

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar, oleh karena itu sudah sepatutnya menjadi pelopor dan kiblat revitalisasi keuangan syariah di dunia. Hal ini bukan merupakan impian yang tidak mungkin diwujudkan dimasa yang akan datang, karena potensi indonesia untuk menjadi global player keuangan syariah peluangnya sangat besar, diantaranya: (1) jumlah penduduk Indonesia yang mayoritas adalah muslim yang besar merupakan potensi nasabah industri keuangan syariah kedepannya, (2) prospek ekonomi yang baik di masa depan, terlihat dari pertumbuhan ekonomi yang relatif baik (dalam kisaran 6,0%-6,5%) kemudian ditopang oleh stabilnya fundamental ekonomi, (3) peningkatan *sovereign credit rating* Indonesia menjadi *investment grade* yang memungkinkan minat investor dalam berinvestasi disektor keuangan domestik, dalam hal ini industri keuangan syariah, dan (4) sumber daya alam yang melimpah yang dapat dimanfaatkan sebagai *underlying* untuk kegiatan transaksi industri keuangan syariah (Burhanuddin & Amran, 2021:144).

Pilar baru kekuatan ekonomi nasional dalam mendorong Indonesia sebagai pusat ekonomi dan keuangan syariah global menteri Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Erick Thohir menyatakan rencana penggabungan. Upaya merger merupakan hal yang biasa dilakukan. Penggabungan terjadi untuk melindungi kepentingan perseroan yang

pada umumnya dilakukan untuk menyelamatkan Bank atau perseroan dari situasi yang sulit, termasuk mengembangkan kinerja dan keuntungan Bank atau perseroan tersebut. Terlebih lagi dengan kondisi perekonomian di Indonesia yang saat ini sedang dilanda pandemi COVID-19.

Dalam rangka mengurangi dampak dari COVID-19 khususnya disektor perbankan, melalui Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengeluarkan kebijakan stimulus perekonomian nasional sebagai kebijakan *countercyclical* dampak penyebaran *corona virus disease* 2019 dengan mengeluarkan POJK No.11/POJK.03/2020 (Azizah & Nurjanah, 2021:2). Dengan adanya kebijakan tersebut memberikan bukti bahwa pemerintah memberikan upaya nyata dalam menstabilkan keuangan akibat dari pandemi COVID-19 dengan memberikan petunjuk pada lembaga perbankan syariah untuk melakukan penggabungan usaha (merger) (Septiyana, 2022:3).

Menghindari terjadinya persaingan yang tidak sehat dan saling mengalahkan yang dapat merugikan satu perusahaan dengan lain, banyak perusahaan mengadakan kerjasama dalam bentuk penggabungan usaha antara dua atau lebih, baik dengan perusahaan sejenis maupun tidak sejenis. Penggabungan usaha dinilai sebagai salah satu strategi yang dapat dilakukan perusahaan agar dapat bertahan dan berkembang ditengah ketatnya persaingan usaha di era pasar bebas (Utami, 2017:3). Merger yang terdiri dari Bank Syariah Mandiri, Bank BRI Syariah dan BNI Syariah resmi terbentuk pada Senin, 1 Februari 2021 berubah nama menjadi BSI (Bank Syariah Indonesia), menjadi

salah satu pilihan terbaik dalam memperkuat dunia perbankan. adanya penggabungan pada perseroan tersebut dapat menimbulkan dampak bagi pihak yang terlibat serta memiliki tantangan mengingat merger dilakukan pada masa pandemi COVID-19.

