

## **PENGARUH MERGER BANK SYARIAH BUMN TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH INDONESIA PADA MASYARAKAT TANJUNGBALAI**

**Asra Idriyansyah Purba**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah Asahan - Sumatera Utara

Asra.idriyansyah@gmail.com

### **Abstract**

This study aims to know the public's reaction and how much influence the merger Islamic banks of Indonesia Government. As well as how much influence the merger Islamic banks of Indonesia Government in terms of religion, economy, promotion and merger information on interest in saving in the community of Tanjung balai city. This study used a quantitative method involving 100 people from various community backgrounds in the city of Tanjungbalai. The results showed that the factors of Religion, Promotion and Merger Information had an effect on the interest in saving in Indonesian Islamic banks, while the economic factor (profit sharing) had a big influence on the interest in saving at Indonesian Sharia banks. This means that people consider economic factors to have a big influence on people's interest in saving at Indonesian Sharia banks.

**Kata Kunci :** Agama, Ekonomi, Promosi, Bagi Hasil, Informasi Merger, Bank Syariah

### **Pendahuluan**

Perkembangan perbankan syariah beberapa tahun belakangan ini penuh tantangan baik yang berasal dari luar negeri maupun faktor dari dalam negeri. Secara umum, menurut data OJK (Otoritas Jasa Keuangan) perkembangan perbankan syariah selama tiga tahun terakhir mengalami *rebound* yang signifikan, bisa terlihat pertumbuhan Aset bank syariah tahun 2017 sebesar 18,98% dan tahun 2018 mengalami sedikit penurunan sebesar 12.53%, tahun 2017 ditandai dengan konversi Bank Aceh menjadi Bank Umum Syariah dan kewajiban pemisahan (*spin-off*) unit usaha syariah sebelum 2023 diharapkan menambah pertumbuhan asset perbankan syariah secara nasional yaitu sekitar 20%-30%.

Pertumbuhan yang stagnan saat ini dipengaruhi beberapa faktor, persaingan dan pertumbuhan ekonomi dunia yang cenderung dinamis dan penuh ketidakpastian membuat ekonomi dunia datar seperti kasus perang dagang

Amerika Serikat dengan China, dinamika politik di Timur Tengah. Peta persaingan industri perbankan syariah bisa dilihat dengan metode “*Five Forces model*” yang dikemukakan Michael Porter yang potensi bisnis suatu industri termasuk industri perbankan dapat ditentukan oleh intensitas persaingan dalam industri tersebut. Persaingan dalam industri ini cukup tinggi terutama faktor ekonomi, dan produk dari lembaga keuangan lainnya yang menawarkan produknya dengan memberikan kemudahan dan fasilitas yang terbaik sehingga persaingan semakin ketat. Lembaga keuangan seperti Bank Konvensional yang memiliki keunggulan dari fasilitas dan jaringan, BPR/BPRS yang semakin kompetitif, koperasi simpan pinjam dan lembaga pembiayaan Konsumen (*multifinance*). Ancaman terbesar berasal dari layanan berbasis teknologi informasi yang membuat lembaga keuangan semakin bersaing. Didalam industri perbankan syariah juga memiliki persaingan yang ketat baik antar Bank Umum Syariah maupun antar unit usaha syariah.

Terkhusus pada saat ini munculnya wabah yang menyerang sebagian besar dunia, tidak terkecuali Indonesia yakni wabah *Coronavirus disease 2019* (COVID – 19) banyak merenggut korban jiwa. Kegiatan perbankan syariah menjadi terganggu dan membuat aktivitas ekonomi menurun hingga pertumbuhan ekonomi minus. Faktor penghambat pertumbuhan industri perbankan syariah bisa berasal dari beberapa masalah yang saling berkaitan seperti keterbatasan modal, tingginya biaya dana (*cost of fund*) dan kondisi likuiditas.

Maka diperlukan terobosan yang strategis dalam pengembangan perbankan syariah guna mendorong perkembangan bisnis, jangkauan, pelayanan perbankan syariah sehingga menggerakkan ekonomi bagi masyarakat. Apalagi di Indonesia memiliki mayoritas penduduk Muslim terbesar di dunia dan pemahaman tentang perbankan syariah yang semakin berkembang. Oleh karena itu peningkatan kapasitas perbankan syariah merupakan kebutuhan yang penting dan mendesak dengan pengembangan bank syariah.

