

## Analisis Preferensi Masyarakat Kalimantan Selatan Pada Bank Syariah Pasca Merger 3 Bank Umum Syariah (BUS)

Haris Faulidi Asnawi<sup>1)</sup>, Atika Zahra Maulida<sup>2\*)</sup>, Muhammad Qamaruddin<sup>3)</sup>

<sup>1,2,3</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Antasari Banjarmasin

\*Email korespondensi: [atikazahra615@gmail.com](mailto:atikazahra615@gmail.com)

### Abstract

Kondisi perkembangan ekonomi islam di Indonesia melalui perkembangan lembaga keuangan syariah saat ini menjadi sorotan dunia karena kinerja pemerintah dalam keseriusannya mengembangkan ekonomi islam khususnya perbankan syariah perlu diapresiasi setelah keberhasilannya menggabungkan 3 Bank Umum Syariah (BUS) yang diresmikan di awal bulan Februari lalu sehingga perkembangan industri keuangan syariah di Indonesia saat ini menempati posisi ke 7 dengan asset terbesar secara nasional. Berawal dari adanya merger 3 Bank Umum Syariah (BUS) yaitu, BRI Syariah, Bank Syariah Mandiri, dan BNI Syariah penelitian ini dilakukan sehingga bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari variabel Literasi, Inklusi, Reputasi dan Religiusitas terhadap preferensi masyarakat Kalsel pada Bank Syariah Pasca Merger 3 BUS tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dan pendekatan deskriptif kemudian dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan 1) secara simultan, adanya pengaruh dari seluruh variabel independen penelitian terhadap preferensi masyarakat Kalimantan Selatan pada Bank Syariah pasca merger 3 bank umum syariah, 2) secara parsial hanya variabel reputasi yang berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y.

**Keyword:** Inklusi, Literasi, Merger, Preferensi Masyarakat, Religiusitas, Reputasi.

**Saran sitasi:** Asnawi, H. F., Maulida, A. Z., & Qamaruddin, M. (2023). Analisis Preferensi Masyarakat Kalimantan Selatan Pada Bank Syariah Pasca Merger 3 Bank Umum Syariah (BUS). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 463-469. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.6886>

**DOI:** <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.6886>

### 1. PENDAHULUAN

Kondisi perkembangan ekonomi islam di Indonesia melalui perkembangan lembaga keuangan syariah saat ini menjadi sorotan dunia karena kinerja pemerintah dalam keseriusannya mengembangkan ekonomi islam khususnya perbankan syariah perlu diapresiasi setelah keberhasilannya menggabungkan 3 Bank Umum Syariah (BUS) yang diresmikan di awal bulan Februari lalu sehingga perkembangan industri keuangan syariah di Indonesia saat ini menempati posisi ke 7 dengan asset terbesar secara nasional, yang awalnya ada posisi 20 atau 30 dan saat ini, BUS Indonesia mampu menghasilkan asset Rp 240 Triliun atau setara dengan USD16,78 miliar, sehingga masuk di dalam jajaran 10 bank syariah terbesar di dunia. (idxchannel, 2021).

Saat ini posisi Indonesia pada peta perekonomian syariah dunia menempati posisi Ke 5 dilihat dari *Global Islamic Economic Indicator Score (GIEI)* yang

sebelumnya hanya menempati posisi ke-10. Peningkatan posisi Indonesia ini disebabkan beberapa faktor pendorong yaitu berkembangnya *sector Islamic of Finance, Modest Fashion* dan *Halal Media and Recreation*. Aspek *islamic finance* global Indonesia menempati posisi rangking 7 dengan jumlah asset *Islamic finance* terbesar pada dunia, yaitu sekitar USD 86 Milyar. Pada publikasi internasional diglobal *islamic finance* laporan tahun 2019 Indonesia menempati posisi pertama pada kategori *Islamic Finance Country Index*. (OJK, 2019).

