

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI SWITCHING INTENTION PADA BANK SYARIAH KC LUBUK PAKAM

Yosa Afandi Lubis

Program Studi Perbankan Syariah,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
Safandilubis27@gmail.com

Mustapa Khamal Roka

Program Studi Perbankan Syariah,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
mustafaroka@uinsu.ac.id

ABSTRAK

Perbankan syariah merupakan lembaga keuangan yang sedang berkembang di Kota Malang. Perkembangan tersebut tidak diiringi dengan *market share* dan jumlah pengguna bank Syariah yang masih kalah jauh dibandingkan bank konvensional. Hal itu menandakan bahwa perpindahan pelanggan dari bank konvensional ke bank syariah relatif kecil. Bank syariah dituntut untuk memanfaatkan perpindahan nasabah dari bank konvensional ke bank syariah. Perpindahan nasabah bank konvensional ke bank syariah ditentukan oleh niat untuk berpindah (*Switching intention*). *Switching intention* merupakan hasrat atau niat individu untuk beralih layanan dan digambarkan sebagai sinyal dan peluang nasabah untuk beralih ke layanan yang baru. Semakin tinggi *switching intention* diharapkan dapat meningkatkan perpindahan dari bank konvensional ke bank syariah. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi *switching intention* pada bank syariah dengan menggunakan *theory of planned behavior*. *Confirmatory factor analysis (cfa)* digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi *switching intention* pada bank syariah Kota kc lubuk pakam.

Kata Kunci: *Attitude, Switching intention, Subjective norm*

A. PENDAHULUAN

Bank Syariah adalah institusi keuangan yang operasionalnya dilaksanakan dengan asas-asas syariah atau prinsip-prinsip Islam. Terbentuknya bank syariah diawali dengan keinginan masyarakat dalam menghindari transaksi-transaksi muamalah yang dilarang dalam Islam seperti *riba*, *gharar* dan transaksi muamalah yang merugikan orang lain, *switching intention* atau niat beralih pelanggan merupakan sebuah tanda berhentinya hubungan pelanggan dengan penyedia jasa saat ini secara parsial maupun total. Secara parsial akan terjadi jika pelanggan tetap mempertahankan hubungan dengan *provider* yang sedang digunakan selain juga mencari *provider* yang lain.

Roos, Edvarsson dan Gustavsson (2002) mengkategorikan peralihan nasabah menjadi dua sisi yaitu dalam perusahaan maupun luar perusahaan. Peralihan pelanggan didalam perusahaan terjadi jika customer beralih kepada produk atau jasa lain tapi masih dalam lingkup satu perusahaan. Sedangkan peralihan pelanggan eksternal terjadi ketika pelanggan beralih menggunakan produk atau jasa alternatif diluar perusahaan saat ini. Fisbein dan Ajzen (2000) dalam Arwani (2015) menjelaskan dalam teorinya *theory of behavioral control* (TPB) bahwa minat seseorang terhadap sesuatu itu bisa dilihat dari *attitude* dan *subjective norm* serta *perceived behavior control* yang dimilikinya. Sikap merupakan sesuatu hal yang muncul dari pribadi orang tersebut sedangkan norma subjektif berkaitan dengan persepsi yang dia percaya yang berasal dari lingkungan sekitarnya. Selain itu juga minat dipengaruhi oleh *perceived behavior control* atau control keprikakuan. Hartono (2007) ada tiga jenis intensi atau minat. Pertama, minat didefinisikan sebagai harapan dalam berperilaku tertentu. Kedua minat dimaknai selayaknya kemauan dalam berperilaku tertentu. Ketiga minat dimaknai selayaknya tujuan dalam berperilaku tertentu, Sikap dimaknai perasaan individu mengenai baik maupun buruknya mengenai pekerjaan tertentu. Seseorang akan cenderung memiliki minat dalam menampilkan suatu *behavior* tertentu manakala dipersepsikan secara baik terhadap pekerjaan yang bersangkutan. Kepercayaan mengambil peran terhadap *attitude* seseorang tentang akibat yang ditimbulkan melakukan pekerjaan tertentu (*behavioral belief*) yang didasari oleh evaluasi terhadap konsekuensi (*outcome evaluation*). Dari penjelasan diatas bisa disimpulkan bahwa sikap adalah kepercayaan yang menonjol dari seseorang mengenai apakah hasil akhir perilakunya akan bersifat positif atau negatif.

