

**ANALISIS KEPUTUSAN NASABAH MELAKUKAN PERILAKU SWITCHING  
BRAND PADA BANK SYARIAH INDONESIA  
CABANG GAJAH MADA KOTA PALU**



**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Datokarama Palu*

**Oleh:**

**SALSHABILLAH**  
**20.5.15.0031**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN DATOKARAMA PALU)  
2024**

### PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan penuh kesadaran, penyusun yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya penyusunan sendiri. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum

Palu, 30 April 2024 M  
21 Swawal 1445H



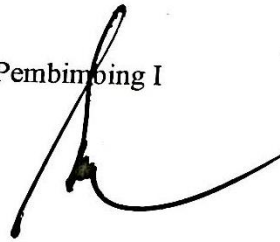
**SALSHABILLAH**  
20.5.15.0031

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul “Analisis Keputusan Nasabah Melakukan Perilaku *Switching Brand* Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Gajah Mada Kota Palu - Metode Penelitian Kualitatif” oleh mahasiswa atas Nama Salshabillah NIM 20.5.15.0031 Jurusan Perbankan Syariah Ilmu Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu, setelah dengan seksama meneliti dan mengoreksi Skripsi yang bersangkutan, maka masing-masing pembimbing memandang bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah.

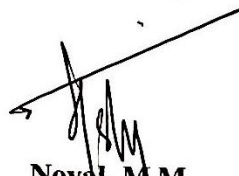
Palu, 30 April 2024 M  
21 Syawal 1445H

Pembimbing I



**Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I**  
NIP. 19650505 199903 1 002

Pembimbing II




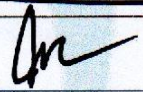
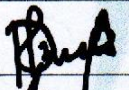
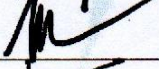
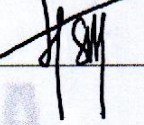
**Noval, M.M**  
NIP 19900615 201908 1 001

## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “Analisis Keputusan Nasabah Melakukan Perilaku *Switching Brand* Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Gajah Mada Kota Palu” Metode Penelitian Kualitatif oleh mahasiswa atas Nama Salshabillah NIM: 20.5.15.0031 Jurusan Perbankan Syariah Ilmu Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu, yang mana telah diujikan dihadapan dengan dewan penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu pada tanggal (tanggal ujian) dipandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi kriteria penulisan karya ilmiah dan dapat diterima sebagai persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Jurusan Ekonomi Syariah dengan beberapa perbaikan.

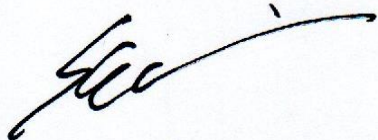
Palu, 30 April 2024 M  
21 Syawal 1445H

### DEWAN PENGUJI

Jabatan	Nama	Tangan Tangan
Ketua	Nursyamsu, S.H., M.S.I	
Munaqisy 1	Prof H. Nurdin, S.Pd, S.Sos, M.Com, Ph.D	
Munaqisy 2	Dede Arseyani Pratamasyari, S.Si., M.Si	
Pembimbing 1	Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I	
Pembimbing 2	Noval, M.M	

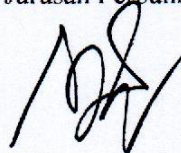
Mengetahui:

Dekan  
Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam



Dr. Sagir Muhammad Amin, M.Pd.I  
NIP. 19650612 199203 1 004

Ketua  
Jurusan Perbankan Syariah



Abdul Jalil S.E., M.M  
NIP 19871110 201903 1 006

## ABSTRAK

Nama : Salshabillah  
NIM : 20.5.15.0031  
Judul Skripsi : Analisis Keputusan Nasabah Melakukan Perilaku Switching Brand Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Gajah Mada Palu

---

Pada umumnya, Bank Syariah dan Konvensional memiliki perbedaan yang diketahui oleh masyarakat umum bahwa Bank Syariah tidak memberikan bunga terhadap nasabah sedangkan Bank Konvensional sebaliknya. Penulis menemukan adanya masalah bahwa kualitas pelayanan Bank Syariah lebih baik dibandingkan dengan Bank Konvensional.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Kualitatif. teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan studi dokumentasi, teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis, diketahui bahwa alasan nasabah beralih dari Bank Konvensional ke Bank Syariah karena, Bank Syariah tidak memberikan bunga kepada Nasabah, Kemudian layanan yang diberikan oleh Bank Syariah sangat memuaskan. Nasabah yang berpotensi melakukan *switching brand* apabila terdapat faktor permasalahan internal seperti adanya produk baru yang lebih menarik dari bank lain.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis maka dapat disimpulkan bahwa Faktor yang mempengaruhi nasabah bank konvensional ke bank syariah diantaranya adalah Faktor harga, Faktor Munculnya produk baru Faktor kualitas yang juga memiliki peranan bagi nasabah melakukan perpindahan layanan. Sedangkan Potensi Nasabah Berpindah dari Bank Syariah Indonesia ke Bank Konvensional besar didukung oleh adanya faktor permasalahan internal.

Dari kesimpulan yang diperoleh disarankan agar, Bank Syariah di Kota Palu dapat menjadi bank utama bagi masyarakat dalam melakukan setiap transaksi yang berhubungan dengan keuangan, dengan memperhatikan beberapa hal diantaranya, karena harga adalah faktor yang paling dominan bagi nasabah untuk melakukan perpindahan layanan produk perbankan maka, Bank Syariah harus memperhatikan *value for money* bagi pelanggan, jika bank ingin menaikkan harga disetiap produk yang mereka miliki maka, mereka juga harus memperhatikan kelebihan serta keuntungan yang akan diperoleh nasabah.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Assalamualaikum War. Wab...*

*Bismillahirrahmannirrahim*

*Alhamdulillah* rabbalalamin, dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang. Segala puji hanya bagi-Nya, tidak ada daya dan kekuatan melainkan darinya. Maha tinggi Allah atas segala sesuatu. Salawat serta salam semoga tercurah kepada utusan-Nya Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, Sahabat, dan para pengikutnya yang setia hingga akhir zaman.

Syukur Alhamdulillah, atas segala nikmat, karunia, kesehatan, keselamatan serta kesabaran yang diberikan kepada penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan hasil penelitian ini untuk melengkapi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Datokorama Palu, dengan judul **“ANALISIS KEPUTUSAN NASABAH MELAKUKAN PERILAKU SWITCHING BRAND PADA BANK SYARIAH INDONESIA CABANG GAJAH MADA PALU”**.

Penyusunan dan penulisan skripsi ini diajukan guna memenuhi tugas dan syarat yang digunakan untuk memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) dalam jurusan Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Datokarama Palu

Penulisan skripsi ini juga tidak mungkin terwujud tanpa dorongan, bantuan, serta dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, sudah sepatutnya penulis menyampaikan yang

sedalam-dalamnya ungkapan dan rasa terima kasih yang tulus secara khusus dan penuh rasa hormat kepada:

1. Orang Tua tercinta yang begitu banyak berkorban selama ini. Ayahanda **Mohammad Kaifar S.Pd** Ayah yang sangat aku sayangi dan banggakan, dan Ibunda **Dahlia S.Pd.,M.A.P** yang dengan tulus dan ikhlasnya telah mengasuh, membesarkan dan mendidik dengan penuh perhatian dan kasih sayang yang tidak akan pernah terbalas serta selalu memberikan do'a dan dorongan untuk keberhasilan dan kebahagiaan penulis.
2. Penulis juga menyadari bahwa dalam meraih kesempatan pendidikan ini, tidak terlepas dari keterlibatan berbagai pihak, baik langsung maupun tidak langsung sejak awal kuliah hingga detik-detik terakhir penulis menyelesaikan studi. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati yang penuh rasa haru perkenankan penulis menghaturkan ungkapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:
3. Bapak **Prof. Dr. H. Lukman S Thahir, M.Ag.** Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Datokarama yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada penulis untuk menimba ilmu di Jurusan Perbankan Syariah dan Fakultas Ekonommi Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Datokarama
4. Bapak **Dr. Sagir Muhammad Amin, M,Pd.I.**, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Datokarama yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mempresentasikan skripsi di hadapan Tim Ujian Sarjana.

5. Bapak **Abdul Jalil, M.M** Selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah S1 serta Sekertaris Jurusan Bapak **Ahmad Haekal, S.Hum., M.Si.** terima kasih telah banyak memberikan bantuan kepada penulis.
6. Bapak **Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I** Selaku dosen pembimbing I dan Bapak **Noval, M.M** Selaku dosen pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dan pemikirannya untuk memberikan saran-saran dalam bentuk konsep teoritis dalam penyelesaian studi ini.
7. **Bapak dan Ibu dosen** dalam lingkungan Fakultas Ekonomi Bisnis Islam khususnya jurusan Perbankan Syariah yang telah banyak memberikan segala kemampuan akademisnya, kapasitas keilmuan kepada mahasiswa, serta karyawan dan karyawan dalam lingkungan staf pengajaran Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Universitas yang telah membantu dalam pelayanan administrasi.
8. Kepada **Karyawan dan Nasabah Bank BSI Cabang Gajah Mada Palu** yang telah memberikan informasi berupa data dan bantuannya selama penulis melaksanakan penelitian.
9. Kepada **Kakakku Deddy Shandy MK S.K.M** yang selalu memberikan semangat serta kasih sayangnya kepada penulis selama ini.
10. Muhammad **Deni Pratama** sebagai salah satu orang terdekat saya yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada saya
11. Kepada **Adikku Ulul Azmi, Munira Virginianty** yang selalu menyemangati saya dan menghibur saya ketika kesulitan menyusun skripsi ini

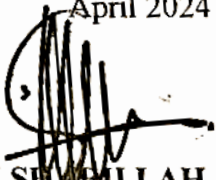


12. Untuk teman kecilku **Yatiww (Rahmatia)** yang menyediakan waktunya untuk membantu penulis dalam melakukan penelitian menyelesaikan laporan ini.
13. **Semua teman-teman Angkatan** serta teman-teman lain tanpa terkecuali yang tak sempat disebutkan namanya. Terima kasih atas bantuan dan kerjasamanya. Semoga seluruh dukungan yang telah diberikan kepada penulis menjadi amal shaleh, mendapatkan balasan kebaikan dan pahala dari Allah S.W.T.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu Penulis dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga seluruh dukungan yang telah diberikan kepada penulis menjadi amal shaleh, mendapatkan balasan kebaikan dan pahala dari Allah S.W.T. Penulis mohon maaf atas segala kekurangan yang ada, dan apabila terdapat kesalahan dalam penulisan ini, untuk itu penulis mengharapkan koreksi, saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak.

*Wassalamualaikum. Wr. Wb.*

Palu, April 2024

  
**SALSU BILLAH**  
**20.5.15.0031**

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan .....	4
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	4
D. Penegasan Istilah .....	5
E. Garis-Garis Besar Isi.....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
A. Penelitian Terdahulu.....	8
B. Kajian Teori.....	12
1. Perilaku.....	12
2. Perilaku Berpindah Merek .....	13
3. Pengertian, Tujuan dan Fungsi Bank Syariah.....	15
4. Marketing Mix .....	15
C. Kerangka Pemikiran .....	16
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Pendekatan dan Desain Penelitian .....	18
B. Lokasi Penelitian .....	18
C. Kehadiran Peneliti .....	18
D. Sumber Data .....	19
E. Teknik Pengambilan Data.....	19
F. Teknik Analisis Data .....	20
G. Uji Keabsahan Data .....	21
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia.....	22
B. Hasil Penelitian.....	25
1. Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Terhadap Minat Melakukan Switching Brand Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Gajah Mada Palu .....	26
2. Potensi Switching Brand Terjadi Pada Bank Syariah Indonesia	

Cabang Gajah Mada Palu dan Cara Mengatasi .....	33
C. Pembahasan.....	36
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan.....	48
B. Saran .....	48
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>50</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>51</b>
<b>TRANSKIP WAWANCARA.....</b>	<b>56</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Kinerja Bank Syariah Sebelum dan Sesudah Merger ke BSI .....	21
Tabel Transkrip Wawancara .....	56

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Kerangka Pemikiran.....	17

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Gambar 1 Informan Bapak Ilham .....	51
Gambar 2 Informan Ibu Putri.....	51
Gambar 3 Informan Ibu Indah .....	52
Gambar 4 Informan Bapak Sukar .....	52
Gambar 5 Informan Ibu Eni.....	53
Gambar 6 Informan Ibu Sahara .....	53
Gambar 5 Informan Bapak Supardii .....	54
Gambar 6 Informan Bapak Andi.....	54
Gambar 5 Informan Ibu Sri.....	55
Gambar 6 Informan Bapak Irwan .....	55

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Bank syariah adalah perbankan yang dijalankan berdasarkan syariat Islam, sehingga tidak memberlakukan penerapan bunga. Bank syariah menekankan pada sistem bagi hasil dan mendapat sejumlah keuntungan dari sistem tersebut.

Perkembangan Bank Syariah di dunia merupakan fenomena yang menyita perhatian banyak pihak akhir-akhir ini. Tidak sedikit kajian dilakukan di berbagai tempat untuk mengetahui bagaimana praktik perbankan syariah yang sesungguhnya. Ekonomi syariah dianggap cukup menjanjikan untuk dijadikan alternatif dari sistem perekonomian internasional mengingat sistem perekonomian internasional yang dianut saat ini mulai terlihat memiliki banyak kelemahan. Bank Syariah di Indonesia sekarang telah ada dalam fase perkembangan yang pesat. Hal ini ditandai dengan banyaknya Bank Umum dan Bank Unit Syariah di Indonesia

Berkembangnya sistem Perbankan Syariah yang semakin pesat ini adalah dampak dari diberlakukannya Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah yang terbit tanggal 16 juli 2008. Meskipun sedang dalam fase perkembangan yang pesat, tidak dipungkiri Perbankan Syariah belum dapat memaksimalkan pencapaiannya di segala aspek. Bank Syariah adalah Bank yang melakukan investasi halal, sedangkan Bank Konvensional melakukan inventasi tidak melihat faktor kehalalannya. Bank Syariah melayani nasabah dengan prinsip bagi hasil, jual dan sewa.

Perbankan Syariah di Sulawesi Tengah sudah berdiri sejak tahun 2007, yang kemudian terus berkembang dengan semakin meningkatnya minat dari masyarakat Sulawesi Tengah.

Maraknya pembukaan perbankan syariah di Indonesia telah memberikan pilihan produk keuangan yang banyak kepada konsumen, sehingga rekan konsumen merasa tidak puas akan kinerja satu bank syariah mereka akan beralih ke produk bank syariah lainnya. Kondisi ini disebut *Brand Switching*. Menurut Hawkins menjelaskan *Brand Switching* adalah “hasil dari ketidakpuasan konsumen akan suatu produk yang mengakibatkan konsumen melakukan penghentian pembelian produk pada suatu merk dan menggantinya dengan produk dari merk lain”. Berbicara mengenai perpindahan merek (*Brand Switching*), pastinya ada suatu hal atau faktor yang menyebabkan seorang konsumen melakukan perpindahan merek (*Brand Switching*), faktor tersebut diantaranya adalah biaya, aksesibilitas, kualitas layanan, syariat islam, kelompok referensi, promosi dan produk. Konsumen akan cenderung membeli suatu produk atas evaluasi harga serta nilai dari produk pembandingan sejenis lainnya. Jika harga yang di tawarkan suatu merek terlalu mahal sementara karakteristik yang ditawarkan sama dengan pesaingnya maka hal tersebut dapat menimbulkan perpindahan merek<sup>1</sup>

Kualiatas layanan dan *Brand Switching* memiliki hubungan kausal yaitu penampilan pegawai sopan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. mengatakan bahwa persepsi konsumen pada kualitas pelayanan merupakan nilai dari keseluruhan dari

---

<sup>1</sup> Hawkins dan Mothersbaugh, David L. *Consumer behavior: Building marketing strategy*. (Boston: McGraw-Hill Irwin, 2016)



keunggulan suatu pelayanan<sup>2</sup>. Kualitas pelayanan dapat didefinisikan suatu dari pernyataan tentang sikap, yang hubungannya dari hasil perbandingan dari kinerja dan ekspektasi. Tinggi rendahnya suatu kualitas pelayanan tergantung pada bagaimana penerimaan konsumen akan pelayanan nyata yang diperolehnya sehubungan dengan apa yang mereka harapkan. Dengan kata lain kualitas pelayanan merupakan selisih antara pengharapan konsumen atau keinginan mereka dengan persepsi mereka.

Berdasarkan hasil observasi awal, Penulis menemukan adanya masalah yaitu Nasabah merasa bahwa kualitas pelayanan Bank Syariah lebih baik dibandingkan dengan Bank Konvensional. Bank Syariah memberikan kualitas layanan yang memudahkan para konsumen untuk melakukan transaksi seperti memberikan informasi peminjaman uang secara detail. Masalah yang ditemukan penulis juga adanya kesenjangan harga dan produk yang diberikan. Bank Syariah Indonesia adalah salah satu bank yang memberikan pinjaman tanpa bunga sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Berbeda dengan bank konvensional bunga yang mereka berikan bisa mencapai 5-10%. Adanya inovasi yang baru pada bank syariah juga membuat bank syariah tumbuh pesat dibandingkan bank konvensional. Maraknya maraknya kanal digital telah menghadirkan peluang bagi produk perbankan syariah untuk menjangkau lebih luas segmen nasabah. Dengan adanya inovasi baru yaitu Bank Syariah Mobile Banking memudahkan para konsumen untuk melakukan transaksi. Kemudahan-kemudahan tersebut membuat para konsumen bank konvensional melakukan *switching brand* ke bank syariah indonesia.

