

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

#### A. Tinjauan Pustaka

Tinjauan Pustaka menurut Sugiyono (2012:87) yaitu menjelaskan mengenai teori dan beberapa penelitian terdahulu yang akan dijadikan sebagai bahan acuan untuk dapat membandingkan sekaligus dapat dijadikan sebagai referensi penting untuk dapat mempermudah melakukan penelitian ini, adapun penelitian terdahulu yang membahas mengenai konversi Bank Aceh dan *switching intention* yang banyak diteliti sebelumnya. Oleh karena itu, kedua hal tersebut sangat penting untuk dapat mengurangi keinginan nasabah untuk tidak beralih pada bank lain. Pembahasan ini sangat menarik untuk diteliti mengenai keinginan nasabah untuk tidak beralih pada bank lainnya. Tinjauan pustaka merupakan hasil penelitian dari peneliti terdahulu yang bertujuan supaya tidak terjadi ataupun menghindari replikasi dari peneliti sebelumnya. Sehingga peneliti secara mudah dapat menemukan hasil dari peneliti yang sudah pernah dilakukan, peneliti memilih 10 penelitian terdahulu dan kaitan dengan peneliti yang akan dilakukan sekarang diringkas dalam tabel 2.1 sebagai berikut:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama & Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Al Ghammari KA dan Ahmaed EM (2017) Journal of Business & Financial Affairs volume 6, Nomor 2.	Customers' Switching Intention in Oman's industry	Metode yang digunakan ialah Kualitatif	Terdapat nasabah yang beralih pada perbankan syariah meskipun hal ini tidak sesuai dengan faktanya yang menunjukkan bahwa nasabah pada Bank Konvensional di Oman terdapat kepuasan pada bank tersebut dalam melakukan transaksi.	Metode penelitian sama dan membahas mengenai variabel yang sama yakni switching intention.	Tidak meneliti mengenai kaitannya dengan konversi
2.	Asra Idrianssyah Purba (2017) Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Vol 4, no 1	Pengaruh perubahan Bank Umum Syariah terhadap minat menabung di Bank Aceh syariah pada masyarakat Kabupaten Aceh Tenggara	Metode yang digunakan yaitu Kuantitatif	Faktor ekonomi sangat berpengaruh besar terhadap kepentingan menabung di Bank Syariah pada masyarakat Kabupaten Aceh Tamiang dibandingkan dengan faktor informasi dan agama	Meneliti perubahan Bank Aceh Syariah.	Metode penelitian berbeda dan terdapat variabel yang berbeda

3.	Aqidah Asri Suwarsi & Nanda Putri Wulandari (2017) Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol. 3, No. 2	Identifikasi potensi nasabah baru Bank Syariah ditinjau dari customer switching intention	Penelitian Kualitatif dengan pendekatan Naturalistik	Calon nasabah baru Bank Syariah di pengaruhi oleh customer switching intention yang di sebabkan oleh faktor interinsik dan ekstrinsik	Menggunakan metode kualitatif yang sama dan menggunakan variabel customer switching intention	Objek penelitian yang berbeda
4.	Anisa Miftahul Jannah & Ary Widodo (2018) Jurnal Sekretari & Administrasi Bisnis Volume II, Number 1.	Pengaruh Persepsi Bank Syariah di Indonesia terhadap Customer Switching Intention dengan Customer Saticfation sebagai Mediator	Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif analisa dengan deskriptif analisis dan pengujiannya menggunakan PLS	Nasabah Bank Syariah berpengaruh secara langsung atau tidak langsung terhadap kepuasan pelanggan yaitu kepuasan pelanggan sebagai mediator peralihan niat pelanggan	Terdapat variabel Customer Switching Intention	Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif .
5.	Talbani Farlian & Nuraidar (2017) Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam Vol 3, No 1.	Meretas Reaksi jalan panjang Bank Aceh menjadi Syariah	Jenis penelitian yang digunakan ialah Kualitatif –deskriptif yaitu dengan mengembangkan melalui teori-teori yang sudah ada dan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja Bank Aceh pasca setelah konversi telah membuktikan kinerja yang sangat baik, dan dibuktikan dengan penghargaan best	Meneliti perkembangan bank aceh sebelum dan sesudah konversi	Mengkembangkan metode penelitian yang berbeda dan menambahkan Dampak