Dengan kondisi yang mendesak dan peluang yang besar, pemerintah Indonesia dalam hal ini kementerian BUMN yang dipimpin Bapak Erick Thohir mengambil langkah strategis guna meningkatkan perkembangan industri perbankan syariah yakni dengan kebijakan merger, yang menggabungkan Bank syariah BUMN. Bank syariah yang dimiliki pemerintah Indonesia yakni Bank Syariah Mandiri (BSM), Bank BNI Syariah, Bank BRI Syariah dan BTN Syariah.

Penggabungan Bank syariah ini hanya tiga unit syariah dari Bank Umum milik pemerintah yakni Bank Syariah Mandiri (BSM), Bank BNI Syariah, dan Bank BRI Syariah. Total asset yang yang besar menjadikan penggabungan Bank syariah BUMN menjadikan Bank Umum Syariah terbesar di Indonesia dan masuk kedalam buku 4. Pembahasan dan pendalaman pembentukan Bank BUMN syariah sudah dilakukan secara mendalam dan komprehensif sebagai langkah besar untuk meningkatkan asset dan peran perbankan bagi menggerakkan ekonomi nasional. Merger tiga bank syariah BUMN akan diberi nama “Bank Syariah Indonesia (BSI)” yang legalisasi, pengesahan nama dan logo sudah selesai oleh kementerian Hukum dan HAM dan operasional akan terlaksana 1 februari 2021 dengan mendapatkan persetujuan dari salinan Keputusan Dewan Komisiner OJK nomor 4/KDK.03/2021 tentang pemberina izin pengabungan Bank syariah pemerintah. Dimana Bank Syariah Indonesia memiliki lebih dari 1.200 kantor cabang, 20 ribu lebih karyawan, 1.700 ATM dan asset lebih dari 214,6 T (buku 4).

Dengan adanya merger dari bank-bank syariah milik pemerintah (BUMN) menjadikan asset dan jangkauan pelayanan perbankan kepada masyarakat, dengan memberikan produk yang bersaing dan bermanfaat bagi masyarakat, seperti masa pandemi Covid 19 saat yang daya beli masyarakat yang cenderung menurun, akibatnya kegiatan menabung di bank syariah cenderung stagnan, sehingga memiliki tantangan dalam merger Bank Syariah Indonesia

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan di atas maka penulis ingin meneliti tentang Pengaruh merger Bank Syariah BUMN terhadap minat menabung di Bank Syariah Pada Masyarakat Kota Tanjungbalai

## **Kajian Literatur**

### **1. Pengertian Perbankan Syariah**

Menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah BAB I ketentuan umum pada pasal 1 menjelaskan bahwa Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Sedangkan Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip

syariah yang memberikan produk kepada masyarakat seperti penghimpunan dana, penyaluran dana dan jasa keuangan lainnya dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

Perbankan Syariah dalam melakukan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah, demokrasi ekonomi, dan prinsip kehati-hatian. Prinsip Syariah adalah Prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan Fatwa yang dikeluarkan lembaga yang memiliki kewenangan dalam menetapkan fatwa dibidang Syariah dalam hal ini lembaga tersebut yaitu Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN – MUI).

Bank syariah bukan sekedar bank bebas bunga, tetapi juga memiliki orientasi kesejahteraan. Secara fundamental terdapat beberapa karakteristik bank syariah :

- a) Pelayanan kepada kepentingan publik dan merealisasikan sasaran sosio-ekonomi Islam.
- b) Bank syariah bersifat universal yang merupakan gabungan dari bank komersial dan bank investasi.
- c) Bank syariah akan melakukan evaluasi yang lebih berhati-hati terhadap permohonan pembiayaan yang berorientasi kepada penyertaan modal, karena bank komersial syariah menerapkan profit and loss sharing dalam konsinyansi, ventura, bisnis, atau industri.
- d) Bagi hasil cenderung mempererat hubungan antara bank syariah dengan pengusaha.
- e) Kerangka yang dibangun dalam membantu bank mengatasi kesulitan likuiditas dengan memanfaatkan instrumen pasar uang antarbank syariah dan instrumen bank sentral berbasis syariah.(Soemitra, 2009: 67).

## **2. Prinsip bagi hasil di Bank syariah**

Sebagai alternatif sistem bunga dalam ekonomi konvensional, ekonomi syariah menawarkan sistem bagi hasil yang artinya kerja sama yang dilakukan oleh pemilik modal dan pengelola jika mengalami keuntungan, maka keuntungan tersebut dibagi berdua (pemilik modal dan pengelola) dan jika usaha tersebut mengalami kerugian, maka kerugian ditanggung bersama. Sistem bagi hasil ini

meminjam adanya keadilan dan tidak adanya pihak yang dizalimi (Ascarya, 2007: 26).

