

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Merger dalam istilah bisnis yaitu penggabungan usaha (*business combinations*). Penggabungan usaha merupakan usaha setiap perusahaan dalam meningkatkan kinerja dengan melakukan penggabungan usaha yang sebelumnya berdiri sendiri. Walaupun tujuan utama merger untuk meningkatkan kinerja, tetapi perusahaan melakukan merger untuk menghindari kebangkrutan dan memperoleh modal dalam melanjutkan operasional usaha dengan risiko yang ditanggung bersama (Beams et al., 2015).

Peningkatan kinerja bank syariah harus dilaksanakan setiap periodenya. Diantara cara dalam meningkatkan kinerja yaitu mengumpulkan modal sebanyak-banyaknya. Peningkatan modal yang dilaksanakan bank syariah diperoleh dengan cara mengumpulkan dana dari masyarakat. Dana yang terkumpul akan digunakan untuk mendukung pembiayaan kegiatan operasional (kerja sama bank dan nasabah) setelah itu hasil yang diperoleh akan diberikan ke nasabah sesuai dengan porsi perjanjian (Irmawati, 2012).

Perusahaan melakukan cara instan dalam memperoleh nilai tambah pemegang sahamnya. Dalam hal tersebut, perusahaan melakukan perluasan usaha dengan cara perluasan internal dan eksternal. Perluasan usaha dinilai dapat memberikan pengaruh yang efektif untuk meningkatkan kinerja perusahaan dan dinilai sebagai tujuan entitas yang wajar (Beams et al., 2015). Seiring meningkatnya persaingan bisnis, untuk dapat bersaing dan memberikan peningkatan kinerja perusahaan akan melakukan peningkatan kinerja. Seperti yang dilakukan tiga bank syariah yakni BRI Syariah, Bank Syariah Mandiri dan

BNI Syariah resmi merger menjadi satu yakni menjadi Bank Syariah Indonesia. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) telah memberikan izin yakni izin Vol. XIII, No.3/II/Puslit/Februari/2021 untuk Bank Syariah Indonesia sebagai entitas baru.

Jenis merger yang dilakukan Bank Syariah Indonesia sesuai PSAK 22 dimana semua operasi, usaha, kegiatan, aktivitas, izin fasilitas, lisensi, persetujuan, pemanfaatan serta aktiva dan pasiva dari masing-masing Bank Syariah Mandiri dan Bank Negara Indonesia Syariah beralih karena hukum kepada Bank Rakyat Indonesia Syariah. Ketika Bank Rakyat Indonesia Syariah tidak dapat atau belum memiliki izin-izin, fasilitas, lisensi, persetujuan dan tanda terima pendaftaran yang telah disebutkan, sementara Bank Syariah Indonesia seharusnya sudah melakukan operasi, usaha dan aktivitas yang dulunya dijalankan masing masing BNIS dan BSM maka BRIS akan mencari alternatif terbaik hingga operasi, usaha dan aktivitas dari masing-masing BSM, BRIS, BNIS yang beralih kepada Bank Syariah Indonesia tidak mengalami pengakhiran atau penundaan. Semua biaya secara langsung atau tidak langsung timbul karena pengalihan operasi usaha dan aktivitas, maupun izin, persetujuan dan lainnya dari masing masing BNIS, BRIS dan BSM akan dianggap sebagai kewajiban Bank Syariah Indonesia Status badan hukum BSM, BRIS dan BNIS akan berakhir tanpa memerlukan tindak likuidasi Pada tanggal efektif penggabungan, hubungan kerja karyawan BNIS, BRIS dan BSM yang bergabung menjadi satu dengan nama Bank Syariah Indonesia.

Kepuasan adalah rasa suka ataupun kesal yang dirasakan oleh seseorang atas penilaian terhadap kinerja produk maupun respon persepsi mereka terhadap lingkungannya. Dalam mengukur kepuasan adalah suatu aktivitas yang susah, hal tersebut karena terdapat beberapa kriteria dan harapan dari setiap pelanggan.

Selain itu, pelanggan memiliki karakter dan wawasan yang berbeda dalam menilai suatu hal (Kotler & Gary, 2008).

Menurut Kotler dalam buku Sunyoto (2013:35), kepuasan nasabah merupakan pengukuran perbandingan antara perasaan, keinginan dan kemauan seseorang terhadap kinerja atau hasil yang dicapai oleh perusahaan. Nasabah dapat menginginkan salah satu dari macam kepuasan diantaranya jika kinerja yang dicapai perusahaan melampaui keinginan dari setiap nasabah, maka nasabah akan mengalami perasaan gembira. Sementara sebaliknya jika kinerja perusahaan dibawah keinginan nasabah maka perasaan nasabah akan kecewa.