---

<sup>2</sup> Juniantara dan Sukawati. *Pengaruh persepsi harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan dampaknya terhadap loyalitas konsumen* (Doctoral dissertation, Udayana University, 2018).

Dari latar belakang diatas maka penulis tertarik ingin membuat penelitian ini dengan judul “Analisis Keputusan Nasabah Melakukan Perilaku *Switching Brand* Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Gajah Mada Kota Palu”

## B. *Rumusan dan Batasan Masalah*

Bertolak pada latar belakang yang dikemukakan di atas, maka yang menjadi pokok permasalahan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana keputusan nasabah terhadap minat melakukan switching brand pada Bank Syariah Indonesia cabang Gajah Mada Kota Palu?
2. Seberapa besar potensi switching brand terjadi pada Bank Syariah Indonesia cabang gajah mada dan bagaimana cara mengatasi hal tersebut?

## C. *Tujuan dan Kegunaan Penelitian*

### 1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui keputusan nasabah terhadap minat melakukan switching brand pada bank syariah

### 2. Kegunaan Penelitian

#### a. Kegunaan Ilmiah

Sebagai perbendaharaan pengetahuan bagi penulis dalam bentuk karya ilmiah, selaku mahasiswa dan calon sarjana yang berprofesi dalam bidang ekonomi bisnis islam, maka merupakan suatu keharusan bagi penulis untuk memiliki berbagai pengetahuan tentang agama ekonomi islam terutama dalam tugas dan kewajiban bagi seorang muslim.

#### b. Kegunaan Praktis

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan menjadi sumbangsih konstruktif bagi pengembangan ilmu-ilmu agama, khususnya dalam bidang ekonomi bisnis islam pada bank syariah.
- 2) Hasil penelitian ini menjadi salah satu media sekaligus sumber ilmu pendidikan khususnya bagi rekan-rekan mahasiswa
- 3) Hasil penelitian ini diharapkan menjadi acuan dan pedoman khususnya bagi lembaga keagamaan dan lebih khususnya dikalangan masyarakat.

#### D. *Penegasan Istilah/ Definisi*

Penegasan istilah ini dimaksudkan agar tidak terjadi salah penafsiran terhadap judul dan memberikan gambaran yang lebih jelas kepada pembaca, terlebih dahulu penulis menjelaskan berbagai istilah yang terdapat dalam judul Skripsi ini yaitu:

1. Keputusan adalah suatu reaksi terhadap beberapa solusi alternatif yang dilakukan secara sadar dengan cara menganalisa kemungkinan- kemungkinan dari alternatif tersebut bersama konsekuensinya. Setiap keputusan akan membuat pilihan terakhir, dapat berupa tindakan atau opini.
2. Minat adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktifitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan suatu diluar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat Menurut Reber dalam Muhibbin Syah<sup>3</sup> antara lain :

---

<sup>3</sup> Yusuf, H., Syah, Ramdhani, dan Hasanah. *The Effect of Interpersonal Communication and Teacher Competence on the Quality of Character Education and Student Learning Achievement*. (International Journal of Nusantara Islam) 2.

a. Faktor Internal

Faktor internal adalah sesuatu yang membuat berminat yang datangnya dari dalam diri seseorang. Faktor internal adalah pemusatan perhatian, keingintahuan, motivasi dan kebutuhan”.

b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah sesuatu yang membuat berminat yang datangnya dari luar diri, seperti keluarga, rekan, tersedia prasarana dan sarana atau fasilitas dan keadaan.

3. *Brand Switching* (perpindahan merek) adalah sebuah kerentanan pelanggan dimana seorang atau sekelompok konsumen melakukan pergantian dari merek produk yang biasa dikonsumsi dengan produk merek lain yang disebabkan karena perilaku pelanggan yang mencari keberagaman, ada penawaran produk lain, atau terdapat masalah dari produk yang telah dibeli sebelumnya. Perpindahan merek biasanya karena pelanggan tidak puas terhadap sebuah produk, sehingga akan melakukan pencarian informasi mengenai produk lain dan apabila merasa cocok, maka pelanggan tersebut akan berpindah merek.
4. Berdasarkan Undang Undang No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, bank syariah merupakan bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah atau prinsip hukum islam. Prinsip syariah Islam yang dimaksud mencakup dengan prinsip keadilan dan keseimbangan ('adl wa tawazun), kemaslahatan (maslahah),

universalisme (alamiyah), serta tidak mengandung gharar, maysir, riba, zalim dan obyek yang haram, sebagaimana yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia.<sup>4</sup>

Berdasarkan dari penegasan istilah tersebut di atas, maka penulis maksudkan dalam judul Skripsi ini adalah mengurai masalah tentang keputusan nasabah terhadap minat melakukan *switching brand* pada bank syariah

#### E. ***Garis-Garis Besar Isi***

Skripsi ini terdiri dari satu bab yang meliputi bagian awal dan penutup, masing-masing bab memiliki pembahasan sendiri-sendiri, namun saling berkaitan satu dengan yang lainnya. Untuk mengetahui hal tersebut, maka penulis akan mengemukakan garis-garis besar isi sebagai berikut:

Bab I. Pendahuluan. Dalam pendahuluan ini berisi tentang latar belakang, rumusan, tujuan dan kegunaan penelitian, penegasan istilah, dan garis-garis besar isi.

Bab II. Tinjauan Pustaka. yakni bab yang memuat tinjauan umum mengenai teori-teori yang relevan dan kajian teori serta alur pikir yang digunakan dalam penelitian.

Bab III. Metode Penelitian. Dalam metode penelitian ini berisi tentang latar lokasi penelitian, jenis penelitian, teknik pengumpulan data dan analisis data yang digunakan.

Bab IV. Hasil dan Pembahasan. Dalam hasil dan pembahasan ini berisi tentang hasil dari penelitian yang telah dilakukan, kemudian dianalisis kedalam pembahasan

Bab V. Penutup. Dalam penutup ini berisi tentang kesimpulan dan saran yang didapatkan oleh penulis berdasarkan hasil pembahasan yang ditemukan.

---

<sup>4</sup> Indonesia, R. *Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah Depkeu.* (Jakarta, 2008)

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### ***A. Penelitian Terdahulu***

Penelitian terdahulu merupakan salah satu acuan bagi penulis dalam melakukan penelitian sehingga dapat memperkaya teori-teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian terdahulu dapat dijadikan sebagai sumber referensi yang dapat memperdalam kajian dan pembahasan penelitian. Adapun dari penelitian terdahulu sebagai berikut:

1. Najib dalam jurnal “Analisis Konsumen Berpindah Merek (*Brand Switcher*) Pada Bank Syariah Dan Bank Konvensional (Studi Kasus Pada Nasabah Di Wilayah Darmaga Bogor)”. Penelitian dilakukan untuk menganalisis perilaku perpindahan merek pada nasabah bank di wilayah Darmaga. Pengambilan data primer melalui pengambilan sampel dilakukan secara purposive. Sementara analisa dilakukan secara deskriptif. Di wilayah demaga ada empat buah bank umum, yaitu Bank Negara Indonesia (BNI)46, Bank Rakyat Indonesia (BRI), Bank Muamalat Indonesia (BMI) dan Bank Syariah Mandiri. Hasil penelitian menunjukkan BNI46 merupakan bank yang memiliki brand awareness paling tinggi diantara bank yang ada di Darmaga. Konsumen berpindah merek tidak hanya terjadi pada bank konvensional, tetapi juga bank syariah. Hal ini berarti bank syariah maupun bank konvensional berpotensi memiliki pelanggan yang tidak loyal. BNI46 memiliki konsumen yang paling tidak loyal bila dibanding dengan BRI, BSM dan BMI. Jika dibandingkan sesama bank syariah, maka BMI memiliki konsumen yang paling loyal. Faktor yang

memiliki pengaruh paling tinggi terhadap konsumen dalam melakukan perpindahan merek adalah faktor internal dan diuikuti oleh faktor eksternal. Sementara faktor kekecewaan terhadap bank sebelumnya merupakan faktor yang paling kecil pengaruhnya terhadap konsumen dalam melakukan perpindahan merek.<sup>5</sup>

Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah penggunaan teknik analisis data. Penelitian ini menggunakan teknik analisis secara deskriptif dan *brand switching pattern* sedangkan penulis menggunakan model analisis data kualitatif

2. Siti, S dalam jurnal “Analisis Pengaruh Lokasi, *Brand Image* Dan *Word Of Mouth* Terhadap Proses Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Tabungan Haji Di Perbankan Syariah”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan pengaruh secara simultan dan secara parsial antara variabel lokasi, *brand image* dan *word of mouth* terhadap proses keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan haji di perbankan syariah di wilayah Jakarta Selatan. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa, secara simultan variabel lokasi, *brand image* dan *word of mouth* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap proses keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan haji di perbankan syariah dengan tingkat signifikansi 0,000 dan F hitung sebesar 46,835. Secara parsial variabel lokasi (X1) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap proses keputusan (Y) nasabah dalam memilih produk tabungan haji di perbankan syariah dengan tingkat signifikansi 0,018

---

<sup>5</sup>Najib. *Analisis Konsumen Berpindah Merek (Brand Switcher) Pada Bank Syariah Dan Bank Konvensional* (Bogor, 2017)

dan t hitung 2,417, variabel *brand image* (X2) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap proses keputusan (Y) nasabah dalam memilih produk tabungan haji di perbankan syariah dengan tingkat signifikansi 0,003 dan t hitung 3,204, dan *word of mouth* (X3) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap proses keputusan (Y) nasabah dalam memilih produk tabungan haji di perbankan syariah dengan tingkat signifikansi 0,000, dan t hitung 4,123.<sup>6</sup>

Penulis menemukan perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan. Perbedaannya yaitu penelitian ini menggunakan metode analisis data kuantitatif sedangkan penulis menggunakan model metode data kualitatif. Tujuan penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis mengapa nasabah lebih memilih bank syariah untuk menabung haji daripada bank konvensional. Sedangkan penelitian yang dilakukan penulis bertujuan untuk mengetahui mengapa nasabah melakukan *brand switching* pada bank syariah Gajah Mada Palu.

3. Dwi dalam jurnal “Pengaruh *Variety Seeking* Dan *Packaging* Terhadap *Brand Switching* Dalam Persepektif Bisnis Syariah”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian dilakukan pada konsumen Natasha *skincare* di Bandar Lampung. Sampel penelitian berjumlah 100 responden dengan menggunakan teknik *Nonprobability sampling* yaitu *sampling purposive*. Pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner. Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan (PLS-SEM) dengan software SmartPLS3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa

---

<sup>6</sup> Siti, S. *Analisis Pengaruh Lokasi, Brand Image Dan Word Of Mouth Terhadap Proses Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Tabungan Haji Di Perbankan Syariah* (Jakarta, 2018)



hipotesis didukung, yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan antara (X1) terhadap (Y) pada konsumen Natasha *skincare* di Bandar Lampung. Dan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara (X2) terhadap (Y) Berdasarkan R2 *variety seeking* dan *packaging* mampu menjelaskan variabilitas konstruk *brand switching* Hal ini didukung oleh hasil kuesioner pada 100 responden yang sebagian besar responden memilih skor 4 dan 5 dengan indikator *khiyar* dan *halalan thayibban. brand switching* pada konsumen natasha *skincare* di Bandar Lampung dalam perspektif bisnis syariah sebagian besar konsumen telah sesuai dengan syariat islam. Hal ini didukung oleh hasil kuesioner pada 100 responden yang sebagian besar responden memilih skor 4 dan 5 dengan indikator prinsip kehati-hatian. Maka, semakin tinggi tingkat *variety seeking* dan *packaging* semakin tinggi pula tingkat *brand switching*.<sup>7</sup>

Perbedaan penelitian ini dengan yang penulis lakukan adalah, penelitian ini menggunakan metode PLS-SEM dengan software SmartPLS3 sedangkan penulis menggunakan metode model data kualitatif dan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kemasan terhadap *brand switching* dalam perspektif syariah. Sedangkan tujuan penulis adalah untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi nasabah untuk melakukan *brand switching*

---

<sup>7</sup> Dwi. *Pengaruh Variety Seeking Dan Packaging Terhadap Brand Switching Dalam Persepektif Bisnis Syariah* (Lampung, 2022)

## ***B. Kajian Teori***

### **1. Perilaku**

Perilaku adalah tindakan atau aktivitas dari manusia itu sendiri yang mempunyai bentangan arti yang sangat luas antara lain : berjalan, berbicara, menangis, tertawa, bekerja, kuliah, menulis, membaca, dan sebagainya. Dari uraian tersebut bisa disimpulkan bahwa perilaku manusia adalah semua kegiatan atau aktivitas manusia, baik yang diamati langsung, maupun yang tidak dapat amati oleh pihak luar. Pengertian perilaku dapat dibatasi sebagai keadaan jiwa untuk berpendapat, berfikir, bersikap, dan lain sebagainya yang merupakan refleksi dari berbagai macam aspek, baik fisik maupun non fisik. Pada dasarnya bentuk perilaku dapat diamati, melalui sikap dan tindakan, namun demikian tidak berarti bahwa bentuk perilaku itu hanya dapat dilihat dari sikap dan tindakannya saja, perilaku dapat pula bersifat potensial, yakni dalam bentuk pengetahuan, motivasi dan persepsi.

Proses pembentukan perilaku dipengaruhi oleh beberapa faktor yang berasal dari dalam diri individu itu sendiri, faktor-faktor tersebut antara lain<sup>8</sup> :

- a. Persepsi, Persepsi adalah sebagai pengalaman yang dihasilkan melalui indera penglihatan, pendengaran, penciuman, dan sebagainya.
- b. Motivasi, Motivasi diartikan sebagai dorongan untuk bertindak untuk mencapai suatu tujuan tertentu, hasil dari pada dorongan dan gerakan ini diwujudkan dalam bentuk perilaku

---

<sup>8</sup> Notoadmojo. Perilaku Manusia. Cempaka Emas. 2019

- c. Emosi, Perilaku juga dapat timbul karena emosi, Aspek psikologis yang mempengaruhi emosi berhubungan erat dengan keadaan jasmani, sedangkan keadaan jasmani merupakan hasil keturunan (bawaan), Manusia dalam mencapai kedewasaan semua aspek yang berhubungan dengan keturunan dan emosi akan berkembang sesuai dengan hukum perkembangan, oleh karena itu perilaku yang timbul karena emosi merupakan perilaku bawaan.
- d. Belajar, Belajar diartikan sebagai suatu pembentukan perilaku dihasilkan dari praktek-praktek dalam lingkungan kehidupan. mengatakan bahwa belajar adalah suatu perubahan perilaku yang dihasilkan dari perilaku terdahulu

## **2. Perilaku Berpindah Merek (*Brand Switcher*)**

Perilaku nasabah untuk berpindah bank merupakan hal yang sangat perlu diperhatikan dalam manajemen pemasaran. Perilaku konsumen tidak bisa dilepaskan dari adanya kebutuhan dari konsumen itu sendiri. Faktor yang menyebabkan konsumen mengambil keputusan diantaranya adalah faktor rasional dan faktor emosional. Dan dalam kenyataannya kedua motif itu jarang terjadi secara bersamaan dalam suatu pengambilan keputusan. Biasanya hanya satu motif yang menyertai suatu pembelian.

Perilaku berpindah atau *switching behaviour* merupakan bagian dari perilaku konsumen. Perilaku berpindah seperti yang dikemukakan oleh Kaeveney, merupakan tindakan pelanggan meninggalkan penyedia layanan awal mereka untuk beralih ke

layanan lain, dengan penyedia layanan awal kehilangan keuntungan di masa depan dan menanggung biaya untuk memperoleh pelanggan baru.<sup>9</sup>

Perilaku berpindah atau *switching behaviour* merupakan bagian dari perilaku konsumen. Perilaku berpindah seperti yang dikemukakan oleh Keaveney, merupakan tindakan pelanggan meninggalkan penyedia layanan awal mereka untuk beralih ke layanan lain, dengan penyedia layanan awal kehilangan keuntungan di masa depan dan menanggung biaya untuk memperoleh pelanggan baru

*Swither behavior* didefinisikan sebagai kebebasan memilih yang lebih disukai terhadap sebuah item khusus. Para praktisi pemasaran perlu mempelajari pelanggannya yang gemar mencoba produk baru. Mereka biasanya disebut para innovator yang sangat mendukung keberhasilan suatu produk atau jasa yang baru. *Personality traits* sangat penting untuk membedakan antara *innovators customer* dan *non innovators*.<sup>10</sup>

Hasil evaluasi merek yang dilakukan konsumen adalah keinginan (*intention to buy*) atau tidak membeli melalui proses pengambilan keputusan yang kompleks. Konsumen yang tidak puas akibat pelayanan yang diberikan akan berakibat fatal, karena konsumen akan melakukan aktivitas yang bisa merugikan perusahaan. Seperti dikemukakan oleh Kotler bahwa 95% dari konsumen yang tidak puas memilih untuk tidak melakukan pengaduan tetapi cukup menghentikan pembeliaannya.<sup>11</sup> Schiffman

---

<sup>9</sup> Keaveney M. *Customer Switching Behavior in Service Industries: An exploratory Study*. (Journal of Marketing Vol. 59, no. No. 1, 2005)

<sup>10</sup> Hasanah, U. *Switching Behavior nasabah Bank Konvensional ke Bank Syariah di Kota Sorong Papua Barat* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2018).