			menggunakan data sekunder.	performence 2 tahun berturut-turut.		yang timbul setelah konversi bank
6.	Ni Kadek Intan Nuariyanti & Ni Made Adi Erawati (2014) Jurnal Akuntansi Vol 6. No 2.	Analisis komparatif kinerja perusahaan sebelum dan sesudah konversi ke IRFS	Penelitian ini menggunakan data kuantitatif yang berupa laporan keuangan PT. Bank Mandiri dan Mengumpulkan data berdasarkan data sekunder.	Terdapat perbedaan kinerja bank Mandiri Perbedaan kinerja antara periode sebelum konversi IFRS dengan periode setelah konversi IFRS penerapan prinsip penilaian asset yang menggunakan basis fair value untuk periode setelah konversi IFRS	Membahas mengenai sebelum dan sesudah terjadinya konversi	Menggunakan metode penelitian yang berbeda dan menambahkan variabel lain yaitu switching intention
7.	Kismawadi, Early Ridho & Muddatstsir, Uun Dwi (2018) Jurnal.iainlangsa.ac.id Vol 4, No 2.	Persepsi masyarakat tentang akan dikonversikannya Bank Konvensional ke Bank Syariah di Aceh studi kasus kota Langsa	Metode kualitatif deskriptif	Masyarakat kota langsa sangat mendukung Qanun no 8 tahun 2016 tentang sistem jaminan produk halal yang mengharuskan perbankan yang beroperasi dengan prinsip syariah	Menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dan sama-sama meneliti mengenai konversi	Terletak pada variabel yang diteliti berbeda

8.	Ayu Putri Yulisa (2017)	Tingkat kepuasan nasabah terhadap konversi Bank Aceh Konvensional menjadi Bank Aceh Syariah	Metode analisis yang digunakan Kuantitatif	Nasabah Bank Aceh Syariah yang merasa puas dengan adanya konversi bank yang berdasarkan syariah.	Terdapat variabel yang sama dalam penelitian ini yaitu konversi Bank Aceh Ke Bank Aceh Syariah	Terdapat variabel yang berbeda, metode penelitian dan jumlah narasumber.
9.	Roni Andespa (2017) Jurnal Lembaga Keuangan & Perbankan Vol 2. No.1	Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Nasabah dalam menabung di Bank Syariah	Metode yang digunakan ialah kualitatif deskriptif	Dari hasil penelitian terdapat 4 faktor yang dapat mempengaruhi minat nasabah untuk menabung di bank syariah yaitu faktor keyakinan, persepsi, harga dan budaya	Menggunakan metode penelitian yang sama yaitu kualitatif deskriptif	Terdapat variabel yang berbeda, jumlah narasumber dan tempat berbeda.
10.	Isfi Sholihah (2015) Jurnal Edukasi Vol 10.	Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Masyarakat Tentang Perbankan Syariah	Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan Path Analysis	Terdapat pengaruh yang signifikan yaitu pada kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan	Tidak terdapat variabel yang sama	Metode berbeda dan tidak menganalisis Switching Intention dan Konversi

## **B. Landasan Teori**

Teori utama yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah teori penguatan (*Reinforcement Theory*) yaitu teori yang dikemukakan oleh *Skinner* sebagai teori penguatan, teori utama yang dapat menjelaskan keterkaitan antar variabel dalam penelitian ini. Teori penguat ini menjelaskan bahwa setiap manusia akan melakukan suatu tindakan untuk melakukan sesuatu yang diinginkan sesuai dengan yang diharapkan dan menghindari sesuatu hal yang tidak di senangi oleh mereka (Robbins & Judge, 2013). Terjadinya Konversi Bank Aceh menjadi Bank Aceh Syariah dapat menentukan sikap dan perilaku nasabah untuk tetap menggunakan produk dan layanan Bank Aceh Syariah atau melakukan intensi untuk beralih ke bank lain, apabila konversi dapat menjadikan nasabah lebih loyal maka hal tersebut sesuai dengan apa yang diinginkan oleh nasabah maka keyakinan nasabah juga akan bertambah. Dengan demikian, tidak berdampak terhadap *switching intention*.

Nasabah akan menghindari sesuatu yang dapat mengakibatkan kerugian pada dirinya, maka nasabah akan melakukan peralihan ke bank lain. Apabila nasabah merasakan rugi di bank tersebut seperti nasabah lebih cenderung untuk menghindari konversi bank yang berdampak buruk, karena hal ini dapat menurunkan kinerja keuangan yang tidak memuaskan nasabah. Nasabah lebih yakin dan terpercaya untuk dapat melakukan transaksi pada bank yang lebih menguntungkan baginya. Teori penguat ini akan menjelaskan penyebab terjadinya *switching intention* yang di pengaruhi oleh konversinya Bank Aceh menjadi Bank Aceh Syariah.

