

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Bank Syariah Indonesia (BSI)

1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi tanda awal dalam sejarah bergabungnya 3 (tiga) Bank Syariah yaitu Bank Mandiri Syariah, BNI Syariah dan BRI Syariah menjadi 1 (satu) entitas baru yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ketiga bank ini akan menyatukan kelebihan dari 3 (tiga) bank syariah yang akan di merger sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik.

Diresmikan melalui surat yang dikeluarkan oleh OJK. Surat yang dirilis dengan Nomor SR-3/PB.1/2021 perihal pemberian izin penggabungan PT Bank Syariah Mandiri Tbk dan PT Bank BNI Syariah kedalam PT Bank BRI Syariah serta izin perubahan nama dengan menggunakan izin usaha PT Bank BRI Syariah menjadi izin usaha atas nama PT Bank Syariah Indonesia Tbk (kemudian disebut BSI) sebagai bank hasil merger. Koalisi ketiga bank tersebut mendapatkan mutlak aset hingga Rp 214 triliun dengan dukungan kantor cabang dengan jumlah 1.200, jaringan mesin ATM dengan jumlah 1.700 dan karyawan dengan jumlah 20.000.

Setiap bank syariah memiliki latar belakang yang berbeda dan sejarahnya tersendiri yang akan semakin menguatkan posisi Bank Syariah Indonesia (BSI) kedepannya. Berikut merupakan sejarah singkat dari 3 (tiga) bank yang melakukan merger, antara lain:

a) PT. Bank Syariah Mandiri Tbk

Pada awalnya Bank Mandiri merupakan penggabungan / merger dari 4 (empat) bank yaitu Bank Dagang Negara, Bank Exim, Bank Bumi Daya dan Bapindo tersebut juga menempatkan dan menetapkan PT Bank Mandiri (Persero) menjadi satu bank baru bernama pada tanggal 31 Juli 1999. Sebagai respon atas diberlakukannya UU Nomor 10 tahun 1998 yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah (*dual banking system*).

Oleh karena itu, tim pengembangan perbankan syariah segera mempersiapkan sistem dan infrastrukturnya karena momentum ini dianggap tepat untuk melakukan konversi dari bank konvensional menjadi bank syariah dengan nama PT. Bank Syariah Mandiri dan resmi mulai beroperasi sejak 1 November 1999. Tampil, hadir dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai syariah dalam kegiatan operasionalnya.

b) PT. Bank BNI Syariah

Selain karena adanya *demand* dari masyarakat terhadap perbankan syariah, BNI membuka layanan perbankan sesuai dengan prinsip syariah dengan konsep *dual banking system*, yakni menyediakan layanan perbankan umum dan syariah sekaligus. Hal ini sesuai dengan UU No. 10 Tahun 1998 yang memungkinkan bank-bank umum untuk membuka layanan syariah.

Berdasarkan Surat Keputusan Gubernur Bank Indonesia No. 12/41/KEP.GBI/2010 tanggal 21 Mei 2010, maka telah diperoleh izin usaha bank umum syariah (BUS) PT Bank BNI Syariah atau BNI Syariah, dengan

surat izin ini manajemen BNI melakukan *soft launching operasional* PT Bank BNI Syariah sebagai entitas independen hasil pemisahan (*spin off*) Unit Usaha Syariah (UUS).

Spin off yang dilakukan sebagai langkah strategis BNI dalam merespon perkembangan faktor-faktor eksternal, yaitu situasi ekonomi, kebutuhan pasar dan regulasi serta faktor internal antara lain *corporate plan*, kesiapan organisasi dan *customer base*.

c) PT. Bank BRI Syariah

Pada tahun 2001, berdirinya BRI Syariah yang merupakan Unit Usaha Syariah (UUS) dari BRI. Berbeda dengan bank pada umumnya, BRI yang juga diikuti oleh BRI Syariah, memiliki segmen tersendiri, yaitu kalangan kecil dan menengah dengan sasaran yang sangat *segmented* ini tidak mengherankan BRI sangat akrab dengan nasabah diseluruh Indonesia.

Seiring dengan perkembangan dunia perbankan yang semakin kompetitif dan pesat, maka dalam rangka pengembangan BRI Syariah melakukan *spin off*. Berawal dari akuisisi Bank Jasa Artha oleh Bank Rakyat Indonesia pada tanggal 19 Desember 2007 dan kemudian diikuti dengan perolehan izin dari Bank Indonesia untuk menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang diberi nama PT. Maka lahirlah Bank umum syariah yang diberi nama PT Bank BRI yang kemudian disebut dengan nama BRI Syariah 17 Novemver 2008.

Indonesia menjadi salah satu tonggak sejarah yang akan membuka banyak peluang-peluang baru dalam mendukung perekonomian masyarakat nasional

salah satunya melalui terbentuknya Bank Syariah Indonesia (BSI). Terbentuknya Bank Syariah Indonesia (BSI) akan menjadi energi baru dalam pembangunan ekonomi nasional. Bank Syariah Indonesia (BSI) menjadi wajah baru cerminan syariah di Indonesia yang modern, universal serta tentunya akan berupaya memberikan kebaikan bagi seluruh masyarakat. Untuk itu pemerintah harus terus memberikan sosialisasi mengenai produk perbankan syariah kepada masyarakat agar semakin banyak masyarakat yang menggunakan bank syariah. Hal ini dikarenakan pengetahuan masyarakat akan produk perbankan syariah di Indonesia belum memuaskan. (Romadhon & Susantri, 2021)



Gambar 4.1 Logo Bank Syariah Indonesia (BSI)

Sumber: www.bankbsi.com

2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia (BSI)