<sup>11</sup> Kotler, P. *Marketing Management*. (New Jersey, 2000)

dan Kanuk menunjukkan bahwa 54-70% dari konsumen yang mengadu akan menjalin hubungan bisnis dengan organisasi, jika ada penyelesaian antarapihak manajemen dengan konsumen. Dan bisa meningkat hingga 95% jika pengaduan diselesaikan dengan cepat.<sup>12</sup> Pengambilan keputusan perpindahan merek yang dilakukan konsumen terjadi karena adanya ketidakpuasan yang diterima konsumen setelah melakukan pembelian. Ketidakpuasan muncul karena pengharapan konsumen tidak sama atau lebih tinggi dari kinerja yang diterimanya dari pemasar<sup>13</sup>

### **3. Pengertian, Tujuan dan Fungsi Bank Syariah**

Bank syariah adalah bank yang menjalankan usahanya berdasarkan pada Prinsip-prinsip hukum atau syariah Islam dengan mengacu kepada Alquran dan Alhadits. Berusaha sesuai prinsip syariah Islam dimaksudkan disini adalah beroperasi mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam antara lain misalnya dengan menjauhi Praktek-praktek yang mengandung unsur riba dan melakukan kegiatan investasi atas dasar bagi hasil. Sedangkan kegiatan usaha dengan mengacu pada Alquran dan Alhadits dimaksudkan adalah dalam melakukan operasi mengikuti larangan dan perintah yang terdapat dalam Alquran dan Sunnah rasulullah Muhammad SAW. Penekanan dalam pelarangan tersebut terutama berkaitan dengan praktek-praktek bank yang mengandung dan dapat menimbulkan riba.<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup> Schiffman dan Kanuk. *Consumer Behaviour* (New York, 2000)

<sup>13</sup> Diwyarthi, Tamara, dan Anggara. *Perilaku Konsumen*. (Get Press, 2018).

<sup>14</sup> Arfiani dan Mulazid. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Bagi Hasil Simpanan Mudharabah pada Bank Umum Syariah Indonesia Studi Kasus pada Bank Umum Syariah di Indonesia Periode 2011-2015*. *IQTISHADIA* (Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, 2018) 23.

Riba menurut bahasa memiliki berbagai pengertian, antara lain : ziyadah (bertambah), annaamu (berkembang/bunga), dan berlebihan atau menggelembung. Sedangkan menurut istilah riba dapat juga diartikan sebagai penambahan-penambahan yang diisyaratkan oleh orang-orang yang memiliki harta kepada orang yang meminjam harta (uangnya), karena pengunduran janji pembayaran oleh peminjam dari waktu yang ditentukan.<sup>15</sup>

Tujuan dari berdirinya bank syariah adalah menggalakkan, memelihara serta mengembangkan jasa serta produk perbankan yang berasaskan syariah Islam. Selain itu, bank syariah memiliki kewajiban untuk mendukung berdirinya aktivitas investasi dan bisnis-bisnis lainnya sepanjang aktivitas tersebut tidak dilarang dalam Islam

#### **4. Teori Marketing**

*Marketing Mix* atau bauran pemasaran adalah kombinasi dari berbagai elemen pemasaran yang digunakan oleh sebuah perusahaan untuk mempromosikan produk atau jasa mereka kepada pasar. Elemen-elemen pemasaran dalam bauran pemasaran terdiri dari empat P, yaitu:

- a. *Product* (produk) - Merupakan barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen. Ini meliputi kualitas produk, kemasan, merek, variasi produk, dan fitur tambahan

---

<sup>15</sup> Wibowo, E. *Manajemen risiko pembiayaan murabahah di BMT Amanah Ummah*. (Al Tijarah, 2015) 133.

- b. *Price* (harga) - Merupakan harga yang dikenakan pada produk atau jasa yang ditawarkan. Penentuan harga dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti biaya produksi, permintaan pasar, persaingan, dan strategi penetapan harga
- c. *Place* (tempat) - Merupakan cara perusahaan mendistribusikan produk atau jasa mereka kepada konsumen. Ini meliputi saluran distribusi, titik penjualan, wilayah distribusi, dan cara pengiriman produk
- d. *Promotion* (promosi) - Merupakan cara perusahaan mempromosikan produk atau jasa mereka kepada pasar. Ini meliputi strategi iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, pemasaran langsung, dan promosi lainnya.

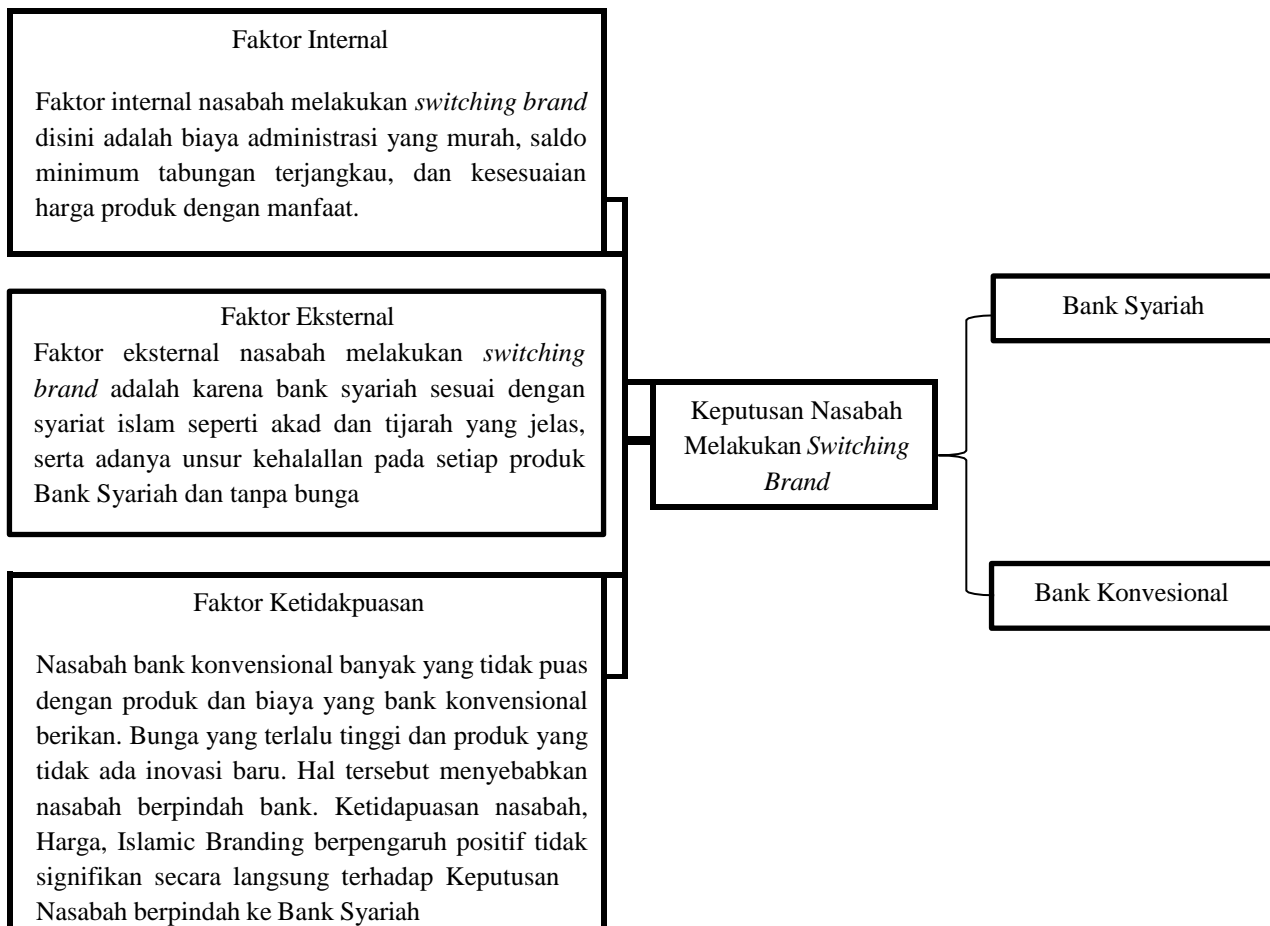
Keempat elemen ini harus dipertimbangkan dengan baik oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran mereka. Setiap elemen harus dipilih dengan hati-hati dan harus sejalan dengan tujuan perusahaan dan kebutuhan pasar yang dituju.

### ***C. Kerangka Pemikiran***

Pertumbuhan bank syariah yang pesat di Indonesia memberikan gambaran mengenai fenomena perilaku konsumen berpindah merek. Meskipun perpindahan merek merupakan suatu hal yang wajar dan biasa, namun tingginya minat konsumen untuk mengonsumsi produk perbankan syariah menarik untuk diteliti. Paling tidak para pengelola perbankan baik konvensional maupun syariah perlu mengetahui faktor-faktor apa saja yang menyebabkan konsumen meninggalkan produk mereka dan beralih menggunakan produk dari perbankan lain. Dengan mengetahui hal tersebut pengelola akan mampu merumuskan strategi yang tepat untuk lebih meningkatkan pertumbuhannya seraya menjaga agar konsumen yang telah dimiliki tetap loyal pada

perusahaan. Hal ini tentu tidak mudah karena konsumen saat ini menjadi lebih *sensitive* terhadap produk-produk baru seiring dengan semakin banyaknya alternatif pilihan bagi mereka. Dalam hal ini konsumen mengalami peningkatan *bargaining position* dihadapan produsen (penyedia layanan perbankan). Konsep bargaining adalah proses interaksi sosial yang terjadi antara dua pihak atau lebih, di mana mereka berusaha untuk mencapai kesepakatan yang menguntungkan kedua belah pihak. Bargaining dapat terjadi dalam berbagai konteks, seperti hubungan kerja, bisnis, politik, dan kehidupan sehari-hari. Dari penjelasan yang telah dikemukakan oleh peneliti akan memberikan gambaran kerangka pemikiran pikir yang dimaksud melalui gambar dibawah ini :

**Gambar 1**  
**Kerangka Pemikiran**





## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### ***A. Pendekatan dan Desain Penelitian***

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Dimana penelitian ini didasari oleh filsafat positivism yang menekankan fenomena-fenomena objektif dan dikaji secara kualitatif. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif pengumpulan data yang dilakukan peneliti lebih menekankan kepada situasi guna menemukan, memahami, menjelaskan dan memperoleh gambaran tentang bagaimana keputusan nasabah dalam melakukan *brand switching* di pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Gajah Mada Kota Palu.

#### ***B. Lokasi Penelitian***

Adapun yang menjadi lokasi penelitian ini yaitu di Bank Syariah Indonesia (BSI) Gajah Mada Kota Palu. Melihat bahwa adanya permasalahan pada keputusan nasabah pada minat *switching brand* pada bank syariah, maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian di lokasi tersebut.

#### ***C. Kehadiran Peneliti***

Sesuai dengan jenis penelitian ini yaitu penelitian kualitatif, maka kehadiran peneliti ditempat penelitian mutlak sangat diperlukan sebagai instrumen utama. Peneliti bertindak sebagai instrumen utama yaitu peneliti bertindak sebagai pengumpul data dan pelapor hasil.

#### ***D. Sumber Data***

##### **1. Sumber dari data sekunder**

Sumber dari data sekunder merupakan data yang didapatkan melalui penelusuran kepustakaan serta dokumen-dokumen dari berbagai sumber resmi, termasuk surat keputusan, peraturan Perundang-Undangan, dan data dari dokumen berupa foto serta naskah (arsip) yang ada di Bank Syariah Indonesia (BSI) Gajah Mada Kota Palu

##### **2. Sumber dari data primer**

Sumber dari data primer didapatkan dari informan. Dimana informan tersebut merupakan orang yang telah dianggap mengetahui/mengerti dengan permasalahan yang akan diteliti sehingga dapat memberikan data yang diperlukan dan dapat dipercaya kebenarannya. Adapun teknik pemilihan informan yang digunakan yaitu *purposive*, jumlah informan pada penelitian ini 15 Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Gajah Mada Kota Palu

#### ***E. Teknik Pengumpulan Data***

##### **1. Observasi**

Menurut Sugiyono Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibanding dengan teknik yang lain. Observasi juga tidak terbatas terhadap orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain. Melalui kegiatan bservasi peneliti dapat belajar tentang perilaku dan makna dari perilaku tersebut<sup>16</sup>.

---

<sup>16</sup> Fitriani, dan Sugiyono, S. *Perilaku Peduli Lingkungan Pada Siswa Kelas X Sma Muhammadiyah 1 Yogyakarta*. (Yogyakarta, 2018) 2.

Observasi dalam penelitian ini yaitu dengan melakukan pengamatan langsung di lapangan untuk mengetahui kondisi yang sebenarnya di Bank Syariah Indonesia (BSI) yang ada di jalan Gajah Mada Kota Palu

## **2. Wawancara**

Wawancara adalah cara mendapatkan informasi dari informan dengan cara bertanya langsung. Wawancara merupakan alat pembuktian terhadap informasi yang diperoleh sebelumnya. Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian kualitatif yaitu wawancara mendalam yang dibantu pedoman wawancara dan alat bantu lain seperti kamera dan perekam suara.

## **3. Dokumentasi**

Menurut Sugiyono “dokumentasi merupakan cara yang dapat digunakan dalam proses pencarian data dan informasi yang berupa dokumen, arsip, buku, gambar dan tulisan angka seperti laporan dan keterangan lainnya yang dapat menjadi pendukung dalam penelitian<sup>17</sup>.

## **F. Teknik Analisis Data**

Menurut Sugiyono, analisis data adalah “proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan, dan dokumen dengan cara mengklasifikasi, menguraikan ke dalam satuan-satuan, mensintesis, menyusun menjadi pola, dan memilih yang penting<sup>18</sup>. Melakukan penelitian dan menarik

---

<sup>17</sup> Hidayati dan Sugiyono *Pengaruh Harga, Kepercayaan, Keamanan, dan Persepsi Akan Risiko terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike Melalui Instagram*. (Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, 2018) 11

<sup>18</sup> Fitriani dan Sugiyono. *Perilaku Peduli Lingkungan Pada Siswa Kelas X Sma Muhammadiyah 1 Yogyakarta*. (Journal of Culinary Education and Technology, 2018) 2

kesimpulan yang mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain”. Teknik analisis data yang digunakan peneliti menggunakan model analisis data Miles, Huberman, dan Saldana dalam penelitian kualitatif, yang memungkinkan pengumpulan data dilakukan dan diselesaikan dalam jangka waktu tertentu. Kegiatan analisis data kualitatif secara interaktif dan berkesinambungan sampai selesai<sup>19</sup>.

#### **G. Pengecekan Keabsahan Data**

Keabsahan data dilakukan untuk membuktikan penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah sekaligus untuk menguji data yang diperoleh. Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi uji, *credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability*.

---

<sup>19</sup>Thalib. *Pelatihan Analisis Data Model Miles Dan Huberman Untuk Riset Akuntansi Budaya*. (Madani, 2022)

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia**

PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan salah satu perusahaan besar yang bergerak dibidang industri keuangan syariah dan memiliki landasan sistem ekonomi sesuai dengan syariat hukum Islam. PT bank Syariah Indonesia (BSI) adalah bank syariah milik pemerintah yang termasuk kedalam kategori bank syariah terbesar se-Asia. Semenjak ditetapkannya Undang–Undang No. 21 Tahun 2008 yang mengatur tentang perbankan syariah banyak bank yang mulai menerapkan prinsip syariah, seperti bank BUMN yang membentuk anak perusahaannya sebagai bank umum dengan prinsip syariah yaitu diantaranya PT Bank Mandiri (Persero) Tbk, PT Bank BRIsyariah (Persero) Tbk, dan PT Bank BNI Syariah.

PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan salah satu perusahaan besar yang bergerak dibidang industri keuangan syariah dan memiliki landasan sistem ekonomi sesuai dengan syariat hukum Islam. PT bank Syariah Indonesia (BSI) adalah bank syariah milik pemerintah yang termasuk kedalam kategori bank syariah terbesar se-Asia. Semenjak ditetapkannya Undang–Undang No. 21 Tahun 2008 yang mengatur tentang perbankan syariah banyak bank yang mulai menerapkan prinsip syariah, seperti bank BUMN yang membentuk anak perusahaannya sebagai bank umum dengan prinsip syariah yaitu diantaranya PT Bank Mandiri (Persero) Tbk, PT Bank BRIsyariah (Persero) Tbk, dan PT Bank BNI Syariah.

Penggabungan ketiga bank tersebut merupakan salah satu kebijakan pemerintah yang dilaksanakan sebagai upaya untuk dapat menciptakan perekonomian syariah yang stabil secara global dengan menghadirkan layanan yang lengkap, jangkauan meluas dan pastinya sesuai dengan prinsip umat Islam. Dengan meningkatnya kesadaran masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Muslim terhadap pandangan mereka tentang aktivitas ekonomi yang halal merupakan faktor penting bagi Bank Syariah Indonesia ini yang muncul sebagai salah satu fasilitator perbankan berbasis syariah dengan berbagai inovasi yang membuat bank ini mampu berkontribusi terhadap perubahan dalam kesejahteraan masyarakat Indonesia secara meluas.

Dalam setiap layanan yang tersedia di Bank Syariah Indonesia ini memiliki perbedaan dengan bank konvensional yang lainnya, salah satu yaitu Bank BSI tidak menerapkan sistem bunga (*interest free*) seperti bank pada umumnya tetapi menggantinya dengan sistem bagi hasil sesuai dengan Peraturan Pemerintah (PP) No. 72 tahun 1992 mengenai bank berdasarkan prinsip bagi hasil antara nasabah yang menipkan pinjaman dan juga perusahaan yang mengelola pinjaman tersebut. Karena pada dasarnya BSI merupakan Bank syariah maka penerapan bunga di anggap tidak sesuai dengan syariat islam.