## **C. Perilaku Konsumen**

Menurut Schiffman dan Kanuk (1994) dalam buku Sumarwan, (2016:25) perilaku konsumen mengartikan sebagai berikut:

“The term consumer behavior refers to the behavior that consumers display in searching for, purchasing, using, evaluating, and disposing of products and services that they expect will satisfy their needs”.

“Perilaku konsumen didefinisikan sebagai perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka”.

Perilaku konsumen menurut (Nugroho, 2010:2) ialah suatu tindakan yang termasuk ke dalam mengkonsumsi, mendapatkan, dan menghabiskan suatu produk atau jasa, termasuk juga tindakan mengambil keputusan yang mendahului proses tindakan tersebut. Perilaku konsumen terdapat hubungan yang saling berkaitan dengan pengambilan suatu keputusan. Adapun Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam Pengambilan keputusan untuk pembelian konsumen (Simamora: 2002:7) sebagai berikut:

1. Faktor Sosial, keluarga merupakan suatu kelompok pembeli yang berperan penting dalam masyarakat dan dapat mempengaruhi faktor sosial sebagai berikut:

- a. Pembeli

Keputusan seorang untuk membeli dipengaruhi oleh karakteristik pribadi pembeli contohnya pekerjaan, gaya hidup, ekonomi, umur dan sebagainya.

- b. Reference group

Suatu kelompok dapat mempengaruhi anggota kelompok untuk membeli suatu barang dan jasa.

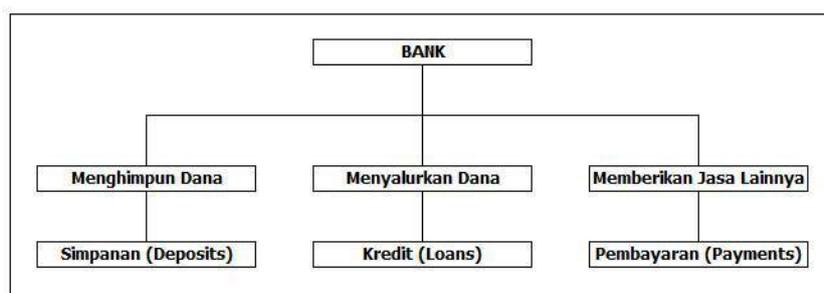
2. Faktor Kebudayaan, perilaku seorang konsumen dalam faktor kebudayaan ini terdapat pengaruh yang paling besar. Oleh karena itu, seorang pemasar harus lebih mendalami perilakunya kultur, sub-kultur dan kelas sosial.
  - a. Kultur yaitu faktor utama yang mempengaruhi keinginan dari tingkah laku pelanggan.
  - b. Sub-kultur yaitu bagian paling kecil dari kultur, yang memiliki suatu nilai yang sama.
  - c. Kelas sosial sesuatu yang bersifat tetap dalam suatu masyarakat yang memiliki anggotanya serta mempunyai nilai, minat dan perilaku yang sama.
3. Faktor Psikologis, seseorang pembeli dalam memilih suatu produk dipengaruhi oleh 4 (empat) faktor psikologis yaitu persepsi, motivasi, pengetahuan & keyakinan dan sikap.
4. Faktor Teknologi
  - a. Audio visual merupakan suatu produk pemikat sejak puluhan tahun.
  - b. Transportasi merupakan bertambahnya kecanggihan teknologi setiap tahunnya seperti motor dan mobil.
  - c. Internet dan seluler merupakan kemajuan yang dapat meningkatkan pasar *hardwere*

Perilaku Konsumen menurut Sumarwan (2016:5) ialah semua aktivitas yang dapat mendorong keinginan pembeli sebelum membeli, menghabiskan, menggunakan, produk atau jasa apabila telah melakukan kegiatan mengevaluasi. Riset perilaku konsumen di bagi kedalam 3 (tiga) perspektif yaitu perspektif pengambilan keputusan, perspektif pengaruh behavioral, perspektif pengalaman. perilaku

konsumen terdiri dari dua elemen. pertama, elemen proses pengambilan keputusan. Kedua, elemen kegiatan fisik. Kedua elemen yang dimaksud melibatkan konsumen pribadi dalam menilai, mendapatkan dan menggunakan barang dan jasa. Konsumen membeli barang dan jasa untuk mendapatkan manfaat dari barang dan jasa tersebut.

