensional maupun bank syariah. Pengambilan sampel yaitu dengan teknik *Non Probability Sampling*. Data dikumpulkan dengan penggunaan kuesioner di *google form*. Analisis data penelitian ini untuk menguji pengaruh antara variabel X dengan variabel Y serta mengetahui korelasi antar keduanya dengan menggunakan teknik Analisis Regresi Sederhana dan Uji t. Hasilnya menunjukkan bahwa pengaruh merger berpengaruh secara signifikan terhadap *switching behavior* nasabah diluar pengguna BSI memiliki peluang yang baik untuk berpindah dimasa sekarang ataupun diwaktu mendatang. Dalam penelitian ini disarankan bahwa penting bagi manajemen untuk memperhatikan perilaku berpindah nasabah Karena hal ini akan berpengaruh terhadap target jumlah peningkatan nasabah yang ingin dicapai oleh bank. Kata Kunci: Nasabah Non BSI, Pengaruh Merger, *Switching behavior*

ABSTRACT

Mergers have become a topic that has been widely discussed. News about mergers or mergers is important in the financial industry. The merging of 3 (three) Islamic Banks makes the public even more consider the existence of Islamic Banks in Indonesia. This can lead to switching behavior, especially for customers outside the users of Bank Syariah Indonesia (later called BSI). The purpose of this study was to determine the effect of the merger of Indonesian Islamic Banks on the Switching Behavior of customers outside of BSI users around Bogor Regency. Quantitative research is the method applied in this research.

Respondents as the research population are customers outside of BSI users (formerly BRI, BNIS and BSM) both conventional and Islamic bank users. Sampling is using the technique Non Probability Sampling. Data was collected by using a questionnaire on google form. The data analysis of this study was to examine the effect of variable X with variable Y and to determine the correlation between the two by using Simple Regression Analysis and t-test techniques. The results show that the merger effect significantly affects the switching behavior of customers outside of BSI users who have a good opportunity to move in the present or in the future. In this study, it is suggested that it is important for management to pay attention to customer switching behavior because this will affect the target number of customer increases that the bank wants to achieve.

Keywords: Non BSI Customers, Merger Effect, Switching behavior.

Pertiwi, H., Brawijaya, A., & Asyary, A. A. 2021. Analisis Pengaruh Merger Bank Syariah Indonesia (BSI) Terhadap *Switching Behavior* Nasabah Diluar Pengguna BSI. *NISBAH: Jurnal Perbankan Syariah* 7 (2): 92-97.

PENDAHULUAN

Perkembangan usaha memasuki era globalisasi yang ditandai dengan kemajuan yang sangat pesat diberbagai bidang seperti bidang komunikasi dan teknologi yang mempunyai dampak kuat untuk perekonomian global. Hal tersebut berpengaruh terhadap persaingan usaha baik perusahaan besar maupun kecil. Dalam upaya menghindari usaha yang akan merugikan perusahaan satu dengan yang lain, sudah lebih dari satu lembaga atau perusahaan yang bekerja sama dalam bentuk penggabungan usaha atau merger. Merger merupakan sebuah istilah yaitu dari kata *merge* berarti menggabungkan atau memfusikan (E & Sadli, 1990)

Merger telah menjadi topik populer beberapa tahun ini, dan baru-baru ini lembaga yang melakukan merger adalah 3 (tiga) Bank Syariah BUMN. Pada tanggal 12 Oktober 2020 Kementerian Badan Usaha Milik Negara (BUMN) memberikan informasi mengenai telah dimulainya proses penggabungan atau merger 3 (tiga) bank syariah BUMN yang akan selesai bulan Februari 2021 jika sesuai target. Adapun beberapa

pertimbangan dalam proses merger tersebut, Erick Thohir selaku Menteri BUMN serta pemerintah melihat bahwa penetrasi perbankan syariah yang ada di Indonesia jauh tertinggal dengan bank konvensional yang ada. Namun, pemerintah melihat peluang yang baik dengan diadakannya merger tersebut, karena hal ini bisa membuktikan Negara dengan mayoritas beragama islam mempunyai bank syariah yang kuat secara fundamental. Presiden Joko Widodo pun mempertegas bahwa pembentukan penggabungan bank syariah merupakan satu upaya yang dilakukan pemerintah pada industri keuangan syariah di Indonesia untuk memperkuatnya. (cnbcindonesia.com, 2021) lewat fungsi pengawasan, DPR terus melakukan pengawasan terhadap BSI agar berkembang serta mampu mencapai target. (Alhusain, 2021).