Menurut Adiwarmanto A.Karim, bagi hasil adalah bentuk *return* tersebut tergantung pada hasil usaha yang benar-benar terjadi (Karim: 191). Bagi hasil dalam sistem perbankan syariah merupakan ciri khusus yang ditawarkan kepada masyarakat yang harus ditentukan terlebih dahulu pada awal terjadinya kesepakatan. Di dalam usaha tersebut diperjanjikan adanya pembagian bagi hasil atau keuntungan yang akan di dapat antara kedua belah pihak atau lebih.

Bagi hasil dalam sistem perbankan syariah merupakan ciri khusus yang ditawarkan kepada masyarakat dan di dalam aturan syariah yang berkaitan dengan pembagian hasil usaha harus ditentukan terlebih dahulu pada awal terjadinya kontrak (akad). Besarnya penentuan porsi bagi hasil antara kedua belah pihak ditentukan sesuai kesepakatan bersama dan harus terjadi dengan adanya kerelaan (*'an-taradin*) di masing-masing pihak tanpa adanya unsur paksaan (Antonio, 2013: 90).

### **3. Prilaku Konsumen**

Prilaku konsumen adalah tingkah laku konsumen dalam membeli suatu produk yang dipengaruhi berbagai unsur, baik dari dalam membeli suatu produk yang dipengaruhi berbagai faktor, baik dari dalam maupun dari luar. Unsur-unsur tersebut membentuk suatu kekuatan yang merangsang konsumen sehingga ia memutuskan untuk membeli produk tertentu (Dewan Redaksi Ensiklopedi Islam, 1997: 158)

Jadi perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok, atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, menggunakan dan mempertahankan barang-barang atau jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi lingkungan sekitar (Sunyoto, 2014: 4)

### **4. Persepsi**

Persepsi yang telah terbentuk ini, akan membentuk sikap konsumen terhadap sesuatu obyek yang pada gilirannya secara tidak langsung akan

mempengaruhi minat beli, apakah konsumen akan membeli suatu produk atau tidak. Adapun minat adalah sesuatu yang pribadi atau berhubungan dengan sikap, individu yang berminat terhadap sesuatu objek akan mempunyai kekuatan atau dorongan untuk melakukan serangkaian tingkah laku untuk mendekati atau mendapatkan objek tersebut (S. Gunarso, 1985).

## **5. Merger**

Kepemilikan usaha bank dapat beralih kepada pihak lain melalui penyatuan usaha (*combination atau busines amalgamation*) bank dalam memperkuat dirinya guna mewujudkan sistem perbankan yang sehat, efisien, dan mampu berdaya saing dalam era globalisasi dan perdagangan bebas (Rachmadi Usman, 2001:84). Peleburan dan pengambilalihan yaitu Penyatuan usaha adalah dimaksudkan untuk mengatasi kesulitan yang membahayakan kelangsungan usaha bank yang bersangkutan atau perluasan usaha bank yang bersangkutan, sehingga bank menjadi kuat (Pasal 37 ayat 1 huruf d Undang-Undang Perbankan).

Jadi pada dasarnya merger adalah suatu keputusan untuk mengkombinasikan/menggabungkan dua atau lebih perusahaan menjadi satu perusahaan baru. Dalam konteks bisnis, merger adalah suatu transaksi yang menggabungkan beberapa unit ekonomi menjadi satu unit ekonomi yang baru. Proses merger umumnya butuh waktu karena perlu persiapan untuk melakukan negosiasi dan persiapan matang, seperti aspek permodalan, manajemen organisasi, hukum dan sumber daya manusia. Merger bank syariah milik pemerintah tentu akan memberikan dampak yang positif terutama terhadap perekonomian nasional dan masyarakat, karena merger perbankan syariah pemerintah akan memberikan kepercayaan masyarakat terhadap produk perbankan syariah semakin meningkat.