Posisi Indonesia di perekonomian dan keuangan syariah di dunia tidak bisa dipandang sebelah mata, prestasi Indonesia dalam mengembangkan ekonomi syariah didapat berkat kerja keras semua pihak diantaranya: pemerintah, regulator, pemangku kebijakan dan pelaku kebijakan. Potret total asset keuangan syariah Indonesia per Desember 2019 mencapai Rp 1.468,07 triliun atau USD 105,61 miliar.

Untuk aset Perbankan Syariah sebesar Rp 538,32 triliun ada pertumbuhan aset sebesar 9,93 % dari tahun sebelumnya.

Negara Indonesia yang memiliki penduduk muslim terbesar di dunia ternyata tidak menjamin bahwa respon masyarakat terhadap industri keuangan syariah dan bank syariah akan baik hal ini dibuktikan hasil survey Bank Indonesia tentang ekonomi syariah menunjukkan tingkat literasi masyarakat Tahun 2019 baru mencapai 16, 3% dari skala 100% (BI, 2019) sedangkan hasil survey dari OJK Tahun 2019 literasi keuangan islam di indonesia hanya 8,93%, sedangkan inklusi keuangan syariah nasional sebesar 9,1 % (OJK, 2019). Rendahnya literasi masyarakat tersebut pastinya akan ber-*multiplier effect* didaerah-daerah salah satunya adalah Provinsi Kalimantan Selatan yang mayoritas penduduknya hampir 96,7% memeluk agama Islam (BPS, 2020),

Saat ini, tingkat literasi keuangan syariah masyarakat Kalimantan Selatan berdasarkan survei OJK tahun 2019 sekitar 6,82% yang sebelumnya pada tahun 2016 sekitar 6,5%. Sedangkan. Dari sisi indeks inklusi keuangan syariah tahun 2019 Kalimantan Selatan mencapai angka 5,25 % yang sebelumnya sekitar 2,5% di tahun 2016. Meskipun, tingkat literasi keuangan syariah masyarakat di Kalimantan Selatan masih rendah namun masih ada hal yang menggembirakan dari data tersebut yaitu adanya peningkatan akan literasi dan inklusi keuangan syariah periode 2016-2019.

Peningkatan literasi keuangan syariah di daerah, khususnya di Kalimantan Selatan perlu menyentuh dari kondisi preferensi masyarakat untuk menggunakan bank syariah ditambah adanya merger 3 Bank Umum Syariah akan meningkatkan potensi meningkatnya kesadaran masyarakat untuk beralih ke perbankan syariah serta *utility* masyarakat akan perbankan syariah semakin tinggi . Preferensi konsumen menurut Kotler merupakan kesukaan atau pilihan konsumen dalam memilih barang atau jasa (Rahardi & Wiliasih, 2016). Konteks preferensi konsumen dalam pemilihan produk perbankan syariah pasca merger 3 BUS tersebut sangat cocok dengan teori yang disampaikan Imam Shatibi yang menggunakan istilah *masalahah* jika dibandingkan dengan konsep *utility*. Teori Imam Shatibi bahwa masalahah merupakan sebuah kondisi kemampuan barang dan jasa untuk memenuhi elemen-elemen serta tujuan dasar kehidupan untuk mencapai kegiatan ekonomi (Septiana, 2018).

Disadari atau tidak, banyak faktor untuk meningkatkan preferensi masyarakat mengenai bank syariah pasca merger 3 BUS khususnya di Kalimantan Selatan yang dapat dilihat dari sisi literasi. Konsep literasi merupakan faktor penting dalam memengaruhi preferensi konsumen. Menurut Rike, literasi keuangan sebagai pengetahuan mengenai konsep keuangan dan keterampilan dalam mengevaluasi keuangan dan pengambilan keputusan laporan keuangan (Setiawati dkk., 2018) sedangkan konteks literasi keuangan syariah merupakan sikap dan perilaku seseorang dalam memilih sebuah produk pembiayaan sesuai syariah sehingga ia dapat membedakan, misalnya antara pembiayaan konvensional dengan pembiayaan Syariah (Antara dkk., 2016).

