

PERSEPSI MASYARAKAT DALAM KEBIJAKAN *MERGER* BANK SYARIAH INDONESIA STUDI KASUS KABUPATEN TEGAL

Muhammad Ali Mustofa

Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi & Bisnis, UIN Syarif Hidayatullah, Indonesia
Email: ali.mustofa17@mhs.uinjkt.ac.id

Mulyani Fatekhatul Jannah

Prodi Pendidikan Biologi, Fakultas Ilmu Tarbiyah & Keguruan, UIN Syarif Hidayatullah, Indonesia
Email: mulyani.fj17@mhs.uinjkt.ac.id

Malik Ibnu Zaman

Prodi Psikologi, Fakultas Psikologi, UIN Syarif Hidayatullah, Indonesia
Email: malik.zaman19@mhs.uinjkt.ac.id

Abstrak

Rendahnya pangsa pasar perbankan syariah sebesar 6,01% menjadikan pemerintah berinisiatif untuk melakukan merger bank syariah untuk meningkatkan pertumbuhan dan perkembangan perbankan syariah Indonesia, serta mendorong persepsi pada masyarakat yang dapat mendorong potensi kemajuan perbankan syariah di Indonesia yang belum tercapai. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi masyarakat di Kabupaten Tegal terhadap merger BSI dari aspek potensi, preferensi dan religiusitas. Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan pendekatan explanatory research. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh masyarakat di Kabupaten Tegal. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik Convenience Sampling melalui data primer sebanyak 100 responden. Metode analisis data menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Hasil uji t menunjukkan variabel potensi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi dalam merger BSI sedangkan preferensi dan religiusitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap persepsi masyarakat. Hasil uji F menunjukkan potensi, preferensi dan religiusitas berpengaruh secara simultan terhadap persepsi masyarakat. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang diajukan diterima.

Kata Kunci : Persepsi, Potensi, Preferensi, Religiusitas, Merger, dan Bank Syariah Indonesia

Abstract

A low share of the Islamic banking market of 6.01% has led the government to take the initiative to conduct a Syariah bank merger to increase the growth and development of Indonesian Islamic banking as well as drive perceptions in the public that can encourage potential advancement in banking sharia in Indonesia that has not been achieved. This study aims to analyze the perceptions of the people in Tegal Regency towards the BSI merger from the aspects of potential, preference, and religiosity. This research used a type of descriptive quantitative research with an explanatory research approach. The population in this study was all people in Tegal Regency. The sampling technique was carried out using the convenience sampling technique through primary data from as many as 100 respondents. Methods of data analysis using multiple linear regression analysis. The t-test results showed that the potential variable partially had no significant effect on perceptions in the BSI merger, while preference and religiosity partially had a significant effect on public perceptions. The results of the F test show that potential, preference, and religiosity simultaneously influence people's perceptions. From the results of the study, it can be concluded that the hypothesis is accepted.

Keywords: Perception, Potential, Preference, Religiosity, Merger, and Indonesian Sharia Bank

PENDAHULUAN

Indonesia menempati urutan pertama dalam daftar negara yang mempunyai jumlah penduduk muslim terbesar di dunia dengan angka persentase sebesar 87,2% atau sejumlah 229 juta penduduk yang bergama muslim (Ibtimes.id, 2020). Angka tersebut menjadikan potensi bagi perkembangan ekonomi syariah di Indonesia terbuka dengan lebar, salah satunya perbankan syariah. Secara umum, bank dapat diartikan sebagai lembaga keuangan yang mempunyai jenis kegiatan utama berupa pengumpulan dana dari masyarakat yang kemudian disalurkan dalam bentuk pinjaman atau pembiayaan serta memberikan produk jasa yang lain kepada masyarakat yang membutuhkan (Andrianto et al., 2019). Di Indonesia sendiri peraturan mengenai perbankan telah diatur dalam undang-undang no.23 tahun 1999 yang kemudian di amandemen menjadi undang-undang no. 3 tahun 2004 tentang bank Bank Indonesia, menyatakan bahwa sistem perbankan di Indonesia ada dua, yaitu system perbankan konvensional dan system perbankan syariah (Kismawadi & Al Muddatstsir, 2018).