Subjective norm dimaknai sebagai penggunaan kepercayaan untuk mendorong seseorang untuk menyetujui maupun tidaknya terhadap suatu tindakan. Dorongan tersebut didalam *subjective norm* diyakini sebagai kepercayaan yang bersifat sosial. Pengaruh sosial yang bersifat normatif muncul dikarenakan adanya pengaruh orang lain yang menuntun untuk menyelaraskan diri agar disukai dan diterima oleh lingkungan sosial meskipun tindakan tersebut mungkin tidak diterima atau disetujui oleh individu yang bersangkutan. Pengaruh sosial normatif menempatkan tekanan pada individu untuk mematuhi norma-norma sosial di suatu kelompok. Pengaruh sosial yang normatif telah terbukti memaksakan pengaruh persuasif yang tinggi atas individu. Seorang individu akan berniat berperilaku ketika memahami bahwa orang yang dianggap penting di lingkungan sekitarnya menyarankan melaksanakan Tindakan yang relevan. Individu-individu dianggap penting bisa dalam bentuk pasangan, teman dekat, dokter, dan yang lainnya. Hal ini dinilai dengan memberikan timbal balik kepada individu terkait siapa saja seseorang yang memberikan pengaruh kepada responden tersebut apakah disetujui atau tidak terkait perilaku yang dimaksud.

Ada dua alasan yang bisa diajukan untuk mendukung hal tersebut. Pertama, dengan mempertahankan keyakinan secara terus-menerus, upaya yang dikerahkan untuk mencapai perilaku yang diinginkan akan memiliki kemungkinan untuk berhasil. Misalnya, ada seseorang yang berbeda yang mempunyai keyakinan terhadap minat dalam melakukan sesuatu dan kedua-duanya berupaya melakukannya, orang yang yakin dapat menguasai kegiatan ini kemungkinan

besar akan cenderung berhasil melakukan perilaku tersebut dibandingkan dengan individu yang meragukan kemampuannya. alasan kedua, *perceived behavior control* bisa dianggap sebagai pengganti suatu kadar kendali perilaku yang sebenarnya. Apakah *perceived behavior control* bisa dijadikan ukuran kontrol perilaku yang sebenarnya? tergantung pada akurasi persepsi. *Perceived behavior control* yang dianggap sebagai pengganti control perilaku yang sebenarnya mungkin tidak realistis apabila seorang individu mempunyai alternatif pengetahuan yang kecil terkait perilaku tersebut, apabila kelayakan maupun peluang dimiliki terjadi pergeseran, maupun sewaktu hal-hal yang bersangkutan dan yang belum dikenal mulai terlibat dalam situasi tersebut maka Di bawah kondisi yang demikian hingga taraf tertentu mungkin *perceived behavior control* tidak menambah keakuratan prediksi perilaku. Akan tetapi, sejauh pengendalian yang dianggap realistis, kaidah itu dapat digunakan untuk memprediksi perilaku tertentu.

B. METODE PENELITIAN

pendekatan kuantitatif adalah tata cara tertentu yang berfungsi dalam melakukan penelitian dengan tujuan yg diteliti memiliki kekhasan alami. Pendekatan kuantitatif adalah metode yang digunakan dalam penelitian ini sebagaimana telah dijabarkan dalam rumusan masalah penelitian.

Tujuan utama dari digunakannya analisis ini untuk mengkonfirmasi sebuah model, yaitu model yang pengukurannya berdasarkan teori. Oleh karena itu, dalam CFA rumusan masalah yang akan diteliti tidak akan terepas dari dua pertanyaan berikut.

Secara undimensional, dilihat dari kecocokan dan konsistensi apakah variabel yang diuji bisa dijelaskan oleh indikator-indikator yang sudah dijelaskan dalam teori? Dari variabel yang diteliti, indikator apakah yang dominan dalam menjelaskan variabel tersebut?