## **6. Minat menabung**

Minat merupakan sikap atau kesukaan yang tinggi terhadap sesuatu yang dilihat, didengar atau dikenal sehingga menimbulkan keinginan yang tinggi. Minat menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai “sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu gairah atau keinginan”. Minat juga bagian dari keinginan yang berawal dari kesukaan terhadap sesuai baik benda (produk) maupun jasa (pelayanan) tanpa dipengaruhi oleh orang lain. Sehingga

minat dapat menimbulkan keputusan yang diambil seseorang untuk membeli atau memakai barang atau jasa. Seseorang yang memiliki minat dapat dipengaruhi beberapa faktor. Menurut Tjiptono (2010) minat dipengaruhi pengetahuan, pelayanan dan lokasi yang merupakan faktor yang penting dalam menarik minat konsumen atau pelanggan. Berikut faktor yang mempengaruhi minat menabung yaitu :

a) Faktor pengetahuan

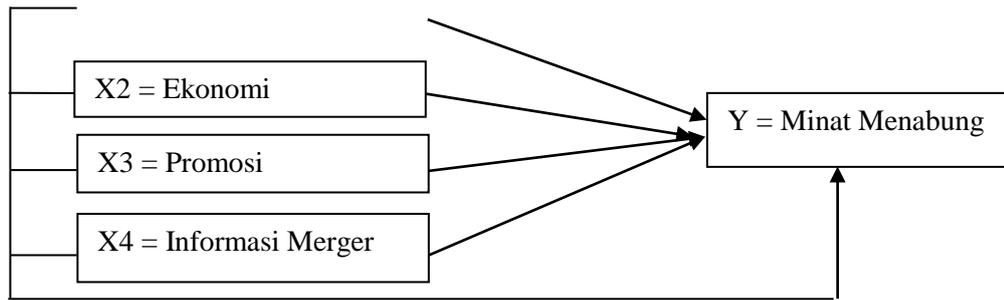
Notoadmodjo (2003) dalam Wawan dan Dewi (2010 : 30-40 ) menyatakan bahwa : Pengetahuan merupakan hasil dari informasi yang diterima dan ini terjadi setelah orang melakukan pengindraan terhadap suatu objek tertentu. Yang dipakai pancaindra manusia, yakni indra penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa, dan raba dengan sendiri. Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui mata dan telinga sehingga diambil keputusan.

b) Faktor Pelayanan

Istilah layanan dapat diartikan suatu industri, output atau penawaran, proses dan sistem kendati keanekaragaman perspektif ini bisa menimbulkan kerancuan, implikasi strategi adalah bahwa komponen jasa atau pelayanan memainkan peran strategi dalam setiap bisnis. Dunia perbankan senantiasa tidak terlepas pada masalah persaingan. Dari hasil survei langsung membuktikan bahwa kualitas dari pelayanan merupakan hal yang paling dipertimbangkan masyarakat dalam memilih bergabung dengan suatu bank, sehingga sangat perlu melakukan pelayanan yang sebaik kepada nasabah agar banyak masyarakat yang mau bertransaksi.

c) Faktor Lokasi

Menurut Kasmir (2013:11) yaitu tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajang barang-barang dagangannya untuk diperjualbelikan kepada konsumen. Pertimbangan dalam memilih letak lokasi yaitu berdasarkan jenis usaha yang akan dilakukan, keterdekatan dengan pasar/konsumen, kemudahan sarana dan prasarana, kemudahan untuk melakukan ekspansi, dekat dengan pusat pemerintahan, dan tersedianya sumber daya yang lain



**Gambar .1 Kerangka Teoritis**

Berdasarkan Gambar.1 penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut :

H<sub>1</sub> : Ada pengaruh faktor agama terhadap minat menabung masyarakat di Bank Syariah Indonesia.

H<sub>2</sub> : Ada pengaruh faktor Ekonomi (Bagi Hasil) terhadap minat menabung masyarakat di Bank Syariah Indonesia.

H<sub>3</sub> : Ada pengaruh faktor Promosi terhadap minat menabung masyarakat di Bank Syariah Indonesia.

H<sub>4</sub> : Ada pengaruh faktor Informasi Merger terhadap minat menabung masyarakat di Bank Syariah Indonesia.

H<sub>5</sub> : Ada pengaruh faktor Agama, Ekonomi, Promosi dan Informasi Merger terhadap minat menabung masyarakat di Bank Syariah Indonesia.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada periode Februari 2021. Jenis penelitian ini merupakan penelitian Kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan yang menekankan pada pengujian teori-teori atau hipotesis-hipotesis melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dalam angka (*quantitative*) dan melakukan analisis data dengan prosedur statis dan permodelan sistematis (Sujoko Efferin, 2008: 47)

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat di Tanjung balai. Dalam penelitian ini populasi yang diambil terlalu besar dan jumlahnya tidak diketahui secara pasti, sehingga penarikan sampel menggunakan rumus slovin (Slovin. 2010:35) sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Persentase Kelongaran, ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat diinginkan yaitu 10% (0.1). maka dari rumus tersebut, didapat :

$$N = \frac{177.005}{1 + 177.005 (0.1)^2}$$
$$= 99,60 \text{ digenapkan } 100$$

Jumlah populasi dalam hal ini jumlah penduduk Tanjung balai sebanyak 177.005 jiwa (Sumber Proyeksi Penduduk Indonesia Juni 2020), sehingga didapat jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang sebagai responden.