Kepuasan nasabah adalah faktor utama yang harus diperhatikan oleh setiap pimpinan perusahaan, termasuk perusahaan jasa seperti Perbankan. Hal tersebut dikarenakan kepuasan nasabah adalah penilaian nasabah yang dapat mendorong perusahaan berkembang pesat dan menaikkan citra perusahaan di mata investor. Salah satu yang dapat meningkatkan kepuasan nasabah yaitu pelayanan yang baik. Peningkatan kualitas pelayanan terhadap nasabah merupakan salah satu upaya yang dilakukan perusahaan jasa dalam menjaga dan menarik minat nasabah dalam menggunakan jasa perusahaan (Febriana, 2016).

Sesuai dengan konsep kepuasan, nasabah akan menilai kinerja pelayanan dalam memberikan pelayanan terhadap nasabah. kepuasan akan timbul ketika nasabah merasakan bahwa apa yang diberikan oleh karyawan bank memenuhi kriteria dan harapan nasabah (Kotler, 2008). Kepuasan dan kekecewaan dapat mempengaruhi nasabah.

Pelayanan merupakan perilaku yang diberikan karyawan dalam menangani dan melayani kepada pihak lain yang berkontribusi terhadap entitas. Pelayanan lebih spesifik terhadap perilaku produsen dalam memberikan

kenyamanan konsumen untuk menggunakan jasa ataupun produknya. Sehingga pelayanan yang berkualitas akan memberikan kesan dan kepuasan tersendiri yang dirasakan nasabah. selain itu pelayanan yang berkualitas akan menarik nasabah/ konsumen untuk tetap menggunakan jasa dari perusahaan tersebut (Kotler & Gary, 2008).

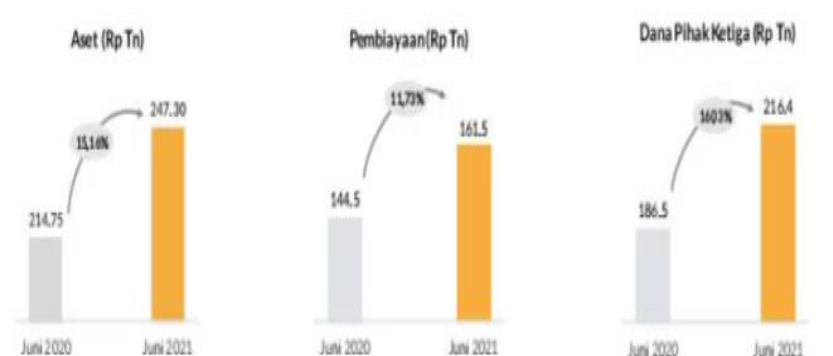
Persepsi merupakan respons penilaian yang dimiliki setiap individu dalam menghadapi rangsangan yang sama, tetapi dalam keadaan tertentu dapat menimbulkan persepsi yang berbeda. Respon tersebut berupa proses penilaian yang berkaitan dengan kesan dan pesan. Manusia akan terus menerus memiliki persepsi terhadap lingkungannya sesuai dengan informasi yang diterimanya (Suprihanto *et al.*, 2003).

Penelitian terdahulu yang membahas analisis kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah pasca merger dan sebelum merger yakni penelitian Irmawati, (2012) menunjukkan bahwa terdapat peningkatan pada seluruh dimensi yang terdapat pada variabel kualitas layanan serta kepuasan nasabah sebelum dan setelah merger. Penelitian yang dilakukan Sugiarti & Meilani, (2021) terdapat perbedaan peningkatan signifikan baik teori maupun kebijakan Bank Umum Syariah BUMN dalam perbaikan kualitas layanan mereka untuk menjangkau pangsa pasar yang lebih luas. Sementara itu penelitian terdahulu yang meneliti analisis persepsi nasabah sebelum dan sesudah merger bank syariah dilakukan Nurohman & Qurniawati, (2021) menunjukkan bahwa variabel bagi hasil dan fasilitas berpengaruh terhadap minat generasi Z dalam menggunakan layanan bank syariah, sedangkan variabel produk dan pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan bank syariah.

