



**PERAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PERKEMBANGAN  
PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA  
SEBELUM DAN SAAT *COVID-19***

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam  
Bidang Perbankan Syariah*

**Oleh :**

**ERTY ASWARA  
NIM: 17 401 00189**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PADANGSIDIMPUAN  
2022**



**PERAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PERKEMBANGAN  
PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA  
SEBELUM DAN SAAT *COVID-19***

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Dalam Bidang Perbankan Syariah*

**Oleh :**

**ERTY ASWARA  
NIM: 17 401 00189**

**Pembimbing I**

**Rodame Monitorir Napitupulu, M.M  
NIP. 19841130 201801 2 001**

**Pembimbing II**

**Ja'far Nasution, M.E.I  
NIDN. 2004088205**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PADANGSIDIMPUAN  
2022**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidempuan 22733  
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi  
a.n. ERTY ASWARA  
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidempuan, Juni 2022  
Kepada Yth:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan  
di-  
Padangsidempuan

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. ERTY ASWARA yang berjudul "**Peran Media Sosial Terhadap Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia Sebelum Dan Saat Covid-19**".

Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

**PEMBIMBING I**

**Rodame Monitorir Napitupulu, M.M**  
NIP. 19841130 201801 2 001

**PEMBIMBING II**

**Ja'far Nasution, M.E.I**  
NIDN. 2004088205

## SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **ERTY ASWARA**

NIM : 17 401 00189

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi: Perbankan Syariah

Judul Skripsi : **“Peran Media Sosial Terhadap Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia Sebelum Dan Saat Covid-19”.**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 4 Tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 24 Juni 2022

akan,  
  
**ERTY ASWARA**  
NIM. 17 401 00189

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

---

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan.

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : **ERTY ASWARA**

NIM : 17 401 00189

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Hak bebas royalti non eksklusif (*non-exclusive royalty-free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“Peran Media Sosial Terhadap Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia Sebelum Dan Saat Covid-19”**.

Dengan hak bebas royalti non eksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Padangsidempuan

Pada tanggal: 24 Juni 2022



**ERTY ASWARA**  
NIM. 17 401 00189



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidempuan 22733  
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI  
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

**NAMA** : ERTY ASWARA  
**NIM** : 17 401 000189  
**FAKULTAS/PRODI** : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah  
**JUDUL SKRIPSI** : Peran Media Sosial Terhadap Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia Sebelum dan Saat Covid-19

**Ketua**

**Sekretaris**

  
Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si  
NIP. 19790525 200604 1 004

  
Rini Hayati Lubis, M.P.  
NIP. 19870413 201903 2 011

**Anggota**

  
Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si  
NIP. 19790525 200604 1 004

  
Rini Hayati Lubis, M.P.  
NIP. 19870413 201903 2 011

  
Rodame Monitorir Napitupulu, M.M.  
NIP. 19841130 201801 2 001

  
Sry Lestari, S.H.I., M.E.I.  
NIP. 19890505 201903 2 008

**Pelaksanaan Sidang Munaqasyah**

**Di** : Padangsidempuan  
**Hari/Tanggal** : Selasa, 07 Juni 2022  
**Pukul** : 09.00 WIB s/d 12.00 WIB  
**Hasil/Nilai** : LULUS / 75 (B)  
**Indeks Prestasi Kumulatif** : 3,49  
**Predikat** : SANGAT MEMUASKAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

---

**PENGESAHAN**

**JUDUL SKRIPSI : PERAN MEDIA SOSIAL TERHADAP  
PERKEMBANGAN PERBANKAN SYARIAH DI  
INDONESIA SEBELUM DAN SAAT COVID-19**

**NAMA : ERTY ASWARA**  
**NIM : 17 401 00189**

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas  
Dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar  
**Sarjana Ekonomi (SE)**  
Dalam Bidang Perbankan Syariah

Padangsidempuan, 07 Juni 2022



**Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si**  
**NIP. 19780818 200901 1 015**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDEMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**Jl. H.TengkuRizal Nurdin Km.4,5 Sihitang 22733**

**Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022**

---

## **PENGESAHAN**

**JUDUL SKRIPSI : PERAN MEDIA SOSIAL TERHADAP  
PERKEMBANGAN PERBANKAN SYARIAH DI  
INDONESIA SEBELUM DAN SAAT COVID-19**

**NAMA : ERTY ASWARA**

**NIM : 17 401 00189**

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas  
Dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar  
**Sarjana Ekonomi (SE)**  
Dalam Bidang Perbankan Syariah

Padangsidempuan, Juni 2022  
Dekan,

**Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si**  
**NIP. 19780818 200901 1 015**

## ABSTRAK

**Nama : Erty Aswara**  
**Nim : 17 401 00189**  
**Judul Skripsi : PERAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PERKEMBANGAN PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA SEBELUM DAN SAAT *COVID-19***

Penelitian ini membahas tentang peran media sosial terhadap perkembangan perbankan syariah di Indonesia sebelum dan saat *covid-19*. Permasalahan yang ditemukan adalah perkembangan media sosial sudah tidak asing lagi bagi kehidupan masyarakat ditambah dengan munculnya keberadaan perbankan syariah di Indonesia saat ini. Dengan keberadaan media sosial dan perbankan syariah di Indonesia menjadi salah satu bagian terpenting dalam perkembangan teknologi saat ini.

Pembahasan dalam penelitian ini berkaitan tentang perbankan syariah. Pendekatan yang dilakukan berdasarkan teori-teori yang dikemukakan berkaitan dengan media sosial, media sosial adalah media *online* dengan para penggunaannya yang bisa berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, forum dan dunia virtual serta mendukung interaksi sosial.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dengan menggunakan analisis data statistik deskriptif dan didukung uji normalitas, uji *Paired sample t-test*. Pengolahan data menggunakan program SPSS versi 26. Populasi penelitian ini adalah data bulanan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan *GlobalStarts* (GS) dan sampel penelitian sebanyak 60 data penelitian. Sedangkan instrumen pengumpulan data menggunakan dokumentasi dan publikasi data sekunder OJK dan GS.

Berdasarkan hasil uji Uji *paired sample t-test* dalam penelitian ini dilakukan dengan data variabel x dan y sebelum dan saat *covid-19*. Hasil pengujian hipotesis terhadap variable penelitian memperlihatkan nilai *asymph.sig (2-tailed) = 0,000*. Dengan perolehan hasil tersebut maka keputusan yang diambil adalah H diterima. H diterima karena probabilitas tersebut berada di bawah 0,05 atau ( $0,000 < 0,05$ ). Sehingga hasil uji pada penelitian dapat dinyatakan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan terhadap variabel penelitian sebelum dan saat *covid-19*.

**Kata Kunci:Media Sosial, Perbankan Syariah di Indonesia**

## KATA PENGANTAR



*Assalamualaikum Warohmatullahi Wabarokatuh*

Alhamdulillah, segala puji syukur ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, *madinatul 'ilmi*, pencerah dunia dari kegelapanberserta keluarga dan para sahabatnya. Amin.

Skripsi ini berjudul: “**Peran Media Sosial Terhadap Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia Sebelum Dan Saat Covid-19**” Ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada program studi Perbankan Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karenaitu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti berterimakasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., selaku Rektor IAIN Padangsidimpuan, serta Bapak Dr. Erawadi, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr.