Selain literasi, inklusi merupakan faktor terpenting dari preferensi konsumen. Inklusi keuangan yang diterapkan dapat melakukan perubahan dalam pola pikir para pelaku ekonomi dan pelaku usaha dalam melihat peluang uang dan pengambilan keuntungan (Agarwal, 2016). Inklusi keuangan juga merupakan proses kemudahan dalam akses, ketersediaan, dan manfaat dari sistem keuangan secara formal bagi para pelaku ekonomi dan pelaku usaha (Puspitasari dkk., 2020).

Faktor reputasi khususnya reputasi kinerja perbankan syariah merupakan variabel yang perlu dimuat sebagai variabel yang memengaruhi preferensi konsumen. Menurut (Tarigan, 2014) konteks reputasi adalah sebagai simbol dari kepercayaan masyarakat, apabila reputasi dikelola dengan baik dan benar, sehingga kinerja yang dihasilkan dapat disampaikan dan dipresentasikan kepada masyarakat.

Religiusitas adalah faktor terpenting sebagai aspek yang memengaruhi preferensi masyarakat di Kalimantan Selatan. Aspek ini sangat sesuai untuk dimasukkan sebagai salah satu variabel yang memengaruhi, hal ini disebabkan karena masyarakat Kalimantan Selatan sebagian besar mayoritas muslim membuat variabel ini perlu diperhatikan. Menurut (Hasanah, 2019) religiusitas telah dihayati oleh individu dalam hati sedangkan menurut Glock dan Stark menyebutkan bahwa kepercayaan adalah suatu tanda kepercayaan, dalam bentuk keyakinan, bentuk nilai dalam aktivitas yang terorganisasi pada suatu permasalahan yang dirasakan dan makna dalam religiusitas (Imamuddin, 2018).

Beberapa penelitian terdahulu banyak dilakukan mengenai dampak merger 3 Bank Umum Syariah dan variabel yang memengaruhinya, diantaranya

penelitian yang dilakukan Wiyono(2021), Nugroho dkk (2017), Fauzi (2020), dan Jasin dkk (2021) yang dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan, literasi, inklusi, religiusitas dan reputasi sebagai variabel yang bisa memberikan dampak pasca merger 3 Bank Syariah Umum dari sisi minat dan perilaku konsumen.

Dari uraian fenomena yang telah dipaparkan tersebut dengan mengaitkan pemaparan teori-teori terkait serta penelitian terdahulu bahwa penelitian ini berkaitan preferensi konsumen sebagai variabel dependen pada bank syariah pasca merger 3 Bank Umum Syariah belum banyak dilakukan, kemudian ditambah pengaruh konteks variabel independen yang dilihat dari literasi, inklusi, reputasi dan religiusitas baik secara simultan dan parsial menambah ketertarikan penelitian ini sehingga menjadikan tujuan untuk mencapai hasil dengan dikorelasikan keadaan masyarakat di Kalimantan Selatan.

**2. METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang digunakan berupa lapangan dengan pendekatan kuantitatif dengan mengukur statistik berdasarkan pengumpulan data menggunakan angka. Lokasi penelitian ini berada di wilayah Kalimantan Selatan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dan sekunder. Data primer didapat dari responden yang tersebar di Provinsi Kalimantan Selatan dan terdaftar di kantor pusat maupun kantor cabang pembantu bank syariah Indonesia sedangkan data sekunder berdasarkan data informasi berkaitan tujuan pemerintah dalam melakukan merger pada bank BNIS, BRIS dan Bank syariah mandiri. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden dengan metode *stratified random sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan berupa kuesioner dengan skala likert dan studi kepustakaan kemudian dianalisis menggunakan uji asumsi klasik (Uji Normalitas, Multikolinearitas, dan Heteroskedastisitas) dan analisis regresi linier berganda serta uji hipotesis (simultan dan parsial) dengan bantuan aplikasi SPSS versi 24. Bentuk umum persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut: (Agus Widarjono, 2013).

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \varepsilon_i$$

Dimana, Y = variabel Preferensi masyarakat,  $\beta_0$  = konstanta,  $\beta_1 \beta_2 \beta_3 \beta_4$  adalah koefisien,  $X_1 X_2 X_3 X_4$  merupakan variabel independen yang terdiri dari

literasi, inklusi, reputasi dan religiusitas serta  $\varepsilon_i$  merupakan standar *error*.

