

ABSTRAK

Perbankan syariah mengalami perkembangan yang baik di dunia termasuk pada Asia Tenggara. Mayoritas penduduk muslim Malaysia dan Indonesia menjadi pendorong berkembangnya perbankan syariah di Asia Tenggara. Indonesia memiliki peluang untuk mendorong perkembangan keuangan syariah. Perbankan syariah menjadi salah satu perbankan yang banyak diminati oleh masyarakat karena penduduk Indonesia yang mayoritas muslim menjadi mudah untuk mendapatkan nasabah. Tujuan dari perbankan syariah salah satunya adalah mempertahankan nasabahnya untuk membantu perkembangan, oleh karena itu diperlukannya cara untuk meningkatkan loyalitas nasabah agar tetap memiliki ketertarikan terhadap perbankan syariah. Perbankan syariah terus berkembang dengan baik di Indonesia yaitu dengan mulai banyak pendirian bank syariah salah satunya bank milik pemerintah yaitu Bank Syariah Mandiri, Bank BNI Syariah dan Bank BRI Syariah yang kemudian melakukan penggabungan usaha menjadi Bank Syariah Indonesia. Merger menyebabkan banyak perubahan dari segi kualitas maupun pelayanan sehingga loyalitas seorang nasabah akan mengalami perubahan. Oleh sebab itu menjadi alasan peneliti untuk mengetahui loyalitas nasabah sebelum dan sesudah merger.

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Peneliti menggali sedalam-dalamnya dari proses yang dilakukan di lapangan dengan menggunakan data primer yang didapatkan langsung dari narasumber yaitu dengan penyebaran kuesioner, melakukan wawancara kepada nasabah. Data sekunder juga digunakan yang didapatkan peneliti yaitu dari jurnal, artikel dan media lainnya.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa analisis loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia ex Bank BRI Syariah sebelum dan sesudah merger tidak ada perbedaan yang signifikan. Hal tersebut disebabkan oleh kurangnya informasi kepada nasabah dan nasabah masih belum bisa merasakan keunggulan ataupun perbedaan setelah dilakukannya merger.

Kata Kunci: Loyalitas Nasabah, Sebelum dan Sesudah, Merger

ABSTRACT

Islamic banking is experiencing good development in the world, including in Southeast Asia. The majority of the Muslim population of Malaysia dan Indonesia are driving the development of Islamic banking in Shoutheast Asia. Indonesia has the opportunity to encourage the development of Islamic finance. Islamic banking is one of the banks that is in great demand by the community because the Indonesian population, which is predominantly muslim, is easy to get customers. One of the goals of Islamic banking is to retain its customers to assist development, therefore there is a need for ways to increase customer loyalty so that they continue to have an interest in Islamic banking. Islamic banking continues to develop well in Indonesia, with the establishment of many Islamic banks, one of wich is state-owned banks, namely Bank Syariah Mandiri, Bank BNI Syariah and Bank BRI Syariah wich later merged into Bank Syariah Indonesia. Mergers cause many changes in terms of quality and service so that the loyalty of a customer will change. Therefore, it is the reason for researchers to determine customer loyalty before and after merger.

This type of research uses quantitative. Researchers dig deeply from the process carried out in the field by using primary data obtained directly from sources, namely by distributing questionnaires, conducting interviews with customers. Secondary data was also used which was obtained by researchers, namely from journals, articles and other media.

The results of the study indicate that the analysis of customer loyalty of Bank Syariah Indonesia ex Bank BRI Syariah before and after the merger there is no significant difference. This is caused by a lack of information to customers and customers still cannot feel the advantages or differences after the merger.

Keywords: Customer Loyalty, Before and After, Merger