#### D. Pengertian Bank

Bank menurut Kasmir, (2012:12) ialah lembaga keuangan yang melakukan kegiatan menghimpun dana dalam bentuk tabungan, giro, dan deposito yang berasal dari masyarakat dan disalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan atau kredit. Sedangkan menurut Undang-Undang No.10 Tahun 1998 bank adalah suatu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan (giro, tabungan, deposito) dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya (transfer, kliring) dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Fungsi Utama bank dapat dilihat pada Gambar berikut:



**Gambar 2.1 Fungsi Utama Bank**

Pada gambar diatas menjelaskan bahwa fungsi bank dibagi menjadi tiga yaitu:

##### 1. Menghimpun Dana (Funding)

Bank menghimpun dana dari masyarakat yang dilakukan oleh bank konvensional maupun bank syariah dalam bentuk simpanan seperti tabungan, giro, dan deposito.

## 2. Menyalurkan Dana

Bank menyalurkan dana kepada masyarakat dalam bentuk kredit (Loans) dimana nanti bank mendapatkan keuntungan dari penyaluran kredit ini.

## 3. Memberikan Jasa Lainnya

Bank memberikan jasa lainnya kepada masyarakat, seperti pembayaran (payment), transfer, kliring dan lainnya.

Menurut Yaya *et al.*, (2009:54) berdasarkan Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 yang membahas mengenai perbankan, bank terbagi atas 2 yaitu bank konvensional dan bank syariah. Bank konvensional ialah bank yang terdiri dari bank umum konvensional dan bank perkreditan rakyat yang sama-sama menjalankan sistem operasionalnya sesuai dengan sistem konvensional. Bank syariah merupakan salah satu bank yang melakukan kegiatan operasionalnya berdasarkan dengan prinsip syariah. Adapun produk-produk yang ditawarkan oleh bank umum konvensional sebagai berikut:

- a. Tabungan
- b. Giro
- c. Deposito
- d. Kredit Modal kerja
- e. Kredit Perdagangan
- f. Kredit Investasi
- g. Kredit Produktif
- h. Kredit Konsumtif
- i. Kredit Sindikasi
- j. Kredit Program

#### k. Kredit Profesi

Produk-produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah di kelompokkan menjadi 3 (tiga) yaitu:

##### 1) Penghimpun Dana

Penghimpun dana yang digunakan pada bank syariah bersumber dari prinsip wadiah dan mudharabah. Penghimpun dana berdasarkan prinsip wadiah yaitu berupa titipan dari satu pihak ke pihak lain, sedangkan berdasarkan mudharabah yaitu berupa perjanjian atas kerja sama pihak pertama menyediakan dana disebut (shahibul maal) dan pihak kedua sebagai pengelola (mudharib). Produk penghimpun dana pada bank syariah terbagi menjadi 3 bagian yaitu:

- a) Tabungan
- b) Giro
- c) deposito

##### 2) Penyaluran Dana

Produk penyaluran dana pada bank syariah terbagi menjadi 3 bagian yaitu jual beli, investasi dan sewa sebagai berikut:

##### a) Prinsip Jual Beli

Prinsip jual beli terbagi menjadi 3 (tiga) bagian yaitu murabahah, istisna dan salam.

##### b) Prinsip Bagi Hasil

Pembiayaan pada bank syariah terdiri dari skema mudharabah dan musyarakah.

##### c) Prinsip Sewa

Prinsip sewa dibagi menjadi 2 (dua) skema yaitu ijarah dan ijarah muntahiya bittamlik.

### 3) Jasa perbankan

Berdasarkan fatwa DSN Bank syariah juga menyediakan produk Jasa perbankan lainnya kepada nasabah seperti:

- a) Wakalah
- b) Kafalah
- c) Sharf
- d) Ijarah

Selain memiliki perbedaan antara Bank Umum Konvensional dan Bank Umum Syariah juga memiliki perbedaan mengenai konsep antara keduanya. Dapat dilihat pada tabel dibawah memiliki banyak perbedaan antara bank konvensional dengan bank syariah (Wahyudi, 2010) dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2.2 Perbedaan Bank Konvensional dengan Bank Syariah