Menurut Andrianto & Firmansyah (2019), bank syariah merupakan Lembaga keuangan yang segala aktivitasnya berlandaskan pada hukum islam seperti tidak mengenakan bunga dalam setiap transaksi yang dilakukan dan dimana akad (perjanjian) yang dijalankan harus sesuai dengan yang diatur dalam syariat islam termasuk dalam hal imbalan yang diperoleh atau yang dibayarkan kepada nasabah harus sesuai dengan akad yang disepakati oleh kedua belah yaitu bank dan nasabah (Andrianto & Firmansyah, 2019). Sedangkan definisi menurut undang-undang no. 21 tahun 2008 pasal 1 bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas bank umum syariah dan bank pembiayaan rakyat syariah (Harahap et al., 2010). Sehingga dapat disimpulkan bahwa bank syariah merupakan Lembaga keuangan yang memiliki aktivitas usaha dalam bentuk penyimpanan atau pembiayaan yang dijalankan dan keuntungan yang didapatkan tidak terlepas dari prinsip syariat Islam.

Peran bank syariah yang menjadi alternatif bagi masyarakat islam dalam bidang keuangan terus berkembang, sehingga kebutuhan terhadap produk syariah yang ditawarkan oleh bank syariah yang segala aktivitasnya dilandasi dengan prinsip syariah menjadi kebutuhan yang harus direspon oleh perbankan syariah (Manggu & Dalif, 2018). Perkembangan bank syariah di Indonesia cukup cepat, menurut OJK tercatat jumlah bank syariah di Indonesia berjumlah 14 bank umum syariah, 20 unit usaha syariah dan 176 bank pembiayaan rakyat syariah (OJK, 2020). Jumlah nasabah bank syariah berjumlah 31,89 juta nasabah atau 12% dari jumlah penduduk muslim di Indonesia, angka tersebut termasuk sedikit jika dibandingkan dengan jumlah seluruh penduduk muslim yang ada dan menggambarkan masih rendahnya pangsa pasar asset perbankan syariah yaitu sebesar 6,01% (KNKS, 2020).

Berdasarkan pencapaian yang masih rendah oleh perbankan syariah dan masih ketinggalan jauh dengan pencapaian yang diraih oleh perbankan konvensional maka pemerintah berusaha untuk melaksanakan kebijakan *merger* (penggabungan) bank syariah milik BUMN (Badan Usaha Milik Negara) diantaranya yaitu, PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah, PT. Bank BNI Syariah dan PT. Bank Mandiri Syariah menjadi satu entitas dengan nama PT. Bank Syariah Indonesai (BSI) yang bertujuan untuk menjadikan ekonomi syariah di Indonesia semakin maju dan berkembang (Wareza, 2021). Setelah berhasil melakukan merger Bank Syariah Indonesia akan menjadi bank syariah terbesar dalam lingkup nasional dan diharapkan masuk kedalam urutan ke-7

dalam posisi perbankan nasional terbesar dengan aset yang mencapai 214,6 triliun dengan modal inti sebesar 20,4 triliun (Sitorus, 2021).

Merger merupakan kombinasi dari dua atau lebih dari entitas bisnis dan hanya ada satu entitas bisnis yang tersisa (Pignataro, 2015). Merger berbeda dengan konsolidasi, yang merupakan kombinasi bisnis antara dua atau lebih perusahaan untuk membentuk yang baru, sedangkan merger merupakan penggabungan antara perusahaan dan hanya ada satu perusahaan yang terus beroperasi (Gaughan, 2018). Secara eksternal merger menjadi strategi untuk mengembangkan dan meningkatkan pertumbuhan perusahaan (Cartwright & Schoenberg, 2006). Kegiatan merger dalam industri perbankan dapat mengintegrasikan seluruh sektor perbankan supaya lebih kompetitif dan efisien (Shanmugam & Nair, 2004) serta akan memperkuat aspek permodalan syariah (Miftah & Wibowo, 2017).