Oleh karena jumlah populasinya cukup besar, maka perlu dibatasi dengan menggunakan sampel. Pengambilan sampel dilakukan secara *Random Sampling*. Sampel ditetapkan sebanyak\_orang dengan sampling ratio atau % (Syukur Kholil, 2006: 6)

Untuk memudahkan pemberian penafsiran mengenai variabel-variabel yang digunakan yang menjadi batasan masalah ini, maka diperlukan penjabaran defenisi operasional sebagai berikut :

1) Variabel Merger Bank Syariah BUMN

- a. Agama (X1), berkaitan dengan agama, mayoritas penduduk Kota Tanjungbalai beragama Islam. Oleh karena itu, mayoritas masyarakat di Tanjung balai yang beragama Islam menuntut adanya bank yang berprinsip sesuai agama Islam.
- b. Ekonomi (X2), setiap lapisan masyarakat memiliki sumber keuanganya yang berbeda-beda, hal ini didasari sumber keuanganya dan pekerjaan yang beraneka ragam, seperti dari penghasilan tetap, bekerja sendiri atau kombinasi dari kedua sumber tersebut.

- c. Promosi (X3), pemahaman tentang promosi atau pengenalan tentang produk perbankan syariah perlu pengenalan secara baik dan menyeluruh, sebab masyarakat yang beraneka ragam latar belakang sebagian besar belum mengetahui produk dari perbankan syariah.
- d. Informasi Merger (X4), pemahaman tentang informasi atau kabar tentang bergabungnya bank-bank milik pemerintah perlu pemahaman secara baik dan menyeluruh, sebab masyarakat yang beraneka ragam latar belakang dan kepentingan pasti perlu informasi yang lengkap tentang merger bank syariah ini.

2) Variabel Minat menabung di Bank Syariah Indonesia (Y)

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini merupakan hasil penyebaran angket pada sampel penelitian dalam hal ini masyarakat Tanjung balai. Pengambilan data dilakukan dengan melakukan angket dengan skala Likert, yaitu alat ukur mengenai sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang gejala sosial yang diperoleh melalui jawaban secara bertingkat dari pertanyaan-pertanyaan yang diajukan terhadap sampel yang menjadi responden penelitian dalam hal ini masyarakat di Tanjung balai

Pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan kuesioner yaitu teknik pengumpul data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiono, 2005: 135).

### **Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik regresi, yang mana digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, dan untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Variabel dependen (Y) diasumsikan random/skokastik, yang berarti mempunyai distribusi probalistik. Variabel independen (X) diasumsikan memiliki nilai tetap (dalam pengambilan sampel yang berulang). Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Minat Menabung di Bank Syariah Aceh

X1 = Agama

X2 = Ekonomi

X3 = Promosi

X4 = Informasi Merger

b = Koefisien Regresi

### Hasil Penelitian Dan Pembahasan

#### Karakteristik Responden

Kuesioner yang siap diedarkan dan disebarakan untuk pengumpulan data sebanyak 100 responden. Kuesioner di berikan kepada masyarakat di Tanjung balai. Dibawah ini akan dijelaskan beberapa karekteristik responden yang akan mengisi kuesioner berdasarkan beberapa tingkat atau Kriteria.

**Tabel 1 Karakteristik Responden**

No	Uraian	Jumlah Responden	Proporsi % dalam sampel
1	Jenis Kelamin :		
	- Laki-Laki	37	48
	- Perempuan	63	52
	Total	100 orang	100 %
2	Usia :		
	- s.d 24 Tahun	27	27
	- 25 - 39 Tahun	40	40
	- 40 – 59 Tahun	29	29
	- 60 Tahun - dst	4	4
	Total	100 orang	100 %
3	Pendidikan Terakhir :		
	- SD dan SMP	12	12
	- SMA Sederajat	50	50
	- Sarjana (S1)	36	36
	- Pasca Sarjana (S2)	2	2
	Total	100 orang	100 %
4	Pekerjaan:		
	- PNS (Pegawai Negeri Sipil)	16	16
	- Pegawai Swasta/Honoror	16	16
	- Guru/Dosen	11	11