**3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

**3.1. Hasil Penelitian**

**Uji Normalitas**

**Tabel 1**  
**Uji Normalitas**

	Literasi (X1)	Inklusi (X2)	Reputasi (X3)	Religiusitas (X4)	Preferensi (Y)
<i>Asymp.sig (2-tailed)</i>	0,158 > 0,05	0,122 > 0,05	0,074 > 0,05	0,052 > 0,05	0,068 > 0,05
STATUS	Data terdistribusi normal				

(Sumber: data primer diolah, 2021)

Hasil uji normalitas menunjukkan variabel literasi (X1) memiliki nilai *Asymp.sig (2-tailed)* sebesar 0,158, variabel inklusi (X2) sebesar 0,122, variabel reputasi (X3) sebesar 0,074, variabel religiusitas (X4) sebesar 0,052, dan variabel preferensi (Y) sebesar 0,068 dan nilai signifikansi keempat variabel > 0,05 sehingga dinyatakan data berdistribusi normal.

**Uji Multikolinearitas**

**Tabel 2**  
**Uji Multikolinearitas**

	Literasi (X1)	Inklusi (X2)	Reputasi (X3)	Religiusitas (X4)
<i>Tolerance</i>	0,596 > 0,1	0,637 > 0,1	0,653 > 0,1	0,812 > 0,1
<i>VIF</i>	1,679 < 10	1,571 < 10	1,531 < 10	1,231 < 10
STATUS	Tidak ada masalah multikolinearitas			

(Sumber: data primer diolah, 2021)

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan nilai *tolerance* dari keempat variabel independen lebih dari 0,1 dan *VIF* kurang dari 10. Nilai *tolerance* variabel literasi (X1) sebesar 0,596, variabel inklusi (X2) sebesar 0,637, variabel reputasi (X3) sebesar 0,653, dan variabel religiusitas sebesar 0,812 sedangkan nilai *VIF* variabel literasi (X1) sebesar 1,679, variabel inklusi (X2) sebesar 1,571, variabel reputasi (X3) sebesar 1,531, dan variabel religiusitas sebesar 1,231 sehingga variabel tersebut tidak terjadi gejala multikolinearitas.

**Uji Heteroskedastisitas**

**Tabel 3**  
**Uji Heteroskedastisitas**

	Literasi (X1)	Inklusi (X2)	Reputasi (X3)	Religiusitas (X4)
<i>Unstandardized Residual</i>	0,856 > 0,05	0,707 > 0,05	0,510 > 0,05	0,618 > 0,05
STATUS	Tidak terjadi masalah keteroskedastisitas			

(Sumber: data primer diolah, 2021)

Uji heteroskedastisitas dengan *Spearman's rho* menunjukkan nilai signifikansi variabel X1 sebesar 0,856, variabel X2 sebesar 0,707, variabel X3 sebesar 0,510, dan X4 sebesar 0,618 serta nilai signifikansi > 0,05 sehingga disimpulkan model regresi tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

**Regresi Linier Berganda**

**Tabel 4**  
**Unstandardized Coefficients**

	Constant	X1	X2	X3	X4
Unstandardized Coefficients (B)	9,462	0,048	0,014	0,223	0,085

(Sumber: data primer diolah, 2021)

Persamaan Regresi Sebagai Berikut :

$$Y = 9,462 + 0,048x_1 + 0,014x_2 + 0,223x_3 + 0,085x_4$$

**Interprestasi Hasil**

- Konstanta  $b_0 = 9,462$ . artinya jika variabel literasi, inklusi, reputasi, dan religiusitas nilainya adalah 0 prerensi masyarakat Kalimantan Selatan pada Bank Syariah pasca merger 3 Bank Umum Syariah (BUS) nilainya 9,462
- Koefisien  $b_1 = 0,048$ . Artinya jika variabel literasi ditingkatkan sebesar 1 satuan, maka perilaku berutang meningkat sebesar 0,048 satuan.
- Koefisien  $b_2 = 0,014$ . Artinya jika variabel inklusi ditingkatkan sebesar 1 satuan, maka perilaku berutang meningkat sebesar 0,014 satuan.
- Koefisien  $b_3 = 0,223$ . Artinya jika variabel reputasi ditingkatkan sebesar 1 satuan, maka perilaku berutang menurun sebesar 0,223 satuan.
- Koefisien  $b_4 = 0,085$ . Artinya jika variabel religiusitas ditingkatkan sebesar 1 satuan, maka perilaku berutang menurun sebesar 0,085 satuan.