Dengan sistem bagi hasil yang diterapkan ini kemudian dapat digunakan oleh pihak bank selaku pengelola keuangan untuk mampu membiayai seluruh kegiatan operasional perbankan. Tidak hanya melayani nasabah dalam masalah perbankan seperti pembukaan blokir kartu ATM ataupun pengecekan saldo rekening, namun Bank BSI juga menawarkan berbagai jenis produk-produk yang dimiliki oleh bank syariah seperti menerbitkan buku khusus tabungan haji bagi mereka yang memiliki impian haji/ umroh

yang sistemnya berbeda dengan buku tabungan biasanya, memberikan berbagai peluang pembiayaan bagi mitra usaha kecil dengan prinsip syariah bebas bunga dengan menerapkan konsep hubungan investor yang harmonis (*mutual investor relationship*) sehingga tidak terjadi pembebanan antara salah satu pihak, ataupun pembiayaan jual-beli rumah dengan proses yang mudah dan sesuai dengan anjuran syariat islam.

## **1. Visi Misi PT Bank Syariah Indonesia**

### **a. Visi**

“Top 10 Global Islamic Bank.” Menjadi salah satu dari 10 bank syariah terbesar berdasarkan kapitalisasi pasar secara global dalam waktu 5 tahun kedepan.

### **b. Misi**

Misi PT. Bank Syariah Indonesia adalah sebagai berikut:

- 1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset dan nilai buku 50T di tahun 2025.
- 2) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).
- 3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia. Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

**Tabel 4.1**

### **Kinerja Bank Syariah Sebelum dan Sesudah Merger ke BSI**

Jenis	BNI Syariah		BRI Syariah		Bank Syariah Mandiri		Bank Syariah Indonesia
	2019	2020	2019	2020	2019	2020	
Pembiayaan (T)	43,77	47,97	34,12	49,34	75,54	83,43	209,98
Dana Pihak Ketiga (T)	32,58	33,05	27,38	40,00	99,81	112,58	156,51
Laba (M)	603,15	505,11 0	0,074	0,25	1,28	1,43	2,19
<b>Total Aset</b>	<b>49,98</b>	<b>55,01</b>	<b>43,12</b>	<b>57,70</b>	<b>112,29</b>	<b>126,85</b>	<b>239,56</b>

*Sumber: KoranBUMN.com*

Berdasarkan laporan keuangan pada tabel 2.1 diatas PT Bank Syariah Mandiri berhasil membukukan perolehan laba bersih di tahun 2019 sebesar 1,28 Triliun dan pada tahun 2020 senilai Rp 1,43 triliun yang artinya laba tersebut naik 12,51%.

Selama masa pandemi Bank Syariah Mandiri merupakan salah satu bank yang berhasil menjaga pertumbuhan pembiayaan dengan kualitas yang stabil yaitu pada tahun 2019 sebesar 75,54 dan meningkat pada tahun 2020 sebesar Rp 83,43 Triliun dan dari sisi volume bisnisnya Mandiri Syariah mencatat memiliki dana pihak ketiga pada tahun 2019 yaitu sebesar 99,81 Triliun dan meningkat pada tahun 2020. Sementara pada bank BNI Syariah diketahui sebelum merger menjadi Bank Syariah Indonesia tercatat pernah mengalami penurunan laba dibanding periode sebelumnya. Sedangkan Bank Mandiri Syariah dan BRI Syariah tercatat mengalami pertumbuhan laba. Sehingga per Desember 2020 total laba dari ketiga bank syariah tersebut telah mencapai angka Rp 2,19 Triliun.

## **B. Hasil Penelitian**

Informan dalam penelitian ini berjumlah 10 Orang yang terdiri dari Bapak Irwan selaku Teller BSI Cabang Gajah Mada Palu, Pak Ilham selaku Teller BSI Cabang Gajah Mada Palu, Bapak Sukar selaku Satpam dan nasabah BSI Cabang Gajah Mada Palu, Ibu



Indah selaku Nasabah BSI Cabang Gajah Mada Palu, Ibu Putri selaku Nasabah BSI Cabang Gajah Mada Palu, dan Ibu Eni selaku Nasabah BSI Cabang Gajah Mada Palu. dan Ibu Sahara selaku Nasabah BSI Cabang Gajah Mada Palu, dan Ibu Sri selaku Nasabah BSI Cabang Gajah Mada Palu, Bapak Andi selaku Nasabah BSI Cabang Gajah Mada Palu dan Bapak Supardi. Pengambilan informan dilakukan dengan *indept interview* (Wawancara Mendalam) dan dilakukan Observasi secara langsung.

### **1. Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Terhadap Minat Melakukan Switching Brand Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Gajah Mada Kota Palu**

Hasil wawancara mendalam yang peneliti lakukan kepada informan tentang factor apa saja mempengaruhi keputusan nasabah terhadap switching brand, diperoleh informasi dari kelima informan yaitu Bapak Irwan, Bapak Ilham, Bapak Sukar dan Ibu Putri dan Ibu Indah diperoleh informasi sebagai berikut:

Pertanyaan pertama “*Apakah bpk/ibu sudah memahami perbedaan bank syariah dan bank konvensional?*”

“iya, saya sudah dari lama mengetahui perbedaan bank konvensional dan bank Syariah. Sebelum saya bekerja di BSI, saya lebih dulu kerja di Bank BRI. Lalu saya memutuskan *resign* dan pindah ke BSI”<sup>20</sup>

“saya tau perbedaan bank biasa dengan BSI karena ibu dan bapak saya menabung untuk naik haji menggunakan BSI. Sebelumnya saya menggunakan BCA. Tapi karena ibu dan bapak saya menyarankan untuk pindah bank, saya jadi nya pindah”<sup>21</sup>

“menurut saya BSI lebih banyak memberikan manfaat di banding bank lainnya dek. Dan juga BSI tidak memiliki bunga seperti bank lain”<sup>22</sup>

---

<sup>20</sup> Bapak Irwan, Teller BSI Cab. Gajah Mada Palu, Wawancara oleh Penulis, 29 Januari 2024

<sup>21</sup> Ibu Putri, Nasabah BSI Cab. Gajah Mada Palu, Wawancara oleh Penulis, 29 Januari 2024

<sup>22</sup> Ibu Indah, Nasabah BSI Cab. Gajah Mada Palu, Wawancara oleh Penulis, 29 Januari 2024

“dulu saya pikir bank konvensional dan BSI itu sama saja. ternyata setelah bekerja sebagai teller di BSI saya jadi lebih mengetahui banyak hal yang membedakan antara bank konvensional dan BSI”<sup>23</sup>

“sebelum menjadi satpam disini, saya memang sebelumnya sudah menggunakan BSI dek. Saya menggunakan BSI karena bunga 0 rupiah. Sedangkan bank konvensional itu kan setau saya memiliki bunga ya”<sup>24</sup>

Berdasarkan pernyataan diatas, diketahui bahwa keempat narasumber sudah mengetahui apa perbedaan Bank Konvensional dengan BSI. Hal tersebut dapat dilihat pada hasil wawancara dengan informan yang seluruhnya menjawab pertanyaan. Beberapa informan ada yang mengetahui perbedaannya karena bekerja di BSI, ada yang mengetahui karena diberi tahukan oleh orang lain dan ada juga yang mengetahui berdasarkan informasi yang diperoleh sendiri.

Pertanyaan kedua “*Apakah Bapak/Ibu mengetahui ap aitu Switching Brand?*”

”Untuk switching brand mungkin saya baru saja mendengar istilah itu, tapi setelah saya mendengar penjelasan adek Ustatun kalau switching brand itu pindah layanan baru saya paham, karena setahu saya ya paling, hanya nasabah yang pindah produk atau pindah tabungan ke Bank Syariah, ndak tau kalau istilah itu namanya switching Brand. Alhamdulillah setau saya lumayan banyak nasabah yang melakukan switching brand ke Bank Syariah ini, ada beberapa yang menarik semua uangnya dari bank konvensional kemudian dipindah ke bank syariah, ada juga yang menyisahkan uangnya, jadi dananya yang mereka punya di bank konvensional itu mereka tarik sebagian terus meninggalkan Rp. 100.000 untuk biaya administrasi atau yaa mungkin memang tidak bisa untuk diambil semuanya, ada juga yang masih tetap menggunakan bank konvensional padahal mereka membuka tabungan baru di Bank Syariah”<sup>25</sup>

Sedangkan menurut Bapak Ilham selaku teller Bank Syariah Cabang Gajah Mada dalam wawancaranya pada tanggal 29 Januari 2024, beliau menjelaskan bahwa switching brand yang dilakukan oleh nasabah bank syariah cukup memuaskan, menurutnya

---

<sup>23</sup> Bapak Ilham, Teller BSI Cab. Gajah Mada Palu, Wawancara oleh Penulis, 29 Januari 2024

<sup>24</sup> Bapak Sukar, Satpam Nasabah BSI Cab. Gajah Mada Palu, Wawancara oleh Penulis, 29 Januari 2024

<sup>25</sup> Ibu Eni, Nasabah BSI Cab. Gajah Mada Palu, Wawancara oleh Penulis, 29 Januari 2024

switching brand ini adalah perpindahan layanan jasa seseorang dari penggunaan lama ke penggunaan baru, dalam hal ini nasabah bank konvensional ke bank syariah.

”Switching brand menurut saya adalah perpindahan layanan jasa, semisal nasabah A awalnya merupakan nasabah bank A kemudian sekarang ke bank syariah., Alhamdulillah untuk switching brand di bank syariah sendiri cukup memuaskan menurut saya, dari awal saya berkarir di bank syariah jumlah nasabah yang dulunya nasabah bank konvensional semakin meningkat. Kadang kalau ada yang melakukan pembukaan rekening baru di kantor, saya sering tanya-tanya juga ini pertama kalinya pakai bank atau dulunya sudah kerja sama dengan bank lain, ternyata sudah lumayan banyak yang dulunya itu nasabah bank lain begitu” ”<sup>26</sup>

Demikian juga menurut Bapak Irwan selaku teller pada bank Syariah Indonesia

Cabang Gajah Mada dalam wawancaranya pada tanggal 29 Januari 2024 sebagai berikut ini:

“saya baru saja mendengar istilah switching brand ini, selama ini yang saya tau hanya nasabah yang membuka rekening baru, dan ada beberapa nasabah yang dulunya ternyata merupakan nasabah bank konvensional kemudian setelah bank Syariah ini hadir di Palu mereka beralih kepada BSM” ”<sup>27</sup>

Berdasarkan hasil wawancara diatas, diketahui bahwa beberapa informan ada yang sudah mengetahui switching brand dan ada yang mengetahui setelah diberitahukan oleh penulis.

Pertanyaan ketiga “*Apa yang mendasari bapak/ibu memilih Bank Syariah Indonesia sebagai mitra financial?*”

“seperti yang saya katakan pada wawancara sebelumnya, bahwa saya beralih dari bank konvensional ke BSI karena saran dari kedua orangtua. Sejak saya menggunakan BSI saya jadi tahu ternyata dengan menggunakan BSI tidak ada bunga dan lebih mudah dalam melakukan transaksi. Apalagi kedua orangtua kan sudah tua, jadi mereka ingin pergi haji. Kalau nabung dirumah, uangnya kadang terpakai. Jadi kami lebih memutuskan untuk mengikuti program haji di BSI saja” ”<sup>28</sup>

---

<sup>26</sup> Bapak Ilham, selaku Teller Bank BSI Cab. Gajah Mada Palu, Wawancara oleh Penulis, 29 Januari 2024

<sup>27</sup> Bapak Irwan, selaku Teller Bank BSI Cab. Gajah Mada Palu, Wawancara oleh Penulis, 29 Januari 2024

<sup>28</sup> Ibu Putri, Nasabah BSI Cab. Gajah Mada Palu, Wawancara oleh Penulis, 29 Januari 2024

“kita ini kan sebagai masyarakat harus pintar-pintar dalam membandingkan harga produk ya. Kadang Bank A lebih mahal dan Bank B lebih murah. Pasti dong, kita lebih memilih Bank B. di BSI juga karena bunga nya tidak ada. saya kan punya dua anak yang masih kecil-kecil, jadi sejak sekarang saya menabung untuk masa depan mereka. Kalau pakai BSI kan mudah. Proses transaksi tidak lama dan pegawainya juga ramah-ramah”<sup>29</sup>

“Saya menggunakan BSI karena proses transaksi mudah. waktu saya awal membuka buku rekening, saya dibantu dan dilayani dengan baik. Saya diarahkan dalam menggunakan ATM dan juga BSI Mobile. Saya menggunakan BSI juga karena harga yang mereka tawarkan jauh lebih murah dibandingkan yang lain.”<sup>30</sup>

“nasabah yang melakukan perpindahan pelayanan dari bank konvensional ke bank syariah disini memang kadang didasari oleh harga yang diberikan bank syariah. Ada beberapa nasabah yang memang pada saat membuka rekening baru di bank syariah mereka mengeluhkan biaya administrasi bulanan, atau misal bunga yang harus mereka bayarkan kepada bank itu kadang lebih besar dari total pinjaman yang mereka ambil. Sehingga nasabah mulai berfikir untuk mencari alternatif lain dalam menggunakan suatu produk, terlebih yang berkaitan dengan uang seperti perbankan ini”<sup>31</sup>

“ada beberapa nasabah yang sangat memperhatikan biaya-biaya dalam setiap produk yang kami miliki, kadang harga menjadi pembanding mereka dalam menggunakan suatu jasa. Terlebih lagi untuk ibu-ibu, kadang itu mereka sangat memperhatikan sekali biaya yang harus mereka keluarkan untuk menggunakan sesuatu. Jadi, ada kemungkinan nasabah berpindah dari produk satu ke produk lainnya yaa dikarenakan harga dari produk tersebut lebih terjangkau dibandingkan dengan produk yang sebelumnya mereka gunakan”<sup>32</sup>

Berdasarkan pernyataan diatas, dapat dilihat bahwa nasabah yang menggunakan BSI merasa lebih mudah dalam melakukan transaksi, program-program yang diberikan juga beragam dan tidak memiliki bunga.

Pertanyaan ketiga “*Produk apa yang bapak/ibu miliki dari Bank Syariah Indonesia?*”

---

<sup>29</sup> Ibu Indah, Nasabah BSI Cab. Gajah Mada Palu, Wawancara oleh Penulis, 29 Januari 2024  
<sup>30</sup> Bapak Sukar, Satpam Nasabah BSI Cab. Gajah Mada Palu, Wawancara oleh Penulis, 29 Januari 2024

<sup>31</sup> Bapak Ilham, Satpam Nasabah BSI Cab. Gajah Mada Palu, Wawancara oleh Penulis, 29 Januari 2024

<sup>32</sup> Bapak Irwan, Satpam Nasabah BSI Cab. Gajah Mada Palu, Wawancara oleh Penulis, 29 Januari 2024

“Saya ambil tabungan junior dek, supaya saya bisa menabung untuk anak-anak”<sup>33</sup>

“kalau saya menggunakan program tabungan Haji BSI. Tabungan itu digunakan untuk saya nanti melakukan ibadah haji atau umroh. Gratis biaya administrasi juga setiap bulan”<sup>34</sup>

“kalau saya tidak ikut program dek. Tapi saya menabung setiap bulan. Tidak menentu berapa yang saya tabung, tapi yang jelas ada. rencana saya akan program BSI KPR. Soalnya sekarang kan saya masih tinggal sama mertua. Saya sangat mempertimbangkan harga dalam mengambil keputusan untuk membeli ataupun menggunakan suatu produk atau jasa, terlebih produk yang saya ambil di BSI ini adalah pembiayaan rumah, saya liat dulu rumahnya yang akan saya ambil ini apakah cocok dengan harga yang mereka tawarkan, semisal mahalpun tidak jadi masalah buat saya asalkan saya dapat rumah yang memang pantas untuk saya tinggal dengan keluarga saya yang cukup banyak. Kemudian, angsuran perbulannya mengganggu saya untuk memenuhi kebutuhan wajib keluarga atau tidak, jika memang tidak bermasalah dengan pengeluaran wajib saya setiap bulannya yaa tidak masalah”<sup>35</sup>  
Berdasarkan pernyataan diatas bahwa program yang dimiliki oleh nasabah BSI

Cabang Gajah Mada Palu berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan mereka masing-masing.

Pertanyaan keempat “*Sudah berapa lama bapak/ibu memilih Bank Syariah Indonesia?*”

“saya sudah menggunakan BSI hampir dua tahun”<sup>36</sup>

“kalau saya menggunakan BSI sudah mau 3 tahun ya. Saya menabung sejak akhir desember 2021”<sup>37</sup>

“belum lama. Saya menabung di BSI baru mau dua tahun dek. Saya bekerja sebagai satpam di BSI sudah 1 tahun 4 bulan”<sup>38</sup>

“saya nasabah bank muamalat dari tahun 2014 atau 2015 pokok saya sudah 2 tahun menggunakan jasa bank muamalat ini, bagi saya harga bisa saja menjadi dasar seseorang untuk menggunakan suatu produk, akan tetapi karena saya berpindah ke

---

<sup>33</sup> Ibu Indah, Nasabah BSI Cab. Gajah Mada Palu, Wawancara oleh Penulis, 29 Januari 2024

<sup>34</sup> Bapak Sukar, Satpam dan Nasabah BSI Cab. Gajah Mada Palu, Wawancara oleh Penulis, 29 Januari 2024

<sup>35</sup> Ibu Putri, Nasabah BSI Cab. Gajah Mada Palu, Wawancara oleh Penulis, 29 Januari 2024

<sup>36</sup> Ibu Indah, Satpam dan Nasabah BSI Cab. Gajah Mada Palu, Wawancara oleh Penulis, 29 Januari 2024

<sup>37</sup> Ibu Putri, Satpam dan Nasabah BSI Cab. Gajah Mada Palu, Wawancara oleh Penulis, 29 Januari 2024

<sup>38</sup> Ibu Indah, Nasabah BSI Cab. Gajah Mada Palu, Wawancara oleh Penulis, 29 Januari 2024

bank syariah ini bukan berdasarkan harga yang ditawarkan, maka itu bukan menjadi faktor saya untuk berpindah layanan jasa saat ini”<sup>39</sup>

“saya sudah 1 tahun menggunakan BSI kalau saya sendiri menggunakan suatu produk ataupun jasa saya selalu perhitungan dengan harga yang ditawarkan, jadi saya lihat dulu spesifikasinya apa, terus saya sesuaikan dengan harganya, sepadan atau tidak. Kalau misalkan tidak sepadan, jadi ngapain saya harus tetap menggunakan produk atau jasa tersebut”<sup>40</sup>

Berdasarkan pernyataan diatas, rata-rata lama penggunaan BSI adalah 2 Tahun. Hal tersebut karena BSI diresmikan pada tanggal 1 Februari 2021. Bank ini merupakan hasil penggabungan antara Bank Syariah Mandiri, Bank BNI Syariah, dan BRI syariah.