	- Ibu Rumah Tangga	9	9
	- Pelajar/Mahasiswa	20	20
	- Nelayan/Buruh Nelayan	10	10
	- Lain-lain	18	18
	Total	100 orang	100 %
5	Pendapatan :		
	- >Rp 3.500.000	14	14
	- Rp 2.500.000 s.d Rp 3.500.000	18	18
	- Rp 1.500.000 s.d Rp 2.500.000	14	14
	- < Rp 1.500.000	54	54
	Total	100 orang	100 %

*Sumber : Data diolah Penulis*

### **Uji Deskriptif**

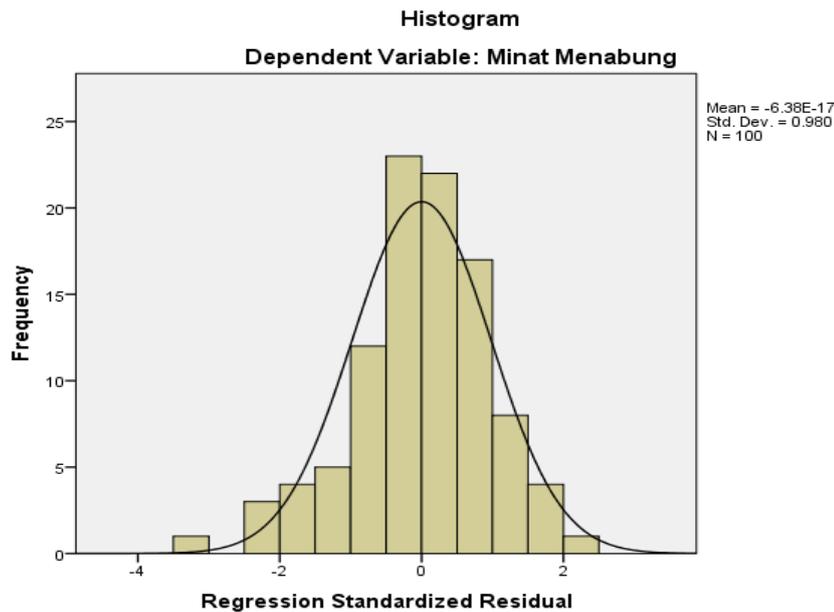
Data dalam penelitian ini menggunakan skala likert yaitu skala yang pengukurannya dikuantitatifkan dengan memberikan skor atau angka dimana angka tersebut menunjukkan posisi, dengan ketentuan angka yang terkecil menunjukkan nilai terendah.

**Tabel 2**

*Descriptive Statistics*

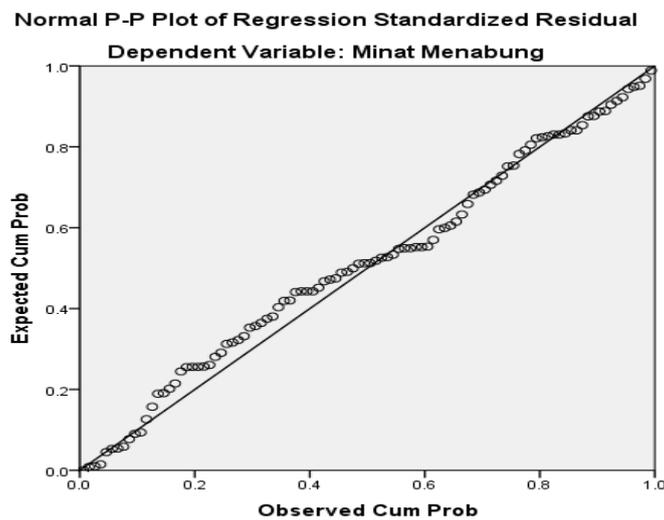
	N	Mean	Std. Deviation
Agama	100	21.0400	2.71888
Ekonomi	100	18.8900	3.26566
Promosi	100	18.7200	3.67102
Informasi Merger	100	17.7500	3.76420
Minat Menabung	100	19.2600	3.74603
Valid N (listwise)	100		

*Sumber : Data Olahan Penulis, 2021*



**Gambar 2 Histogram Uji Normalitas**

Dari hasil pengujian normalitas di atas data variable yang baik adalah data yang memiliki kurva dengan kemiringan sisi kiri dan kanan dan tidak condong ke kiri dan ke kanan, melainkan ke tengah dengan bentuk lonceng ke atas.