<b>Karakter</b>	<b>Bank Konvensional</b>	<b>Bank Syariah</b>
<b>Akad &amp; Aspek Legalitas</b>	Hukum Positif	Hukum Islam dan Hukum Positif
<b>Prinsip Operasional</b>	Bunga	Bagi hasil, sewa, dan jual beli
<b>Struktur Organisasi</b>	Tidak ada	Dewan Pengawas Syariah (DPS) dan Dewan Syariah Nasional (DSN)
<b>Investasi</b>	Halal dan Haram	Halal
<b>Lembaga Penyelesaian Sengketa</b>	Arbitrase Syariah Nasional (BASYARNAS)	Badan Arbitrase Muamalat Indonesia (BAMUI)
<b>Hubungan Nasabah</b>	Debitur-Kreditur	Kemitraan
<b>Tujuan</b>	Keuntungan Oriented	Keuntungan dan falah oriented

Sumber: Badan pembinaan Hukum Nasional, (2010)

Pada tabel di atas 1.2 dapat dilihat bahwa terdapat 7 (tujuh) perbedaan antara sistem perbankan konvensional dan syariah. Pertama, akad pada bank konvensional menggunakan hukum positif. Sedangkan pada bank syariah berdasarkan hukum Islam dan hukum positif dalam menjalankan aktifitasnya. Perbedaan Kedua yaitu prinsip operasional yang diterapkan bank konvensional berdasarkan sistem bunga dimana nilainya tersebut tetap sebesar persentase tertentu, sedangkan pada bank syariah menggunakan bagi hasil, dimana jumlahnya dapat berubah sesuai dengan kinerja usaha bank tersebut. Dari kedua sistem tersebut terdapat perbedaan utama dari sistem perbankan yaitu konsep halal yang merupakan tujuan utama dalam pelaksanaan melakukan investasi di Bank Syariah. Ketiga, pada bank syariah terdapat pengawas khusus untuk mengontrol

aktifitas bank syariah, akan tetapi pada bank konvensional tidak ada pangaasan khusus yang mengatur kegiatan usaha bank.

Keempat, perbedaan terlihat jelas hanya pada bank syariah saja yang menggunakan label halal. Perbedaan kelima ialah penyelesaian sengketa di bank konvensional yaitu Arbitrase Syariah Nasional (BASYARNAS), berbeda dengan perbankan syariah yaitu Badan Arbitrase Muamalat Indonesia (BAMUI). Keenam terletak perbedaan pada hubungan antara nasabah dan bank yaitu pada bank konvensional hanya sebatas kreditur dan debitur saja, sedangkan pada bank syariah sebagai kemitraan dalam menjalankan aktivitasnya. Perbedaan terakhir terletak pada tujuan usaha bank konvensional yaitu sebagai *profit oriented* dimana bank hanya mencari keuntungan semata, begitu juga dengan tujuan bank syariah yaitu tidak hanya mencari keuntungan atau *profit oriented* tetapi juga *falah oriented*.

**Tabel 2.3 Perbedaan Bagi Hasil dan Bunga**

No	Bunga	Bagi Hasil
1.	Selalu berasumsi untung	Kemungkinan rugi/untung
2.	Berdasarkan jumlah uang pokok peminjaman	Bagi hasil berdasarkan pendapatan atau keuntungan yang di dapatkan
3	Masyarakat Muslim meragukan kehalalan bunga bank	Bagi hasil sesuai dengan keyakinankebenaran masyarakat
4	Bunga dibayar sesuai dengan jumlah yang telah disepakati tanpa adanya pertimbangan proyek baik untung atau rugi	Sistem bagi hasil sesuai dengan pendapatan keuntungan yang di peroleh. Apabila mengalami kerugian maka ditanggung secara bersama antara bank dan nasabah
5	Nasabah kredit membayar jumlah tanggungan sesuai dengan suku bunga di pasar uang. Pembayaran tersebut dapat berubah sewaktu-waktu, sehingga pembayaran tidak tetap tekadang melemah atau menguat.	Jumlah tanggungan yang harus nasabah bayar ditentukan berdasarkan jumlah keuntungan yang diperoleh bank yang telah disepakati sebelumnya.
6	Bagi hasil dapat berubah-ubah sesuai dengan kinerja usaha	Jumlah bunga tidak meningkat walaupun profit bertambah dan tidak dilihat dari kinerja usaha

Sumber: Isfi Sholihah (2015)