AnharNasution, M.A., selaku Wakil Rektor bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr.Ikwanuddin, M.Ag., selaku Wakil Rektor bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.H.I, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Drs. H. Army M.Ag., selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Ibu Dra. Replita, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Nofinawati, S.E.I., M.A., selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah dan Ibu Hamni Fadlilah, M.Pd., selaku sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.
4. Ibu Rodame Monitorir Napitupulu, M.M., selaku pembimbing I dan Bapak Ja'far Nasution, M.E.I., selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Azwar Hamid S.H.I., M.A.,selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan pengarahan, bimbingan, motivasi dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan perkuliahan dan skripsi ini.
6. Bapak/Ibu dosen beserta staf di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu

pengetahuan, dorongan dan masukan kepada peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.

7. Bapak Yusri Fahmi, S.Ag., M.Hum kepala perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku referensi dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Teristimewa penghargaan dan terimakasih kepada Ayahanda tercinta Eriansyah dan Ibunda tercinta Almh. Afrina Sari, dan tidak lupa kepada adik peneliti Agry Avero dan Fathan Alvaro yang telah banyak melimpahkan curahan kasih sayang yang tiada hentinya, serta mama Mendriyani dan papa Misdarwin Tanjung yang memberikan dukungan moril dan materil demi kesuksesan studi sampai saat ini, serta memberi do'a yang senantiasa mengiringi langkah penulis hingga sejauh ini. Semoga surga Allah menjadi balasan untuk semuanya. Aamiin.
9. Serta saudara-saudari peneliti, LeliAgustina S.Kom, Sarah Nanda Restu Tanjung, Agnes Amanda, Avrilla Risti, Raisya Ramadani, Arsy Addara yang telah memotivasi dan memberikan dorongan kepada penulis dalam menuntut ilmu.
10. Terimakasih kepada sahabat-sahabat seperjuangan saya selama duduk di bangku kuliah Meli Sapitri S.E, Ririn Sri Anggreani S.E, Aulia Riska Aprilia Sinaga S.pd, Farida Hayati, yang telah memberikan dukungan serta motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

11. Terimakasih kepada kakak-kakak Kos Biru Lantai 3, Mislawati Sihotang S.E, Rahma Yani Siregar S.E, Seri Meintin Lubis S.E, Nina Puspita Sari S.E,dan teman-teman serta adek-adek Kos Biru Lantai 3, Manda Aulia Putri, Willa Yantri, Dianita Bujing Rambe, Nova Andriani Sihombing S. Pd, Sarifah Hannum Koto, Sarigantina DaulayS.Pd, Nurmiana Siregar S.Pd, Rika Susanti S.E dan Nur Azizah yang tak pernah bosan memberikan dukungan serta do'a bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Teman-teman seperjuangan PS-5 angkatan 2017, Rena Resti Andriani, Mutiah Lubis, Siti Nurhalizah S.E, Anggie Deshartanti S.E, Lili Suryani S.E, Imam Saleh Pulungan S.E, Ikhwan Madina Lubis S.E, Fuad Anand Harahap S.E, Ade Irawan Napitupulu, Arif Padillah Samosir S.E, Hendri Fauji S.E, Oskar Lahimuda S.E., Asmara Azan Harahap dan seluruh rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita, Aamiin.
13. Terimakasih kepada teman teman KKL dan Magang, Dinda Anggraini S.E, Lanna Ida Lubis, Maya Angela, Nurul Wahyu, Jannes Pandapotan S.H, yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian hingga selesainya skripsi ini.
14. Terimakasih atas bantuan dan kerjasama semua pihak yang turut membantu dan memberikan partisipasi dalam menyelesaikan skripsi ini

sejak awal hingga selesainya skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Ungkapan terimakasih, peneliti hanya mampu berdo'a semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada peneliti, diterima di sisi-Nya dan dijadikan-Nya amal saleh serta mendapatkan imbalan yang setimpal, peneliti juga menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan, kemampuan dan pengalaman peneliti, untuk itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat memperbaiki.

Padangsidempuan, Juni 2022  
Peneliti,

Erti Aswara  
NIM. 17 401 00189

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### 1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ṣa	ṣ	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	H	Kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	ḏal	ḏ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Esdanya
ص	ṣad	ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	ḏad	ḏ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘.	Komaterbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..’..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

- a. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	Fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	Dommah	U	U

- b. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
	<i>Fathah</i> dan ya	Ai	a dani
	<i>Fathah</i> dan wau	Au	a dan u

- c. *Maddah* adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
	<i>Fathah</i> dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
	<i>Kasrah</i> dan ya	ī	i dan garis di bawah
	<i>Dommah</i> dan wau	ū	u dan garis di atas

### 3. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk *Ta Marbutah* ada dua:

- a. *Ta Marbutah* hidup, yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah*, dan *dommah*, transliterasinya adalah /t/.
- b. *Ta Marbutah* mati, yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

### 4. *Syaddah (Tasydid)*

*Syaddah* atau *tasydid* yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

### 5. **Kata Sandang**

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ال . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

- a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya,

yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

- b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

## **6. Hamzah**

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa *hamzah* ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila *hamzah* itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

## **7. Penulisan Kata**

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun *huruf*, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

## **8. Huruf Kapital**

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang,

maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak dipergunakan.

## **9. Tajwid**

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektor Keagamaan. Pedoman Transliterasi Arab-Latin, Cetakan Kelima, Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektor Pendidikan Agama, 2003.

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT PERYATAAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI</b>	
<b>BERITA ACARA SIDANG MUNAQSAH</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN DEKAN</b>	
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Definisi Operasional Variabel.....	8
E. Rumusan Masalah .....	9
F. Tujuan Penelitian .....	9
G. Manfaat Penelitian.....	9
H. Sistematika Pembahasan.....	10
<b>BAB II LANDASANTEORI</b>	
<b>A. Kerangka Teori.....</b>	<b>13</b>
<b>1. Perbankan Syariah.....</b>	<b>13</b>
a. Pengertian Perbankan Syariah .....	13
b. Tujuan Bank Syariah.....	15
c. Jenis-jenis Bank Syariah.....	16
d. Produk Bank Syariah.....	24
<b>2. Peran Media Sosial .....</b>	<b>28</b>
a. Karakteristik Media Sosial .....	31
b. Esensi Media Sosial .....	32
c. Jenis-jenis Media Sosial .....	32
<b>B. Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>38</b>
<b>C. Kerangka Berpikir .....</b>	<b>43</b>
<b>D. Hipotesis .....</b>	<b>44</b>

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

A. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	45
B. Jenis Penelitian.....	45
C. Populasi dan Sampel .....	45
1. Populasi.....	45
2. Sample .....	46
D. Jenis Dan Sumber Data .....	46
E. Teknik Pengumpulan Data .....	46
1. Studi Kepustakaan.....	47
2. Dokumentasi .....	47
F. Teknik Analisis Data.....	47
1. Analisis Statistik Deskriptif .....	48
2. Uji Normalitas .....	48
3. Uji <i>Paired Sample T-Test</i> .....	49

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Variabel Penelitian .....	51
1. Sejarah Singkat Perkembangan Syariah Di Indonesia .....	51
B. Deskriptif Data Penelitian .....	53
C. Hasil Analisis Data.....	55
1. Analisis Statistik Deskriptif .....	55
2. Uji Normalitas .....	56
3. Uji <i>Paired Sample T-Test</i> .....	58
D. Pembahasan Hasil Penelitian .....	61
E. Keterbatasan Hasil Penelitian .....	63

### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	64
B. Saran .....	64

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR TABEL

### Halaman

Tabel 1.1	Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia .....	3
Tabel 11.2	Definisi Operasional Variabel.....	8
Tabel 11.1	Penelitian Terdahulu.....	38
Tabel 1V.1	Perkembangan Pangsa Pasar Media Sosial Di Indonesia .....	53
Tabel 1V.2	Perkembangan Jenis Bank Di Indonesia .....	54
Tabel 1V.3	Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif ... ..	55
Tabel 1V.4	Hasil Uji Normalitas .....	56
Tabel 1V.5	Hasil Uji <i>Paired Sample T-Test</i> .....	58

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 1.1 Perkembangan Pengguna Media Sosial Di Indonesia .....	6
Gambar 1.2 Kerangka berpikir .....	43

## **DAFTAR LAMPIRAN**

**Lampiran 1: Data Penelitian**

**Lampiran 2: Hasil Output SPSS Versi 26**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perbankan syariah merupakan segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah, dan Badan Pembiayaan Rakyat Syariah yang mencakup kelembagaan kegiatan usaha serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.<sup>1</sup> Berkembangnya dunia perbankan di Indonesia ditandai dengan salah satu diantaranya adalah berdirinya bank syariah. Lahirnya bank syariah pertama kali di Indonesia yaitu Bank Muamalat Indonesia, yang telah melakukan kegiatan usaha bank berdasarkan prinsip syariah.

Sejarah berdirinya perbankan syariah dengan sistem bagi hasil didasarkan pada dua faktor utama yaitu pertama, adanya pandangan bahwa bunga pada bank konvensional hukumnya haram karena termasuk dalam kategori riba yang dilarang oleh agama, bukan saja pada agama islam tetapi dilarang juga oleh agama lainnya. Kedua, dari aspek ekonomi bahwa penyerahan risiko usaha terhadap salah satu pihak dinilai melanggar norma keadilan. Dalam jangka panjang sistem perbankan konvensional akan menyebabkan penumpukan kekayaan pada segelintir orang yang memiliki kapital besar.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup>Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Pasal 1 Ayat 1 Tentang Perbankan Syariah.

<sup>2</sup>Osmad Muthaler, Akuntansi Perbankan Syariah (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), hlm.

Sebagaimana firman Allah SWT tentang larangan riba yaitu:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا  
مُّضَاعَفَةً ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٣٠﴾

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung.” (Q.S. Ali-Imran : 130)

Ayat diatas menjelaskan tentang dimulai dengan panggilan kepada orang-orang yang beriman, disusul dengan larangan memakan riba. Dengan demikian, memberi isyarat bahwa bukanlah sifat dan kelakuan orang-orang yang beriman memakan dan menggunakan uang yang diperolehnya dari praktek riba. Setelah larangan ini, Allah mengingatkan agar bertaqwa kepadanya dan menghindari siksa-Nya, baik akibat melakukan riba, maupun bukan riba maka ia terancam dengan ancaman yang berat, yaitu api neraka yang disediakan untuk orang-orang kafir.<sup>3</sup>

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia telah berkembang pesat semenjak keberadaan bank syariah di Indonesia. Sistem perbankan syariah berkembang pada pertumbuhan aset perbankan syariah mencapai lebih dari 74% per tahun. Pada saat itulah perkembangan syariah di Indonesia terus berkembang. Seperti tabel berikut:

<sup>3</sup>M. Quraish Shihab, “Tafsir Al-Mishbah,” Vol. 2, No. 1, 2010, hlm. 201-202.

**Tabel .I. 1.**  
**Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia**  
**Tahun 2017-2021**

Indikator	Sebelum Covid-19			Saat Covid-19	
	2017	2018	2019	2020	2021
BUS	13	14	14	14	12
UUS	21	20	20	20	21
BPRS	167	167	164	163	164

Sumber : [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id) (Statistik Perbankan Syariah)

Dari Tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa perkembangan perbankan syariah di Indonesia pada tahun 2017 sampai tahun 2020 mengalami penurunan baik perkembangan BUS (Bank Umum Syariah), UUS (Unit Usaha Syariah) dan BPRS (Badan Pembiayaan Rakyat Syariah). Tetapi, di tahun 2021 mengalami peningkatan dan kemajuan di setiap perkembangannya. Dari kejadian tersebut, perlunya faktor pendukung untuk membantu agar terus mempertahankan keberadaan bank syariah terutama di Negara di Indonesia. Apalagi saat ini dunia tengah dipukul keras atas wabah *corona virus disease* 2019 atau biasa disebut *Covid-19* yang berawal dari Wuhan, Cina. Terjadinya *Covid-19* dimulai menurut berita dari *World Health Organization* (WHO) yang menjelaskan kalau pada 31 Desember ada kasus *pneumonia* dengan etiologi baru di Wuhan provinsis Hubei, Cina. Penyebarannya sangatlah cepat hingga ke seluruh penjuru dunia, termasuk negara-negara maju seperti negeri adidaya USA, Inggris, Korea Selatan dan tak terkecuali Indonesia sendiri.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup>Dinar Riftisari Dan Sugiarti, "Analisis Kinerja Keuangan Bank BCA Konvensional Dan Bank BCA Syariah Akibat Dampak Pandemi Covid-19," *Jurnal Manajemen Bisnis (JMB)*, Vol. 3, No. 2 (2018): hlm. 78.

Di Indonesia kasus pertama *Covid-19* diumumkan pada tanggal 2 Maret 2020 terkonfirmasi positif *Covid-19* pada dua warga Depok, Jawa Barat, yang berawal dari suatu acara di Jakarta dimana penderita kontak langsung dengan seorang warga negara asing (WNA) asal Jepang yang tinggal di Malaysia. Setelah pertemuan tersebut penderita mengeluhkan demam, batuk dan sesak napas.<sup>5</sup>

Serangan *Covid-19* pada awal Maret 2020 tentu sangat terasa dampaknya, menyikapi pandemi *Covid-19* kebijakan mulai dimunculkan, mulai penerapan *Work From Home* (WFH) diantara bentuk upaya yang diserukan dan dilakukan oleh dunia untuk mengurangi penyebaran *Covid-19* ini adalah dengan *social* atau *Physical Distancing* sampai diberlakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) namun sayangnya, gerakan tersebut berpengaruh pada penurunan aktivitas ekonomi secara keseluruhan.