Visi

TOP 10 GLOBAL ISLAMIC BANK

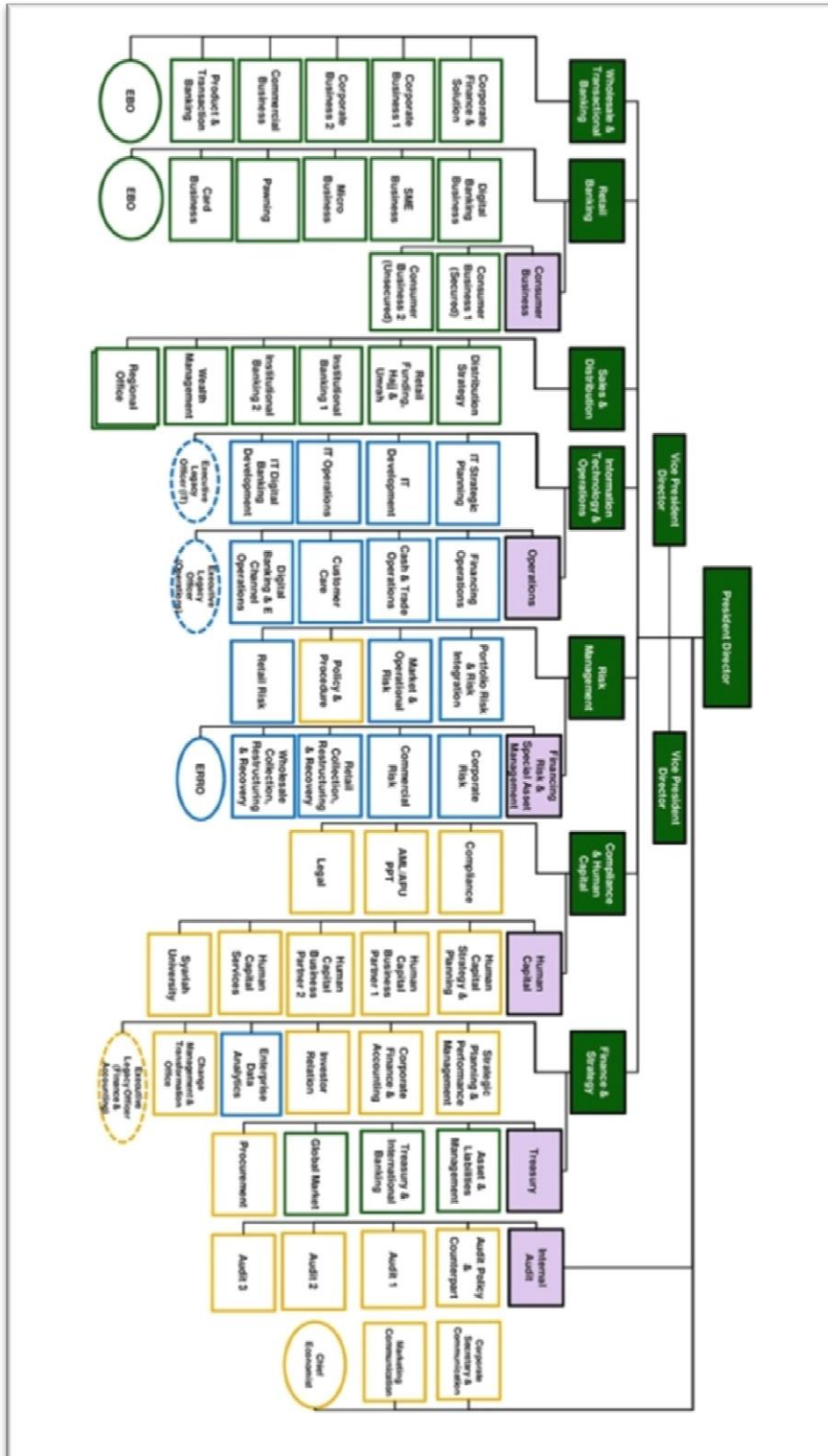
MISI

- 1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia
- 2) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham
- 3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia

3. Nilai-nilai perusahaan AKHLAK (Amanah, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif, Kolaboratif)

- 1) Amanah = Memegang teguh kepercayaan yang diberikan
- 2) Kompeten = Terus belajar dan mengembangkan kapabilitas
- 3) Harmonis = Saling peduli dan menghargai perbedaan
- 4) Loyal = Berdedikasi dan mengutamakan kepentingan Bangsa dan Negara
- 5) Adaptif = Terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan ataupun menghadapi perubahan
- 6) Kolaboratif = Membangun kerja sama yang sinergis

4. Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 4.2

Struktur Organisasi Perusahaan

Sumber: www.bankbsi.co

5. Produk dan Layanan Bank Syariah Indonesia (BSI)

Adapun ruang lingkup kegiatan operasional Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam melakukan pengelolaan dana dan pembiayaan dengan berbagai macam produk dan layanan yang dibagi berdasarkan kategori seperti Produk dan layanan individu dan perbankan digital Berikut merupakan produk dan layanan :

a) Bisnis

Layanan ini bisa digunakan oleh pelaku usaha kecil dan mikro. Dibawah ini merupakan produk dan layanan bisnis :

1) *Bank Guarantee Under Counter Guarantee*

Merupakan instrument penjamin perbankan yang diterbitkan atas dasar permintaan dan kontrak jaminan (*counter guarantee*) yang diterima baik dari bank ataupun non bank

2) BSI Bank Garansi

Bank garansi yang dikhususkan kepada vendor/kontraktor dari PT. PLN dalam pengadaan barang dan jasa di lingkunganm PLN.