**Gambar 3 Normal P-Pot of Regression Standardized Residual**

Dengan melihat tampilan grafik histogram maupun grafik normal plot dapat disimpulkan bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi normal dengan ditandai dengan titik-titik yang mendekati garis diagonal serta penyebarannya mengikuti garis diagonal.

## Uji Hipotesis

### 1. Uji t (Pengaruh Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen yaitu Agama, Ekonomi, Promosi dan Informasi Merger terhadap variabel terikat minat menabung di Bank Syariah Indonesia secara parsial. Hasil Uji t dengan program SPSS terlihat di Tabel 3.

**Tabel 3 Coefficients Multikolinearitas**

Model		Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.032	2.228		.463	.644
	Agama	.096	.109	.069	.876	.383
	Ekonomi	.341	.115	.297	2.969	.004
	Promosi	.248	.107	.243	2.329	.022
	Informasi Merger	.289	.089	.291	3.265	.002

Sumber : Data Olahan Penulis, 2021

Dari Tabel 3 terlihat hasil :

- a. Variabel Agama (X1) memiliki nilai  $t_{hitung} 0,876 > t_{tabel} 1,984$ , dimana signifikan dibawah 5 persen dengan demikian  $H_{01}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima, artinya berpengaruh positif bahwa faktor agama berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat di Bank Syariah Indonesia.
- b. Variabel Ekonomi (X2) memiliki nilai  $t_{hitung} 2,969 > t_{tabel} 1,984$ , dimana signifikan dibawah 5 persen dengan demikian  $H_{02}$  ditolak dan  $H_{a2}$  diterima, artinya berpengaruh positif bahwa faktor Ekonomi berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat di Bank Syariah Indonesia..
- c. Variabel Promosi (X3) memiliki nilai  $t_{hitung} 2,329 > t_{tabel} 1,984$ , dimana signifikan dibawah 5 persen dengan demikian  $H_{03}$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima, artinya berpengaruh positif bahwa faktor Promosi berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat di Bank Syariah Indonesia.
- d. Variabel Informasi Merger (X4) memiliki nilai  $t_{hitung} 3,265 > t_{tabel} 1,984$ , dimana signifikan dibawah 5 persen dengan demikian  $H_{04}$  ditolak dan  $H_{a4}$  diterima, artinya berpengaruh positif bahwa faktor Informasi Merger berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat di Bank Syariah Indonesia.

## 2. Uji F (Pengaruh Simultan)

Uji F dilakukan untuk melihat secara bersama-sama (serentak) pengaruh positif secara signifikan dari variabel independen. Nilai  $F_{hitung}$  diperoleh dengan program SPSS terlihat di Tabel 4.

**Tabel 4 Anova F-test Statistik.**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	743.031	4	185.758	27.308	.000 <sup>b</sup>
	Residual	646.209	95	6.802		
	Total	1389.240	99			

Sumber : Data Olahan Penulis, 2021

Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 27,308. Sedangkan nilai  $F_{tabel}$  menunjukkan angka 2,70. Karena nilai  $F_{hitung}$  27,308 >  $T_{tabel}$  2,70 dapat diartikan bahwa faktor agama, ekonomi, promosi dan informasi merger secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat Tanjung balai di Bank Syariah Indonesia, sehingga  $H_a$  diterima dan sebaliknya  $H_o$  ditolak.

### c) Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi adalah nilai yang menunjukkan proporsi variabel independen yang dapat menjelaskan variabel dependen. Koefisien determinasi dinyatakan dalam prosentase (Ghazali, 2011). Hasil pengujian SPSS didapatkan nilai di Tabel.5

**Tabel 5. Model Summary**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.731 <sup>a</sup>	.535	.515	2.60810	1.646

Sumber : Data Olahan Penulis, 2021

Tabel 5 menunjukkan bahwa R yang disebut koefisien korelasi, menunjukkan bahwa hubungan antara faktor Agama, ekonomi, promosi dan Informasi merger terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia adalah

sebesar 73,1%. Sementara koefisien determinasi menunjukkan angka 53,5 % yang dapat diartikan bahwa minat menabung masyarakat Tanjung balai dipengaruhi Faktor Agama, ekonomi, promosi dan Informasi merger. Sisanya 46,5% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain.