## E. Konversi

### 1. Pengertian Konversi

Konversi menurut Wahyudi, (2010:17) sistem atau instrumen yang mengalami proses perubahan dari suatu sistem ke sistem yang lainya. Konversi dalam dunia perbankan dapat diartikan sebagai perubahan bentuk badan hukum pada suatu lembaga keuangan menjadi bentuk badan hukum lainnya. Selain konversi terdapat cara lain untuk dapat merubah suatu sistem ke sistem yang lainnya, yaitu:

a. *Spin off*

Menurut Undang-undang No 21 tahun 2008 mengenai perbankan syariah, spin off dapat diartikan sebagai pemisahan dari satu bank menjadi dua bank atau lebih. *Spin off* dapat dilakukan supaya dapat mempermudah badan hukum baru agar dapat mempermudah dalam berbisnis. Lawan dari *spin off* yaitu merger atau dapat dikatakan sebagai pengabungan antara dua atau lebih badan usaha. Merger dilakukan agar dapat memperkuat perusahaan dari sisi modal dan lainnya.

b. Akuisisi

Akuisisi menurut PP No 28 Tahun 1999 dapat diartikan sebagai pengambilalihan suatu kepemilikan bank yang dapat mengakibatkan peralihan pengendalian terhadap bank. Alasan suatu perusahaan melakukan akuisisi ialah motif ekonomi atau profit, dengan melakukan akuisisi dapat mempercepat pertumbuhan suatu usaha tanpa melakukan proses dari pembangunan awal.

c. Konversi

Adapun tata cara peralihan bank konvensional menjadi bank syariah tidak didapatkan pada Undang-undang No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan atas Undang-Undang No 7 Tahun 1992 tentang perbankan,

maupun Undang-undang No 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah. Ketentuan konversi bank konvensional menjadi bank syariah telah diatur pada ketentuan Undang-Undang PBI No. 8/3/PBI/2006 yang membahas mengenai perubahan status bank umum konvensional sebagai bank umum yang beroperasi kegiatan usaha bank yang berlandaskan berprinsip syariah serta pembukaan kantor bank dilakukan berdasarkan prinsip syariah bagi bank umum konvensional sebagai halnya sudah diganti dengan PBI No. 9/7/PBI/2007. Sekarang PBI tersebut sudah dicabut dengan PBI No. 11/15/PBI/2009 yaitu tentang perubahan kegiatan usaha bank konvensional menjadi bank syariah (Anshori, 2009:109). pada Pasal 2 PBI No. 11/15/PBI/2009 mengatakan bahwa peralihan status bank umum konvensional sebagai bank umum syariah dilakukan dengan cara, sebagai berikut:

- 1) Bank Umum Konvensional (BUK) menjadi Bank Umum Syariah (BUS)
- 2) Badan perkreditan Rakyat (BPR) menjadi Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS)

Kemudian Pada pasal 3 PBI No. 11/15/PBI/2009 terdapat bahwa Bank Umum Syariah tidak diperbolehkan melakukan perubahan kegiatan operasional ke bank umum konvensional karena bank syariah memiliki keunggulan dibandingkan dengan bank konvensional. Bank syariah memberikan mamfaat kepada semua orang bukan hanya umat beragama islam tetapi tanpa dilatar belakangi oleh agama.

Pasal 5 PBI No. 11/15/PBI/2009 mengatakan bahwa rencana perubahan kegiatan usaha bank konvensional menjadi bank syariah diharuskan untuk dicantumkan dalam rencana bisnis Bank Konvensional. Adapun tahapan bank konvensional dalam melakukan perubahan sistem usaha menjadi sistem syariah melakukan beberapa tahapan sebagai berikut:

- a) Perubahan misi dan visi kegiatan usaha menjadi Bank Syariah
- b) Perubahan rancangan anggaran dasar perubahan anggaran dasar harus dimintakan persetujuan kepada instansi yang berwenang dan permohonan kepada instansi yang berwenang dapat dilakukan bersamaan dengan pengajuan permohonan izin perubahan kegiatan usaha kepada Bank Indonesia.
- c) Nama dan data identitas dari calon Pemegang Saham Pengendali, calon anggota Dewan Komisaris, calon anggota Direksi, dan calon anggota DPS.
- d) Rencana bisnis Bank Syariah.
- e) Studi kelayakan mengenai peluang pasar dan potensi ekonomi.
- f) Rencana penyelesaian hak dan kewajiban nasabah. Selain itu, Bank Konvensional harus memberikan penjelasan mengenai keseluruhan rencana perubahan kegiatan usaha menjadi Bank Syariah melalui presentasi di Bank Indonesia.