*Covid-19* merupakan ancaman yang serius bukan hanya bagi kesehatan manusia namun juga perekonomian bangsa, selain korban jiwa yang sudah banyak dikarenakan virus tersebut. *Covid-19* ancaman yang sungguh-sungguh bukan cuma untuk kesehatan manusia tetapi pula perekonomian bangsa, tidak hanya korban jiwa yang telah banyak jatuh disebabkan virus tersebut, tingkatan kemiskinan juga diperkirakan bertambah signifikan *Institute For Demographic and Property Studies* (IDEAS) melaporkan kalau prediksi

---

<sup>5</sup>Yuliana, "Corona Virus Diseases (Covid-19) Sebuah Tinjauan Literatur Jurnal," *Jurnal Welines And Healthy Magazine*, Vol. 2, No. 1 (2020): hlm. 187.

kemiskinan di Indonesia yang diakibatkan pandemi ini bakal menggapai 15% yang pada mulanya Cuma 9,22%.<sup>6</sup>

Bisnis di Indonesia juga ikut mendapatkan imbas negatif atas pandemi *Covid-19* yang terjadi. Kinerja industri yang bergerak dibidang properti, pariwisata, manufaktur, otomatis, keuangan apalagi UMKM sekalipun. Di balik kemerosotannya sektor keuangan, masih ada salah satu zona yang masih mempunyai kinerja yang normal bila dibanding dengan zona lain adalah perbankan syariah. Bank yang merupakan *Departement Of Store*, yang bermakna suatu lembaga jasa dengan berbagai pelayanan jasa keuangan dengan tiga kegiatan utama, diantaranya simpanan dana dari masyarakat berupa giro, tabungan dan deposito, memberikan pembiayaan bagi masyarakat yang membutuhkan dana dan melayani berbagai jenis layanan pembayaran atau setoran.

Perbankan syariah sanggup berkembang dengan baik meski posisi dalam situasi pandemi *Covid-19*. Perbankan syariah cenderung mempunyai risiko yang relatif kecil di saat pandemi disebabkan konsep syariah yang berkeadilan, tranparansi serta kemaslahatan yang secara tidak langsung memitigasi akibat yang muncul dari pandemi *Covid-19*, akan tetapi tidak juga menutup kemungkinan akan mengalami risiko yang besar dikala *Covid-19* ini.

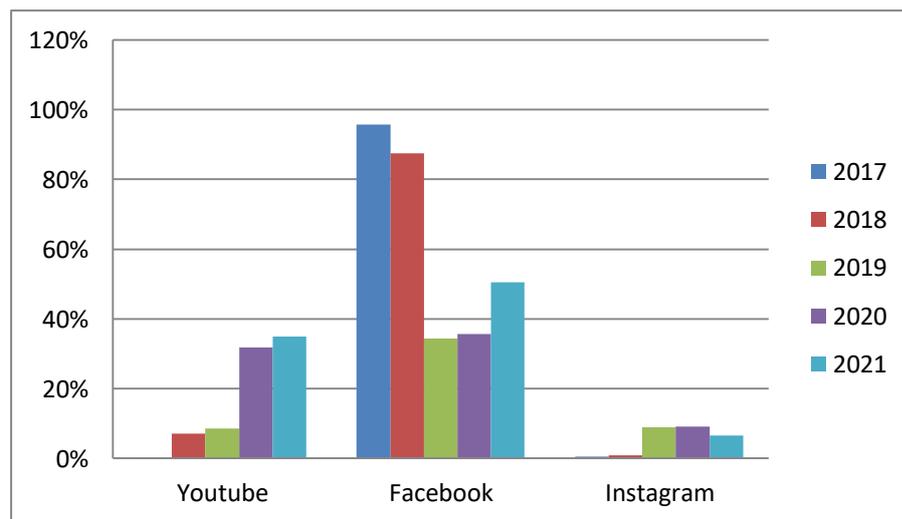
Salah satu hal yang dapat memengaruhi dalam perbankan syariah terus berkembang di masa pandemi *covid-19* dengan adanya fenomena keberadaan media sosial. Media sosial sebagai media komunikasi yang sudah tidak asing

---

<sup>6</sup><https://www.medcom.id/nasional/peristiwa/angka-kemiskinan-diprediksi-naik-15-akibat-Covid-19>, Diakses pada 11 Oktober 2021 Pukul 12.50 WIB.

lagi bagi masyarakat. Masyarakat tentu sangat mengenal media sosial terbesar ini. Bahkan tak sedikit masyarakat yang sudah kecanduan menggunakan aplikasi media sosial dalam kehidupannya sehari-hari. Salah satu negara yang sangat *aware* dengan perkembangan media komunikasi adalah Negara Indonesia. Negara Indonesia yang aktif dalam dunia teknologi media sosial seperti *Youtube*, *Facebook*, *Instagram* dan lain sebagainya. Hal ini dapat dilihat dalam grafik berikut :

**Gambar.I. 1.**  
**Perkembangan Pengguna Media Sosial di Indonesia**  
**Pada tahun 2017-2021**



Sumber : <https://gs.statcounter.com>

Dari grafik diatas dapat disimpulkan bahwa perkembangan media sosial mengalami peningkatan dan penurunan dari tahun ke tahun. Seperti pada tahun 2017-2018 (sebelum pandemi *Covid-19*) penggunaan aplikasi media sosial mengalami peningkatan. Namun, pada tahun 2019-2020 (saat pandemi *Covid-19*) penggunaan aplikasi media sosial lainnya mengalami penurunan, sehingga penggunaan media sosial kurang diminati oleh masyarakat. Namun

kestabilan penggunaan media sosial, kembali stabil di tahun 2021 karena kondisi di Indonesia mulai longgar dalam pandemi *Covid-19* atau mulai berakhirnya wabah *covid-19* di Indonesia.

Dengan demikian, media sosial telah memberikan banyak dampak positif, terutama di negara besar yang tingkat literasi internetnya sudah sangat maju. Dengan adanya keberadaan media sosial akan membantu dalam mempertahankan perkembangan perbankan syariah di Indonesia dan sebagai salah satu solusi yang mendukung dalam perkembangan perbankan syariah saat ini. Berdasarkan pernyataan diatas, maka peneliti tertarik untuk mengambil penelitian dengan judul **“Peran Media Sosial Terhadap Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia Sebelum dan Saat Covid-19”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Salah satu cara untuk mengurangi transaksi riba dan bunga bank yang ada pada perbankan konvensional dengan adanya keberadaan perbankan syariah di Indonesia.
2. Perkembangan perbankan syariah untuk membantu dalam menyelesaikan masalah keuangan dan perekonomian saat ini.
3. Adanya keberadaan media sosial menjadi faktor pendukung dalam kemajuan perbankan syariah.

### C. Batasan Masalah

Untuk menghindari terlalu luasnya penelitian yang akan dilakukan. Maka peneliti hanya membatasi peran media sosial terhadap perkembangan perbankan syariah di Indonesia sebelum dan saat *Covid-19*.

### D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah suatu definisi yang memberikan penjelasan atas suatu variabel dalam bentuk yang dapat diukur. Definisi operasional ini merupakan informasi yang diperlukan untuk mengukur variabel yang akan diteliti. Variabel adalah gejala yang menjadi fokus peneliti untuk diamati. Sesuai dengan judul penelitian ini, maka dua variabel yang akan diteliti dari variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Adapun variabel X (Media Sosial) dan menjadi variabel Y (Perbankan Syariah).

**Tabel.II. 2.**  
**Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
Media Sosial (X)	media sosial merupakan media online dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, forum dan dunia virtual yang mendukung interaksi sosial.	1. Pangsa pasar <i>Facebook</i> 2. Pangsa pasar <i>Instagram</i> 3. Pangsa pasar <i>Youtube</i>	Rasio
Perbankan Syariah (Y)	Perbankan syariah merupakan segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah,	1. Jumlah BUS 2. Jumlah UUS 3. Jumlah BPRS	Rasio

	dan Badan Perkreditan Rakyat Syariah yang mencakup kelembagaan kegiatan usaha serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya		
--	--	--	--

### **E. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diraikan, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut: apakah terdapat peran media sosial terhadap perkembangan perbankan syariah di Indonesia sebelum dan saat *Covid-19*?

