

## Diversifikasi Produk Keuangan Pasca Merger (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia)

**R. Agrosamdhyo**

Ekonomi Syariah, ragrosamdhyo@gmail.com, STAI Denpasar Bali

### ABSTRACT

The purpose of this study is to find out how product diversification is carried out by Bank Syariah Indonesia post-merger to attract customers. The research methodology used is descriptive qualitative research. The informants in this study were employees of the Denpasar Branch of Bank Syariah Indonesia using a purposive technique. As well as data collection in the form of interviews and documentation. This study describes the results of product diversification carried out by Bank Syariah Indonesia after the merger to attract customers, namely by launching BSI products that were not available in previous banks, namely Imas and BSI smart agents. Verification carried out by Indonesian Islamic banks is more effective in increasing customer interest which is increasing every month and is also suitable for expanding market share.

**Keywords:** Diversification, Mergers, Service Products.

### ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana diversifikasi produk yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia pasca merger untuk menarik nasabah. Metodologi penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif. Informan dalam penelitian ini adalah pegawai Bank Syariah Indonesia Cabang Denpasar dengan menggunakan teknik purposive. Serta pengumpulan data berupa wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini memaparkan hasil diversifikasi produk yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia pasca merger untuk menarik nasabah yaitu dengan meluncurkan produk BSI yang diluncurkan yang belum ada di bank sebelumnya yaitu agen pintar Imas dan BSI. Verifikasi yang dilakukan oleh bank syariah Indonesia lebih efektif dalam meningkatkan minat nasabah yang semakin meningkat setiap bulannya dan juga cocok untuk memperluas pangsa pasar.

**Kata Kunci:** Diversifikasi, Merger, Produk Jasa.

## 1. PENDAHULUAN

Proses merger tiga bank syariah besar di Indonesia menjadi salah satu tonggak sejarah yang akan membuka banyak peluang-peluang baru dalam mendukung perekonomian masyarakat secara nasional. Setiap bank syariah memiliki latar belakang dan sejarahnya sendiri sehingga semakin menguatkan posisi BSI ke depannya. Strategi perbankan untuk menarik minat nasabah atau pengguna jasa salah satunya yaitu dengan memberikan kepercayaan dan pelayanan yang mampu memikat hati para nasabah. Ketertarikan dan kepercayaan nasabah bukanlah hal yang mudah untuk diraih, butuh strategi dan perhitungan yang matang untuk menyiasati permasalahan ini.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Merger

Merger berasal dari kata “mergere” (latin) yang berarti bergabung bersama, menyatu, berkombinasi. Menyebabkan hilangnya karena terserap atau tertelan sesuatu. Definisi merger sebagai penggabungan dua atau lebih usaha yang kemudian hanya ada satu perusahaan yang tetap hidup sebagai badan hukum sementara yang lainnya menghentikan aktivitasnya atau bubar.

## 2.2. Bank Syariah Indonesia

Bank Syariah Indonesia adalah bank di Indonesia yang bergerak di bidang perbankan syariah. Bank ini di resmikan pada tanggal 1 februari 2021 pukul 13.00 WIB atau bertepatan dengan tanggal 19 jumadil akhir 1442 H. bank ini merupakan hasil penggabungan dari Bank Mandiri Syariah, BNI Syariah, dan BRI Syariah yang menjadi satu.

## 2.3. Diversifikasi Produk

Diversifikasi dapat dicapai melalui penggabungan dua perusahaan atau lebih yang bergerak dalam industri yang berbeda. Tujuannya adalah untuk mengurangi risiko

## 3. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pengumpulan melalui wawancara dan observasi. (rahnmawati et al., 2020) menurut Sugiyono (2016: 1) “penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah instrumen kuncinya”. Tujuan utamanya adalah mengetahui bagaimana diversifikasi produk yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia pasca merger untuk menarik nasabah, yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif.

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi merger adalah pelaksanaan penggabungan. Pengertian lain dari merger adalah proses di fusi atau penggabungan dua perseroan dengan salah satu di antaranya tetap berdiri dengan nama perseroannya, sedangkan yang lain lenyap dengan segala nama dan kekayaannya dimasukkan dalam perseroan yang tetap berdiri tersebut.

Diversifikasi adalah praktik memvariasi usaha, produk, investasi, jenis aset, dan sebagainya guna mengurangi resiko. Dalam operasional bisnis, perusahaan yang bergantung pada suatu prodak akan terpapar risiko lebih tinggi apabila produk tersebut gagal di pasaran. Adapun prodak BSI yang diluncurkan yang tidak ada pada bank sebelumnya yaitu Emas dan agen Smart BSI.