3) *BSI Cash Management*

Saluran distribusi elektronik berupa layanan internet *banking* bagi nasabah perusahaan atau institusi dalam melakukan aktifitas terhadap rekeningnya di Bank.

4) BSI Deposito Ekspor SDA

Memberikan fasilitas pembukaan Deposito DHE SDA untuk nasabah segmentasi khusus tanpa pembukaan rekening giro

5) BSI Giro Ekspor SDA

Layanan pembiayaan kepemilikan rumah atau properti

6) BSI Giro Optima

Produk rekening giro mudharabah dengan imbal hasil spesial berdasarkan *tiering*.

7) BSI Giro Pemerintah

Produk yang memberikan keunggulan fleksibilitas bagi nasabah

8) BSI Pembiayaan Investasi

Yaitu produk yang memberikan fasilitas pembiayaan jangka menengah dan jangka panjang untuk pengadaan barang-barang modal seperti pendirian proyek baru/*refinancing* serta perluasan.

9) Giro Vostro

Layanan pembukaan rekening giro dalam berbagai mata uang atas nama lembaga keuangan bank atau bukan bank, koresponden domestik maupun koresponden internasional kepada BSI.

10) Jasa Penagihan Transaksi *Trade Finance* Antar Bank

Yaitu jasa penagihan piutang ataupun tagihan jangka pendek yang dimiliki oleh *Nominated bank* kepada BSI yang nantinya akan menagih piutang tersebut sesuai dengan prinsip syariah.

11) Pembiayaan yang Diterima (PYD)

Yaitu produk pembiayaan atau pinjaman yang diterima Bank Syariah Indonesia dari bank pihak ketiga bukan bank yang berasal dari dalam negeri (domestik) atau dari luar negeri dalam bentuk rupiah atau valuta asing.

b) Emas

Produk emas merupakan produk unggulan BSI antara lain:

1) BSI Cicil Emas

Yaitu produk emas dengan jenis emas batangan dengan minimal jumlah gram adalah 10 gram.

2) BSI Gadai Emas

Merupakan produk pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas sebagai alternatif dalam memperoleh uang tunai dengan cepat.

3) Haji dan Umroh

Terdapat beragam produk haji dan umroh unggulan BSI antara lain:

1) BSI Tabungan Haji Indonesia

Merupakan tabungan perencanaan haji dan umroh yang berlaku untuk seluruh usia berdasarkan prinsip syariah dengan akad wadiah dan mudharabah.

2) BSI Tabungan Haji Muda Indonesia

Merupakan tabungan perencanaan haji dan umroh yang berlaku untuk seluruh usia berdasarkan prinsip syariah dengan akad wadiah dan mudharabah.

4) Investasi

Terdapat beragam produk investasi sesuai syariah di BSI antara lain:

1) *Bancassurance*

Kerjasama pemasaran produk asuransi dengan perusahaan asuransi yang telah bekerjasama dengan BSI

2) BSI Deposito Valas

Investasi berjangka yang dikelola dengan akad mudharabah yang ditujukan untuk perorangan dan perusahaan dalam mata uang USD.

3) BSI Reksa Dana Syariah

Dana diinvestasikan dan dikelola dalam portofolio efek syariah oleh manajer investasi menurut ketentuan syariah.

4) *Cash Waqf Linked* Sukuk Ritel (Sukuk Wakaf Ritel)

investasi dana wakaf uang pada sukuk Negara yang diterbitkan oleh pemerintah untuk memfasilitasi wafif dalam program pemberdayaan ekonomi umat dan kegiatan sosial kemasyarakatan.

5) Deposito Rupiah

Yaitu investasi berjangka yang dikelola dengan akad mudharabah yang ditujukan kepada nasabah perorangan atau perusahaan dalam mata uang rupiah.

6) *Referral Retail Brokerage*

Merupakan layanan *referral* produk-produk investasi kepada nasabah potensial bekerjasama dengan perusahaan sekuritas.

7) SBSN Ritel

Produk yang terdiri dari sukuk Negara ritel dan sukuk tabungan.

5) Pembiayaan

Terdapat beragam produk pembiayaan sesuai syariah di BSI antara lain:

1) *Bilateral Financing*

Layanan pemberian fasilitas pembiayaan dalam valuta rupiah atau valuta asing guna modal kerja jangka pendek maupun tujuan lainnya pada lembaga keuangan bank/non bank.

2) *BSI Cash Collateral*

Yaitu fasilitas pembiayaan yang dijamin dengan agunan likuid.

3) *BSI Distributor Financing*

Yaitu pembiayaan modal kerja menggunakan skema *value chain* yaitu pembiayaan *post financing* yang diberikan kepada *supplier* yang merupakan *supplier* khusus yang mengerjakan kontrak dengan *bouwheer*

4) *BSI Griya Hasanah*

Yaitu layanan pembiayaan kepemilikan rumah untuk beragam kebutuhan seperti pembelian rumah baru/second/ruko/apartemen, pembelian kavling

5) BSI Griya Konstruksi

Layanan pembelian rumah baru/rumah second/ruko/rukan ataupun apartemen.

6) BSI Griya Mabror

Yaitu suatu program pembiayaan kepemilikan rumah dengan berhadiah porsi haji

7) BSI Griya Simuda

Yaitu suatu layanan pembiayaan kepemilikan rumah untuk usia muda dengan *plafond* pembiayaan lebih tinggi serta angsuran yang ringan.

8) BSI Griya Swakarya

Yaitu layanan pembiayaan kepemilikan rumah untuk beragam kebutuhan.

9) BSI KUR Kecil

Yaitu layanan dengan fasilitas pembiayaan yang ditujukan untuk usaha mikro, kecil dan menengah guna memenuhi kebutuhan modal dan investasi dengan *plafond* diatas Rp 50 juta sampai dengan Rp 500 juta.