### **F. Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui apakah media sosial berperan terhadap perkembangan perbankan syariah di Indonesia sebelum dan saat *Covid-19*.

### **G. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kegunaan baik itu dalam bentuk bank, peneliti maupun pihak lain.

#### 1. Bagi peneliti

Penelitian ini bertujuan untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan peneliti terkait dengan peran media sosial terhadap perkembangan perbankan syariah di indonesia sebelum dan saat *Covid-19*.

## 2. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menambah wawasan referensi bagi peneliti selanjutnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) pada khususnya mahasiswa/i Program Studi Perbankan Syariah dan juga sebagai bahan bacaan dalam menyelesaikan tugas yang terkait dalam hal ini.

## 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai bahan perbandingan atas masukan untuk penelitian selanjutnya terutama yang berkaitan dengan peran media sosial terhadap perkembangan perbankan syariah di Indonesia sebelum dan saat *Covid-19*.

## H. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah penelitian ini sesuai dengan permasalahan yang ada, maka peneliti menggunakan sistematika pembahasan yang masing-masing terdiri dari beberapa sub bab dengan rincian sebagai berikut:

**BAB I : Pendahuluan**, pada bab ini terdiri dari latar belakang masalah yaitu uraian menangani masalah dalam penelitian yang menjadi objek penelitian. Identifikasi masalah, yaitu rangkaian beberapa aspek yang dibentuk menjadi point-point yang berhubungan dengan masalah dan dijadikan objek dalam penelitian. Batasan masalah, yaitu membatasi cakupan atau ruang lingkup penelitian yang hanya fokus pada objek penelitian. Definisi operasional variabel, yaitu penguraian indikator dari setiap variabel yang digunakan dalam penelitian. Rumusan masalah, yaitu berisikan beberapa rangkaian masalah

yang dirangkum menjadi beberapa pertanyaan yang terdapat dalam latar belakang masalah. Tujuan penelitian, yaitu berisikan maksud atau tujuan dilakukannya penelitian yang merupakan jawaban dari rumusan masalah. Kegunaan penelitian, yaitu berisikan manfaat terhadap penelitian yang dilakukan.

**BAB II : Landasan Teori**, yaitu teori-teori yang dijadikan sebagai acuan dalam pembuatan skripsi yang di dalamnya terdiri dari kerangka teori, penelitian terdahulu, kerangka berpikir, dan hipotesis.

**BAB III : Metodologi Penelitian**, di dalamnya berisikan lokasi dan waktu penelitian yang memuat tempat dilakukannya penelitian serta waktu dilakukannya penelitian. Jenis penelitian, yaitu menjelaskan jenis penelitian yang akan dilakukan. Sumber data, yaitu berisikan sumber-sumber data yang sesuai dengan penelitian. Populasi dan sampel, yaitu dimana populasi adalah jumlah keseluruhan data yang akan diteliti dan sampel adalah sebagian dari populasi. Instrumen dan teknik pengumpulan data, yaitu cara ataupun alat untuk mengumpulkan data, teknik pengumpulan data yaitu pengolahan dan teknik analisis data dengan menggunakan statistik, teknik atau rumus statistik yang digunakan harus sesuai dengan masalah penelitian.

**BAB IV Hasil Penelitian** : Terdiri dari hasil penelitian yang diperoleh dari perhitungan dan berbagai uji yang telah dilakukan dan ditetapkan sebagai bahan pendukung tujuan penelitian.

**BAB V Penutup** : Terdiri dari kesimpulan dan saran penelitian. Kesimpulan ini berisi terkait hasil akhir dari bab IV, melihat kesimpulan ini kita dapat mengetahui penelitian yang sudah dilakukan menunjukkan sukses atau gagal, dan saran pada bab ini dapat membantu perbaikan pada peneliti selanjutnya.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Kerangka Teori**

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

###### **a. Pengertian Perbankan Syariah**

Bank Syariah merupakan lembaga intermediasi dan penyedia jasa keuangan yang bekerja berdasarkan etika dan sistem nilai Islam, khususnya yang bebas dari riba, bebas dari kegiatan spekulatif yang nonproduktif seperti perjudian (*maysir*), bebas dari hal-hal yang tidak jelas dan meragukan (*gharar*), berprinsip keadilan, dan hanya membiayai kegiatan usaha yang halal. Bank Syariah, selain menghindari riba, juga secara aktif turut berpartisipasi dalam mencapai sasaran dan tujuan dari ekonomi Islam yang berorientasi pada kesejahteraan sosial.<sup>7</sup>

Undang-undang perbankan syariah No. 21 Tahun 2008 menyatakan 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. Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan

---

<sup>7</sup>Nofinawati, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2020), hlm. 5.

menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah, dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.<sup>8</sup>

Perbankan syariah merupakan bank yang menetapkan nilai-nilai syariah salah satu di antara pelarangan unsure raba, seperti dijelaskan pada Al-Qur'an surah An-nisa ayat 161:

فَرِينَ وَأَعْتَدْنَا لِلنَّاسِ أَمْوَالَهُمْ وَأَكْلَهُمْ عَنْهُ هُوَ وَقَدْ رَّبُّوا وَأَخَذَهُمْ  
 أَلِيمًا عَذَابًا مِنْهُمْ لِلَّكَ

Artinya: “Dan disebabkan mereka memakan riba, Padahal Sesungguhnya mereka telah dilarang daripadanya, dan karena mereka memakan harta benda orang dengan jalan yang batil. Kami telah menyediakan untuk orang-orang yang kafir di antara mereka itu siksa yang pedih.”<sup>9</sup>

Pada surah An-nisa ayat 161, Hasby Asy-Syidiqy menafsirkan bahwa sesungguhnya mereka telah dicegah mengambil riba itu, yakni di dalam Taurat, artinya larangan riba bukan hanya pada masa di turunkannya Al-Qur'an, namun jauh sebelum itu dalam kitab Taurat juga sudah dicegah. Kami telah menyediakan untuk orang-orang kafir siksaan sangat pedih, maksudnya apabila sudah mengetahui larangan riba hendaknya mereka segera menghindarinya dan bertaubat kepada Allah SWT.<sup>10</sup>

Bank syariah di Indonesia lahir sejak 1992. Bank syaria`h pertama di Indonesia adalah Bank Muamalat Indonesia. Pada tahun

<sup>8</sup>Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2020), hlm. 61-62.

<sup>9</sup>Tim Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung: Sygma Publishing, 2010), hlm. 162.

<sup>10</sup>Hasby Asy-Syidiqy, *Tafsir Al-Bayan* (Bandung: PT. Alma'arif, 2020), hlm. 387.