Pelaksanaan merger bank syariah layak untuk dilakukan (Ahdizia et al., 2018) karena dapat menambah potensi nilai pasar, meningkatkan fasilitas, pendapatan, penguatan akses modal dan pertumbuhan jumlah nasabah yang melebihi pertumbuhan pegawai akibat adanya persepsi yang positif (Kartika & Rofi, 2015). Persepsi merupakan proses pengorganisasian atas kesan untuk menilai arti dan pandangan terhadap lingkungannya dan dipengaruhi oleh informasi yang diterima yang dapat menimbulkan harapan yang positif dalam memilih keputusan (Yuniarti, 2015).

Dalam pelaksanaan kebijakan merger sendiri mendapatkan respon yang positif dari masyarakat, sebagaimana dalam penelitian (Nurohman & Qurniawati, 2021) menyatakan bahwa kebijakan merger Bank Syariah Indonesia mempengaruhi persepsi masyarakat sukoharjo guna menjadi nasabah. Begitu juga dengan masyarakat di Tanjung Balai yang dimana melalui kebijakan tersebut dapat mempromosikan Bank Syariah Indonesia untuk lebih diminati melalui pertimbangan factor ekonomi (Purba, 2021). Terlepas daripada persepsi positif tidak menutup kemungkinan juga adanya sikap apatis dari masyarakat karena efek pandemic covid-19 yang menjadi fokus utama bagi kalangan masyarakat (Nurohman & Qurniawati, 2021).

Berdasarkan latar belakang yang telah disebutkan, penelitian ini menjadi menarik untuk diteliti karena membahas fenomena baru mengenai kebijakan *merger* dalam bentuk Bank Syariah Indonesia dan belum ada penelitian terdahulu yang membahas dengan tema yang sama. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi dari masyarakat Kabupaten Tegal dalam kebijakan merger Bank Syariah Indonesia yang dapat dijadikan sebagai bahan masukan atau evaluasi bagi pembuat kebijakan untuk memajukan potensi ekonomi syariah yang belum dimanfaatkan secara maksimal. Adapun variabel independent dalam penelitian ini adalah potensi, preferensi, dan religiusitas. Hipotesis yang diajukan berupa potensi, preferensi, dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap persepsi masyarakat dalam kebijakan merger Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Tegal.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan pendekatan *explanatory research* yaitu penelitian yang bertujuan untuk menganalisis adanya hubungan diantara variabel penelitian yang telah ditentukan berdasarkan instrumen penelitian (Imran & Hendrawan, 2018). Teknik analisis data menggunakan teknik analisis regresi linier berganda guna mengetahui arah dan besarnya pengaruh antara tiga variabel independent dengan variabel dependen (Nurhasanah,

2017a). Variabel independent dalam penelitian ini terdiri dari potensi, preferensi dan religiusitas dan variabel dependen berupa persepsi masyarakat dalam *merger* BSI. Adapun jenis data menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar secara online sejumlah 24 pertanyaan dengan skala likert gradasi 5 yaitu, *sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju*.

Populasi pada penelitian ini adalah semua masyarakat muslim yang berada di Kabupaten Tegal. Teknik sampling yang digunakan adalah *Convenience Sampling* dimana responden dalam penelitian merupakan orang yang secara sukarela menawarkan diri (*convenience available*) dengan argumentasi masing-masing (Sinulingga, 2013). Dalam menentukan jumlah sampel pada populasi yang kurang diketahui batasannya dengan jelas, maka jumlah sampel yang diambil bisa secara langsung ditentukan sebesar 100 (Cooper & Schindler, 2014)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden

Jumlah responden dalam penelitian ini lebih didominasi oleh kalangan responden perempuan dibandingkan dengan kalangan responden laki-laki yang lebih sedikit. Tercatat dari 100 responden sebanyak 62 orang dengan presentase sebesar 62% berasal dari kalangan perempuan dan 38 orang dengan presentase sebesar 38% berasal dari kalangan laki-laki. Adapun jumlah responden dari segi tingkat pendidikan terakhir lebih didominasi oleh responden dengan lulusan SLTA sejumlah 64 orang atau 64%. Kemudian diikuti secara berturut-turut oleh responden dengan lulusan Sarjana sejumlah 29 orang atau 29%, dan yang terakhir responden dengan lulusan Diploma sebanyak 7 orang atau 7%.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Ada dua cara untuk melihat hasil uji validitas, yaitu dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel atau dengan melihat nilai signifikansi dibawah 0,05 (Nurhasanah, 2017b). Dari hasil pengujian validitas kuesioner dalam penelitian ini didapatkan nilai signifikansi dari seluruh pernyataan responden berada dibawah 0,05. Sedangkan dalam pengujian reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini didapatkan nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,901 atau lebih besar dari 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh kuesioner bersifat reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan untuk memberikan hasil perhitungan yang tidak bias atas perhitungan dari model analisis regresi linier berganda (Imran & Hendrawan, 2018). Uji yang pertama adalah uji normalitas. Berdasarkan hasil uji normalitas melalui uji *Kolmogorov Smirnov* didapatkan hasil *Asymp.Sig (2-tailed)* sebesar 0,200 yang nilainya lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Uji yang ke dua adalah uji Multikolinieritas. Berdasarkan hasil uji multikolinieritas dalam tabel diatas didapatkan nilai *tolerance* dari seluruh variabel independent lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinieritas pada setiap variabel bebas. Dan uji yang ke tiga adalah uji Heteroskedastisitas. Berdasarkan uji *Heteroskedastisitas (Glejser)* didapatkan hasil signifikansi dari seluruh variabel independen yang lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala *Heteroskedastisitas*. Dari keseluruhan hasil uji asumsi klasik yang dilakukan setiap persyaratan dalam model

regresi pada tahap pengujiaannya telah terpenuhi, sehingga analisis regresi linier berganda dapat dilakukan.

Hasil Analisis Regresi Berganda

Berdasarkan hasil uji analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan mendapatkan hasil nilai pengujian sebagai berikut:

Tabel 1 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a			t	Sig.
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.465	2.126		2.571	.012
	Potensi	.064	.091	.070	.704	.483
	Preferensi	.395	.112	.410	3.539	.001
	Religiusitas	.294	.112	.271	2.631	.010

a. Dependent Variable: Persepsi

Sumber: (Data *spss* diolah, 2021)

Interpretasi data linier diatas sebagai berikut :

1. Nilai konstanta B mendapatkan nilai sebesar 5,465 yang menunjukkan apabila potensi (X1), Preferensi (X2), dan Religiusitas (X3) nilainya adalah nol, maka persepsi terhadap merger Bank Syariah Indonesia (Y) memiliki nilai sebesar 5,465.
2. Pada variabel potensi (X1) mendapatkan nilai koefisien regresi sebesar 0,064, dapat diartikan jika variabel independen lain mempunyai nilai yang tetap atau tidak berubah, maka pada setiap kenaikan 1 point atau 1% variabel potensi (X1) dengan hasil yang positif yang menandakan adanya hubungan positif antara potensi (X1) dengan persepsi terhadap merger (Y). artinya apabila nilai potensi (X1) meningkat maka nilai persepsi dalam merger Bank Syariah Indonesia (Y) juga akan semakin meningkat.
3. Pada variabel preferensi (X2) mendapatkan nilai koefisien regresi sebesar 0,395, dapat diartikan jika variabel independent lain mempunyai nilai yang tetap atau tidak berubah, maka pada setiap kenaikan 1 point atau 1% variabel preferensi (X2) dengan hasil yang positif yang menandakan adanya hubungan positif antara preferensi (X2) dengan persepsi terhadap merger (Y). artinya apabila nilai preferensi (X2) meningkat maka nilai persepsi dalam merger Bank Syariah Indonesia (Y) juga akan semakin meningkat.
4. Pada variabel religiusitas (X3) mendapatkan nilai koefisien regresi sebesar 0,294, dapat diartikan jika variabel independent lain mempunyai nilai yang tetap atau tidak berubah, maka setiap kenaikan 1 point atau 1% variabel religiusitas (X3) dengan hasil yang positif yang menandakan adanya hubungan positif antara religiusitas (X3) dengan persepsi dalam merger Bank Syariah Indonesia (Y). artinya nilai religiusitas (X3) semakin meningkat maka persepsi dalam merger Bank Syariah Indonesia (Y) juga akan semakin meningkat.

Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial variabel independen yaitu potensi, preferensi dan religiusitas berpengaruh atau tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen yaitu persepsi dalam merger Bank Syariah Indonesia. Berdasarkan table 1 dapat diketahui hasil uji t (parsial) sebagai berikut:

1. Dari hasil pengujian dalam variabel potensi (X1) mendapatkan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,704 < 1,985$) dan nilai signifikansi $> 0,05$ ($0,483 > 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa potensi (X1) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi dalam merger Bank Syariah Indonesia (Y).
2. Dari hasil pengujian dalam variabel preferensi (X2) mendapatkan nilai t sebesar $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,539 > 1,985$) dan nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,001 < 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa preferensi (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap persepsi dalam merger Bank Syariah Indonesia (Y).
3. Dari hasil pengujian dalam variabel religiusitas (X3) diperoleh nilai t sebesar $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,631 > 1,985$) dan signifikansi $< 0,05$ ($0,010 < 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa religiusitas (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap persepsi dalam merger Bank Syariah Indonesia (Y).

Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji secara simultan (bersama-sama) variabel independen yaitu Potensi, Preferensi, dan Religiusitas berpengaruh atau tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen yaitu Persepsi dalam merger Ban Syariah Indonesia. Berikut hasil perhitungan dari uji F, yaitu:

Tabel 2 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	341.070	3	113.690	26.511	.000 ^b
	Residual	411.680	96	4.288		
	Total	752.750	99			

a. Dependent Variable: Persepsi

b. Predictors: (Constant), Religiusitas, Potensi, Preferensi

Sumber: (Data *spss* diolah)

Dari hasil pengujian mendapatkan nilai F sebesar $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($26,511 > 2,70$) dan nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa potensi (X1), preferensi (X2), dan religiusitas (X3) berpengaruh secara simultan terhadap persepsi dalam merger Bank Syariah Indonesia (Y).

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur tingkat keeratan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dalam penelitian ini. Dimana ketika semakin besar hasil korelasi yang didapatkan maka hal tersebut menunjukan hubungan antara variabel semakin erat dan sebaliknya semakin kecil nilai korelasi maka semakin lemah. Berikut hasil perhitungan dari uji determinasi:

Tabel 5 Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.673	.45	.43	2.07	

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Potensi, Preferensi

b. Dependent Variable: Persepsi

Sumber: (Data *spss* diolah, 2021)

Berdasarkan tabel diatas didapatkan nilai koefisien (R) adalah 0,637, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang erat antara potensi, preferensi dan religiusitas terhadap persepsi dalam merger Bank Syariah Indonesia. Selain itu didapatkan juga nilai determinasi (R Square) sebesar 0,453 dapat diartikan presentase pengaruh variabel potensi, preferensi dan religiusitas sebesar 45,3% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Pembahasan