### **Kesimpulan Dan Saran**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat dan menganalisis pengaruh dari penggabungan atau merger bank-bank Syariah milik pemerintah atau Bank syariah BUMN terhadap minat menabung masyarakat Tanjung balai di Bank Syariah Indonesia. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor Agama, faktor Ekonomi dan faktor Informasi berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat di Bank Syariah Indonesia yang memiliki Koefisien Korelasi (R) 0.465 yang artinya ada pengaruh yang erat antara variabel independen (Agama, Ekonomi, promosi dan Informasi merger) dengan variabel dependen (minat menabung) sebesar 46,5%. Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) menunjukkan angka 0.535, dapat diartikan 53,5 % minat menabung masyarakat Tanjung balai di Perbankan Syariah dalam hal ini Bank Syariah Indonesia dipengaruhi faktor Agama, Ekonomi, Promosi dan Informasi Merger. Adapun Variabel yang paling berpengaruh adalah faktor Ekonomi dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.341 yang artinya faktor ekonomi memiliki faktor terbesar mendorong minat masyarakat untuk menabung di bank syariah, faktor ekonomi seperti keuntungan ekonomi dalam hal ini bagi hasil yang diperoleh masyarakat dari menabung di Bank Syariah Indonesia.

Penelitian ini merekomendasikan agar lebih mensosialisasikan produk-produk dari bank syariah dengan intensif dan berkelanjutan, agar produk perbankan syariah dapat diketahui secara baik dimasyarakat Tanjung balai dari berbagai perbedaan latar belakang suku, pendidikan, penghasilan maupun kepentingan memiliki pengetahuan tentang sistem dan prosedur-produk bank syariah.

Saran yang dapat diberikan berkaitan dengan hasil dan pembahasan pada penelitian ini menghasilkan nilai koefisien determinasi di atas 50%, maka perlu mengembangkan dan menambah variabel lain seperti persepsi, lingkungan dan lainnya sehingga menghasilkan penelitian yang lebih baik. Jumlah responden

Asra Idriyansyah Purba: Pengaruh Merger Bank Syariah BUMN Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia Pada Masyarakat Tanjungbalai

sebagai bahan pertimbangan dapat dikembangkan jumlahnya sehingga mendapat tanggapan dari masyarakat yang lebih akurat.

**Daftar Pustaka**

- Ascarya. 2007. *Akad dan Produk Bank Syariah* Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Badan Pusat Statistik Tanjungbalai
- Dewan Redaksi Ensiklopedi Ilam. *Ensiklopedi Ekonomi*. Jakarta: Ichtiar Baru Van Hoeve, 1997
- Efferin, Sujoko et. al. 2008. *Metode Penelitian Akuntansi*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Jakarta.
- Jalilah Dan Yasir, Muhammad.2015. *Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Etnis Tionghoa Kota Banda Aceh Terhadap Perbankan Syariah*. Jurnal Aricis I UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
- Karim, Ardiwarman A. 2010. *Bank Islam: Analisis Fiqih Dan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Kasmir. 2012. *Manajemen Perbankan*. Jakarta : PT.Grapindo Persada
- Kholil, Syukur. 2006. *Metodologi Penelitian Komunikasi*. Bandung: Ciptapustaka Media
- Muhammad Syafii Antonio.2013. *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani Press
- Notoatmodjo, Soekidjo. 2003. *Pendidikan Dan Perilaku Kesehatan*. Rineka Cipta.
- Otoritas Jasa Keuangan, *Statistik Perbankan Syariah*, Januari Tahun 2017.Hal. 5
- Rachmadi Usman,2001.*Aspek-Aspek Hukum Perbankan Di Indonesia*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- S. Gunarso. 1985. *Psikologi Remaja*. Jakarta: Andi Offset
- Slovin, Husein Umar. 2010. *Riset Pemasaran dan Prilaku Konsumen*. Cetakan ketiga, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Soemitro, Andri. 2010. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Kencana
- Sugiono. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sunyoto, D. 2014. *Metodologi Penelitian Ekonomi Alat Statistik & Analisis Output Komputer untuk Mahasiswa dan Praktisi*. Yogyakarta: CAPS (2013). *Teori, Kuesioner & Analisis Data untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu. hal. 4.

Asra Idriyansyah Purba: Pengaruh Merger Bank Syariah BUMN Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia Pada Masyarakat Tanjungbalai

---

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 tahun 2008, *tentang Perbankan Syariah*

Winardi. 1991. *Marketing dan Perilaku Konsumen*. Bandung: Mandar Maju

[www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id)

Yulianti, Rahmah. 2015. *Pengaruh Minat Masyarakat Aceh Terhadap Keputusan Memilih Produk Perbankan Syariah di Kota Banda Aceh*. Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis, Vol.2 No. 1 Maret 2015