Berita mengenai penggabungan atau merger adalah hal penting dalam industri keuangan., sebab terdapat 2 (dua) atau lebih perusahaan akan menyatukan kekuatannya. Secara tidak langsung merger dapat memberikan dampak pada nasabah, baik itu nasabah

bank yang bersangkutan ataupun nasabah diluar dari ketiga bank yang di merger. Berita yang berkembang di masyarakat bisa saja memicu adanya perilaku *switching behavior*. Menurut Keaveney dan Parthasarathy *Switching Behavior* merupakan keputusan menimbang pengguna jasa untuk menggunakan jasa dengan kategori yang sama tetapi berpindah atau beralih dari satu penyedia jasa kepada penyedia jasa lainnya. Bagi masyarakat yang bisa memanfaatkan teknologi dengan baik seperti penggunaan media sosial akan dengan mudah mengetahui berita tentang merger ketiga bank syariah BUMN itu. 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 tentang sistem bagi hasil serta tidak menggunakan bunga (riba) sebagaimana dipraktikkan oleh bank konvensional. (Alawiyah & Andri Brawijaya, 2016).

Penggabungan bank umum syariah merupakan langkah tepat untuk menjaga stabilitas ekonomi Negara, sebagaimana tertuang dalam 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, Maimunah, & Zainuddin, 2021). 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.

METODE DAN MATERI

Jenis dan Objek Penelitian

Penelitian dilakukan dengan menggunakan penelitian kuantitatif. penelitian ini memiliki fungsi untuk mengetahui besaran dari pengaruh merger Bank Syariah Indonesia (BSI) terhadap *switching behavior* nasabah diluar pengguna BSI. Adapun objek penelitian ini adalah nasabah diluar pengguna Bank Syariah Indonesia (BSI) yang ada di sekitar Kabupaten Bogor dengan fokus penelitian ini yaitu 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.

Sumber Data

Data dalam penelitian ini diperoleh dari 2 (dua) sumber yaitu:

- Data Primer, yaitu data yang didapatkan dengan cara melibatkan responden yaitu menggunakan kuesioner.
- Data sekunder, yaitu data yang tidak diperoleh langsung tetapi diperoleh dari artikel, buku-buku, *website* resmi perusahaan tersebut.

Teknik Pengumpulan Data

Merupakan suatu cara untuk mendapatkan dan mengumpulkan informasi kuantitatif yang dapat dilakukan. Metode pada penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner sebagai metode primer serta dokumentasi sebagai metode sekunder dalam

pengumpulan data dan informasi. Skala yang digunakan untuk menilai kuesioner ini adalah menggunakan Skala Likert.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang penulis gunakan yaitu:

- a. Uji Statistik Deskriptif, memberikan gambaran secara umum mengenai karakteristik dari masing-masing variabel penelitian yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), *maximum* dan minimum atau terkecil.
- b. Uji Validitas, untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.
- c. Uji Reliabilitas, (Ghozali, 2006) menyatakan bahwa reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari peubah atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.
- d. Uji Hipotesis dengan Analisis Regresi Sederhana, bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Analisis Data

1. Uji Statistik Deskriptif

Pada penelitian ini, jumlah responden (Nasabah disekitar Kabupaten Bogor) yang akan diteliti yaitu sebanyak 104 orang, dilihat dari:

a. Jenis Kelamin

Responden yang dominan menjawab kuesioner yaitu dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 64 responden (61,5%) sedangkan

jenis kelamin laki-laki sebanyak 40 responden (38,5%).

b. Karakteristik Usia

Karakteristik usia responden yang dominan menjawab kuesioner yaitu responden dengan usia 17-25 tahun sebanyak 51%, usia 26-35 tahun sebanyak 25% sedangkan usia >35 tahun sebanyak 24%.

c. Bank yang Digunakan Responden

Responden yang dominan mengisi kuesioner yaitu responden pengguna Bank Mandiri sebanyak 33,7%, pengguna Bank BCA sebanyak 28,8%, pengguna Bank BRI sebanyak 18,3% , responden pengguna Bank BNI sebanyak 9,6% dan sisanya yaitu nasabah pengguna Bank BJB, Bank Danamon, Bank Muamalat, Bank CIMB Syariah.

d. Pekerjaan Responden

Responden yang dominan mengisi kuesioner yaitu dengan jenis pekerjaan karyawan sebesar 40,4%, mahasiswa 20,2%, ibu rumah tangga 16,3%, wiraswasta 9,6%, dosen/guru 6,7% dan sisanya yaitu Kepala Sekolah SD, PNS, penjual online, *security*, sipil dan belum bekerja.