10) BSI KUR Mikro

Yaitu layanan dengan fasilitas pembiayaan yang ditujukan bagi usaha mikro, kecil dan menengah untuk memenuhi kebutuhan modal kerja dan investasi dengan *plafond* diatas Rp 10 Juta sampai dengan Rp 50 Juta.

11) BSI KUR Super Mikro

12) BSI Mitra Beragun Emas (Non Qardh)

13) BSI Mitraguna Berkah

- 14) BSI Multiguna Hasanah
- 15) BSI Oto
- 16) BSI Pensiun Berkah
- 17) BSI Umrah
- 18) Mitraguna Online

6) Prioritas

Yaitu suatu layanan istimewa bagi pribadi muslim antara lain:

1) BSI Prioritas

Merupakan produk layanan eksklusif dengan fasilitas istimewa dari BSI untuk nasabah perorangan yang terpilih

2) BSI *Private*

Merupakan produk dengan layanan eksklusif fasilitas istimewa yang dibuat untuk nasabah perorangan yang memiliki saldo akumulatif sebesar Rp 5 Miliar.

3) *Safe Deposit Box* (SDB)

Merupakan produk dengan layanan wadah untuk harta atau surat berharga yang ditempatkan pada suatu ruangan yang diranacang secara khusus untuk menjaga keamanan barang

7) Tabungan

1) BSI Tabungan Bisnis

Yaitu suatu layanan produk tabungan dengan akad mudharabah muthlaqah dalam mata uang rupiah yang dapat memudahkan transaksi segmen wisatawan dengan limit transaksi harian yang lebih besar dan

fitur *free* biaya RTGS, transfer SKN & setoran kliring masuk melalui *teller* dan *net banking*.

2) BSI Tabungan *Classic*

Yaitu suatu layanan produk bentuk investasi dana untuk menampung setoran *cash collateral/goodwill* nasabah pada setiap penerbitan Hasanah *Card Classic* yang dikelola berdasarkan prinsip Syariah dengan akad *mudharabah*.

3) BSI Tabungan *Easy Mudharabah*

Yaitu layanan produk tabungan dalam mata uang rupiah yang penarikan dan setorannya bisa dilakukan setiap saat selama itu jam operasional kantor atau melalui ATM.

4) BSI Tabungan *Easy Wadiah*

Yaitu layanan produk tabungan dalam mata uang rupiah dengan prinsip Wadiah *Yad Dhamyanah* yang simpanan penarikannya dapat dilakukan setiap saat selama jam kas dibuka dikantor ataupun melalui ATM.

5) BSI Tabungan Efek Syariah

Yaitu layanan produk dengan menggunakan akad *Mudharabah Muthlaqah* merupakan dana nasabah (RDN) yang diperuntukan untuk menyelesaikan transaksi efek di Pasar Modal.

6) BSI Tabungan Haji Indonesia

7) BSI Tabungan Haji Muda Indonesia

8) BSI Tabungan Junior

9) BSI Tabungan Mahasiswa

10) BSI Tabungan *Payroll*

- 11) BSI Tabungan Pendidikan
 - 12) BSI Tabungan Pensiun
 - 13) BSI Tabungan Prima
 - 14) BSI Tabungan Rencana
 - 15) BSI Tabungan Simpanan Pelajar
 - 16) BSI Tabungan *Smart*
 - 17) BSI Tabungan Valas
 - 18) BSI TabunganKu
 - 19) BSI Tapenas Kolektif
- 8) Transaksi

Produk dan layanan untuk menunjang transaksi nasabah antara lain:

1) BSI Giro Rupiah

Yaitu layanan produk dengan pilihan pengelolaan akad dengan akad Wadiah Yad Dhamanah atau Mudharabah Muthlaqah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan Debit, Cek, Bilyet Giro serta saran perintah pembayaran lainnya.

2) BSI Giro Valas

Yaitu layanan produk dengan akad Wadiah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan Debit, Cek, Bilyet Giro serta saran perintah pembayaran lainnya.

9) *Digital Banking*

Layanan yang dapat memudahkan transaksi, berbagi sekaligus ibadah kapanpun dan dimanapun dengan BSI antara lain:

1) *BSI Mobile*

Yaitu suatu layanan untuk memudahkan bertransaksi, beribadah dan berbagi melalui beragam fitur dalam satu aplikasi.

2) *Buka Rekening Online*

Yaitu suatu layanan pembukaan rekening online melalui *BSI Mobile* dengan mudah tanpa harus data ke Cabang.

3) *Solusi Emas*

Yaitu layanan kepemilikan emas melalui *BSI Mobile* dengan pembelian emas mulai dari Rp 50.000. Dapat membeli, jual, transfer serta tarik fisik dan gadai emas online.

4) *BSI QRIS*

Yaitu suatu layanan transaksi dengan scan kode *QR Code* dengan menggunakan *QR Code Indonesia Standard (QRIS)* Bank Indonesia.

5) *BSI Cardless Withdrawal*

Yaitu suatu layanan penarikan uang tunai tanpa kartu melalui *BSI Mobile* dilakukan diseluruh ATM BSI dan Indomaret.

6) *BSI Debit Card*

Yaitu suatu layanan kartu ATM dari BSI yang dapat digunakan untuk transaksi di ATM dan EDC jaringan GPN dan Internasional (Visa)

7) *BSI Debit OTP*

Suatu layanan transaksi berbasis kartu kredit yang menggunakan kode OTP sebagai PIN

8) BSI ATM CRM

Yaitu suatu layanan jenis ATM untuk transaksi setor tunai, tarik tunai, transfer antar bank serta pembelian / pembayaran bagi semua nasabah BSI

9) BSI Aisyah

Yaitu suatu layanan Aisyah atau Asisten interaktif Bank Syariah Indonesia yang membantu memberikan informasi perihal produk, promo terbaru ataupun layanan BSI.