Merger merupakan sebuah strategi dalam restrukturisasi perusahaan dengan cara menggabungkan dua perusahaan atau lebih menjadi satu untuk meningkatkan nilai dan arus permodalan. Keputusan merger dipengaruhi oleh keyakinan bahwa sinergi antara perusahaan lebih baik dibandingkan beroperasi secara sendiri-sendiri yang akan menjadikan pendapatan semakin bertambah dan halangan competitor semakin berkurang (Miftah & Wibowo, 2017). Sehingga merger bank syariah perlu dilakukan untuk mencapai skala ekonomi akibat dari sinergi antara bank syariah yang terlibat dalam merger sekaligus dapat mengubah struktur pasar yang akan berpengaruh kedalam profitabilitas. Ada tiga klasifikasi dalam merger: Pertama, merger horizontal yaitu penggabungan antara dua perusahaan atau lebih yang mempunyai kegiatan usaha yang sama dengan tujuan untuk mengembangkan perusahaan secara operasional dan mencapai skala ekonomi yang lebih baik. Kedua, merger vertikal yaitu merger dimana para pembeli mendapatkan pemasok dalam satu badan usaha, yang bertujuan untuk meningkatkan biaya produksi sehingga pembeli tidak lagi memberikan margin yang besar kepada pemasok. Ketiga, merger konglomerat yaitu penggabungan antara perusahaan yang mempunyai sektor atau rantai bisnis yang berbeda yang bertujuan untuk diversifikasi bisnis dari pemilik dan membuat pengendalian proses menjadi lebih efisien (Gitman & Zutter, 2012). Dalam konteks penelitian ini kebijakan merger yang dilakukan oleh pemerintah termasuk kedalam klasifikasi merger horizontal, karena perusahaan yang terlibat dalam merger mempunyai kegiatan yang sama yaitu dalam bidang perbankan.

Variabel potensi (X1) tidak berpengaruh signifikan karena banyak responden yang masih awam terhadap kebijakan merger yang dilakukan karena keterbatasan informasi yang didapatkan mengenai kebijakan merger. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Karim & Affif (2006), yang menyatakan sekalipun tingkat kesadaran kepada perbankan syariah cukup tinggi namun pemahaman mengenai konsep kebijakan yang dilakukan dalam bank syariah masih rendah. Disisi lain meskipun banyak diantara perusahaan yang berhasil menjadi lebih sukses setelah dilakukan kebijakan merger, ada juga kasus kegagalan akibat kebijakan merger (Miftah & Wibowo, 2017). Hal itu disebabkan oleh perusahaan tidak dapat bersinergi dengan baik, pembayaran premi yang tinggi, kegagalan mengelola ekspektasi pada transaksi merger dan kurang sumber daya manusia yang memadai dalam menjalankan merger (Epstein, 2005). Sehingga perlu adanya kajian strategis sebelum melaksanakan merger mengenai kelangsungan bisnis, proyek yang akan dijalankan dan kekuatan serta kelemahan dari perusahaan yang akan digabungkan (Ahdizia et al., 2018).

Adapun pada variabel preferensi (X2) yang mempunyai hasil perhitungan signifikan terbesar disebabkan oleh kesadaran masyarakat mengenai perlunya menabung di bank syariah yang tinggi karena agar terhindar dari riba, dilain sisi informasi merger menyebabkan keyakinan terhadap bagi imbal hasil menambah tingkat preferensi dari masyarakat Kabupaten Tegal. Ada beberapa keuntungan yang didapat dari kebijakan

merger diantaranya yaitu, menciptakan sinergi, menambah pangsa pasar, meningkatkan pertumbuhan atau diversifikasi produk, meningkatkan pendapatan, memperoleh produk atau teknologi dari perusahaan lain, pertimbangan pajak dan memperkuat bisnis dengan memperluas perusahaan di area yang kompetitif (Gitman & Zutter, 2012 & Ahdizia et al., 2018). Hasbullah & Amir (2016) menjelaskan faktor-faktor pendorong preferensi terhadap bank syariah yaitu, keuntungan atas bagi hasil yang tinggi, observabilitas atau kemudahan dalam memberikan manfaat secara ekonomi dan yang terakhir adalah kompatibilitas yang terdiri dari dua pandangan antara pelayanan dan fasilitas.