Pertanyaan kelima *“Apakah bapak/ibu merasa puas dengan produk dan jasa yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia?”*

“alhamdulillah selama saya menabung dan menggunakan BSI saya merasa puas dan nyaman. Karena ketika ada masalah dalam transaksi, pegawainya selalu cepat dan merespon membantu menyelesaikan”<sup>41</sup>

“sejauh ini saya merasa puas dengan produk-produk yang ada di BSI. Walaupun saya belum menggunakan yang lain selain tabungan ya, tapi sejauh ini juga karyawannya ramah dan selalu membantu dalam penggunaan BSI Mobile. Cuma kan biasanya pas menggunakan BSI Mobile itu ada kendala. Biasanya server error. Dan itu harus menunggu sekitar 30 menit dulu. Tapi saat melapor ke Bank, masalah itu teratasi. Saran saya ya, semoga BSI Mobile tidak sering error lagi dek”<sup>42</sup>

“alhamdulillah saya selalu puas dengan jasa yang diberikan oleh BSI dek. Dalam proses pembuatan buku tabungan saat itu, saya dipermudah dan di bantu sampai selesai”<sup>43</sup>

“selama saya menggunakan BSI saya selalu merasa puas dengan pelayanan yang mereka berikan. saya dulunya itu nasabah bank konvensional, terus saya pindah ke

---

<sup>39</sup> Ibu Sahara, Nasabah BSI Cab. Gajah Mada Palu, Wawancara oleh Penulis, 29 Januari 2024

<sup>40</sup> Bapak Supardi, Nasabah BSI Cab. Gajah Mada Palu, Wawancara oleh Penulis, 29 Januari 2024

<sup>41</sup> Ibu Indah selaku Nasabah BSI Cab. Gajah Mada Palu, Wawancara oleh Penulis, 29 Januari 2024

<sup>42</sup> Ibu Putri selaku Nasabah BSI Cab. Gajah Mada Palu, Wawancara oleh Penulis, 29 Januari 2024

<sup>43</sup> Bapak Sukar, Satpam dan Nasabah BSI Cab. Gajah Mada Palu, Wawancara oleh Penulis, 29 Januari 2024

bank syariah ini ya karena di bank syariah setiap transaksinya Alhamdulillah kalau menurut saya lebih murah dan lebih menguntungkan. Saya kan di bank syariah menggunakan produk tabungan wadiah, nah dana yang saya titipkan ini bisa saya ambil kapan saja, juga tanpa adanya potongan terhadap dana yang saya titipkan ini, biasanya kan ada dana pemeliharaan dan lain sebagainya. Selain itu juga, saya malah mendapatkan keuntungan, jadi dana saya tersebut diputar oleh pihak bank untuk membantu masyarakat yang ingin melakukan bisnis dari hasil keuntungan nasabah yang memakai dana saya tersebut saya justru mendapatkan keuntungan juga, dan sistemnya adil dalam proses pembagian hasil dan ruginya. Tapi sejauh ini Alhamdulillah saya belum mendapatkan kerugian, semoga saja jangan sampailah dapat rugi”<sup>44</sup>

Berdasarkan pernyataan diatas bahwa ketiga nasabah sekaligus informan mengatakan bahwa mereka puas dengan produk dan jasa yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia Cabang Palu. Adapun kendala yang dirasakan oleh Nasabah yaitu BSI Mobile yang terkadang masih terdapat server error. Namun masalah tersebut dapat diatasi dengan cepat oleh Bank Syariah Indonesia.

Pertanyaan keenam *“Jika ada bank konvensional yang menawarkan suku bunga pinjaman lebih rendah, apakah bapak/ibu akan beralih pada bank konvensional?”*

“sejau ini saya tidak ada niat untuk beralih ke bank lain dek. Saya sudah pernah menggunakan salah satu bank konvensional, tapi pelayanannya lambat dan bunganya termasuk cukup tinggi. Setau saya tidak ada lagi yang memberikan bunga paling rendah selain BSI dek. Jadi, saya tetap menggunakan BSI”<sup>45</sup>

“dulu ada dek yang menawarkan saya untuk mengambil KPR rumah melalui bank konvensional saja. tapi bunga nya terlalu tinggi. Harga normal setelah melalui bank konvensional menjadi naik 50 persen. Untuk saat ini saya tetap menggunakan BSI saja. sudah nyaman soalnya”<sup>46</sup>

“dilingkungan saya, tidak banyak yang menggunakan BSI. Mereka lebih banyak menggunakan bank konvensional. Sering mereka mengajak saya untuk beralih bank. Tapi saya tolak. BSI sudah bank yang paling memiliki bunga rendah bahkan tidak ada bunga dek. Pelayanan mereka juga cepat dan informatif”<sup>47</sup>

---

<sup>44</sup> Bapak Andi, Nasabah BSI Cab. Gajah Mada Palu, Wawancara oleh Penulis, 29 Januari 2024

<sup>45</sup> Ibu Indah, Nasabah BSI Cab. Gajah Mada Palu, Wawancara oleh Penulis, 29 Januari 2024

<sup>46</sup> Bapak Sukar, Satpam dan Nasabah BSI Cab. Gajah Mada Palu, Wawancara oleh Penulis, 29 Januari 2024

<sup>47</sup> Ibu Putri, Nasabah BSI Cab. Gajah Mada Palu, Wawancara oleh Penulis, 29 Januari 2024

“saya pribadi kadang mudah terbawa arus ketika bertemu dengan sales promotion, seperti tersihir dengan apa yang mereka sampaikan. Mulut manis mereka dalam menyampaikan produk yang mereka miliki sangat berpengaruh dalam menarik saya untuk menggunakan produk tersebut terlebih lagi dengan bonus-bonus ataupun hadiah yang mereka berikan. Sampai kadang, saya jujur saja tutup pintu ketika ada sales promotion, bukannya pelit atau apalah tapi kadang saya tidak membutuhkan barang tersebut setelah sales menjelaskan barang itu kegunaan serta kelebihanannya dan bonus yang akan saya dapatkan, saya malah jadi tertarik dan membelinya, padahal itu belum tentu saya butuhkan. Jadi, ketika saya melakukan pindahan layanan ini bisa didasari juga oleh sales promotion yang dilakukan oleh pihak bank syariah ini, terlebih lagi memang produkproduk yang mereka miliki memang saya butuhkan”<sup>48</sup>

“entah semua wanita sama seperti saya ataukah hanya saya yang merasakan hal ini, saya juga tidak paham, jadi saya itu merasa mudah sekali terpengaruh dengan promotion, kadang saya tidak butuh barang yang orang tawarkan ke saya tapi setelah dia menjelaskan panjang lebar saya bisa langsung beli apalagi kadang ditambah dengan promosi atau hadiah yang mereka kasih , contoh saja saya dirumah punya panci banyak, tapi suatu ketika ada sales datang menawarkan panci yang berbeda, padahal saya tidak membutuhkan panci itu tapi tetap saja saya beli, jadi seperti terhipnotis begitu. Menurut saya, promosi yang dilakukan oleh pihak bank bisa jadi alasan beberapa nasabah diluar sana untuk melakukan perpindahan layanan, kalau saya pribadi memang pindah ke bank syariah yaa karena tuntutan pembayaran sekolah anak itu tadi, lalu malah jadi keterusan untuk menggunakan produk bank syariah ini”<sup>49</sup>  
Berdasarkan pernyataan diatas, informas sekaligus nasabah Bank Syariah Indonesia

tidak memiliki motif lain untuk berpindah ke Bank Konvensional. Ketiga para informan umumnya sudah merasa nyaman dengan produk dan jasa yang diberikan serta bunga yang diberikan oleh BSI juga tidak ada seperti bank konvensional lainnya.

## **2. Potensi Switching Brand Terjadi Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Gajah Mada Dan Cara Mengatasi**

Hasil wawancara mendalam yang peneliti lakukan kepada informan tentang potensi yang membuat nasabah melakukan *switching brand* yang terjadi pada Bank Syariah

---

<sup>48</sup> Bapak Supardi, Nasabah BSI Cab. Gajah Mada Palu, Wawancara oleh Penulis, 29 Januari 2024

<sup>49</sup> Bapak Andi, Nasabah BSI Cab. Gajah Mada Palu, Wawancara oleh Penulis, 29 Januari 2024



Indonesia Cabang Palu serta bagaimana cara mengatasi hal tersebut, diperoleh informasi dari ketiga informan yaitu Bapak Irwan, Bapak Ilham dan Bapak Sukar diperoleh informasi sebagai berikut:

Pertanyaan pertama *“Sudah berapa lama Bapak/Ibu bekerja di Bank Syariah Indonesia Cabang Palu?”*

“saya bekerja di BSI sudah memasuki tahun kedua dek. Sebelumnya saya bekerja di salah satu perusahaan swasta di luar kota”<sup>50</sup>

“saya bekerja di BSI sebagai satpam hampir dua tahun dek”<sup>51</sup>

“saya bekerja di BSI hampir 3 tahun dek. Saya mungkin karyawan terlama yang ada. karena beberapa teman saya ada yang sudah resign”<sup>52</sup>

Rata-rata karyawan yang bekerja di BSI Cabang Gajah Mada Palu, sudah bekerja dibawah 3 tahun. Adapun karyawan yang paling lama yaitu Bapak Irwan. Bapak Irwan adalah karyawan yang bekerja di BSI sejak awal BSI diresmikan hingga saat ini

Pertanyaan kedua *“Produk apa yang paling diminati para nasabah di Bank Syariah Indonesia Cabang Palu”*

“sejauh ini produk yang paling banyak diminati dan digunakan oleh para nasabah BSI yaitu tabungan haji. Produk ini salah satu produk unggulan kami. Dimana para nasabah dapat dengan mudah untuk membuka tabungan haji tanpa bunga dan bebas biaya administrasi setiap bulannya. Kemudian ada juga KPR BSI. KPR BSI ini banyak diminati karena tanpa bunga di banding bank konvensional. Proses mudah dan cepat serta kita bantu dalam pengurusan berkas dan gratis administrasi juga”<sup>53</sup>

“sejauh ini, setahu saya yang paling diminati di BSI yaitu tabungan haji ya. Banyak orang tua yang menggunakan program tersebut. Program tersebut dibuat untuk mempermudah masyarakat yang ingin menunaikan ibadah haji dengan cara menabung”<sup>54</sup>

---

<sup>50</sup> Bapak Ilham, Teller BSI Cab. Gajah Mada Palu, Wawancara oleh Penulis, 29 Januari 2024

<sup>51</sup> Bapak Sukar, Satpam dan Nasabah BSI Cab. Gajah Mada Palu, Wawancara oleh Penulis, 29 Januari 2024

<sup>52</sup> Bapak Irwan, Teller BSI Cab. Gajah Mada Palu, Wawancara oleh Penulis, 29 Januari 2024

<sup>53</sup> Bapak Ilham, Teller BSI Cab. Gajah Mada Palu, Wawancara oleh Penulis, 29 Januari 2024

<sup>54</sup> Bapak Sukar, Teller BSI Cab. Gajah Mada Palu, Wawancara oleh Penulis, 29 Januari 2024

“best produk di BSI itu tabungan haji dek. Setiap bulan ada saja masyarakat yang mau untuk melakukan program tersebut. Kebanyakan penggunanya para orangtua dan ada juga beberapa lansia. Program tabungan haji ini gratis admin setiap bulan dan akan diberikan informasi apabila saldo telah cukup. Syarat yang dibutuhkan juga mudah. hanya KTP, dan NPWP saja”<sup>55</sup>

Berdasarkan pernyataan dari ketiga informan diatas bahwa produk yang paling banyak diminati nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Gajah Mada Palu adalah Tabungan Haji dan BSI KPR. Program tersebut dibuat untuk mempermudah nasabah untuk menunaikan ibadah haji ataupun umroh serta bagi nasabah yang memiliki impian untuk memiliki rumah tanpa memberikan bunga bank.

Pertanyaan ketiga “*Apa saja keunggulan produk yang dimiliki oleh Bank Syariah Indonesia Cabang Palu?*”

“keunggulan yang kami miliki, kami selalu memiliki program-program baru yang inovatif untuk diberikan kepada nasabah. Serta keunggulan dari produk yang ada di BSI adalah perbankan syariah tidak mengenal istilah bunga sehingga transaksi dalam perbankan syariah bebas dari unsur riba, lebih transparan dalam pembagian keuntungan, dan penyaluran dana masyarakatnya dipastikan untuk kegiatan yang halal dan legal sehingga bebas dari unsur spekulatif. Dengan adanya hal tersebut tentu dapat membuat nasabah lebih tertarik”<sup>56</sup>

“Dengan bertransaksi dengan bank syariah, kelebihan utama yang kita dapatkan adalah terhindar dari riba. Dalam sistem bank syariah, tidak mengenal sistem bunga sehingga bebas riba. Sebagai gantinya, bank akan memberikan nisbah bagi hasil berdasarkan perkembangan finansial perusahaan”<sup>57</sup>

“keunggulan yang kami berikan di bandingkan bank lainnya adalah bebas bunga atau tidak ada bunga sama sekali, kemudian tabungan syariah memperhatikan etika dalam transaksi keuangan, sehingga mempromosikan transaksi yang jujur, adil, dan bertanggung jawab. Serta pelayanan terbaik kepada para nasabah”<sup>58</sup>

---

<sup>55</sup> Bapak Irwan, Teller BSI Cab. Gajah Mada Palu, Wawancara oleh Penulis, 29 Januari 2024

<sup>56</sup> Bapak Ilham, Teller BSI Cab. Gajah Mada Palu, Wawancara oleh Penulis, 29 Januari 2024

<sup>57</sup> Bapak Sukar, Teller BSI Cab. Gajah Mada Palu, Wawancara oleh Penulis, 29 Januari 2024

<sup>58</sup> Bapak Irwan, Teller BSI Cab. Gajah Mada Palu, Wawancara oleh Penulis, 29 Januari 2024

Berdasarkan hasil dari wawancara diatas bahwa Bank Syariah Indonesia memiliki banyak keunggulan dibandingkan bank lainnya. Keunggulan yang paling disukai oleh masyarakat adalah tidak ada bunga dalam setiap transaksi yang dilakukan.

Pertanyaan keempat *“Faktor apa saja yang menjadi penyebab nasabah melakukan transaksi atau memiliki produk di Bank Syariah Indonesia Cabang Palu?”*

“seperti yang pada saat awal dijelaskan, faktor penyebab nasabah menggunakan BSI karena kami tidak memberikan bunga kepada nasabah sehingga nasabah suka dan juga terhindar dari riba. Kami juga melakukan transaksi pada setiap produk sesuai dengan syariat islam dan ketentuan yang ada”<sup>59</sup>

“selama ini masyarakat tidak mau menggunakan produk bank karena bunga yang tinggi kan, BSI hadir dengan menawarkan banyak program tanpa bunga. Hal tersebut membuat nasabah yang lebih memilih menggunakan produk BSI daripada bank lainnya. Faktor promosi juga mempengaruhi dek. Semakin baik promosi kita kepada nasabah, maka semakin bertambah juga nasabah kita. Tapi terkait nasabah yang berpindah produk karena terpengaruh oleh sales promotion tidak bisa ditebak, karena ada banyak juga sales promotion yang kami lakukan terbilang gagal, jangankan untuk menambah nasabah, untuk mempertahankan nasabah saja masih belum bisa. Kalau untuk skala pengukuran faktor nasabah melakukan perpindahan layanan ini, sales promotion masih kalah dengan harga, meskipun kadang hadiah serta promosi yang kita berikan terbilang besar”<sup>60</sup>

“kalau menurut saya dek, saat ini banyak yang beralih dari konvensional ke Syariah karena faktor promosi yang dilakukan oleh pihak BSI. itukan mempromosikan produk yang kita miliki kepada calon nasabah, tentunya ini penting bagi kami dalam menambah jumlah nasabah, jadi bagaimana pintar-pintarnya kita dalam menarik minat nasabah. Nah dalam mempromosikan produk dek, kami juga kadang memberikan semacam tawaran hadiah, semisal baru-baru ini untuk tabungan deposito, apabila nasabah menabung lebih dari 100 juta nasabah tersebut tidak hanya mendapatkan bagi hasil dari dana yang mereka simpan di bank muamalat, akan tetapi mereka juga bisa memilih hadiah lain semisal liburan ke luar negeri ataupun hadiah motor dan elektronik lain sesuai dengan jumlah tabungan yang mereka miliki”<sup>61</sup>

---

<sup>59</sup> Bapak Ilham, Teller BSI Cab. Gajah Mada Palu, Wawancara oleh Penulis, 29 Januari 2024

<sup>60</sup> Bapak Irwan, Teller BSI Cab. Gajah Mada Palu, Wawancara oleh Penulis, 29 Januari 2024

<sup>61</sup> Bapak Sukar, Teller BSI Cab. Gajah Mada Palu, Wawancara oleh Penulis, 29 Januari 2024

Berdasarkan informasi diatas, faktor yang menjadi penyebab nasabah menggunakan BSI adalah karena BSI tidak memberikan bunga bank, serta jelas dalam syariat islam.