Apabila sudah memenuhi persyaratan tersebut maka akan diproses untuk diperbolehkan atau tidak melakukan konversi. Bank umum konvensional yang telah memperoleh izin untuk melakukan konversi yang wajib melakukan kegiatan

usaha tersebut sesuai dengan prinsip syariah paling lambat 60 hari setelah memperoleh izin. Apabila dalam waktu yang sudah ditentukan tidak menjalankan maka izin yang sudah diberikan akan ditinjau ulang oleh pihak OJK. Kemudian sebelum menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah wajib mengumumkan kepada masyarakat dan melaporkan kepada pihak OJK paling lambat 10 hari setelah pelaksanaannya tertera pada pasal 17 peraturan OJK 64 Tahun 2016.

Bank konvensional yang telah merubah kegiatan usahanya dengan prinsip syariah tidak dapat diperbolehkan lagi untuk mengubah menjadi bank konvensional. Bank umum konvensional tersebut diwajibkan untuk menyelesaikan hak dan kewajibannya paling lambat satu tahun lamanya, dihitung mulai tanggal izin perubahan kegiatan diberikan. Apabila waktu yang sudah diberikan tidak dapat diselesaikan maka akan diberikan waktu untuk bisa diperpanjang terdapat pada pasal 18 peraturan OJK 64 Tahun 2016. Selain pada pasal 17 peraturan OJK Nomor 64 Tahun 2016 juga mengatur terkait sanksi bagi bank yang sudah mendapatkan izin dari OJK dikenakan denda Rp. 1.000.000,00 perharidan maksimal Rp. 30.000.000,00 apabila tidak mengumumkan kepada masyarakat paling lambat 10 hari sebelum tanggal pelaksanaan.

## 2. Penyelesaian status hukum nasabah bank setelah konversi

Penyelesaian status hukum nasabah yang akan melakukan perubahan dari kegiatan usaha konvensional menjadi kegiatan usaha syariah sesuai

berdasarkan pasal 4 ayat 1 PBI Nomor 11/31/PBI/2009. Ketentuan pada pasal tersebut membahas mengenai permohonan izin perubahan kegiatan usaha diajukan oleh bank konvensional disertai dengan rencana penyelesaian hak dan kewajiban nasabah. Bank yang bersangkutan membuat mekanisme bagi penyelesaian hak dan kewajiban bagi nasabah yang tidak bersedia bertransaksi melalui jasa perbankan syariah. Adapun penyelesaian hak dan kewajiban yang bersangkutan dengan nasabah yang tidak bersedia bertransaksi dengan bank yang berpegang teguh pada konsep Islam, hal demikian merupakan salah satu syarat untuk memperoleh persetujuan atas pendirian kantor bank syariah. Oleh karena itu Bank Indonesia memberikan waktu selama 360 hari untuk dapat menyelesaikan permasalahan tersebut dengan nasabah, terlebih yang bersangkutan dengan produk seperti penghimpunan dana dan penyaluran dana. Adapun alternatif yang ada berupa:

- a. Pengkonversian produk konvensional ke syariah seperti pembaharuan akad (perjanjian)
- b. Pemindehan account yang dimiliki nasabah kepada bank konvensional lain
- c. Deposan langsung diminta untuk menutup rekening yang ada, kembalikan semua simpanannya dan bagi nasabah debitur dalam jangka waktu tertentu yang diminta untuk melakukan kewajiban-kewajibannya.

Penyelesaian status hukum nasabah terbagi ke dalam 2 bagian yaitu penyelesaian passiva dan penyelesaian aktiva. Penyelesaiannya antara lain sebagai berikut:

- 1) Passiva dibagi menjadi 2 (dua) macam, yaitu passiva yang mengontrol sepenuhnya bank. Maka langsung dapat dilakukan konversi dan passiva yang berkaitan dengan pihak ketiga, seperti

rekening tabungan, giro dan deposito. Kedua passiva yang memiliki keterkaitan dengan pihak ketiga dilakukan proses konversi, akan tetapi terlebih dahulu melakukan negosiasi kepada nasabah yang bersangkutan.

- 2) aktiva yaitu berupa kredit yang diberikan pihak bank kepada nasabah. Cara alternatif yang diberikan yaitu dengan cara meminta nasabah untuk melunasi segala kewajiban dalam jangka waktu yang telah ditetapkan oleh bank agar dialihkan ke bank lain.