**Analisis Koefisien Determinasi**

Dari output tabel *Model Summary* dapat diketahui nilai  $R^2$  (*Adjusted R Square*) adalah 0,271. Jadi sumbangan pengaruh dari variabel independen yaitu 27,1% sedangkan sisanya sebesar 72,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

**Uji F (Uji Simultan)**

**Tabel 5**  
**F Hitung dan Signifikansi**

F Hitung	F Tabel	Perbandingan	Hasil
10,205	2,470	10,205 > 2,47	Berpengaruh

(Sumber: data primer diolah, 2021)

Berdasarkan output tabel ANNOVA dapat diketahui F hitung sebesar  $10,205 > 2,47$  (F tabel) maka dapat disimpulkan bahwa variabel literasi, inklusi, reputasi, dan religiusitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap preferensi masyarakat Kalimantan Selatan pada Bank Syariah pasca merger 3 Bank Umum Syariah (BUS).

**Uji t (Uji Parsial)**

**Tabel 5**  
**Signifikansi**

Variabel	X1	X2	X3	X4
Sig	0,501 > 0,05	0,738 > 0,05	0,000 < 0,05	0,087 > 0,05
Hasil	Tidak Berpengaruh	Tidak berpengaruh	Berpengaruh	Tidak berpengaruh

(Sumber: data primer diolah, 2021)

Hasil uji parsial dari tabel 5 menunjukkan hanya variabel reputasi yang berpengaruh secara parsial terhadap preferensi masyarakat Kalimantan Selatan pada Bank Syariah pasca merger 3 Bank Umum Syariah (BUS) dengan nilai sig.  $0,000 < 0,05$  sedangkan variabel literasi, inklusi dan religiusitas tidak berpengaruh secara parsial karena nilai sig > 0,05.

**3.2. Pembahasan**

**Pengaruh Literasi Terhadap Preferensi Masyarakat**

Melihat hasil olah data tersebut dan hasil observasi di lapangan, literasi masyarakat Kalsel tentang keuangan syariah, khususnya perbankan syariah masih sangat minim. Masih banyak masyarakat yang masih awam tentang bank syariah. Literasi dan edukasi tentang perbankan syariah belum

maksimal dilaksanakan. Berdasarkan survey dari OJK tahun 2019 tingkat literasi Keuangan Syariah mencapai 6,82% mengalami peningkatan dari tahun 2016 yang hanya sekitar 6,5%. Berdasarkan survey dari BI pada tahun yang sama 2019 tingkat literasi masyarakat Kalsel tentang Ekonomi Syariah secara umum sekitar 17,5% (KNEKS & IAIEI, 2020). Tingkat literasi masyarakat Kalsel masih cenderung rendah dibanding provinsi lain.

Dari survey beberapa lembaga di atas dan dari hasil olah data, peneliti berkesimpulan bahwa masyarakat Kalsel yang memilih Bank Syariah bukan sepenuhnya dikarenakan literasi yang mumpuni tentang keuangan syariah, tetapi karena beberapa faktor lainnya, seperti lingkungan sosial, dan tingkat keuntungan yang ditawarkan Bank Syariah yang lebih besar dibandingkan Bank Konvensional. Pernyataan ini didukung dari penelitian Yulianto (2018) yang menyebutkan bahwa variabel literasi berpengaruh negatif terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah. Menurutnya, latar belakang pendidikan nasabah juga menjadi menjadi faktor keputusan nasabah memilih Bank Syariah.