Terakhir variabel religiusitas (X3) mendapatkan hasil signifikan karena seluruh responden beragama Islam dimana masyarakat memegang teguh terhadap syariat Islam, dimana para responden meyakini dengan menabung di bank syariah berbanding lurus dengan menjalankan syariat Islam yaitu dengan mengurangi praktek bunga bank yang mengandung riba ingin mendapatkan keberkahan dari bagi hasil yang didapatkan dari bank syariah. Persepsi tersebut sejalan dengan dua prinsip dasar dalam pengelolaan bank syariah yaitu, larangan pada setiap transaksi yang mengandung barang atau jasa yang diharamkan atau juga yang dilarang dalam sistem, prosedur dan cara memperoleh keuntungannya (Andrianto & Firmansyah, 2019). Menurut Zulfison et al., (2020) semakin tinggi tangka religiusitas yang dimiliki oleh seseorang maka intensitasnya terhadap bank syariah akan semakin tinggi pula.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis koefisien regresi linier berganda didapatkan hasil koefisien variabel persepsi memiliki nilai sebesar 5,465. Dari hasil uji t secara parsial variabel potensi tidak berpengaruh secara signifikan akan tetapi preferensi dan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap persepsi *merger* BSI. Sedangkan dari hasil uji F variabel potensi, preferensi dan religiusitas berpengaruh secara simultan terhadap persepsi masyarakat pada *merger* BSI. Sebagaimana hasil analisis tersebut maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima. Merger bukan merupakan sebuah hal yang baru dalam bidang industri, melainkan sudah sering dilakukan terutama dalam strategi untuk meningkatkan kinerja dari perusahaan. Namun pelaksanaan merger tidak sepenuhnya selalu berhasil sehingga perlu adanya kajian strategis untuk mengantisipasi adanya kegagalan.

REFERENSI

- Ahdizia, K., Masyita, D., & Sutisna, S. (2018). Business Valuation of Islamic Banks in Merger Plan To Become An Indonesia's State-Owned Islamic Bank. *Etikonomi*, 17(2), 223–236. <https://doi.org/10.15408/etk.v17i2.7238>
- Andrianto, Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Manajemen Bank*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Andrianto, & Firmansyah, M. A. (2019). Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktek). In *Riba dan Bunga Bank* (Pertama). CV. Penerbit Qiara Media.
- Cartwright, S., & Schoenberg, R. (2006). Thirty years of mergers and acquisitions research: Recent advances and future opportunities. *British Journal of Management*, 17((S1)), S1–S5. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8551.2006.00475.x>
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). *Business Research Methods* (12th ed.). McGraw-Hill/Irwin.