2. Uji Validitas

pengolahan data dilakukan terlebih dahulu uji validitas kepada 30 orang responden. Dari kedua tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai $r_{hitung} > t_{tabel}$ berdasarkan uji signifikan 0,05 artinya bahwa item-item tersebut adalah valid.

3. Uji Reliabilitas

dilakukan uji reliabilitas kepada 30 responden. Dari tabel tersebut dapat dijelaskan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* > nilai batas (0,60) yang keduanya menunjukkan hasil bahwa kedua variabel tersebut *reliable*.

4. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Sederhana
Variabel pengaruh merger (X) mempunyai pengaruh positif terhadap *Switching behavior* nasabah diluar pengguna BSI (Y). Nilai koefisien regresi variabel pengaruh merger (X) sebesar 0.552, artinya menunjukkan bahwa variabel pengaruh merger mempunyai pengaruh yang positif terhadap *switching behavior* nasabah diluar pengguna BSI yang berarti bahwa setiap kenaikan satu satuan, maka *switching behavior* akan mengalami kenaikan sebesar 0.552.

b. Uji t (Signifikansi Parsial)
Untuk melihat apakah ada pengaruh antara variabel X dan variabel Y maka akan di uji hipotesis seperti berikut:
 H_a : Merger berpengaruh secara signifikan terhadap *switching behavior* nasabah diluar pengguna Bank Syariah Indonesia (BSI)
 H_0 : Merger tidak berpengaruh terhadap *switching behavior* nasabah diluar pengguna Bank Syariah Indonesia (BSI)
pengujian hipotesis menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 12.121 dengan taraf signifikansi hasil sebesar $0.000 < 0.05$, nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0.05, maka dapat diinterpretasikan bahwa H_0 ditolak H_a diterima yang artinya bahwa merger berpengaruh signifikan terhadap variabel *switching behavior* nasabah diluar pengguna BSI. Hal ini menunjukkan merger berpengaruh terhadap *switching behavior*.

c. Koefisien Determinasi (R^2)
Hasil uji diperoleh R sebesar 0.768. ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara pengaruh merger

terhadap *switching behavior* nasabah diluar pengguna BSI disekitar Kabupaten Bogor. Berdasarkan tabel, diperoleh nilai R Square sebesar 0.590 ini berarti 59% faktor yang mempengaruhi *switching behavior* nasabah diluar pengguna BSI disekitar Kabupaten Bogor dapat dijelaskan oleh variabel pengaruh merger (X). Kemudian sisanya 41% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diajukan didalam penelitian ini.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Berdasarkan hasil analisis pada penelitian ini, bahwa pengaruh merger Bank Syariah Indonesia (BSI) terhadap *Switching Behavior* nasabah diluar pengguna BSI Dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengujian ini dapat diinterpretasikan bahwa H_0 ditolak H_a diterima yang artinya bahwa merger berpengaruh secara signifikan terhadap *switching behavior* nasabah diluar pengguna Bank Syariah Indonesia (BSI).
2. Variabel X (Pengaruh Merger) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y (*Switching Behavior*). Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai perbandingan $t_{hitung} > t_{tabel}$. Semakin baik merger berpengaruh maka semakin baik pula tingkat *switching behavior* nasabah diluar pengguna BSI.

Berdasarkan kesimpulan tersebut, penulis dapat memberikan saran sebagai berikut: sangat penting bagi manajemen untuk memperhatikan perilaku konsumen karena *switching behavior* merupakan bagian dari perilaku konsumen yang akan mempengaruhi tingkat jumlah nasabah yang ingin dicapai oleh bank. Untuk itu manajemen harus

senantiasa meningkatkan kinerja dari berbagai aspek untuk mempertahankan ataupun menarik nasabah baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Alawiyah, D. S., & Andri Brawijaya. (2016). Persepsi Masyarakat Mengenai Kemitraan Bank Syariah Terhadap Reputasi Bank Syariah. *Jurnal Nisbah, Vol.2*.
- Alhusain, A. S. (2021). Bank Syariah Indonesia: Tantangan Dan Strategi Dalam Mendorong Perekonomian Nasional. *Jurnal Bidang Ekonomi Dan Kebijakan Publik, Vol. XIII (3)*.
- Atikah, I., Maimunah, M., & Zainuddin, F. (2021). Penguatan Merger Bank Syariah BUMN Dan Dampaknya Dalam Stabilitas Perekonomian Negara. *Jurnal Sosial dan Budaya Syar-I, Vol.8(2)*.
- E, J. M., & Sadli, H. (1990). *Kamus Inggris Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.