Menurut Kepala Cabang BSI Tanah Bumbu mengakui bahwa literasi masyarakat Kalsel secara umum dan Tanah Bumbu khususnya belum maksimal, salah satu strategi yang dilakukan adalah dengan menggandeng para pengurus Mesjid dalam mensosialisasikan perbankan syariah kepada Umat Islam. Literasi juga disampaikan melalui para pendakwah di Mesjid. (wawancara Kacab BSI).

Pasca mergernya beberapa Bank Syariah ini menjadi PR besar untuk semua pihak yang terlibat dalam keuangan syariah khususnya perbankan syariah, untuk sama menggenjot literasi dan edukasi masyarakat tentang keuangan syariah secara merata di seluruh daerah. Saat ini literasi keuangan syariah hanya berfokus di kota-kota besar, sedang kan kabupaten-kabupaten masih luput dari perhatian.

Pemerintah daerah juga harus proaktif mendukung perkembangan ekonomi syariah secara menyeluruh di seluruh daerah dengan membuat Peraturan Daerah tentang ekonomi dan keuangan syariah, yang menurut laporan dari KNEKS (2020) provinsi Kalsel belum memilikinya, dibanding dengan Provinsi-provinsi lain yang masyarakatnya mayoritas beragama Islam seperti Aceh dan Nusa Tenggara Barat. Pemerintah daerah dua provinsi tersebut sangat mendukung perkembangan ekonomi dan keuangan

syariah di sana, terbukti dengan Bank Daerah mereka yang sudah terkonversi menjadi Bank Syariah.

### **Pengaruh Inklusi Keuangan Syariah Terhadap Preferensi Masyarakat**

Seperti variabel literasi, variabel inklusi secara parsial juga tidak berpengaruh terhadap variabel Y yaitu Preferensi Masyarakat terhadap bank syariah pasca merger 3 BUS. Berdasarkan hasil penelitian Puspita, et.all (2020) menunjukkan bahwa tingkat inklusi keuangan syariah dari 2015 hingga 2018 di Indonesia mengalami perkembangan yang fluktuatif. Rata-rata Indeks Inklusi Keuangan Syariah di Indonesia masih masuk dalam kategori rendah. Dari 33 provinsi di Indonesia, DKI Jakarta termasuk kategori tinggi, provinsi Aceh dan D.I Yogyakarta termasuk kategori sedang, dan terdapat 30 provinsi dengan kategori rendah. Indikator inklusi dalam penelitian ini adalah dimensi aksesibilitas, dimensi availabilitas, dan dimensi penggunaan.

Dimensi availabilitas, ketersediaan jasa perbankan syariah yang dinilai dari jumlah kantor layanan Bank Syariah yang dapat dijangkau oleh masyarakat, Provinsi Kalimantan Selatan masuk pada kategori sedang, artinya Provinsi tersebut memiliki jumlah kantor layanan perbankan syariah kurang dari 100 unit kantor pelayanan, namun karena populasi masyarakatnya lebih sedikit dari provinsi-provinsi lain, seharusnya jumlah tersebut mampu mengakomodir jumlah nasabah yang ada.

Dimensi penggunaan yang dinilai dari jumlah pembiayaan yang disalurkan oleh perbankan syariah Kalsel mencapai angka 26, 82 masuk dalam kategori rendah. Secara keseluruhan nilai inklusi keuangan syariah Kalimantan Selatan pada tahun 2018 sekitar 0,17 % masuk dalam kategori rendah (Puspitasari dkk., 2020). Nasabah belum optimal menggunakan fasilitas perbankan syariah, dikarenakan adanya kendala kantor layanan yang susah dijangkau terutama bagi masyarakat yang tinggal di daerah terpencil.

Sebaran Bank Syariah di Kalsel belum merata, terdapat Kabupaten yang tidak ditemukan bank syariah sama sekali, sedangkan kantor layanan bank syariah terpusat di daerah perkotaan dan kotamadya saja. Akses dan jumlah kantor layanan yang sulit dijangkau menjadikan masyarakat lebih memilih bank konvensional yang mudah ditemui bahkan di daerah pedesaan sekalipun.