10) BSI Net

Yaitu suatu layanan yang memberikan kemudahan untuk melakukan transaksi secara massal dan monitoring transaksi bisa dilakukan melalui BSI Net

11) BSI Jadiberkah.id

Yaitu suatu *platform crowdfunding* untuk zakat, infaq, shodaqah dan wakaf.

12) BSI *Merchant Business*

Yaitu suatu layanan yang disediakan BSI kepada nasabah yang memiliki usaha untuk memberikan kemudahan transaksi pembayaran kartu ATM Debit kepada pelanggan.

13) BSI API *Platform*

Yaitu suatu layanan portal yang menyediakan *open banking* untuk memudahkan proses integrasi antara layanan BSI dengan aplikasi nasabah.

14) BSI *Smart Agent*

Yaitu suatu layanan Laku Pandai (Layanan Keuangan Tanpa Kantor dalam rangka keuangan inklusif) BSI untuk menyediakan layanan perbankan / layanan keuangan lainnya tidak melalui jaringan kantor tetapi melalui kerjasama dengan pihak lain didukung dengan sarana teknologi dan informasi atau berita.

15) BSI *Payment Point*

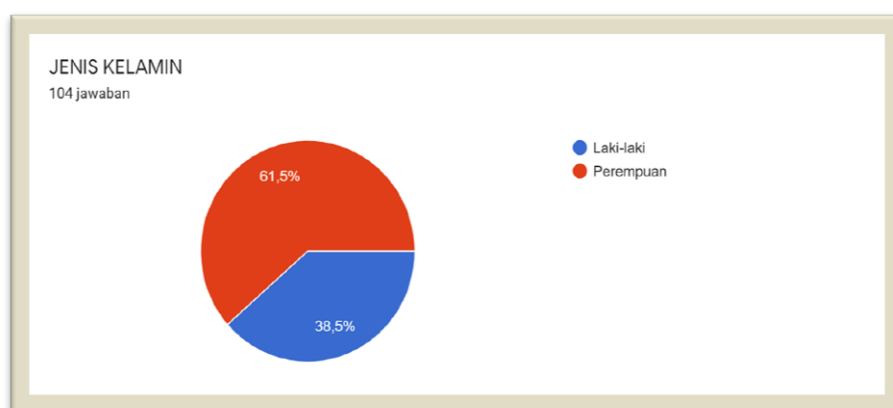
Yaitu suatu layanan transaksi *Payment point* di BSI dapat dilakukan oleh nasabah disetiap *outlet* BSI atau di ATM. Kemudian pembayaran dapat dilakukan melalui debit rekening maupun *cash*.

B. Gambaran Umum Responden

1. Jenis Kelamin Responden

Dari total seluruh responden sebanyak 104 orang, berikut adalah gambaran responden dari segi gender:

Gambar 4.3
Diagram Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



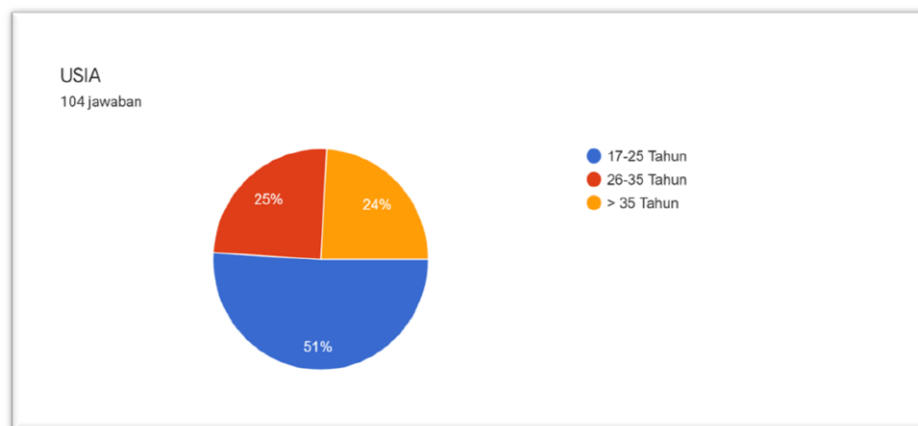
Sumber: Data primer yang diolah penulis, 2021

Berdasarkan grafik diatas, dapat dilihat bahwa responden berdasarkan jenis kelamin memiliki jumlah gender perempuan yaitu 64 responden yang lebih banyak mengisi kuesioner dibanding dengan gender laki-laki yaitu 40 responden . Jika responden diasumsikan mampu menjadi representatif dari populasi, maka hal ini dapat diartikan bahwa gender perempuan lebih memiliki minat dan lebih terbuka dalam hal memberikan jawaban atas pernyataan sebuah topik yang sedang ramai diperbincangkan seperti saat ini yaitu perihal penggabungan.