1992 hingga tahun 1999, perkembangan Bank Muamalat Indonesia masih tergolong stagnan. Namun sejak adanya krisis moneter yang melanda Indonesia pada tahun 1997 dan 1998, maka pada bankir melihat bahwa Bank Muamalat Indonesia tidak terlalu terkena dampak krisis moneter. Pada tahun 1999 berdirilah Bank Syariah Mandiri yang merupakan konversi dari Bank Susila Bakti. Bank Susila Bakti merupakan bank konvensional yang dibeli oleh Bank Dagang Negara, kemudian dikonversi menjadi Bank Syariah Mandiri, bank syariah kedua di Indonesia.<sup>11</sup>

#### **b. Tujuan Bank Syariah**

Tujuan Bank Syariah secara umum tujuan berdirinya Bank Syariah adalah dapat memberikansumbangan terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat melalui pembiayaan-pembiayaan yang dikeluarkan oleh bank Syariah. Adapun secara khusus tujuan Bank Syariah diantaranya :

- 1) Menjadi perekat nasionalisme baru, artinya Bank syariah dapat menjadi fasilitator aktif bagi terbentuknya jaringan usaha ekonomi kerakyatan.
- 2) Memberdayakan ekonomi masyarakat dan beroperasi secara transparan, artinya pengelolaan Bank Syariah harus didasarkan pada visi ekonomi kerakyatan dan upaya ini terwujud apabila ada mekanisme operasi yang transparan.

---

<sup>11</sup>Nofinawati, *Perbankan Syariah*, hlm. 38.

- 3) Memberikan return yang lebih baik, artinya investasi Bank Syariah tidak memberikan janji yang pasti mengenai return yang diberikan kepada investor karena tergantung besarnya return. Apabila keuntungan lebih besar, investor akan ikut menikmatinya dalam jumlah lebih besar.
- 4) Mendorong penurunan spekulasi di pasar keuangan, artinya Bank Syariah lebih mengarahkan dananya untuk transaksi produktif.
- 5) Mendorong pemerataan pendapatan, artinya salah satu transaksi yang membedakan bank syariah dengan bank konvensional adalah pengumpulan dana Zakat, Infaq dan Sedekah (ZIS). Peranan ZIS sendiri diantaranya untuk pemerataan pendapatan masyarakat.
- 6) Meningkatkan efisiensi mobilisasi dana.
- 7) *Uswah hasanah* sebagai implementasi moral dalam penyelenggaraan usaha bank.

### c. Jenis-jenis Bank Syariah

Bank syariah di Indonesia, menurut pasal 18 undang-undang Perbankan Syariah terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Bank umum konvensional boleh

melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah namun harus membentuk unit khusus yang disebut Unit Usaha Syariah (UUS).<sup>12</sup>

1) Bank Umum Syariah (BUS)

Bank umum syariah merupakan bank yang kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Bank umum syariah mampu berusaha sebagai bank devisa dan bank non devisa. Bank devisa merupakan bank yang mampu melakukan transaksi luar negeri atau yang berhubungan dengan mata uang asing secara keseluruhan seperti transfer ke luar negeri, inkaso ke luar negeri, pembukaan *letter of credit*, dan sebagainya. Sesuai ketentuan pasal 19 undang-undang perbankan syariah, kegiatan usaha bank umum syariah meliputi:

- a) Menghimpun dana dalam bentuk simpanan berupa giro, tabungan, atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu berdasarkan akad *wadi'ah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
- b) Menghimpun dana dalam bentuk investasi berupa deposito, tabungan, atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

---

<sup>12</sup>Sutan Remi Sjahdeini, *Perbankan Syariah Produk-Produk dan Aspek-Aspek Hukumnya* (Jakarta: Kencana, 2014), hlm. 102.

- c) Menyalurkan pembiayaan bagi hasil berdasarkan akad mudharabah, akad *musyarakah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
- d) Menyalurkan pembiayaan berdasarkan akad *murabahah*, *salam*, *istishna'*, atau akad lain bertentangan dengan prinsip syariah.
- e) Menyalurkan pembiayaan berdasarkan akad *qardh* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
- f) Menyalurkan pembiayaan penyewaan barang bergerak atau tidak berferak kepada nasabah berdasarkan akad *ijarah* atau sewa-menyewa dalam bentuk *ijarah muntahiya bittamlik* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
- g) Melakukan pengambilalihan utang berdasarkan akad *hawalah* atau lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
- h) Melakukan kartu usaha hasil debit atau kartu pembiayaan berdasarkan prinsip syariah.

Menurut pasal 20 undang-undang perbankan syariah, selain melakukan kegiatan usaha sebagaimana yang dimaksud dalam pasal 19 ayat 1, Bank Umum Syariah dapat pula meliputi:

- a) Melakukan kegiatan valuta asing berdasarkan prinsip syariah.
- b) Melakukan kegiatan dalam pasar modal sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang pasar modal.

- c) Menerbitkan, menawarkan, dan memperdagangkan surat berharga jangka panjang berdasarkan prinsip syariah, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui pasar modal.
- d) Menyediakan produk atau melakukan kegiatan usaha bank umum syariah lainnya yang berdasarkan prinsip syariah.<sup>13</sup>

Adapun daftar nama-nama Bank Umum Syariah adalah sebagai berikut:

- (1) PT. Bank Aceh Syariah
  - (2) PT. Bank Muamalat Syariah
  - (3) PT. Bank Victoria Syariah
  - (4) PT. Bank BRI Syariah
  - (5) PT. Bank Jabar Banten Syariah
  - (6) PT. Bank BNI Syariah
  - (7) PT. Bank Syariah Mandiri
  - (8) PT. Bank Mega Syariah
  - (9) PT. Bank Panin Dubai Syariah
  - (10) PT. Bank Syariah Bukopin
  - (11) PT. BCA Syariah
  - (12) PT. Maybank Syariah Indonesia
  - (13) PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah
- 2) Unit Usaha Syariah (UUS)

---

<sup>13</sup>Sutan Remi Sjahdeini, hlm. 104.

Unit usaha syariah merupakan unit usaha syariah yang masih dibawah pengelolaan bank konvensional. Unit usaha syariah adalah unit kerja dari kantor pusat bank konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melaksanakan kegiatan berdasarkan prinsip syariah.<sup>14</sup>

Menurut pasal 19 ayat 2 undang-undang perbankan syariah, kegiatan unit usaha syariah meliputi:

- a) Menghimpunan dana dalam bentuk simpanan berupa giro, tabungan, atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu berdasarkan akad *wadi'ah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
- b) Menghimpunan dana dalam bentuk investasi berupa deposito, tabungan, atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
- c) Menyalurkan pembiayaan bagi hasil berdasarkan akad *mudharabah*, akad *musyarakah*, atau akad lainnya yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
- d) Menyalurkan pembiayaan berdasarkan akad *murabahah*, *salam*, *istishna'*, atau akad lainnya yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

---

<sup>14</sup>Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 53.

- e) Menyalurkan pembiayaan berdasarkan akad *qardh* atau akad lainnya yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

Menurut ketentuan Pasal 20 ayat 2, selain melakukan kegiatan usaha sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 ayat 2, UUS dapat pula meliputi:

- a) Melakukan kegiatan valuta asing berdasarkan prinsip syariah.
- b) Melakukan kegiatan dalam pasar modal sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang pasar modal.
- c) Melakukan kegiatan penyertaan modal sementara untuk mengatasi akibat kegagalan pembiayaan berdasarkan prinsip syariah, dengan syarat harus menarik kembali penyertaannya.
- d) Menyelenggarakan kegiatan atau produk bank yang berdasarkan prinsip syariah dengan menggunakan sarana elektronik.
- e) Menerbitkan, menawarkan, dan memperdagangkan surat berharga jangka pendek berdasarkan prinsip syariah baik secara langsung maupun tidak langsung melalui pasar uang.
- f) Menyediakan produk atau melakukan kegiatan usaha Bank Umum Syariah lainnya yang berdasarkan prinsip syariah.