- Epstein, M. J. (2005). The determinants and evaluation of merger success. *Business Horizons*, 48(1), 37–46. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2004.10.001>
- Gaughan, P. A. (2018). *Mergers, Acquisitions, and Corporate Restructurings* (7th ed.). John Wiley & Sons, Inc.
- Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2012). *Principles of Managerial Finance* (13th ed.). Pearson. <https://doi.org/10.2307/2977800>
- Harahap, S. S., Wirosu, & Yusuf, M. (2010). *Akuntansi Perbankan Syariah* (4th ed.). LPFE Usakti.
- Hasbullah, H., & Amir, A. (2016). Preferensi nasabah terhadap bank syariah (studi pada nasabah BRI Syariah di Kecamatan Sungai Bahar Kabupaten Muaro Jambi). *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 11(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.22437/paradigma.v11i1.4112>
- Ibtimes.id. (2020). *Data Populasi Penduduk Muslim 2020: Indonesia Terbesar di Dunia*. Ibtimes.Id. <https://ibtimes.id/data-populasi-penduduk-muslim-2020-indonesia-terbesar-di-dunia/>
- Imran, I., & Hendrawan, B. (2018). Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah. *Journal of Applied Business Administration*, 1(2), 209–218. <https://doi.org/10.30871/jaba.v1i2.621>
- Karim, A. a., & Affif, A. Z. (2006). Islamic Banking Consumer Behaviour in Indonesia : A Qualitative Approach. *7th International Conference on Islamic Economics.*, 1–19.
- Kartika, L., & Rofi, M. A. (2015). Simulasi Strategi Akuisisi Bank Di Indonesia (Akuisisi Bank Mandiri Terhadap Bank Tabungan Pensiunan Nasional). *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 17(2), 26–51. <http://journal.perbanas.id/index.php/jkp/article/view/158>
- Kismawadi, E. R., & Al Muddatstsir, U. D. (2018). Persepsi Masyarakat Tentang Akan Di Konversikannya Bank Konvensional Ke Bank Syariah Di Aceh Studi Kasus Di Kota Langsa. *Ihtiyath : Jurnal Manajemen Keuangan Syariah*, 2(2), 136–148. <https://doi.org/10.32505/ihtiyath.v2i2.707>
- KNKS. (2020). *Trend Konversi Ke Bank Syariah: Tingkatkan Efisiensi dan Produktivitas Bisnis* (Issue 8). [https://knks.go.id/storage/upload/1580002526-KNKS Insight Edisi 8 \(Januari\)-1.pdf](https://knks.go.id/storage/upload/1580002526-KNKS%20Insight%20Edisi%208%20(Januari)-1.pdf)
- Manggu, S. A. R., & Dalif. (2018). Analisis Persepsi Masyarakat terhadap Bank Syariah di Kabupaten Polewali Mandar Sulawesi Barat. *OSF Preprints*, 6(9). <https://doi.org/10.31219/osf.io/w6gt9>
- Miftah, K., & Wibowo, H. (2017). Merger and Industrial Acceleration: Study at Indonesian Islamic Banking Industry. *Signifikan: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 6(1), 29–48. <https://doi.org/10.15408/sjie.v6i1.4728>
- Nurhasanah, S. (2017a). *Praktikum Statistika 1 Untuk Ekonomi dan Bisnis* (3rd ed.). Salemba 4.
- Nurhasanah, S. (2017b). *Praktikum Statistika 2 Untuk Ekonomi dan Bisnis* (2nd ed.). Salemba 4.
- Nurohman, Y. A., & Qurniawati, R. S. (2021). Persepsi Nasabah Generasi Z Pasca Pengumuman Merger Bank Syariah. *Jurnal Among Makarti*, 14(2).
- OJK. (2020). Statistik Perbankan Syariah. In www.ojk.go.id. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan->

- syariah/Documents/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---November-2020/SPS
November 2020.pdf
- Pignataro, P. (2015). *Mergers, Acquisitions, Divestitures, and Other Restructurings*. John Wiley & Sons, Inc.
- Purba, A. A. (2021). Pengaruh Merger Bank Syariah BUMN Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia Pada Masyarakat Tanjung Balai. *Human Falah*, 8(2).
- Shanmugam, B., & Nair, M. (2004). Mergers and Acquisitions of Banks in Malaysia. *Managerial Finance*, 30(4), 1–18. <https://doi.org/10.1108/03074350410768994>
- Sinulingga, S. (2013). *Metode Penelitian* (3rd ed.). USU Press.
- Sitorus, R. (2021). *Resmi! Merger Bank Syariah BUMN Kantongi Izin dari OJK*. Finansial.Bisnis.Com.
<https://finansial.bisnis.com/read/20210127/90/1348702/resmi-merger-bank-syariah-bumn-kantongi-izin-dari-ojk>
- Wareza, M. (2021). *Erick Thohir Bocorkan Alasan Ngotot Merger 3 Bank Syariah*. Www.Cnbcindonesia.Com.
<https://www.cnbcindonesia.com/market/20210122162510-17-218100/erick-thohir-bocorkan-alasan-ngotot-merger-3-bank-syariah>
- Yuniarti, V. S. (2015). *Perilaku Konsumen Teori Dan Praktik* (1st ed.). Pusaka Setia.
- Zulfison, Puspita, & Tyanto, R. (2020). Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi Dan Pengetahuan Terhadap Bank Syariah Pada Nasabah Bank Syariah Dki Jakarta. *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan*, 5(1), 1–10.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15548/al-masraf.v5i1.271>