2. Usia Responden

Dari total seluruh responden sebanyak 104 orang, berikut adalah gambaran responden berdasarkan usia:

Gambar 4.4
Diagram Data Responden Berdasarkan Usia



Sumber: Data primer yang diolah penulis, 2021

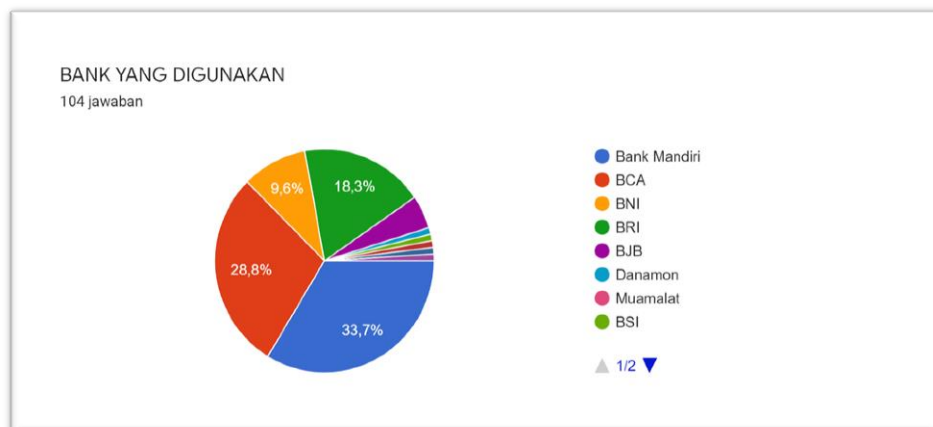
Berdasarkan grafik diatas, dapat dilihat bahwa responden terbanyak berdasarkan usia didominasi oleh usia 17 tahun hingga 25 tahun sebanyak 51%. Kemudian disusul responden dengan usia 26 tahun hingga 35 tahun

sebanyak 25% dan terakhir yaitu 24% untuk responden usia lebih dari 35 tahun. Kemudian jika responden dapat diasumsikan menjadi representatif dari populasi maka dapat diartikan bahwa topik pengaruh merger lebih menarik minat responden yang didominasi oleh usia produktif yaitu 17 tahun hingga 25 tahun seperti *fresh graduate* atau mahasiswa/i.

3. Bank Yang Digunakan Responden

Dari total seluruh responden sebanyak 104 orang, berikut adalah gambaran responden berdasarkan bank yang sedang digunakan :

Gambar 4.5
Diagram Berdasarkan Bank Yang Digunakan Responden



Sumber: Data primer yang diolah penulis, 2021

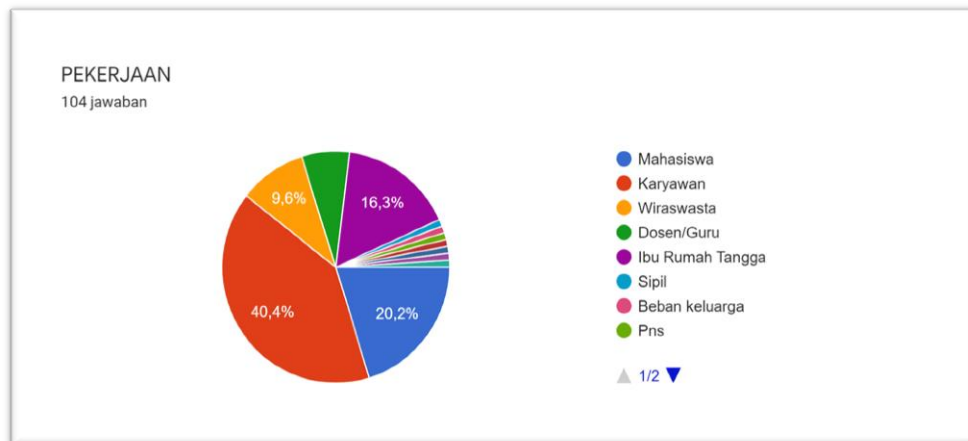
Berdasarkan grafik diatas, dapat dilihat bahwa responden berdasarkan bank yang sedang digunakan baik itu bank konvensional ataupun bank syariah diluar dari pengguna Bank Syariah Indonesia (BSI), terbanyak adalah responden pengguna Bank Mandiri sebanyak 33,7%, responden pengguna Bank BCA sebanyak 28,8%, responden pengguna Bank BRI sebanyak 18,3% , responden pengguna Bank BNI sebanyak 9,6% dan sisanya yaitu nasabah

pengguna Bank BJB, Bank Danamon, Bank Muamalat, Bank CIMB Syariah. Kemudian jika responden diasumsikan mampu menjadi representatif dari populasi maka hal ini dapat diartikan bahwa topik merger menarik bagi segmentasi pengguna Bank Mandiri lebih banyak dari Bank lainnya.

4. Pekerjaan Responden

Dari total seluruh responden sebanyak 104 orang, berikut adalah gambaran responden berdasarkan pekerjaan:

Gambar 4.6
Diagram Berdasarkan Pekerjaan Responden



Sumber: Data primer yang diolah penulis, 2021

Berdasarkan grafik diatas, dapat dilihat bahwa responden berdasarkan pekerjaan terbanyak adalah karyawan sebesar 40,4%, mahasiswa 20,2%, ibu rumah tangga 16,3%, wiraswasta 9,6%, dosen/guru 6,7% dan sisanya yaitu Kepala Sekolah SD, PNS, penjual online, *security*, sipil dan belum bekerja. Kemudian jika responden diasumsikan mampu menjadi representatif dari populasi, hal ini dapat diartikan bahwa responden kuesioner mengenai

pengaruh merger lebih banyak diisi oleh karyawan yang pastinya mereka lebih memperhatikan topik yang sedang diperbincangkan.

C. Analisis Data

Dalam penelitian ini data berasal dari data primer. Data primer berupa data kuesioner yang telah diajukan kepada responden nasabah diluar pengguna BSI disekitar Kabupaten Bogor yang telah sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan oleh peneliti. Sampel minimal dari responden yang harus dikumpulkan oleh peneliti sudah dihitung sebelumnya dengan menggunakan rumus Slovin hasilnya yaitu sebanyak 100 orang sampel responden. Kemudian setelah disebar terkumpullah sebanyak 104 sampel responden.