Konversi sesuai berdasarkan fatwa Nomor 59/DSN-MUI/V/2007 tentang Obligasi Syariah Mudharabah Konversi dan PBI Standar Akad yaitu PBI No. 9/19/PBI/2007 tentang pelaksanaan prinsip syariah dalam kegiatan penghimpunan dana dan penyaluran dana serta layanan jasa perbankan syariah, sebagaimana telah diubah PBI No. 10/16/PBI/2008. Pada tahap ini Bank Indonesia belum melihat ketidaksesuaian terhadap syariah. Praktek yang terjadi sudah dilaksanakan sesuai berdasarkan fatwa DSN dan PBI standar akad yang mengatur produk tertentu. Peraturan bank Indonesia No. 7/46/PBI/2005 mengenai akad penghimpunan dana dan penyaluran dana bagi bank yang telah melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, sebagaimana telah dicabut dengan peraturan bank Indonesia No. 9/19/PBI/2007 tentang pelaksanaan prinsip-prinsip dalam kegiatan penghimpunan dana dan penyaluran dana serta pelayanan jasa bank syariah, kemudian telah diubah berdasarkan peraturan bank Indonesia No. 10/16/PBI/2008.

## F. Switching Intention

### 1. Pengertian *Switching intention*

*Switching intention* menurut Bansal *et al.*, (2005:98) ialah tingkat keinginan pelanggan untuk berpindah dari suatu penyedia jasa kemudian akan beralih kepada penyedia jasa baru. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi *switching intention* pelanggan yang di bagi dalam tiga bagian, pertama efek pendorong (*push effects*), kedua efek penarik (*pull effects*), dan ketiga efek penambat (*mooring effects*). *Switching intention* menurut Bansal *et al.*, (2015) sebagai suatu kemungkinan bahwa peralihan pelanggan dari penyedia jasa yang lama kepada penyedia jasa yang baru.

Menurut Zhang *et al.*, (2012) menjelaskan bahwa terjadinya *switching intention* di sebabkan oleh kepuasan pelanggan yang menurun, terdapat pilihan lain yang dianggap lebih memuaskan, dan *Sunk Cost*. Selain itu juga didukung oleh Martins *et al.* (2013) kepuasan yang menurun akan mengalami peningkatan terhadap *switching intention*. Zeithaml *et al.* (1996) mengatakan pelanggan yang memiliki pengalaman yang buruk akan menimbulkan perpindahan pelanggan akan berbicara negatif mengenai kelemahan perusahaan tersebut. Ditambahkan oleh White & Yu (2005) kepuasan dan kecewa yang dialami oleh pelanggan akan dapat memicu terjadinya *switching intention*.

### 2. Faktor-faktor yang mempengaruhi perpindahan konsumen

Adapun terdapat 2 (dua) faktor yang dapat menyebabkan perpindahan konsumen menurut Rahman, (2013) sebagai berikut:

#### a. Faktor internal

Faktor intrinsik ialah faktor yang dipengaruhi oleh perilaku *switching intention* yang dipengaruhi dari luar konsumen antara lain:

1) *Sales promotion*

menurut Alex S. Nitisemito (1996:142) sales promotion adalah suatu cara untuk mempengaruhi konsumen untuk membeli barang secara langsung dengan merek tertentu, dengan adanya sales promotion ini akan mudah mempengaruhi konsumen untuk berpindah. Adapun alat yang digunakan untuk media promosi seperti tv, majalah, spanduk, surat kabar, radio, kuis yang memberikan hadiah dari sebuah produk tertentu.

2) Kualitas

Kualitas atau mutu dari suatu merek yang melaksanakan sebagai fungsi-fungsinya. Kualitas merupakan gambaran dari suatu produk mengenai keawetan, kemudahan operasi reparasi dan berbagai atribut yang bernilai tinggi lainnya.

b. Faktor eksternal adalah faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *switching intention* pada diri konsumen, yaitu:

1) Loyalitas

Loyalitas terbentuk apabila rasa puas terhadap suatu produk barang/jasa yang digunakan. Apabila konsumen memiliki loyalitas kurang terhadap sesuatu produk, maka akan melakukan *switching*.

2) Persepsi

Persepsi merupakan suatu proses seleksi untuk dapat membentuk suatu gambaran mengenai dunia, Persepsi akan dapat mempengaruhi suatu *switching intention*.

3) Preferensi

Perilaku konsumen dalam menentukan suatu pilihan produk atau jasa sesuai dengan daftar pilihan yang sudah diurutkan berdasarkan pilihan konsumen.

4) Sikap

Suatu perasaan atau kecenderungan tertarik atau tidak terhadap suatu objek tersebut.

5) *Variety seeking*

Perilaku konsumen yang mencari berbagai macam merek di luar kebiasaannya karena keterlibatan beberapa produk rendah. Tujuannya ialah untuk mencapai suatu sikap terhadap merek dan maksud dari variety seeking hanya untuk memperoleh sesuatu yang baru.