Pertanyaan kelima *“Bagaimana kondisi perekonomian masyarakat di Kota Palu, setelah melakukan transaksi atau memiliki produk dari Bank Syariah Indonesia Cabang Palu?”*

“mengenai kondisi perekonomian masyarakat di kota palu setelah menggunakan BSI saya kurang tahu ya. Namun sepengetahuan saya, ekonomi masyarakat menjadi lebih baik. Buktinya dengan adanya BSI KPR membuat masyarakat yang selama ini takut mengambil KPR karena bunga yang tinggi, berkat adanya BSI mereka jadi mau dan sekarang sudah memiliki rumah. Masyarakat kita sekarang ini kan masih dalam proses berkembang. Jadi mereka lebih selektif dalam memilih bank. BSI di masa depan setidaknya memiliki tiga peranan penting. Pertama, memfasilitasi permodalan kepada pelaku yang bergerak di industri produk halal. Yang kedua, memberikan akses kepada seluruh pelaku bisnis. Ketiga, dapat melayani transaksi besar dan bertaraf global”<sup>62</sup>

“sejauh ini mungkin pengaruh yang diberikan BSI kepada perekonomian masyarakat mungkin tidak terlalu banyak ya. Soalnya kan perekonomian masyarakat bukan hanya dilihat dari penggunaan dan transaksi lainnya. Masih banyak aspek lainnya yang perlu diamati. Namun, sejauh ini dengan adanya BSI banyak masyarakat yang merasa terbantu dengan adanya program tabungan haji dan BSI KPR. Jadi, dapat disimpulkan mereka dapat terbantu menjadi ringanlah soal perekonomian. Tidak semua ya, hanya beberapa pengguna saja”<sup>63</sup>

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan informan diatas, dapat diketahui bahwa peran Bank Syariah Indonesia membantu perekonomian masyarakat. Dengan adanya program-program unggulan yang diberikan membuat masyarakat mendapatkan manfaat untuk taraf kehidupan yang lebih baik

Pertanyaan keenam *“Apakah nasabah yang melakukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia Cabang Palu sangat dipengaruhi oleh faktor sosial?”*

---

<sup>62</sup> Bapak Irwan, Teller BSI Cab. Gajah Mada Palu, Wawancara oleh Penulis, 29 Januari 2024

<sup>63</sup> Bapak Ilham, Teller BSI Cab. Gajah Mada Palu, Wawancara oleh Penulis, 29 Januari 2024

“iya tentu. Sebagian nasabah yang menggunakan BSI itu dipengaruhi oleh faktor sosial. Adanya ajakan sesama teman dan keluarga yang menyarankan untuk menggunakan BSI. Banyak nasabah dari bank konvensional beralih BSI karena diberikan saran oleh keluarga. Menurut saya, faktor social ini sangat membantu sekali ya”<sup>64</sup>

“masyarakat sekarang itu sangat mudah terpengaruh. sejauh ini nasabah yang sudah beralih ke BSI banyak yang mengatakan bahwa mereka beralih ke BSI itu karena ajakan teman atau saudara. Dengan adanya faktor sosial ini juga memberikan dampak positif bagi BSI”<sup>65</sup>

Berdasarkan hasil wawancara diatas bahwa dalam melakukan transaksi ataupun pembiayaan suatu produk di Bank Syariah Indonesia, nasabah dipengaruhi oleh beberapa faktor. Salah satu diantaranya adalah faktor sosial.

Pertanyaan ketujuh “*Bagaimana pihak bank memberikan pelayanannya kepada nasabah agar nasabah loyal?*”

“Peningkatan kualitas pelayanan secara umum dapat dilakukan dengan berbagai cara, yang dapat disesuaikan pula dengan nilai utama bisnis perbankan yang disediakan. Cara-cara yang dapat kami lakukan yaitu meningkatkan SDM. Imbangi kecanggihan penerapan teknologi dengan pemahaman kebutuhan nasabah, sehingga fasilitas yang disediakan benar-benar mampu menjadi solusi yang memudahkan nasabah”<sup>66</sup>

“Kualitas layanan yang diberikan harus senantiasa terkontrol, dan berada pada titik kualitas yang sama. Yang jelas, layanan yang diberikan pada setiap *touchpoint* tersebut harus tetap memberikan pengalaman yang baik pada nasabah, sehingga masalah yang dimiliki dapat terselesaikan. Tidak hanya dalam pemberian pinjaman jumlah besar, namun juga menjadi pendamping dan penasihat nasabah yang meminjam dana dalam mengelola dana pinjamannya. Nasabah potensial yang dimaksud adalah segmen UKM atau bisnis pemula, yang memiliki pemahaman pengelolaan keuangan di bawah rata-rata. Jika dilihat dari pengalaman nasabah saat menggunakan layanan perbankan digital, kepuasan juga dapat dipengaruhi oleh kecepatan proses verifikasi identitas atau transaksi dilakukan. Semakin cepat verifikasi ketika transaksi digital dilakukan, maka semakin cepat urusan nasabah bisa diselesaikan”<sup>67</sup>

---

<sup>64</sup> Bapak Ilham, Teller BSI Cab. Gajah Mada Palu, Wawancara oleh Penulis, 29 Januari 2024

<sup>65</sup> Bapak Irwan, Teller BSI Cab. Gajah Mada Palu, Wawancara oleh Penulis, 29 Januari 2024

<sup>66</sup> Bapak Irwan, Teller BSI Cab. Gajah Mada Palu, Wawancara oleh Penulis, 29 Januari 2024

<sup>67</sup> Bapak Ilham, Teller BSI Cab. Gajah Mada Palu, Wawancara oleh Penulis, 29 Januari 2024

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan diatas, maka dapat dikatakan terdapat banyak cara untuk membuat nasabah agar royal terhadap bank. Salah satu caranya adalah dengan mengimbangi teknologi yang ada dan juga meningkatkan kualitas layanan

Pertanyaan kedepalan “*Bagaimana cara mengatasi nasabah yang ingin berpindah ke Bank Konvensional?*”

“sejauh ini belum ada nasabah yang complain kepada kami untuk melakukan pindah bank. Adapun, jika suatu saat akan terjadi hal sedemikian rupa maka kami akan atasi dengan cara memperbaiki kinerja kami, bertanya kepada nasabah kenapa ingin pindah ke bank konvensional? Adakah kesalahan yang telah kami perbuat, atau ada faktor-faktor lainnya. Melalui pendekatan seperti itu dapat membuat nasabah lebih terbuka mengenai masalah dan kendala dalam bertransaksi. Namun kami tidak boleh melakukan hal tersebut dengan tekanan dan unsur paksaan”<sup>68</sup>

“waduh, biasanya sih nasabah bank konvensional pindah ke BSI ya. Belum ada kasus nasabah BSI pindah ke bank konvensional di cabang gajah mada ini. Namun apabila hal tersebut terjadi, dapat di cegah dengan melakukan pendekatan kepada nasabah. Karna hal tersebut pasti ada penyebabnya. Maka dari itu hal pertama yang harus kita lakukan adalah mencari tahu dimana letak kesalahan kita sehingga nasabah tersebut ingin berpindah bank. Setelah itu, kami memberikan lagi beberapa produk yang menarik minat nasabah. Intinya selalu menjalin hubungan yang baik dengan nasabah”<sup>69</sup>

Berdasarkan hasil wawancara diatas, maka apabila nasabah ingin melakukan *switching brand* pihak BSI dapat melakukan pendekatan lebih dulu kepada nasabah untuk mengetahui masalah dan penyebabnya

### **C. PEMBAHASAN**

#### **1. Keputusan Nasabah Terhadap Minat Melakukan Switching Brand Pada Bank**

##### ***Syariah Indonesia Cabang Gajah Mada Kota Palu***

---

<sup>68</sup> Bapak Ilham, Teller BSI Cab. Gajah Mada Palu, Wawancara oleh Penulis, 29 Januari 2024

<sup>69</sup> Bapak Ridwan, Teller BSI Cab. Gajah Mada Palu, Wawancara oleh Penulis, 29 Januari 2024

Berdasarkan pembahasan diatas, maka dapat di simpulkan bahwa faktor-faktor pendukung keputusan nasabah terhadap minat melakukan switching brand pada bank BSI Cabang Gajah Mada Palu adalah sebagai berikut:

**a. Price atau Harga**

Penetapan harga merupakan suatu alasan yang menyebabkan konsumen berpindah ke jasa yang lain, yang terdiri dari harga perbandingan, biaya, pembebanan, denda dan kesepakatan harga promosi. Hal ini pulalah yang menjadi salah satu alasan nasabah pada bank konvensional yang kemudian beralih ke Bank Syariah Indonesia di Kota Palu melakukan *switching behavior*. Penetapan harga ataupun penetapan bagi hasil pada setiap produk didalam perbankan memang sangat berpengaruh terhadap jumlah nasabah setiap tahunnya, semakin sedikit keuntungan yang kita ambil dan semakin banyak keuntungan yang nasabah dapatkan maka akan semakin banyak pula nasabah dari bank konvensional yang beralih pada Bank Syariah Indonesia di Kota Palu ini.

Menurutnya Bapak Irwan selaku Teller Bank Syariah Indonesia Cabang Gajah Mada Palu harga menjadi salah satu tolak ukur nasabah dalam menggunakan suatu produk dan jasa dalam hal ini bank konvensional atau bank syariah. Harga merupakan salah satu bagian yang sangat penting dalam pemasaran suatu produk, harga yang kita berikan terhadap suatu produk harus tepat sasaran bagi masyarakat yang akan menggunakan produk tersebut. Apakah terlalu mahal atautkah terlalu murah? Apakah mendapat keuntungan bagi mereka atau tidak.

Hal yang sama juga di katakan oleh Ibu Indah selaku Nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Gajah Mada Palu beliau menjelaskan bahwasannya *price* (harga)

merupakan penentu bagi nasabah dalam mengambil keputusan untuk menggunakan suatu produk atau jasa, jika harga pada perusahaan A lebih murah dibandingkan perusahaan sebelumnya yang mereka gunakan, maka ada kemungkinan mereka untuk berpindah pada perusahaan A. Kemudian, harga yang perusahaan tawarkan haruslah dapat menjangkau semua kalangan. Terkadang ada konsumen dalam hal ini nasabah yang ingin menggunakan suatu produk kemudian harga yang ditawarkan adalah harga sesuai dengan kalangan menengah atas, ini menjadi pertimbangan kembali bagi nasabah tersebut karena penghasilan yang mereka miliki tidak dapat menjangkau harga pada produk tersebut.

Harga adalah faktor penting yang sangat mempengaruhi seseorang dalam menentukan jasa atau produk mana yang akan seseorang gunakan. Semisal pada saat proses pembelian baju, mungkin bagi sebagian orang bukan hanya kualitas dari baju tersebut yang dilihat, akan tetapi hargadari baju tersebut. Kadang ada beberapa orang yang justru membeli baju dengan harga murah asal dapat membeli dalam jumlah yang banyak.

Seperti pernyataan para informan pada saat melakukan wawancara dengan penulis, umumnya seluruh informan selaku nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Palu mengatakan bahwa bunga yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia adalah Nol persen. Sehingga hal tersebut menarik minat mereka untuk menggunakan program ataupun produk dari Bank Syariah Indonesia.

#### ***b. Adanya Produk Baru***

Banyaknya bank yang menawarkan produknya, baik produk baru ataupun suatu



pengembangan dari produk lama menjadi salah satu strategi khusus yang harus dimiliki oleh bank agar produk tersebut dapat diterima oleh masyarakat. Munculnya produk-produk baru memang menjadi salah satu penyebab terjadinya *switching behavior*. Hal ini disebabkan karena pasar pembeli yang selalu berubah-ubah. Jika suatu perbankan tidak dapat menghasilkan produk baru, maka kemungkinan yang akan terjadi adalah perbankan tersebut tidak dapat bersaing dengan bank yang lainnya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Ilham pada tanggal 29 Januari 2024 yang menyatakan bahwa menghadirkan produk baru didalam suatu perusahaan merupakan salah satu strategi untuk menarik pelanggan, dalam hal ini adalah nasabah bank. Beliau menjelaskan agar dapat menambah ataupun mempertahankan serta menarik nasabah didalam bank, maka bank tersebut harus mampu menghadirkan produk-produk baru yang lebih menarik dari pesaingnya.

Produk baru didalam dunia perbankan sangatlah penting, karena seiring berjalannya waktu kita harus dapat bersaing dengan perbankan lainnya, untuk memperkuat jumlah nasabah didalam bank tersebut.

Akan tetapi menghadirkan suatu produk terbaru tidak menjamin nasabah akan beralih kepada perbankan kita atau tidak, Bapak Irwan menjelaskan bahwasannya tingkat loyalitas nasabah tidak diukur dari berapa banyak produk yang kita miliki atau berapa banyak produk baru yang kita hasilkan setiap tahunnya. Loyalitas nasabah dapat ditingkatkan dengan cara memberikan harga yang terbaik, produk yang berkualitas serta pelayanan tanpa batas

### ***c. Kualitas***

Perilaku *switching behavior* juga dipengaruhi oleh persepsi kualitas konsumen. Kualitas yang lebih baik yang ditawarkan suatu produk baru dapat mempengaruhi konsumen untuk berpindah dari suatu layanan ke layanan yang lain. Kualitas sendiri adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi ataupun melebihi dari harapan seseorang. Modernitas dengan kemajuan teknologi akan mengakibatkan persaingan yang sangat ketat untuk memperoleh dan mempertahankan pelanggan, dalam hal ini adalah nasabah bank. Kualitas layanan ataupun produk di dalam semua dunia bisnis haruslah terus dijaga oleh semua ornamen-ornamen yang ada didalam lingkungan bisnis tersebut, kualitas pelayanan serta produk oleh suatu perusahaan dapat memberikan jaminan kenyamanan bagi konsumen itu sendiri.

## ***2. Potensi Switching Brand Terjadi Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Gajah Mada Dan Cara Mengatasi***

Ekonomi syariah berpotensi menggantikan posisi ekonomi konvensional, namun dalam penerapannya banyak kendala dan tantangan yang dihadapi antara lain masih diberlakukannya pajak ganda di perbankan Syariah, belum siapnya dukungan SDM ekonomi Syariah, tidak ada kurikulum ekonomi syariah di sekolah umum, sehingga pemahaman, kesadaran serta kepedulian masyarakat rendah, persepsi negatif sekelompok muslim dan non-muslim yang takut mengaplikasikan hukum syariah secara kafah, belum kuatnya dukungan parpol Islam untuk menerapkan ekonomi Syariah, meningkatnya apresiasi masyarakat dan kegairahan memperluas pasar ekonomi syariah belum diikuti dengan edukasi yang memadai.

Menurut identifikasi Bank Indonesia, yang disampaikan pada Seminar Akhir Tahun Perbankan Syariah 2005, kendala-kendala perkembangan Bank Syariah di samping imbas kondisi makro ekonomi, juga dipengaruhi oleh hal-hal sebagai berikut. Pertama, jaringan kantor pelayanan dan keuangan Syariah masih relatif terbatas; kedua, sumber daya manusia yang kompeten dan professional masih belum optimal; ketiga, pemahaman masyarakat terhadap Bank Syariah sudah cukup baik, namun minat untuk menggunakannya masih kurang; keempat, sinkronisasi kebijakan dengan institusi pemerintah lainnya berkaitan dengan transaksi keuangan, seperti kebijakan pajak dan aspek legal belum maksimal; kelima, rezim suku bunga tinggi pada tahun 2005; dan keenam, fungsi sosial Bank Syariah dalam memfasilitasi keterkaitan antara voluntary sector dengan pemberdayaan ekonomi marginal masih belum optimal.

Untuk mengantisipasi kendala jaringan kantor pelayanan Bank Syariah, pihak BI telah membuat regulasi tentang kemungkinan pembukaan layanan Syariah pada counter-counter Unit Konvensional Bank-Bank yang telah mempunyai Unit Usaha Syariah melalui PBI No.8/3/ PBI/2006 tanggal 30 Januari 2006. Dengan demikian, diharapkan masalah jaringan pelayanan dan keuangan Syariah dapat diatasi karena masyarakat dapat dilayani dimana saja saat membutuhkan transaksi Bank Syariah. Bank Indonesia dan para stakeholder yang terlibat lainnya yakin bahwa pengembangan Bank Syariah dianggap masih mempunyai prospek yang tinggi, jika kendala jaringan dapat diatasi. Hal tersebut diyakini karena peluang yang besar dan dapat dilihat dari hal-hal sebagai berikut. Pertama, respon masyarakat yang antusias dalam melakukan aktivitas ekonomi dengan menggunakan prinsip-prinsip Syariah; kedua, kecenderungan yang positif di sektor non-

keuangan/ ekonomi, seperti sistem pendidikan, hukum dan lain sebagainya yang menunjang pengembangan ekonomi Syariah nasional; ketiga, pengembangan instrumen keuangan Syariah yang diharapkan akan semakin menarik investor/ pelaku bisnis masuk dan membesarkan industri Perbankan Syariah Nasional; dan keempat, potensi investasi dari negara-negara Timur Tengah dalam industri Perbankan Syariah Nasional. Berkaitan dengan tantangan ekonomi syariah yang harus di hadapi oleh bangsa Indonesia untuk menuju kemajuan ekonomi syariah adalah sistem kapitalis khususnya, terlanjur mendominasi sistem perekonomian di dunia bahkan banyak Negara yang notabene berpenduduk Islam cenderung menggunakan sistem kapitalis walaupun dalam penerapannya terdapat modifikasi; secara ekonomi dan politik tidak Negara Islam yang di pandang kuat sehingga sulit untuk membuktikan bahwa sistem perekonomian Islam lebih unggul daripada kapitalis dan sosialis; dan di antara para ahli sendiri masih silang pendapat tentang pengertian Sistem Perekonomian Islam.