Penelitian ini menggunakan analisis faktor konfirmatori dengan alasan bahwa variabel-variabel yang ada dalam penelitian ini mengambil dari teori sebelumnya yaitu *theory of planned behavior* sehingga hasil dari penelitian ini bukan untuk mengembangkan atau mengurangi faktor-faktor baru. Berbeda dengan analisis faktor eksploratori dimana faktor-faktor yang akan diujikan tidak ditentukan terlebih dahulu sehingga dalam hasil penelitiannya akan membentuk atau mereduksi ke dalam faktor-faktor baru. Dalam penelitian ini mengacu kepada teori sebelumnya maka hasil dari penelitian ini hanya bertujuan untuk mengkonfirmasi atau menguji teori sebelumnya apakah tepat hasilnya tanpa harus membentuk faktor-faktor baru sebagaimana analisis faktor eksploratori.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Attitude terhadap switching intention

Dari hasil pengujian yang telah dilakukan pada bab sebelumnya diketahui bahwa *attitude* atau sikap mampu menjadi faktor yang mempengaruhi *switching intention* pada bank syariah Kota Malang. Hal ini terjadi bisa saja karena banyak dari mahasiswa yang sudah mengenal bank syariah meskipun masih belum terlalu mendalam. Selain itu juga karena semua mahasiswa yang diteliti beragama Islam

maka bank syariah yang memiliki label “syariah” yang terkait dengan atribut islam selalu dipersepsikan dengan hal-hal yang bersifat positif. Meskipun pada kenyataannya, hal tersebut masih subjektif. Terlepas dari benar atau tidaknya persepsi mahasiswa tentang bank syariah, proses terbentuknya sikap ini mendukung apa yang disampaikan bahwa sikap berkembang secara wajar dari keyakinan yang dipegang oleh seseorang. Pembentukan keyakinan ini dihubungkan dengan atribut tertentu, misalnya dengan objek, karakteristik, atau peristiwainnya.

Subjective norm terhadap switching intention

Dari hasil pengujian yang telah dilakukan pada bab sebelumnya diketahui bahwa *subjective norm* atau norma subjektif mampu menjadi faktor yang mempengaruhi *switching intention* pada bank syariah Kota Malang. Artinya bahwa terdapat pengaruh yang sangat kuat dari faktor sosial yang mendorong munculnya niat beralih ke bank syariah. Pengaruh sosial yang kuat ini dipengaruhi oleh referent/acuan yang diberikan oleh orang yang dianggap penting. Orang-orang seperti dosen, rekan dianggap orang yang sangat penting dan memiliki *motivation to comply* atau memberikan pengaruh untuk membangkitkan niat beralih ke bank syariah. Selain itu juga bisa jadi tekanan dari sosial untuk beralih ke bank syariah ini dikaitkan dengan otoritas keagamaan tentang perintah untuk meninggalkan bank konvensional yang menjalankan operasionalnya menggunakan riba.

Perceived behavior control terhadap switching intention

Dari hasil pengujian yang telah dilakukan pada bab sebelumnya diketahui bahwa *perceived behavior control* mampu menjadi faktor yang mempengaruhi *switching intention* pada bank syariah Kota Malang. Hal ini mendukung apa yang dikemukakan oleh Arimtage dan corner (1999) dalam Amaliyah (2008) bahwasanya *perceived behavior control* terjadi karena adanya *percieved control* yaitu persepsi atau keyakinan tentang mudahnya atau tidaknya melakukan sesuatu. persepsi mahasiswa tentang beralih ke bank syariah ini masih dibawah kendali ataudegankata lain mudah untuk dilakukan.

Faktor dominan yang mempengaruhi switching intention

Dari hasil pengujian yang telah dilakukan pada bab sebelumnya diketahui bahwa *attitude* atau sikap menjadi faktor yang dominan dalam mempengaruhi *switching intention* pada bank syariah Kota Malang. Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan bahwa *subjective norm* merupakan faktor yang dominan dalam mempengaruhi *switching intention*. Perbedaan hasil penelitian ini sebenarnya dapat terjadi sebagaimana dijelaskan bahwa dalam kondisi tertentu bukan hanya tekanan sosial (norma subjektif) yang menjadi pertimbangan dalam memainkan peranan penting dalam berperilaku melainkan lebih dari itu bahwa *personal Norm (attitude)* juga memainkan peranan penting yaitu perasaan moral dalam melakukan tanggung jawab untuk melakukan kecenderungan dalam berperilaku tertentu yang dalam hal ini adalah keinginan untuk beralih ke bank syariah.