Dengan dilakukan verifikasi yang diadakan oleh bank syariah Indonesia lebih efektif dalam peningkatan minat nasabah yang semakin meningkat di setiap bulannya dan juga cocok dalam perluasan pangsa pasar. Berikut adalah produk keuangan yang terdapat di Bank Syariah Indonesia:

- a) Tabungan Easy Mudharabah
- b) Tabungan Wadiah
- c) Tabungan Haji
- d) Tabungan Berencana
- e) Tabungan Pendidikan
- f) Tabungan Bisnis
- g) Giro Rupiah
- h) Giro Valas
- i) Deposito Rupiah
- j) Deposito Valas

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Implementasi merger tiga Bank Syariah: BNI Syariah, BRI Syariah, Mandiri Syariah dapat menarik minat nasabah yaitu dengan memperkenalkan produk-produk terbarunya dengan melakukan diversifikasi yang sangat efektif dalam meningkatkan nasabah.

Implementasi merger tiga Bank Syariah: BNI Syariah, BRI Syariah, Mandiri Syariah yang menjadi Bank Syariah Indonesia Denpasar Gatsu. Dalam bergabungnya tiga bank tersebut membuat sistem dan teknologinya dan sistem kerjanya menurut penyusun sudah cukup baik, dengan adanya merger ini membuat nyaman dari beberapa karyawan dan membuat kerja pegawai lebih ringan dengan berubahnya sistem kerja

yang baru. Seperti mendaftar menabung di Bank Syariah Indonesia sudah tidak memakai brosur akan tetapi bisa lewat handpone.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ansori, Abdul Ghofur. 2010. Pembentukan Bank Syariah Melalui Akuisi dan Konferensi. Yogyakarta: UII Pers.
- [2] Antonio, Muhammad Syafi'i. 2013. Bank Syariah dari Teori dan Praktik. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- [3] Astuti, Miguna Agni Rizkita Amanda. 2020. Pengantar Manajemen Pemasaran Developing Marketing Strategies and Plans, Yogyakarta: Deepublish.
- [4] Ali, Mahrus. 2019 Agribisnis dalam Kewirausahaan dan Pemasaran Masyarakat Madura, Jakarta: Publishing.
- [5] Azwar, Saifuddin. 2010. "Metode Penelitian" Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- [6] Berlianty, Teng. 2019. Hukum Organisasi Perusahaan Sidoarjo: Zifatama Jawa.
- [7] Er Al, Syarifudin. 2010. "Studi tentang Dorongan Minta Beli Ulang Oleh Pengunjung Kampung Tulip Bandung: 2010
- [8] Hariyanti, Iswi. 2011. Merger, Konsolidasi, Akuisis, dan Pemisahan Perusahaan Jakarta: Visimedia.
- [9] Hurlock, E. B. 2012. Psikologi Perkembangan, Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan (terjemahan). Jakarta: Erlangga.
- [10] Handini, Sri. 2020. Manajemen Keuangan. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- [11] Moleong, Lexy J. 2018. "Metode Penelitian Kualitatif" Bandung: 2018
- [12] Sugiyono. 2017. Statistika untuk Penelitian Bandung: Alfabeta.
- [13] Sugiyono. 2014. "Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D" Bandung: Alfabeta
- [14] Untung, Budi. 2019. Hukum Merger. Yogyakarta: Andi Offset.
- Jurnal**
- [15] Agustino. 2018. "Implementasi Publik Model van meter dan van horn"
- [16] Manengal, Yosua. 2016. "Merger Bank dan Akibat Terhadap Nasabah Penyimpan Dana Dan Menurut Undang Undang NO. 10 Tahun 1998"
- [17] Machmudah, Rifa'atul. 2009. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah (Skripsi Insitut Agama Islam Negre Walisongo).
- [18] Nawi, Ahmad. 2018. " Implementasi program kebijakan herabilitas rumah sosial tidak layak huni terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat di desa sumbergondo" Malang:2018
- [19] Pramesti Dewi, Riana. 2017. "Peran Kepuasan Konsumen Memediasi Pengaruh Brand Image Terhadap Repurchase Intention Universitas Udayana:2017

**JURNAL ILMIAH ILMU PENDIDIKAN DAN EKONOMI**

Halaman Issue Jurnal: <https://journal.staidenpasar.ac.id/index.php/wb/issue/view/16>

Halaman Utama: <https://journal.staidenpasar.ac.id/index.php/wb/index>

---

[20] Rahmawati, A. 2020. “ Implementasi Kebijakan Program Pengembangan Komoditas pada Kawasan Strategi Kabupaten di Kabupaten Bone” makassar:2020

[21] Rahmawati, Indah. Pengaruh Merger dan Akuisi Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Go Public di Indonesia . Fakultas Keguruan dan ilmu Pendidikan Universitas. Sukarta.