Alasan peneliti menggunakan subjek Bank Syariah Indonesia yaitu bank tersebut merupakan entitas baru yang resmi beroperasi dari merger tiga bank syariah yakni BRI Syariah, Bank Syariah Mandiri dan BNI Syariah. merger dinilai sebagai solusi tepat untuk menambah pangsa pasar perbankan syariah. Bank hasil merger akan lebih efisien, memiliki modal lebih kuat, dan mendapatkan dana yang besar. Penyaluran dana yang lebih besar ini diklaim menguntungkan nasabah, terutama di segmen usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Meski demikian, bukan berarti tidak akan ada konsekuensi yang datang. Sejumlah risiko juga siap membayangi misi merger Bank Syariah Indonesia. Salah satu konsekuensi yang patut diperhitungkan terkait dengan pengaruhnya terhadap bank beraset lebih kecil dalam entitas hasil merger tersebut, dominasi itu akan menjadi dilema ketika Bank Syariah Indonesia hasil merger mulai menjalankan misi menambah pangsa pasar.

Selain itu, berdasarkan laporan kinerja Bank Syariah Indonesia per 2021, kinerja bank mengalami kenaikan baik dari segi aset, pembiayaan dan kemampuan menyerap dana pihak ketiga. Berikut merupakan gambar kinerja sebelum dan sesudah merger

BSI syariah:



Gambar1.1. Kenaikan Kinerja Bank Syariah Indonesia

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah, pertama penelitian ini menggabungkan beberapa variabel yang digunakan dalam penelitian terdahulu. Selanjutnya peneliti menambah variabel persepsi. Persepsi ialah respons penilaian yang dimiliki setiap individu dalam menghadapi rangsangan yang sama, tetapi dalam keadaan tertentu dapat menimbulkan persepsi yang berbeda. Kedua, objek dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia di cabang Lamongan.

Alasan peneliti menggunakan subjek Bank Syariah Indonesia yaitu bank tersebut merupakan entitas baru yang resmi beroperasi dari merger tiga bank syariah yakni BRI Syariah, Bank Syariah Mandiri dan BNI Syariah. Kedua, objek dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia di cabang Lamongan. Alasan peneliti menggunakan objek nasabah Bank Syariah Indonesia yaitu karena nasabah bank syariah merupakan nasabah dari bank BUMN syariah yang telah melakukan merger, dengan dilakukan merger tiga bank umum syariah tentunya mereka harapkan memiliki kepuasan yang tinggi. Selain itu berdasarkan pernyataan Dwi Anita Indrawati selaku officer menyatakan bahwa Bank BSI Lamongan memiliki 1.000 nasabah. jumlah tersebut merupakan angka yang cukup besar mengingat persaingan Bank Syariah di Lamongan cukup ketat. Selain itu Bank Syariah Indonesia di KCP Lamongan telah menerapkan sistem fintech syariah yang berlaku 24 jam dan terdiri dari mobile banking, internet banking, sms banking dan call banking. Hal tersebut dilakukan oleh bank BSI KCP lamongan untuk memberikan kemudahan serta kenyamanan bagi setiap nasabahnya. Berdasarkan pemaparan tersebut, penulis tertarik melakukan penelitian penelitian dengan judul **“Analisis Kualitas Pelayanan, Persepsi dan Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Komparasi Sebelum Dan Sesudah Merger).”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, maka diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat perbedaan kualitas pelayanan sebelum dan pasca merger Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Lamongan?
2. Apakah terdapat perbedaan persepsi sebelum dan pasca merger Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Lamongan?
3. Apakah terdapat perbedaan kepuasan nasabah sebelum dan pasca merger Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Lamongan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk menguji apakah terdapat perbedaan kualitas pelayanan sebelum dan pasca merger Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Lamongan
2. Untuk menguji apakah terdapat perbedaan persepsi sebelum dan pasca merger Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Lamongan
3. Untuk menguji apakah terdapat perbedaan kepuasan nasabah sebelum dan pasca merger Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Lamongan

1.4 Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya:

1.4.1 Manfaat Praktis

1. Bagi Bank Syariah, penelitian ini diharapkan mampu dan dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan serta dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk mengukur kinerja perbankan.

2. Bagi Masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan tentang Bank Syariah Indonesia sebelum dan sesudah merger.

1.4.2 Manfaat Teoritis

1. Bagi akademisi, sebagai sarana pembelajaran dan menambah wawasan tentang kualitas pelayanan, persepsi dan kepuasan nasabah sebelum dan pasca merger Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Lamongan
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menjadikan bahan referensi bagi penelitian selanjutnya berkaitan dengan analisis uji komparatif kualitas pelayanan, persepsi dan kepuasan nasabah sebelum dan pasca merger Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Lamongan.
3. Bagi peneliti, diharapkan dapat menambah wawasan mengenai kualitas pelayanan, persepsi dan kepuasan nasabah sebelum dan pasca merger Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Lamongan.