### **Pengaruh Religiusitas Terhadap Preferensi Masyarakat**

Menjadi salah satu provinsi yang penduduknya mayoritas beragama Islam tidak menjadikan Bank Syariah di Provinsi Kalimantan Selatan berkembang dengan pesat. Dari hasil olah data terlihat ternyata variabel religiusitas secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi masyarakat Kalsel dalam memilih Bank syariah. Fenomena ini disebabkan karena masih kurangnya SDM yang menguasai ekonomi dan keuangan syariah, dan masih sangat kurangnya kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang ekonomi syariah dan Fiqh Muamalah.

Selama ini masyarakat lebih terfokus pada kegiatan ibadah, sementara penerapan fiqh/syar'iah di bidang muamalah yang meliputi seluruh aspek hubungan antar manusia kurang diperhatikan. Sehingga perkembangan lembaga keuangan syariah juga menjadi stagnan, walau potensi masyarakatnya sangat besar. Selain itu juga masih banyak ponpes yang beraliran salafi yaitu pesantren yang menganut sistem tradisional di mana didalamnya mayoritas mengajarkan masalah aqidah, tasawuf dan fiqh secara umum. Sehingga kegiatan muamalah misalnya di bidang perekonomian/keuangan masih dianggap tabu.

Fenomena beragama di Kalsel seperti ada pengotakan secara umum untuk urusan ibadah, masyarakat Kalsel sangat religius, namun ketika dibawa ke ranah mu'amalah seakan itu bukan merupakan bagian dari syariat Islam. Sejatinya Islam adalah agama yang komprehensif yang saling terintegrasi antara aqidah, ibadah dan Syariah. Tidak bisa tiga hal tersebut dipisahkan satu sama lain, atau memilih yang kita suka seperti hidangan di prasmanan.

### **Pengaruh Reputasi Terhadap Preferensi Masyarakat**

Setelah merger 3 Bank Umum Syariah, Bank syariah seperti di bawah lampu *spotlight* yang besar-besaran disorot secara massif oleh berbagai media. Ini menjadikan sarana promosi yang tidak disadari bagi seluruh Bank Syariah yang ada di Indonesia. Terbukti dari hasil penelitian ini, bahwa variabel reputasi merupakan satu-satunya variabel yang berpengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap preferensi masyarakat Kalsel pada Bank Syariah pasca merger 3 BUS tersebut. Setelah merger BSI masuk menjadi Bank Buku 4 yang memiliki modal inti lebih

dari 30 triliun, dan meningkat ke posisi 7 Bank Nasional. Dengan citra baik yang sudah dibangun ketika awal merger membawa imbas baik dengan meningkatnya minat masyarakat memilih Bank Syariah sebagai pilihan lembaga keuangan mereka. Market share pun akan meningkat dengan meningkatnya reputasi bank syariah di mata masyarakat. Ini modal yang sangat penting, semua pihak yang terlibat harus segera mengambil momen ini untuk merencanakan proyeksi ke depan sehingga modal "reputasi baik" ini tidak hanya bertahan di awal merger saja.

### **4. KESIMPULAN**

Dari temuan dan hasil yang telah dipaparkan dalam analisis tersebut, maka terdapat beberapa kesimpulan yang didapat diambil dari hasil penelitian ini, yaitu bahwa secara simultan variabel literasi, inklusi keuangan syariah, reputasi dan religiusitas berpengaruh terhadap preferensi masyarakat Kalimantan Selatan pada Bank Syariah pasca merger 3 bank umum syariah. Sedangkan, secara parsial hanya variabel reputasi yang berpengaruh terhadap preferensi masyarakat. Sebagai dari kesimpulan hasil tersebut maka rekomendasi dari penelitian ini adalah pemerintah daerah dan *stakeholders* melalui OJK, Bank Indonesia dan Bank Syariah Indonesia (BSI), dapat memberikan literasi dan inklusi keuangan syariah secara massif dengan harapan dapat meningkatkan preferensi masyarakat di Provinsi Kalimantan Selatan sehingga *multiplier effect*-nya dapat dirasakan oleh semua pihak.