1. Gambaran Distribusi Jawaban Responden.

Data dari total responden sebanyak 104 orang, dibawah ini adalah gambaran distribusi jawaban responden.

Tabel 4.1
Distribusi Jawaban Responden

		Statistics	
		Pengaruh Merger (X)	Switching behavior (Y)
N	Valid	104	104
	Missing	0	0
Mean		59.44	41.49
Median		60.00	41.00
Mode		60	40
Std. Deviation		8.115	5.828
Variance		65.861	33.961
Range		42	28
Minimum		33	22
Maximum		75	50

Sumber: Data primer yang diolah penulis, 2021

Dari data tabel diatas, dapat dilihat bahwa variabel X memiliki nilai rata-rata (*mean*) dan nilai tengah (*median*) sebesar 41.49 dan 41.00. Dapat diinterpretasikan bahwa pengaruh merger dari Bank Syariah Indonesia (BSI) cukup baik . Kemudian variabel Y juga memiliki nilai rata-rata (*mean*) dan nilai tengah (*median*) sebesar 59.44 dan 60.00.

2. Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan gambaran secara umum mengenai karakteristik dari masing-masing variabel seperti pada data tabel diatas dengan jumlah sampel 104 responden, nilai minimum untuk variabel X adalah 33 dan variabel Y adalah 22, untuk nilai *maximum* variabel X adalah 75 dan variabel Y adalah 50, kemudian nilai *mean* pada variabel X adalah 59.44 dan variabel Y adalah 41.49.

Tabel 4.2

Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Pengaruh Merger X	104	42	33	75	59.44	8.115	65.861
Switching Behavior Y	104	28	22	50	41.49	5.828	33.961
ValidN (listwise)	104						

Sumber: Data primer yang diolah penulis, 2021

3. Uji Validitas

Sebelum memulai melakukan pengolahan data, akan dilakukan terlebih dahulu uji validitas kepada 30 orang responden. Dari kedua tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai r hitung $>$ t table berdasarkan uji signifikan 0,05 artinya bahwa item-item tersebut adalah valid.

Tabel 4.3

Uji Validitas Variabel X (Pengaruh Merger)

Pernyataan	r_{xy}	r_{tabel} 5% (30)	Keterangan
X.S1	0,731	0,361	Valid
X.S2	0,843	0,361	Valid
X.S3	0,847	0,361	Valid
X.S4	0,947	0,361	Valid
X.S5	0,900	0,361	Valid
X.S6	0,820	0,361	Valid
X.S7	0,841	0,361	Valid
X.S8	0,928	0,361	Valid
X.S9	0,853	0,361	Valid
X.S10	0,934	0,361	Valid
X.S11	0,896	0,361	Valid
X.S12	0,967	0,361	Valid
X.S13	0,836	0,361	Valid
X.S14	0,759	0,361	Valid
X.S15	0,815	0,361	Valid

Sumber: Data primer yang diolah penulis, 2021

Tabel 4.4

Uji Validitas Variabel Y (*Switching behavior*)

Pernyataan	r_{xy}	r_{tabel} 5% (30)	Keterangan
Y.S1	0,784	0,361	Valid
Y.S2	0,701	0,361	Valid
Y.S3	0,765	0,361	Valid
Y.S4	0,866	0,361	Valid
Y.S5	0,908	0,361	Valid
Y.S6	0,826	0,361	Valid
Y.S7	0,839	0,361	Valid
Y.S8	0,698	0,361	Valid
Y.S9	0,791	0,361	Valid
Y.S10	0,725	0,361	Valid

Sumber: Data primer yang diolah penulis, 2021

4. Uji Reliabilitas

Selain dari uji validitas diatas, uji regresi pun akan bermakna jika data tersebut telah *reliable*. Maka dilakukanlah uji reliabilitas kepada 30 responden. Dari tabel tersebut dapat dijelaskan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* > nilai batas (0,60) yang keduanya menunjukkan hasil bahwa kedua variable tersebut *reliable*.

Tabel 4.5
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha	Keterangan
Pengaruh Merger Bank Syariah Indonesia (BSI)	0,776	<i>Reliable</i>
<i>Switching behavior</i> nasabah diluar pengguna BSI	0,781	<i>Reliable</i>

Sumber: Data primer yang diolah penulis, 2021

D. Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel. Berikut merupakan hasil perhitungan tabel uji regresi dengan menggunakan *software* SPSS versi 18.0

Tabel 4.6
Hasil Uji Regresi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	8.697	2.730	
Pengaruh Merger	.552	.046	.768

a. Dependent Variable: Switching Behavior

Sumber: Data primer yang diolah penulis, 2021

Sehingga dapat ditunjukkan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + bx$$

$$Y = 8.697 + 0.552$$

Keterangan:

Y = *Switching behavior*

X = Pengaruh merger

a = Konstanta

b = Koefisien

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa:

- a. Variabel pengaruh merger (X) mempunyai pengaruh positif terhadap *Switching behavior* nasabah diluar pengguna BSI (Y)
- b. Nilai koefisien regresi variabel pengaruh merger (X) sebesar 0.552, artinya menunjukkan bahwa variabel pengaruh merger mempunyai pengaruh yang positif terhadap *switching behavior* nasabah diluar pengguna BSI yang berarti bahwa setiap kenaikan satu satuan, maka *switching behavior* akan mengalami kenaikan sebesar 0.552.