Pengembangan UKM sebagai institusi yang mampu mengaktifkan partisipasi masyarakat harus mendapat perhatian kita semua. Jika kita melihat kenyataan, maka pada umumnya negara-negara muslim di dunia saat ini berada dalam kategori negara berkembang, dimana mereka memiliki surplus jumlah tenaga kerja, kekurangan modal dan alat tukar perdagangan luar negeri, serta minimnya infrastruktur pendidikan dalam pengembangan teknologi. Dengan kondisi tersebut, maka pilihan untuk mengembangkan usaha kecil dan menengah (UKM) merupakan pilihan yang sangat tepat dalam rangka mereduksi pengangguran dan menyerap angkatan kerja yang ada dengan membuka lapangan pekerjaan baru. Bahkan menurut Imam Hasan al-Bana, dalam diskusinya

tentang reformasi ekonomi dalam ajaran Islam, usaha kecil dan menengah ini akan mampu membantu menyediakan lapangan kerja produktif bagi keluarga miskin, dan kemudian akan meminimalisir tingkat kemiskinan yang ada.

Potensi adanya nasabah melakukan *switching brand* diakibatkan oleh biaya administrasi yang tinggi, bunga bank yang tidak sepadan. menurut studi Javelin, adalah keinginan nasabah untuk mendapatkan suku bunga yang lebih tinggi pada tabungan dan deposito. Hampir seperlima (19%) responden menyebutkan ini sebagai faktor pendorong untuk pindah ke bank lain. Seringkali jumlah biaya administrasi yang perlu kita bayarkan tiap bulan tidak sebanding dengan besaran bunga yang kita dapatkan. Biasanya, jika saldo kita kurang dari Rp1 juta, kita tidak akan mendapat bunga tabungan. Sedangkan untuk saldo antara Rp1 juta-Rp50 juta, besaran bunga yang diperoleh juga cukup kecil, kebanyakan bank hanya memberikan nilai bunga di bawah 1 persen per tahun.

Hal lain yang menyebabkan nasabah bank melakukan *switching brand* adalah Pihak Bank yang terlalu mengambil banyak uang dari nasabahnya. Selain biaya administrasi rekening yang perlu dibayarkan setiap bulan, ada berbagai biaya bank lainnya yang perlu kita bayarkan, semisal biaya pengelolaan kartu ATM dan biaya transfer ke rekening antar-bank. Kabar baiknya, bank digital biasanya membebaskan biaya lebih sedikit pada nasabahnya. Contohnya, digibank by DBS yang tidak membebaskan biaya transfer antar-bank dengan syarat dan ketentuan yang berlaku, yaitu kita harus memiliki saldo minimal Rp1 juta.

Layanan pelanggan suatu Bank juga sangat berpengaruh bagi nasabah untuk melakukan *switching brand*. *Customer service* memegang peranan yang sangat penting

sebagai garda depan bank dalam menghadapi nasabah. Mereka membantu perusahaan menjadi sukses dengan memenuhi kebutuhan nasabah dan memberikan solusi pada masalah atau keluhan nasabah, termasuk informasi seputar produk perusahaan. Hasil riset Javelin, menunjukkan, bahwa 41% konsumen menyebut layanan pelanggan yang sangat baik adalah salah satu aspek terpenting bagi nasabah. Kalau pelayanan *customer service* buruk atau lambat, sudah pasti nasabah akan membuat nasabah ingin menutup rekeningnya dan menjadi nasabah di bank lain.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah diperoleh penulis, maka untuk dapat mengatasi atau mencegah agar nasabah tidak melakukan switching brand, pihak harus melakukan pendekatan dengan nasabah. Pihak bank mencari tahu terlebih dahulu akar penyebab dari masalah yang membuat nasabah beralih ke bank lain. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Ilham selaku Teller Bank Syariah Indonesia pada Senin 29 Januari 2024 beliau mengatakan bahwa apabila terjadi hal tersebut yaitu nasabah melakukan pindah bank, maka pihak BSI akan melakukan pendekatan dan juga menyelesaikan masalah dengan nasabah.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis dapat menarik kesimpulan:

1. Faktor yang mempengaruhi nasabah bank konvensional ke bank syariah diantaranya adalah sebagai berikut:
  - a. Faktor harga yang merupakan faktor paling kuat bagi nasabah dalam melakukan perpindahan layanan dari bank konvensional ke bank syariah.
  - b. Faktor Munculnya produk baru didalam perbankan juga dapat menarik para nasabah bank konvensional untuk beralih ke bank syariah indonesia di Kota Palu.
  - c. Faktor kualitas yang juga memiliki peranan bagi nasabah melakukan perpindahan layanan.
2. Potensi Nasabah Berpindah dari Bank Syariah Indonesia ke Bank Konvensional besar didukung oleh adanya faktor permasalahan internal. Namun hal tersebut dapat diatasi dengan melakukan pendekatan terhadap nasabah dan menyelesaikan masalah serta memberikan kompensasi berupa hadiah-hadiah yang dapat menarik minat nasabah.

#### **B. Saran dan Implikasi Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian, Bank Syariah di Kota Palu dapat menjadi bank utama bagi masyarakat dalam melakukan setiap transaksi yang berhubungan dengan keuangan, dengan memperhatikan beberapa hal diantaranya, karena harga adalah faktor yang paling dominan bagi nasabah untuk melakukan perpindahan layanan produk perbankan maka, Bank Syariah harus memperhatikan *value for money* bagi pelanggan,

jika bank ingin menaikkan harga disetiap produk yang mereka miliki maka, mereka juga harus memperhatikan kelebihan serta keuntungan yang akan diperoleh nasabah.

Perbankan Syariah harus dapat melakukan *sales promotion* yang baik serta menarik bagi nasabah ataupun calon nasabah barunya. Pihak perbankan haruslah mampu bersaing dengan bank lainnya agar produk yang mereka miliki tidak tertinggal oleh jaman, sehingga nasabah juga akan senang menggunakan varian produk baru yang dimiliki oleh bank tersebut. Perbankan Syariah juga, harus dapat mempertahankan citra baik, dimulai dengan meningkatkannya serta mempertahankan kualitas yang dimiliki oleh bank tersebut, mulai dari SDM, produk serta lingkungan kantor haruslah memiliki kualitas yang baik di hadapan para nasabah



## DAFTAR PUSTAKA

- Arfiani, L. dan Mulazid. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Bagi Hasil Simpanan Mudharabah pada Bank Umum Syariah Indonesia Studi Kasus pada Bank Umum Syariah di Indonesia* (Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah, 2017) 23.
- Diwyarthi, *Perilaku Konsumen*. ((Get Press, 2022)
- Dwi. *Pengaruh Variety Seeking Dan Packaging Terhadap Brand Switching Dalam Persepektif Bisnis Syariah* (Lampung, 2022)
- Fitriani, R. dan Sugiyono, S. *Perilaku Peduli Lingkungan Pada Siswa Kelas X Sma Muhammadiyah 1 Yogyakarta*. (Yogyakarta, 2018) 7
- Hasanah, U. *Switching Behavior nasabah Bank Konvensional ke Bank Syariah di Kota Sorong Papua Barat* (Malang, 2018)
- Hawkins, Del I., Mothersbaugh, dan David L. *Consumer behavior: Building marketing strategy*. (Boston, 2016)
- Hidayati, L. N dan Sugiyono, S. *Pengaruh Harga, Kepercayaan, Keamanan, dan Persepsi Akan Risiko terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike Melalui Instagram*. (Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, 2018) 11
- Indonesia, R. *Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah*. Depkeu. (Jakarta, 2018)
- Juniantara, I. M. A dan Sukawati, T. G. R. *Pengaruh persepsi harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan dampaknya terhadap loyalitas konsumen* (Bali, 2018)
- Keaveney M S, *Customer Switching Behavior in Service Industries: An exploratory Study*, (Jurnal Marketing, 2000) 82.
- Kotler, P. *Marketing Management* (New Jersey, 2000)
- Najib. *Analisis Konsumen Berpindah Merek (Brand Switcher) Pada Bank Syariah Dan Bank Konvensional* (Bogor, 2017)
- Schiffman dan Kanuk. *Consumer Behavior* (New York, 2000)
- Siti, S. *Analisis Pengaruh Lokasi Brand Image dan Word Of Mouth Terhadap Proses Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Tabungan Haji di Perbankan Syariah* (Jakarta, 2018)
- Thalib, M. A. *Pelatihan Analisis Data Model Miles Dan Huberman Untuk Riset Akuntansi Budaya*. Madani (Jurnal Pengabdian Ilmiah, 2022) 33.
- Wibowo, E. *Manajemen risiko pembiayaan murabahah di BMT Amanah Ummah*. (Al Tijarah, 2015) 133
- Yusuf, H dan Hasanah, A. *The Effect of Interpersonal Communication and Teacher Competence on the Quality of Character Education and Student Learning Achievement*. (Jurnal Internasional Nusantara Islam, 2020) 322.

## DAFTAR LAMPIRAN

### a. Informan Bapak Ilham



### b. Informan Ibu Putri



**c. Informan Ibu Indah**



**d. Informan Bapak Sukar**



**e. Informan Ibu Eni**



**f. Ibu Sahara**



**g. Bapak Supardi**



**h. Bapak Andi**



**i. Ibu Sri**



**j. Bapak Irwan**



**PEDOMAN WAWANCARA**  
**ANALISIS KEPUTUSAN NASABAH TERHADAP MINAT MELAKUKAN**  
**SWITCHING BRAND PADA BANK SYARIAH INDONESIA**  
**CABANG GAJAH MADA PALU**

**Nama Responden**

**Usia Responden**

**Pekerjaan Responden**

**Wawancara dengan Nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Gajah Mada Palu**

1. Apakah bpk/ibu sudah memahami perbedaan bank syariah dan bank konvensional?
2. Apa yang mendasari bpk/ibu memilih Bank Syariah Indonesia sebagai mitra financial?
3. Apakah bpk/ibu memilih Bank Syariah Indonesia atas keinginan sendiri atau pihak lain?
4. Produk apa yang bpk/ibu miliki dari Bank Syariah Indonesia?
5. Sudah berapa lama bpk/ibu memilih Bank Syariah Indonesia?
6. Apakah bpk/ibu termasuk orang yang mudah dipengaruhi oleh persepsi dan/atau ajakan orang lain?
7. Jika ada bank konvensional yang menawarkan suku bunga pinjaman lebih rendah, apakah bpk/ibu akan beralih pada bank konvensional?
8. Jika ada bank konvensional yang menawarkan suku bunga simpanan lebih tinggi, apakah bpk/ibu akan beralih pada bank konvensional?
9. Apakah bpk/ibu merasa puas dengan produk dan jasa yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia?
10. Apa yang menjadi harapan bpk/ibu dari Bank Syariah Indonesia?

**PEDOMAN WAWANCARA**  
**ANALISIS KEPUTUSAN NASABAH TERHADAP MINAT MELAKUKAN**  
**SWITCHING BRAND PADA BANK SYARIAH INDONESIA**  
**CABANG GAJAH MADA PALU**

**Nama Responden**

**Usia Responden**

**Pekerjaan Responden**

**Wawancara dengan pihak Bank Syariah Indonesia Cabang Gajah Mada Palu**

1. Sudah berapa lama Bapak/Ibu bekerja di Bank Syariah Indonesia Cabang Palu?
2. Produk apa yang paling diminati para nasabah di Bank Syariah Indonesia Cabang Palu?
3. Apa saja keunggulan produk yang dimiliki oleh Bank Syariah Indonesia Cabang Palu?
4. Faktor apa saja yang menjadi penyebab nasabah melakukan transaksi atau memiliki produk di Bank Syariah Indonesia Cabang Palu?
5. Bagaimana kondisi perekonomian masyarakat di Kota Palu, setelah melakukan transaksi atau memiliki produk dari Bank Syariah Indonesia Cabang Palu?
6. Apakah nasabah yang melakukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia Cabang Palu sangat dipengaruhi oleh faktor sosial?
7. Bagaimana pihak bank memberikan pelayanannya kepada nasabah agar nasabah loyal?
8. Berapa margin yang ditetapkan Bank Syariah Indonesia Cabang Palu terhadap masing-masing produk BSI?
9. Bagaimana pihak Bank Syariah Indonesia Cabang Palu membangun hubungan interpersonal yang baik dengan nasabah?
10. Bagaimana cara mengatasi nasabah yang ingin berpindah ke Bank Konvensional?



## TRANSKIP WAWANCARA

Pertanyaan	Jawaban Informan
Apakah bpk/ibu sudah memahami perbedaan bank syariah dan bank konvensional?	<p>Iya, saya sudah dari lama mengetahui perbedaan bank konvensional dan bank Syariah. Sebelum saya bekerja di BSI, saya lebih dulu kerja di Bank BRI. Lalu saya memutuskan resign dan pindah ke BSI” (Bapak Irwan, Senin 29 Januari 2024)</p> <p>Saya tau perbedaan bank biasa dengan BSI karena ibu dan bapak saya menabung untuk naik haji menggunakan BSI. Sebelumnya saya menggunakan BCA. Tapi karena ibu dan bapak saya menyarankan untuk pindah bank, saya jadi nya pindah” (Ibu Putri, Senin 29 Januari, 2024)</p> <p>Menurut saya BSI lebih banyak memberikan manfaat di banding bank lainnya dek. Dan juga BSI tidak memiliki bunga seperti bank lain” (Ibu Indah, Senin 29 Januari, 2024)</p> <p>Dulu saya pikir bank konvensional dan BSI itu sama saja. ternyata setelah bekerja sebagai teller di BSI saya jadi lebih mengetahui banyak hal yang membedakan antara bank konvensional dan BSI” (Bapak Ilham, Senin 29 Januari 2024)</p> <p>Sebelum menjadi satpam disini, saya memang sebelumnya sudah menggunakan BSI dek. Saya menggunakan BSI karena bunga 0 rupiah. Sedangkan bank konvensional itu kan setau saya memiliki bunga ya</p>
Apa yang mendasari bpk/ibu memilih Bank Syariah Indonesia sebagai mitra financial?	<p>Seperti yang saya katakan pada wawancara sebelumnya, bahwa saya beralih dari bank konvensional ke BSI karena saran dari kedua orangtua. Sejak saya menggunakan BSI saya jadi tahu ternyata dengan menggunakan BSI tidak ada bunga dan lebih mudah dalam melakukan transaksi. Apalagi kedua orangtua kan sudah tua, jadi mereka ingin pergi haji. Kalau nabung dirumah, uangnya kadang terpakai. Jadi kami lebih memutuskan untuk mengikuti program haji di BSI saja” (Ibu Putri, Senin 29 Januari, 2024)</p> <p>Kita ini kan sebagai masyarakat harus pintar-pintar dalam membandingkan harga produk ya. Kadang Bank A lebih mahal dan Bank B lebih murah. Pasti dong, kita lebih memilih Bank B. di BSI juga karena bunga nya tidak ada. saya kan punya dua anak yang masih kecil-kecil, jadi sejak sekarang saya menabung untuk masa depan mereka. Kalau pakai BSI kan</p>

	<p>mudah. Proses transaksi tidak lama dan pegawainya juga ramah-ramah (Ibu Indah, Senin 29 Januari, 2024)<sup>1</sup></p> <p>Saya menggunakan BSI karena proses transaksi mudah. waktu saya awal membuka buku rekening, saya dibantu dan dilayani dengan baik. Saya diarahkan dalam menggunakan ATM dan juga BSI Mobile. Saya menggunakan BSI juga karena harga yang mereka tawarkan jauh lebih murah dibandingkan yang lain.(Bapak Sukar, Senin 29 Januari, 2024)</p>
<p>Produk apa yang bpk/ibu miliki dari Bank Syariah Indonesia?</p>	<p>Saya ambil tabungan junior dek, supaya saya bisa menabung untuk anak-anak” (Ibu Indah, Senin 29 Januari, 2024)</p> <p>Kalau saya menggunakan program tabungan Haji BSI. Tabungan itu digunakan untuk saya nanti melakukan ibadah haji atau umroh. Gratis biaya administrasi juga setiap bulan” (Bapak Sukar, Senin 29 Januari, 2024)</p> <p>Kalau saya tidak ikut program dek. Tapi saya menabung setiap bulan. Tidak menentu berapa yang saya tabung, tapi yang jelas ada. rencana saya akan program BSI KPR. Soalnya sekarang kan saya masih tinggal sama mertua” (Ibu Putri, Senin 29 Januari, 2024)</p>
<p>Sudah berapa lama bpk/ibu memilih Bank Syariah Indonesia?</p>	<p>Saya sudah menggunakan BSI hampir dua tahun” (Ibu Indah, Senin 29 Januari, 2024)</p> <p>Kalau saya menggunakan BSI sudah mau 3 tahun ya. Saya menabung sejak akhir desember 2021” (Ibu Putri, Senin 29 Januari, 2024)</p> <p>Belum lama. Saya menabung di BSI baru mau dua tahun dek. Saya bekerja sebagai satpam di BSI sudah 1 tahun 4 bulan” (Bapak Sukar, Senin 29 Januari, 2024)</p>
<p>Apakah bpk/ibu merasa puas dengan produk dan jasa yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia?</p>	<p>Alhamdulillah selama saya menabung dan menggunakan BSI saya merasa puas dan nyaman. Karena ketika ada masalah dalam transaksi, pegawainya selalu cepat dan merespon membantu menyelesaikan” (Ibu Indah, Senin 29 Januari, 2024)</p> <p>Sejauh ini saya merasa puas dengan produk-produk yang ada di BSI. Walaupun saya belum menggunakan yang lain selain tabungan ya, tapi sejauh ini juga karyawannya ramah dan selalu membantu dalam penggunaan BSI Mobile. Cuman kan biasanya pas menggunakan BSI Mobile itu ada kendala. Biasanya server error. Dan itu harus menunggu sekitar 30 menit dulu. Tapi saat melapor ke Bank, masalah itu teratasi. Saran saya ya, semoga BSI Mobile tidak sering error lagi dek (Ibu Putri, Senin 29 Januari, 2024)</p> <p>Alhamdulillah saya selalu puas dengan jasa yang diberikan oleh BSI dek. Dalam proses pembuatan buku tabungan saat itu,</p>