### **5. REFERENSI**

- Agarwal, T. (2016). An Analysis of the Twin Pillars of Banking in India: Financial Literacy and Financial Inclusion. *Wealth: International Journal of Money, Banking & Finance*, 5(1).
- Agus Widarjono. (2013). *Ekonometrika Pengantar dan Aplikasinya Disertai Panduan Eviews*. UPP STIM YKPN.
- Antara, P. M., Musa, R., & Hassan, F. (2016). Bridging Islamic financial literacy and halal literacy: The way forward in halal ecosystem. *Procedia Economics and Finance*, 37, 196–202.
- Fauzi, R. N. (2020). PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, PENGETAHUAN AGAMA, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH BANK SYARIAH (Studi Kasus pada Mahasiswa Santri di Kabupaten Sleman Yogyakarta). *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 9(1), Art. 1.

- Hasanah, F. (2019). Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang Pada Bank Syariah. *Balance Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 4(1), 485–495. <https://doi.org/10.32502/jab.v4i1.1815>
- idxchannel. (2021). *Terus Bertumbuh, Bank Syariah Indonesia BSI Kini di Posisi ke-7 Bank Nasional RI*. <https://www.idxchannel.com/>. <https://www.idxchannel.com/banking/terus-bertumbuh-bank-syariah-indonesia-bsi-kini-di-posisi-ke-7-bank-nasional-ri>
- Imamuddin, M. (2018). Pengaruh Label Halal dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Mahasiswa IAIN Bukittinggi TA 2016/2017. *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, 1(1).
- Jasin, H., Mujiatun, S., Rambe, M. F., & Siregar, R. B. (2021). Apakah Kepercayaan Memediasi Pengaruh Reputasi Bank dan Religiusitas Terhadap Purchase Intention? *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 22(1), Art. 1. <https://doi.org/10.30596/jimb.v22i1.5630>
- KNEKS & IAEL. (2020). *Laporan Perkembangan Ekonomi Syariah Daerah 2019-2020*. Direktorat Infrastruktur Ekosistem Syariah, KNEKS.
- Nugroho, A. P., Hidayat, A., & Kusuma, H. (2017). The influence of religiosity and self-efficacy on the saving behavior of the Islamic banks. *Banks and Bank Systems*, 12(3), 35–47. [https://doi.org/10.21511/bbs.12\(3\).2017.03](https://doi.org/10.21511/bbs.12(3).2017.03)
- Prastiwi, I. E., & Anik, A. (2020). The impact of credit diversification on credit risk and performance of Indonesian banks. *Global Review of Islamic Economics and Business*, 8(1), 013–021.
- Puspitasari, S., Mahri, A. J. W., & Utami, S. A. (2020). INDEKS INKLUSI KEUANGAN SYARIAH DI INDONESIA TAHUN 2015-2018. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 4(1), 15–31.
- Rahardi, N., & Wiliasih, R. (2016). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap hotel syariah. *Jurnal syarikah: jurnal ekonomi islam*, 2(1).
- Septiana, A. (2018). Tinjauan Perilaku Konsumtif Masyarakat Pesisir Dalam Islam (Studi Kasus pada Masyarakat Pesisir Desa Bandaran, Kecamatan Tlanakan, Kabupaten Pamekasan). *Dinar: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 5(2), 95–107.
- Setiawati, R., Nidar, S. R., Anwar, M., & Masyita, D. (2018). Islamic financial literacy: Construct process and validity. *Academy of Strategic Management Journal*, 17(4), 1–12.
- Tarigan, R. M. (2014). Pengaruh Citra Merek dan Reputasi Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Program Studi Strata-1 Manajemen Ekstensi Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara*.
- Wiyono, W. M. (2021). Dampak Merger 3 (Tiga) Bank Syariah Bumh Terhadap Perkembangan Ekonomi Syariah. *Cakrawala Hukum: Majalah Ilmiah Fakultas Hukum Universitas Wijayakusuma*, 23(1), Art. 1. <https://doi.org/10.51921/chk.v23i1.142>
- Yulianto, A. (2018). *PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN PRODUK ATAU LAYANAN LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH*. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/11599>