2. Uji t (Signifikansi Parsial)

Uji t adalah sebuah metode pengujian data yang bertujuan melihat signifikansi dari masing-masing variabel atau variabel-variabel secara parsial. Dikatakan suatu variabel memiliki pengaruh signifikan jika nilai tabel berada dibawah 0.05 artinya, jika nilai tabel berada di bawah 0.05 yang artinya hipotesis alternatif diterima. Dibawah ini merupakan tabel hasil data yang diolah dengan SPSS versi 18.0

Tabel 4.7
Uji t (Uji Signifikansi Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.697	2.730		3.185	.002
Pengaruh Merger	.552	.046	.768	12.121	.000

a. Dependent Variable: Switching Behavior
Sumber: Data primer yang diolah penulis, 2021

Pengaruh merger

- Hasil analisis pada data tabel diatas maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut. Jika nilai signifikan pada tabel tersebut < 0.05 maka dapat diinterpretasikan pengaruh merger berpengaruh signifikan terhadap variabel *switching behavior*.
- Kemudian, jika nilai signifikansi pada tabel > 0.05 maka data tersebut dapat diinterpretasikan bahwa variabel pengaruh merger tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *switching behavior*.

Hasil dari tabel diatas dapat dilihat bahwa pengujian hipotesis menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 12.121 dengan taraf signifikansi hasil sebesar $0.000 < 0.05$, nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0.05, maka dapat diinterpretasikan bahwa H_0 ditolak H_a diterima yang artinya bahwa merger berpengaruh signifikan terhadap variabel *switching behavior* nasabah diluar pengguna BSI. Hal ini menunjukkan merger berpegaruh terhadap *switching behavior*.

E. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi atau uji R *Square* digunakan untuk melihat variabel bebas yang terdapat dalam penelitian mampu merepresentasikan faktor-faktor yang mempengaruhi variabel terikat secara menyeluruh. Semakin besar hasil angka R *Square* artinya semakin besar kemampuan variabel bebas yang terdapat dalam menerangkan variabel terikatnya. Dibawah ini nilai koefisien determinasi ditentukan dengan R *Square* :

Tabel 4.8

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.768 ^a	.590	.586	3.749

a. Predictors: (Constant), Pengaruh Merger

Sumber: Data primer yang diolah penulis, 2021

Sesuai dengan tabel diatas diperoleh R sebesar 0.768. ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara pengaruh merger terhadap *switching behavior* nasabah diluar pengguna BSI disekitar Kabupaten Bogor. Berdasarkan tabel, diperoleh nilai R *Square* sebesar 0.590 ini berarti 59% faktor yang mempengaruhi *switching behavior* nasabah diluar pengguna BSI disekitar Kabupaten Bogor dapat dijelaskan oleh variabel pengaruh merger (X). Kemudian sisanya 41% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diajukan didalam penelitian ini.

F. Pembahasan

Analisis pengaruh merger Bank Syariah Indonesia (X) terhadap *switching behavior* (Y) nasabah diluar pengguna BSI disekitar Kabupaten Bogor.

Berdasarkan pengujian perbandingan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu t_{hitung} sebesar $12.121 > 1.98373$ dengan taraf signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ dapat diinterpretasikan bahwa H_0 ditolak H_a diterima yang artinya adalah pengaruh merger BSI berpengaruh signifikan terhadap *switching behavior* nasabah diluar pengguna BSI disekitar Kabupaten Bogor. Serta hal ini menunjukkan semakin baik pengaruh merger maka semakin baik pula tingkat *switching behavior* nasabah diluar pengguna BSI berdasarkan faktor harga, reputasi, pelayanan, promosi dan faktor kesengajaan.

Berdasarkan data diatas, dapat dilihat bahwa variabel X memiliki nilai rata-rata (*mean*) dan nilai tengah (*median*) sebesar 41.49 dan 41.00. dari data ini dapat diinterpretasikan bahwa pengaruh merger dari Bank Syariah Indonesia (BSI) cukup baik . Kemudian variabel Y juga memiliki nilai rata-rata (*mean*) dan nilai tengah (*median*) yang cukup baik sebesar 59.44 dan 60.00. hal ini juga menunjukkan bahwa nasabah cukup terpengaruh untuk melakukan *switching behavior*.

Faktor utama yang mempengaruhi *Switching behavior* yaitu faktor reputasi dan pengetahuan yang telah didapat oleh nasabah diluar pengguna BSI tersebut. Reputasi merupakan asset kunci penting yang harus dimiliki oleh setiap perusahaan karena sangat berharga, khas serta sulit untuk diduplikasi. Pengetahuan nasabah juga sangat penting, apalagi untuk nasabah

diluar pengguna BSI tersebut ini merupakan suatu nilai tambah bagi nasabah diluar pengguna BSI namun mengetahui tentang BSI.

Faktor yang mempengaruhi perilaku berpindah / *switching behavior* nasabah diluar pengguna BSI adalah pengaruh merger. Pengaruh merger dapat membuat nasabah diluar pengguna BSI melakukan / memiliki keinginan untuk berpindah menggunakan produk dan jasa BSI. Apalagi dengan bergabungnya 3 (tiga) Bank Syariah besar menjadi 1 (satu) entitas baru yaitu BSI yang patut diperhitungkan keberadaannya yang mampu menduduki posisi bank syariah terbesar ke-7 di Indonesia dalam waktu singkat.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sri Rahayu Syah (2018) *Switching Behavior* Nasabah Bank :Tinjauan Empiris Teori Keperilakuan di Kota Makassar. Hasil penelitian tersebut Sikap, norma subyektif, persepsi kontrol berperilaku, kemudahan sistem, prosedur dan *social influence* berpengaruh positif terhadap sikap berpindah nasabah (*switching behavior*) hal ini berkaitan dengan hasil penelitian yang didapat oleh peneliti, hanya berbeda pada saat penelitian sebelumnya dilakukan ketika tidak adanya merger atau penggabungan.