Kecenderungan untuk bersikap lebih *attitudinal* daripada *normative (norma subjective)* ini juga sedikit banyaknya dipengaruhi oleh faktor usia. Anak-anak yang diberikan beberapa pilihan untuk berperilaku tertentu akan cenderung lebih

memilih nilai-nilai yang diturunkan oleh orang tuanya. Hal ini dikarenakan anak-anak memiliki sedikit *well developed depense mechanism* meskipun pada akhirnya nilai-nilai tersebut akan mengalami pengurangan dengan berjalannya usia. Sedangkan orang yang lebih tua akan melakukan perilaku tertentu berdasarkan atas evaluasi dari persepsinya sendiri.

D. KESIMPULAN

Setelah dilakukan hasil analisis data dan pengujian hipotesis terkait analisis faktor-faktor yang mempengaruhi switching intention pada bank syariah Diponegoro maka bisa ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Attitude mampu menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi switching intention pada banksyariahSubjective norm mampu menjadi faktor-faktor yangmempengaruhiswitching intentionpada bank syariah
2. Perceived behavior control mampu menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi switching intention pada bank syariah.
3. Attitude mampu menjadi faktor-faktor yang dominan dalam mempengaruhi switching intention pada bank syariah.

Berikut adalah saran yang akan diuraikan untuk beberapa pihak dari penelitian ini dikarenakan adanya keterbatasan dan kelemahan. Oleh karena itu, peneliti memberikan saran bagi peneliti selanjutnya. Saran agar bisa memberikan sampel yang lebih besar dengan harapan agar hasil dari penelitian selanjutnya lebih handal baik secara teoritik ataupun aplikatif dan juga dengan mencoba dengan teori yang lainnya agar mendapatkan hasil yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Lina, Carolina, & Chandra. (2011). Analisis Switching Intention Pengguna Jasa Layanan Rumah Kos Di Siwalankerto: Persepektif Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 6 (1), 22-31.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50 (2), 179-211.
- Ajzen, I., & Feshbien. (1980). Understanding Attitudes And Predicting Social Behavior. *Prentice-Hall*.
- Bansal, H. S. (2005). Migrating To New Service Providers. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 96-115.
- Choi, J. (2018). A Study On Factors Affecting A Customer's Switching Intention To Pure-Play Internet Bank Using The Push-Pull-Mooring Model. *Thesis College of Business Administration*.
- Murad, Mustafa. (2011). Direct And Moderating Factors Affecting Customer Switching Intentions: An Empirical Study On Bank Of Palestine And Cairo Amman Bank In Gaza Strip. Thesis. The Islamic University-Gaza, faculty of commerce.
- Nazmul, Mohamad Ahsanul (2017). Observing And Estimating The Switching Intention Of Existing Consumers Towards New Ethnic Indian Restaurant In Helsinki. Thesis. University Of Applied Scienes.
- Noor, Jualiansyah. (2012). *Metodologi penelitian*. Jakarta: Kencana Prenada

Group.

- Prima Matondang, Tio Dkk (2019) Pengaruh Push, Pull Dan Mooring Terhadap Keinginan Berpindah Pelanggan. *Industrial Enginereging Online Jurnal*. 8 (2)
- Rumengan, Rosaline L. (2015). The Influence Of Switching Cost, Time, Variety Of Seeking On Consumer Switching Intention (A Study On Kiosk And Minimarket In Nort Minahasa). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 5 (5). 873-883.
- Roos, I., Edvarson, B., & Gustafsson, A. (2002). Customer Switching Patteerns In Competitive And Noncompetitive Service Industry. *Journal Of Service Research*, 256-271.
- Syah, Sri R, Dkk (2018). Switching Behavior Nasabah Bank: Tinjauan Empiris Keprilakuan Di Kota Makasar. *Jurnal Administrasi : Jurnal Pemikiran Ilmiah Dan Pendidikan Administrasi*
- Saeed, Ayesha Dkk. (2011) . Factors Affecting Consumer Switching Intention. *Eropean Journal Of Social Scienes*. 19 (1).
- Sugiyono. (2005). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sugiono. (2010). *Penelitian Pendidikan pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: alfabeta.
- Suhardi dan Purwantoro (2008). *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*