Adapun daftar nama-nama Bank Unit Usaha Syariah adalah sebagai berikut:

- (1) PT. Bank Danamon Indonesia, Tbk
- (2) PT. Bank Permata, Tbk
- (3) PT. Bank maybank Indonesia, Tbk
- (4) PT. Bank CIMB Niaga, Tbk
- (5) PT. Bank OCBC NISP, Tbk
- (6) PT. Bank Sinamas
- (7) PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk
- (8) PT. BPD DKI
- (9) PT. BPD DIY
- (10) PT. BPD Jawa Tengah
- (11) PT. BPD Jawa Timur, Tbk
- (12) PT. BPD Sumatera Utara
- (13) PT. BPD Jambi
- (14) PT. BPD Sumatera Barat
- (15) PT BPD Riau dan Kepulauan Riau
- (16) PT. BPD Sumatera Selatan dan Bangka Belitung
- (17) PT. BPD Kalimantan Selatan
- (18) PT. BPD Kalimantan Barat
- (19) PT. BPD Kalimantan Timur
- (20) PT. BPD Sulawesi Selatan dan Sulawesi Barat

### 3) Bank Pembiayaan Rakyat Syariah

Menurut pasal 21 undang-undang perbankan syariah, Bank Pembiayaan Rakyat Syariah meliputi:

a) Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk:

(1) Simpanan berupa tabungan atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan akad *wadi'ah* atau akad lainnya yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

(2) Investasi berupa deposito atau tabungan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lainnya yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

(3) Menyalurkan dana kepada masyarakat dalam bentuk:

(a) Pembiayaan bagi hasil berdasarkan akad *mudharabah* atau *musyarakah*.

(b) Pembiayaan berdasarkan akad *murabahah*, *salam*, atau *istishna'*.

(4) Pembiayaan berdasarkan akad *qardh*.

(5) Pembiayaan penyewaan barang bergerak atau tidak bergerak kepada nasabah berdasarkan akad *ijarah* atau sewa-beli dalam bentuk *ijarah muntahiya bittamlik*.

(6) Pengambilalihan utang berdasarkan akad *hawalah*.

(7) Menempatkan dana pada bank syariah lainnya dalam bentuk titipan berdasarkan akad *wadi'ah* atau investasi

berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

- (8) Memindahkan uang, baik untuk kepentingan sendiri maupun untuk kepentingan nasabah melalui rekening bank pembiayaan rakyat syariah yang ada di bank umum syariah, bank umum konvensional dan unit usaha syariah.
- (9) Menyediakan produk atau melakukan kegiatan usaha bank syariah lainnya yang sesuai dengan prinsip syariah berdasarkan persetujuan Bank Indonesia.

#### **d. Produk Bank Syariah**

##### 1) Produk penghimpunan dana

Adapun produk penghimpunan dana bank syariah terdiri dari:

##### a) Tabungan

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang telah disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.<sup>15</sup>

##### b) Simpanan Giro

---

<sup>15</sup>Adiwarman A. Karim, *Bank Islam: Analisis Dan Keuangan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 357.

Simpanan giro merupakan simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan cara pemindah bukuan.<sup>16</sup>

c) Deposito

Menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah, deposito adalah investasi dana berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lainnya yang tidak bertentangan dengan syariat Islam dengan penarikan dilakukan pada waktu tertentu. Jangka waktu deposito ialah 1, 3, 6, 12 dan 24 bulan.

2) Produk Penyaluran Dana

Dalam menyalurkan dananya, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi kedalam empat kategori yang dibedakan berdasarkan kepada tujuan penggunaannya, yakni:

- a) Pembiayaan dengan prinsip jual beli. Berdasarkan bentuk pembayarannya dan waktu penyerahan barangnya, dibedakan menjadi pembiayaan *murabahah*, pembiayaan *salam*, dan pembiayaan *istishna*. *Murabahah* disini dimana bank sebagai penjual dan nasabah sebagai pembeli. Harga jual adalah harga beli bank dari pemasok disertai dengan margin yang disepakati. Dalam *murabahah* penyerahan barang dilakukan setelah akad dan pembayaran dapat

---

<sup>16</sup>Adiwarman A. Karim, hlm. 351.

dilakukan secara cicilan. *Salam* adalah transaksi jual beli dengan barang yang belum ada. Disini pembayaran dilakukan secara tunai dimuka dan penyerahan dilakukan setelahnya. Disini bank bertindak sebagai pembeli dan nasabah sebagai penjual. *Istishna* merupakan transaksi yang mirip dengan salam, akan tetapi pembayaran dapat dilakukan secara cicilan baik itu di awal, di tengah maupun di akhir transaksi.

- b) Pembiayaan dengan prinsip sewa. Prinsip syariah yang digunakan yakni *ijarah* dan *ijarah muntahiya bitamlik*. Pada *ijarah* objek transaksinya adalah jasa. Sedangkan IMBT merupakan sewa yang diikuti pemindahan kepemilikan.
- c) Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil. Produk pembiayaan syariah yang didasarkan atas prinsip bagi hasil adalah pembiayaan *musyarakah* dan pembiayaan *mudharabah*. *Musyarakah* disini dimana baik bank dan nasabah sama memberikan kontribusi dengan keuntungan dan kerugian yang ditanggung bersama sesuai kesepakatan. *Mudharabah* dimana salah satu pihak sebagai pemilik modal dan yang satunya lagi sebagai pengelola.
- d) Pembiayaan dengan akad pelengkap Akad pelengkap ini tidak ditujukan untuk mencari keuntungan, tetapi ditujukan untuk mempermudah pelaksanaan pembiayaan. Yang

termasuk dalam akad pelengkap ini adalah *hiwalah* (peralihan hutang), *rahn* (gadai), *qardh* (pinjaman uang), *wakalah* (perwakilan), dan *kafalah* (garansi bank).

### 3) Jasa

Pelayanan jasa bank merupakan produk jasa bank yang diberikan kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhannya. Produk jasa bank syariah terdiri dari:

#### (1) Pengiriman Uang (*Transfer*)

Pelayanan jasa pengiriman uang adalah bentuk pelayanan yang diberikan oleh bank atas permintaan nasabah untuk mengirimkan sejumlah uang tertentu.

#### (2) Kliring

Merupakan sarana atau cara perhitungan utang piutang dalam bentuk surat berharga atau surat dagang dari suatu bank peserta yang diselenggarakan oleh Bank Indonesia atau pihak lain yang ditunjuk.

#### (3) Inkaso

Inkaso merupakan jasa penagihan yang diberikan oleh bank terhadap warkat kliring atau surat berharga yang diterbitkan oleh bank yang berada diluar wilayah kliring.

(4) *Letter of Credit*

*Letter Of Credit* adalah jasa bank yang diberikan kepada masyarakat untuk memperlancar pelayanan arus barang baik arus bank dalam negeri (antar pulau) atau arus barang luar negeri (ekspor impor).