Penggabungan 3 bank BUMN tersebut akan menciptakan suatu *market share* yang lebih luas. Sebuah perusahaan pada umumnya tidak mampu beroperasi di pasar yang sangat luas melayani konsumen. Konsumen terlalu tersebar luas dan sangat bervariasi dalam kebutuhan dan keinginan mereka. Untuk mengembangkan produk dari lembaga keuangan syariah perlu melihat pangsa pasar yang ada (Janna, 2018:5). *Market share* yang lebih besar bisa dicapai perusahaan melalui peningkatan penjualan produk atau jasa perusahaan. Penjualan produk atau jasa yang memenuhi skala ekonomi yang memadai akan memudahkan perusahaan untuk memperoleh keuntungan yang tinggi yang diperlukan agar tetap beroperasi dan mempercepat pertumbuhannya (Octavina, 2019:39). Ada berbagai macam produk ataupun jasa yang ditawarkan oleh pihak perbankan. salah satunya produk tabungan haji dan umrah, mengingat fenomena daftar tunggu (*waiting list*) haji di Indonesia yang terjadi saat ini mencapai 30 tahun bahkan lebih, banyak menyadarkan umat muslim yang kemudian merencanakan ibadah haji sejak dini bisa saja berubah pikiran dikarenakan masa pandemi, pemerintah Indonesia belum bisa memberangkatkan Haji yang seharusnya mulai diberangkatkan pada 26 Juni 2021 (Rakhmayani, 2021:7).

Produk yang ditawarkan BSI, harus melihat *market share* guna untuk menentukan strategi dalam memasarkan produk tersebut. Strategi pemasaran merupakan salah satu aspek terpenting didalam manajemen strategi dan wajib dimiliki oleh setiap perusahaan bisnis seperti perbankan, Menurut Saputra yang dikutip oleh (Rohman & Karsinah, 2016:136) Pangsa pasar dapat dijadikan ukuran kinerja perbankan syariah yang relatif baru di Indonesia, semakin besar pangsa pasar bank syariah maka akan semakin besar pula peran dan fungsinya bagi perekonomian nasional. Oleh karena itu, perbankan syariah setidaknya memiliki strategi yang efektif untuk memasarkan produknya. Dengan harapan produk dapat diterima dengan baik oleh masyarakat luas (Harmoko, 2018:17). Pangsa pasar yang semakin meningkat merupakan indikasi kinerja perusahaan yang semakin baik, termasuk dalam hal ini mampu memberikan harapan bagi nasabah perbankan yang ada. Disisi lain, jika pangsa pasar tetap atau bahkan menurun, itu menunjukkan kinerja yang stagnan atau kinerja yang menurun, baik secara individu maupun kolektif (Cahyani, 2015:62).

Penelitian lain mengenai merger juga pernah dilakukan oleh (Alif Ulfa, 2021) yang berjudul “Dampak penggabungan Tiga Bank Syariah di Indonesia”. Dalam hasil penelitiannya berfokus pada aspek-aspek yang terkena dampak merger tiga bank syariah BUMN seperti nasabah, karyawan dan masyarakat. Penelitian serupa juga pernah dilakukan oleh (Kuta Karmila Utari dkk, 2022) judul penelitian “Efisiensi Keputusan Merger Tiga Bank Syariah di Indonesia Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi di BSI KC Bengkulu Panorama)”

dengan hasil penelitian Bank Syariah Indonesia hasil merger menciptakan sistem perbankan syariah yang sehat, efisien dan mampu bersaing. Dari segi karyawan merger berdampak baik dengan dijadikannya karyawan BUMN. Akan tetapi menyesuaikan diri dengan sistem dan aturan yang baru. Dari segi nasabah, memperluas jangkauan dengan memperbanyak pengadaan kantor. Tetapi belum ditunjang dengan mesin ATM yang memadai. Merger juga memiliki peluang yaitu meningkatnya aset pada perbankan. Disisi lain merger juga memiliki tantangan yaitu belum dirasakannya peningkatan atau kemajuan performa bank dalam hal pelayanan. Dari latar belakang tersebut memunculkan keinginan penulis untuk meneliti **“Dampak Merger dan Strategi Dalam Meningkatkan Pangsa Pasar Produk Tabungan Haji dan Umrah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang MT Haryono)”**.