	<p>saya dipermudah dan di bantu sampai selesai” (Bapak Sukar, Senin 29 Januari, 2024)</p> <p>“selama saya menggunakan BSI saya selalu merasa puas dengan pelayanan yang mereka berikan. saya dulunya itu nasabah bank konvensional, terus saya pindah ke bank muamalat ini ya karena di bank BSI setiap transaksinya Alhamdulillah kalau menurut saya lebih murah dan lebih menguntungkan. Saya kan di bank BSI menggunakan produk tabungan wadiah, nah dana yang saya titipkan ini bisa saya ambil kapan saja, juga tanpa adanya potongan terhadap dana yang saya titipkan ini, biasanya kan ada dana pemeliharaan dan lain sebagainya. Selain itu juga, saya malah mendapatkan keuntungan, jadi dana saya tersebut diputar oleh pihak bank untuk membantu masyarakat yang ingin melakukan bisnis dari hasil keuntungan nasabah yang memakai dana saya tersebut saya justru mendapatkan keuntungan juga, dan sistemnya adil dalam proses pembagian hasil dan ruginya. Tapi sejauh ini Alhamdulillah saya belum mendapatkan kerugian, semoga saja jangan sampailah dapat rugi” (Bapak Andi, Senin 29 Januari, 2024)</p>
<p>Jika ada bank konvensional yang menawarkan suku bunga pinjaman lebih rendah, apakah bpk/ibu akan beralih pada bank konvensional?</p>	<p>Sejau ini saya tidak ada niat untuk beralih ke bank lain dek. Saya sudah pernah menggunakan salah satu bank konvensional, tapi pelayanannya lambat dan bunganya termasuk cukup tinggi. Setau saya tidak ada lagi yang memberikan bunga paling rendah selain BSI dek. Jadi, saya tetap menggunakan BSI” (Ibu Indah, Senin 29 Januari, 2024)</p> <p>Dulu ada dek yang menawarkan saya untuk mengambil KPR rumah melalui bank konvensional saja. tapi bunga nya terlalu tinggi. Harga normal setelah melalui bank konvensional menjadi naik 50 persen. Untuk saat ini saya tetap menggunakan BSI saja. sudah nyaman soalnya” (Bapak Sukar, Senin 29 Januari, 2024)</p> <p>Dilingkungan saya, tidak banyak yang menggunakan BSI. Mereka lebih banyak menggunakan bank konvensional. Sering mereka mengajak saya untuk beralih bank. Tapi saya tolak. BSI sudah bank yang paling memiliki bunga rendah bahkan tidak ada bunga dek. Pelayanan mereka juga cepat dan informatif” (Ibu Putri, Senin 29 Januari, 2024)</p> <p>Saya pribadi kadang mudah terbawa arus ketika bertemu dengan sales promotion, seperti tersihir dengan apa yang mereka sampaikan. Mulut manis mereka dalam menyampaikan produk yang mereka miliki sangat berpengaruh dalam menarik saya untuk menggunakan produk tersebut terlebih lagi dengan bonus-bonus ataupun hadiah yang mereka berikan. Sampai</p>

	<p>kadang, saya jujur saja tutup pintu ketika ada sales promotion, bukannya pelit atau apalah tapi kadang saya tidak membutuhkan barang tersebut setelah sales menjelaskan barang itu kegunaan serta kelebihanannya dan bonus yang akan saya dapatkan, saya malah jadi tertarik dan membelinya, padahal itu belum tentu saya butuhkan. Jadi, ketika saya melakukan pindahan layanan ini bisa didasari juga oleh sales promotion yang dilakukan oleh pihak bank syariah ini, terlebih lagi memang produkproduk yang mereka miliki memang saya butuhkan”( Bapak Supardi, Senin 29 Januari, 2024)</p> <p>Entah semua wanita sama seperti saya atautkah hanya saya yang merasakan hal ini, saya juga tidak paham, jadi saya itu merasa mudah sekali terpengaruh dengan promotion, kadang saya tidak butuh barang yang orang tawarkan ke saya tapi setelah dia menjelaskan panjang lebar saya bisa langsung beli apalagi kadang ditambah dengan promosi atau hadiah yang mereka kasih , contoh saja saya dirumah punya panci banyak, tapi suatu ketika ada sales datang menawarkan panci yang berbeda, padahal saya tidak membutuhkan panci itu tapi tetap saja saya beli, jadi seperti terhipnotis begitu. Menurut saya, promosi yang dilakukan oleh pihak bank bisa jadi alasan beberapa nasabah diluar sana untuk melakukan perpindahan layanan, kalau saya pribadi memang pindah ke bank syariah yaa karena tuntutan pembayaran sekolah anak itu tadi, lalu malah jadi keterusan untuk menggunakan produk bank syariah ini. (Bapak Andi, Senin 29 Januari, 2024)</p>
<p>Sudah berapa lama Bapak/Ibu bekerja di Bank Syariah Indonesia Cabang Palu?</p>	<p>Saya bekerja di BSI sudah memasuki tahun kedua dek. Sebelumnya saya bekerja di salah satu perusahaan swasta di luar kota” (Bapak Ilham, Senin 29 Januari, 2024)</p> <p>Saya bekerja di BSI sebagai satpam hampir dua tahun dek” (Bapak Sukar, Senin 29 Januari, 2024)</p> <p>Saya bekerja di BSI hampir 3 tahun dek. Saya mungkin karyawan terlama yang ada. karena beberapa teman saya ada yang sudah resign” (Bapak Irwan, Senin 29 Januari, 2024)</p>
<p>Produk apa yang paling diminati para nasabah di Bank Syariah Indonesia Cabang Palu</p>	<p>Sejauh ini produk yang paling banyak diminati dan digunakan oleh para nasabah BSI yaitu tabungan haji. Produk ini salah satu produk unggulan kami. Dimana para nasabah dapat dengan mudah untuk membuka tabungan haji tanpa bunga dan bebas biaya administrasi setiap bulannya. Kemudian ada juga KPR BSI. KPR BSI ini banyak diminati karena tanpa bunga di banding bank konvensional. Proses mudah dan cepat serta kita</p>

	<p>bantu dalam pengurusan berkas dan gratis administrasi juga” (Bapak Ilham, Senin 29 Januari, 2024)</p> <p>Sejauh ini, setahu sayaitu yang paling diminati di BSI yaitu tabungan haji ya. Banyak orang tua yang menggunakan program tersebut. Program tersebut dibuat untuk mempermudah masyarakat yang ingin menunaikan ibadah haji dengan cara menabung” (Bapak Sukar, Senin 29 Januari, 2024)</p> <p>Best produk di BSI itu tabungan haji dek. Setiap bulan ada saja masyarakat yang mau untuk melakukan program tersebut. Kebanyakan penggunaanya para orangtua dan ada juga beberapa lansia. Program tabungan haji ini gratis admin setiap bulan dan akan diberikan informasi apabila saldo telah cukup. Syarat yang dibutuhkan juga mudah. hanya KTP, dan NPWP saja” (Bapak Irwan, Senin 29 Januari, 2024)</p>
<p>Apa saja keunggulan produk yang dimiliki oleh Bank Syariah Indonesia Cabang Palu?</p>	<p>Keunggulan yang kami miliki, kami selalu memiliki program-program baru yang inovatif untuk diberikan kepada nasabah. Serta keunggulan dari produk yang ada di BSI adalah perbankan syariah tidak mengenal istilah bunga sehingga transaksi dalam perbankan syariah bebas dari unsur riba, lebih transparan dalam pembagian keuntungan, dan penyaluran dana masyarakatnya dipastikan untuk kegiatan yang halal dan legal sehingga bebas dari unsur spekulatif. Dengan adanya hal tersebut tentu dapat membuat nasabah lebih tertarik” (Bapak Ilham, Senin 29 Januari, 2024)</p> <p>Dengan bertransaksi dengan bank syariah, kelebihan utama yang kita dapatkan adalah terhindar dari riba. Dalam sistem bank syariah, tidak mengenal sistem bunga sehingga bebas riba. Sebagai gantinya, bank akan memberikan nisbah bagi hasil berdasarkan perkembangan finansial perusahaan” (Bapak Sukar, Senin 29 Januari, 2024)</p> <p>Keunggulan yang kami berikan di bandingkan bank lainnya adalah bebas bunga atau tidak ada bunga sama sekali, kemudian tabungan syariah memperhatikan etika dalam transaksi keuangan, sehingga mempromosikan transaksi yang jujur, adil, dan bertanggung jawab. Serta pelayanan terbaik kepada para nasabah” (Bapak Irwan, Senin 29 Januari, 2024)</p>
<p>Faktor apa saja yang menjadi penyebab nasabah melakukan transaksi atau memiliki produk di Bank Syariah Indonesia Cabang Palu?</p>	<p>Seperti yang pada saat awal dijelaskan, faktor penyebab nasabah menggunakan BSI karena kami tidak memberikan bunga kepada nasabah sehingga nasabah suka dan juga terhindar dari riba. Kami juga melakukan transaksi pada setiap produk sesuai dengan syariat islam dan ketentuan yang ada” (Bapak Ilham, Senin 29 Januari, 2024)</p> <p>Selama ini masyarakat tidak mau menggunakan produk bank karena bunga yang tinggi kan, BSI hadir dengan menawarkan</p>

	<p>banyak program tanpa bunga. Hal tersebut membuat nasabah yang lebih memilih menggunakan produk BSI daripada bank lainnya” (Bapak Irwan, Senin 29 Januari, 2024)</p> <p>kalau menurut saya dek, saat ini banyak yang beralih dari konvensional ke Syariah karena faktor promosi yang dilakukan oleh pihak BSI. itukan mempromosikan produk yang kita miliki kepada calon nasabah, tentunya ini penting bagi kami dalam menambah jumlah nasabah, jadi bagaimana pintar-pintarnya kita dalam menarik minat nasabah. Nah dalam mempromosikan produk dek, kami juga kadang memberikan semacam tawaran hadiah, semisal baru-baru ini untuk tabungan deposito, apabila nasabah menabung lebih dari 100 juta nasabah tersebut tidak hanya mendapatkan bagi hasil dari dana yang mereka simpan di bank muamalat, akan tetapi mereka juga bisa memilih hadiah lain semisal liburan ke luar negeri ataupun hadiah motor dan elektronik lain sesuai dengan jumlah tabungan yang mereka miliki (Bapak Sukar, Senin 29 Januari, 2024)</p>
<p>Bagaimana kondisi perekonomian masyarakat di Kota Palu, setelah melakukan transaksi atau memiliki produk dari Bank Syariah Indonesia Cabang Palu?</p>	<p>Mengenai kondisi perekonomian masyarakat di kota palu setelah menggunakan BSI saya kurang tahu ya. Namun sepengetahuan saya, ekonomi masyarakat menjadi lebih baik. Buktinya dengan adanya BSI KPR membuat masyarakat yang selama ini takut mengambil KPR karena bunga yang tinggi, berkat adanya BSI mereka jadi mau dan sekarang sudah memiliki rumah. Masyarakat kita sekarang ini kan masih dalam proses berkembang. Jadi mereka lebih selektif dalam memilih bank. BSI di masa depan setidaknya memiliki tiga peranan penting. Pertama, memfasilitasi permodalan kepada pelaku yang bergerak di industri produk halal. Yang kedua, memberikan akses kepada seluruh pelaku bisnis. Ketiga, dapat melayani transaksi besar dan bertaraf global” (Bapak Irwan, Senin 29 Januari, 2024)</p> <p>Mejauh ini mungkin pengaruh yang diberikan BSI kepada perekonomian masyarakat mungkin tidak terlalu banyak ya. Soalnya kan perekonomian masyarakat bukan hanya dilihat dari penggunaan dan transaksi lainnya. Masih banyak aspek lainnya yang perlu diamati. Namun, sejauh ini dengan adanya BSI banyak masyarakat yang merasa terbantu dengan adanya program tabungan haji dan BSI KPR. Jadi, dapat disimpulkan mereka dapat terbantu menjadi ringanlah soal perekonomian. Tidak semua ya, hanya beberapa pengguna saja” (Bapak Ilham, Senin 29 Januari, 2024)</p>
<p>Apakah nasabah yang melakukan pembiayaan di</p>	<p>Iya tentu. Sebagian nasabah yang menggunakan BSI itu dipengaruhi oleh faktor sosial. Adanya ajakan sesama teman dan</p>

<p>Bank Syariah Indonesia Cabang Palu sangat dipengaruhi oleh faktor sosial?</p>	<p>keluarga yang menyarankan untuk menggunakan BSI. Banyak nasabah dari bank konvensional beralih BSI karena diberikan saran oleh keluarga. Menurut saya, faktor social ini sangat membantu sekali ya” (Bapak Ilham, Senin 29 Januari, 2024) Masyarakat sekarang itu sangat mudah terpengaruh. sejauh ini nasabah yang sudah beralih ke BSI banyak yang mengatakan bahwa mereka beralih ke BSI itu karena ajakan teman atau saudara. Dengan adanya faktor sosial ini juga memberikan dampak positif bagi BSI” (Bapak Irwan, Senin 29 Januari, 2024)</p>
<p>Bagaimana pihak bank memberikan pelayanannya kepada nasabah agar nasabah loyal?</p>	<p>Peningkatan kualitas pelayanan secara umum dapat dilakukan dengan berbagai cara, yang dapat disesuaikan pula dengan nilai utama bisnis perbankan yang disediakan. Cara-cara yang dapat kami lakukan yaitu meningkatkan SDM. Imbangi kecanggihan penerapan teknologi dengan pemahaman kebutuhan nasabah, sehingga fasilitas yang disediakan benar-benar mampu menjadi solusi yang memudahkan nasabah” (Bapak Irwan, Senin 29 Januari, 2024) Kualitas layanan yang diberikan harus senantiasa terkontrol, dan berada pada titik kualitas yang sama. Yang jelas, layanan yang diberikan pada setiap touchpoint tersebut harus tetap memberikan pengalaman yang baik pada nasabah, sehingga masalah yang dimiliki dapat terselesaikan. Tidak hanya dalam pemberian pinjaman jumlah besar, namun juga menjadi pendamping dan penasihat nasabah yang meminjam dana dalam mengelola dana pinjamannya. Nasabah potensial yang dimaksud adalah segmen UKM atau bisnis pemula, yang memiliki pemahaman pengelolaan keuangan di bawah rata-rata. Jika dilihat dari pengalaman nasabah saat menggunakan layanan perbankan digital, kepuasan juga dapat dipengaruhi oleh kecepatan proses verifikasi identitas atau transaksi dilakukan. Semakin cepat verifikasi ketika transaksi digital dilakukan, maka semakin cepat urusan nasabah bisa diselesaikan (Bapak Ilham, Senin 29 Januari, 2024)</p>
<p>Bagaimana cara mengatasi nasabah yang ingin berpindah ke Bank Konvensional?</p>	<p>Sejauh ini belum ada nasabah yang complain kepada kami untuk melakukan pindah bank. Adapun, jika suatu saat akan terjadi hal sedemikian rupa maka kami akan atasi dengan cara memperbaiki kinerja kami, bertanya kepada nasabah kenapa ingin pindah ke bank konvensional? Adakah kesalahan yang telah kami perbuat, atau ada faktor-faktor lainnya. Melalui pendekatan seperti itu dapat membuat nasabah lebih terbuka mengenai masalah dan kendala dalam bertransaksi. Namun kami tidak boleh melakukan hal tersebut dengan tekanan dan unsur paksaan” (Bapak Ilham, Senin 29 Januari, 2024)</p>

	<p>Waduh, biasanya sih nasabah bank konvensional pindah ke BSI ya. Belum ada kasus nasabah BSI pindah ke bank konvensional di cabang gajah mada ini. Namun apabila hal tersebut terjadi, dapat di cegah dengan melakukan pendekatan kepada nasabah. Karna hal tersebut pasti ada penyebabnya. Maka dari itu hal pertama yang harus kita lakukan adalah mencari tahu dimana letak kesalahan kita sehingga nasabah tersebut ingin berpindah bank. Setelah itu, kami memberikan lagi beberapa produk yang menarik minat nasabah. Intinya selalu menjalin hubungan yang baik dengan nasabah” (Bapak Ridwan, Senin 29 Januari, 2024)</p>
--	---