1.2. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka fokus penelitian ini yaitu untuk melihat bagaimana dampak yang dirasakan perusahaan ketika merger serta bagaimana strategi BSI KC MT Haryono Kendari dalam meningkatkan pangsa pasar pada produk tabungan haji dan umrah, adapun objek wawancara dalam penelitian ini adalah pihak yang bersangkutan dari Bank Syariah Indonesia KC MT Haryono.

1.3. Rumusan Masalah

1. Bagaimana dampak merger Bank Syariah Indonesia KC MT Haryono Kendari?

2. Bagaimana strategi Bank Syariah Indonesia KC MT Haryono Kendari dalam meningkatkan pangsa pasar pada produk tabungan haji dan umrah?

1.4. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana dampak yang dirasakan pasca merger Bank Syariah Indonesia KC MT Haryono Kendari.
2. Untuk mengetahui strategi yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KC MT Haryono Kendari dalam meningkatkan pangsa pasar pada produk tabungan haji dan umroh.

1.5. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis

Dengan adanya penelitian ini dapat menambah pengalaman dan wawasan baru bagi penulis mengenai dampak merger serta strategi BSI dalam meningkatkan pangsa pasar produk tabungan haji dan umrah.

2. Bagi perbankan

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi sektor perbankan, khususnya bank yang akan melakukan merger agar bisa mempertimbangkan dampak serta strategi dalam meningkatkan pangsa pasar.

3. Akademisi

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu referensi tambahan bagi penelitian selanjutnya agar dapat melakukan

penelitian yang lebih lanjut dengan topik yang serupa, dalam hal menganalisis dampak merger dan strategi dalam meningkatkan pangsa pasar.

1.6. Definisi Operasional

Menghindari adanya kesalahan dalam penafsiran dalam penelitian ini, maka definisi operasionalnya sebagai berikut:

1. Dampak merger merupakan suatu yang diakibatkan/suatu pengaruh yang timbul (baik itu pengaruh positif maupun negatif) dari penggabungan usaha.
2. Strategi adalah suatu upaya yang dilakukan seseorang maupun sekelompok orang yang disusun secara sistematis untuk mengantarkan pada pencapaian tertentu.
3. Pangsa pasar adalah hasil dari total pendapatan ataupun penjualan yang dilakukan oleh perusahaan.
4. Produk Tabungan Haji dan Umrah merupakan salah satu produk tabungan yang ada di Bank Syariah Indonesia, yang didasarkan pada prinsip syariah dengan akad Wadiah dan Mudharabah.
5. Bank syariah Indonesia Kantor Cabang Kendari merupakan hasil merger tiga Bank BUMN pada 1 Februari 2021, penggabungan Bank tersebut terdiri dari Bank Syariah Mandiri, Bank BNI Syariah serta Bank BRI Syariah.

1.7. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah dalam memahami isi tulisan ini, maka disusun sistematika pembagian BAB, sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan. Dalam Bab ini akan diuraikan secara garis besar mengenai latar belakang masalah penelitian yang merupakan alasan pemilihan judul penelitian, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan masalah, manfaat penelitian, definisi operasional dan sistematika pembahasan.

Bab II Tinjauan Pustaka. Pada Bab ini berisi tentang penjelasan dan pembahasan mengenai landasan teori-teori yang dijadikan acuan dalam penulisan penelitian ini. Landasan teori ini terdiri dari teori merger, strategi, pangsa pasar, dan produk tabungan haji dan umrah.

Bab III Metodologi Penelitian. Pada Bab ini menjelaskan tentang penelitian terkait dengan pengembangan model dan metode yang digunakan dalam menganalisis data.

Bab IV Hasil dan Pembahasan. Pada Bab ini menjelaskan hasil yang didapat dari penelitian yang meliputi analisis data serta pembahasan atas hasil pengeolaan data.

Bab V Penutup. Pada Bab terakhir menjelaskan tentang seluruh hasil penelitian yang diperoleh serta akan memberikan saran bagi semua pihak yang terlibat dalam penelitian ini.