(5) *Payment*

Merupakan layanan jasa yang diberikan oleh bank untuk melaksanakan pembayaran untuk kepentingan nasabah. Pelayanan jasa (*payment*) yang diberikan oleh bank antara lain pembayaran telepon, rekening listrik, pajak, uang kuliah, dan gaji.<sup>17</sup>

## 2. Peran Media Sosial

Peran (*role*) merupakan aspek dinamis kedudukan status apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajiban sesuai dengan kedudukannya maka dia menjalankan suatu peranan. Peran media sosial merupakan aspek-aspek dinamis terkait dengan statusnya sebagai sarana sosial berbasis internet. Peranan media sosial terkait erat dengan dimensi dari media sosial itu sendiri. Media sosial dikatakan berjalan sesuai dengan perannya sebagai sarana sosial di dunia virtual, apabila sesuai dengan dimensi-dimensi tertentu.

Van Dijk dalam Nasrullah menyatakan bahwa "media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang

---

<sup>17</sup>Ismail, hlm. 194.

memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi”. Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) *Online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial.

Menurut Boyd dalam Nasrullah mengartikan kata “media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain”. Media sosial memiliki kekuatan pada *User-Generated Content* (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di instansi media masa.

Media sosial juga diartikan sebagai media online dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, forum dan dunia virtual yang mendukung interaksi sosial. Pada intinya dengan media sosial dapat dilakukan berbagai aktifitas dua arah dalam berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi, dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan, visual maupun audiovisual. Media sosial diawali dari tiga hal, yaitu *sharing*, *collaboration* dan *connecting*. Media sosial juga diartikan sebagai situs jaringan sosial misalnya layanan berbasis *web* yang memungkinkan bagi setiap individu untuk membangun profil publik dalam sistem terbatas, daftar pengguna lain dengan siapa mereka terhubung, meliha dan menjelajahi daftar koneksi mereka yang dibuat oleh orang lain dengan suatu sistem.

Ditinjau dari medianya, komunitas terbagi menjadi dua, yaitu komunitas *offline* dan komunitas *online*. Komunitas *offline* adalah

komunitas yang disatukan oleh kesamaan pekerjaan, hobi, atau faktor penyatu lainnya di mana media integrasi dan komunikasinya masih menggunakan teknologi non-internet, seperti pertemuan fisik, telepon, surat-menyurat, dan sebagainya. Komunitas *online* adalah sebuah komunitas yang terbentuk secara *virtual* (maya) di berbagai layanan internet, misalnya forum *online*, *mailing list*, termasuk di media sosial. Komunitas yang dimaksud merujuk pada pengguna yang mempunyai ketertarikan yang sama terhadap sesuatu hal.<sup>18</sup> Menurut Ferguson, komunitas *online* adalah sebuah tempat di mana sekelompok orang yang tidak saling mengenal berkumpul untuk berbagi *sence of community* dengan kesamaan minat di dalam sebuah situs internet yang menawarkan beberapa akses kepada lingkungan sosial, layanan komunitas, informasi resmi, dan layanan *e-commerce* kepada penghuninya.

Komunitas *online* pada media sosial membentuk jaringan di antara penggunanya. Tidak peduli apakah di dunia nyata (*offline*) antar pengguna itu saling kenal atau tidak, namun kehadiran media sosial memberikan medium bagi pengguna untuk terhubung secara mekanisme teknologi. Jaringan yang terbentuk antar pengguna ini pada akhirnya membentuk komunitas atau masyarakat yang secara sadar maupun tidak akan memunculkan nilai-nilai yang ada di masyarakat sebagaimana ciri masyarakat dalam teori-teori sosial. Walaupun komunitas *online* di media sosial terbentuk melalui perangkat teknologi, internet tidak sekedar alat.

---

<sup>18</sup>-Media Solusindo, *Membangun Komunitas Online Secara Praktis dan Gratis* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2013), hlm. 16-17.

Internet juga memberikan kontribusi terhadap munculnya ikatan sosial di internet.

Sebuah perusahaan atau bisnis dapat menggunakan media sosial untuk membangun komunitas di sekitar yang terkait dengan produk/bisnisnya. Komunitas yang cerdas menciptakan loyalitas dan mendorong diskusi, yang dapat berkontribusi terhadap pengembangan dan peningkatan bisnis. Tujuannya yaitu untuk saling berbagi pengalaman dan saran tanpa terikat waktu dan tempat. Indikator komunitas *online* adalah memberi saran, hubungan emosional yang baik dan seberapa kuat hubungan tersebut.

#### **a. Karakteristik Media Sosial**

Media sosial memiliki ciri-ciri yang tidak lepas dari berbagai ciri-ciri media sosial yang banyak digunakan hingga saat ini. Berikut ini beberapa karakteristik yang terdapat pada media sosial:

- 1) Partisipasi, mendorong kontribusi dan umpan balik dari setiap orang yang tertarik atau berminat menggunakannya, hingga dapat menggabungkan batas antara media dan audiensi.
- 2) Keterbukaan, kebanyakan dari media sosial yang terbuka bagi umpan balik juga berpartisipasi melalui sarana-sarana voting, berbagai dan juga komentar. Terkadang batasan untuk mengakses dan juga memanfaatkan isi pesan (perlindungan *password* terhadap isi cenderung dianggap aneh).
- 3) Perbincangan, selain itu kemungkinan dengan terjadinya perbincangan ataupun pengguna secara dua arah.

4) Keterhubungan, mayoritas dari media sosial tumbuh dengan subur lantaran terjadi suatu kemampuan yang dapat melayani keterhubungan antar pengguna, melalui suatu fasilitas ( *link*) ke *website*, sumber informasi dan bagi pengguna-pengguna lainnya.

### **b. Esensi Media Sosial**

Ada tiga esensi media sosial: media, sosial, dan viral. Tiga hal ini yang harus dikembangkan:<sup>19</sup>

#### 1) Media

Pertama adalah media sosial ditempatkan sebagai media informasi untuk berbagi hal yang bermanfaat. Media sosial sebagai media informasi akan sangat bermanfaat untuk bisnis guna menginformasikan berbagai info produk dan berbagai hal yang berhubungan dengan bisnis.

#### 2) Sosial

Salah satu konsep mendasar dalam media sosial adalah kita tidak dapat mengendalikan pesan. Kita harus membangun interaksi dengan *followers* agar pesan tersampaikan dengan baik. Kita juga harus memperhatikan kebermanfaatan. Ini bisa dimulai dengan mempunyai konten dan kegiatan yang bermanfaat. Para pengguna media sosial menentukan secara independen akun mana yang akan di *follow*.

---

<sup>19</sup>Herman Puspito, *Sosial media Marketing* (Jakarta: Ednovate, 2013), hlm. 6-7.

### 3) Viral

Media sosial bersifat viral, berarti memiliki sifat seperti virus yang menyebar dengan cepat dan memberikan pengaruh yang besar. Satu orang bisa berbagi kepada semua *followers*, lalu mereka berbagi juga dengan yang lain.

## c. Jenis – Jenis Media Sosial

### a. Facebook

Pendiri *facebook* adalah Mark Eliot Zuckerberg, pada bulan Februari 2004 di sebuah kamar asrama di *Harvard*. Mark Eliot Zuckerberg lahir pada tanggal 14 Mei 1984, *Dobbs Ferry, Wetchester Country, New York, Amerika Serikat* dari ayah yang bernama Edward dan ibunya yang bernama Karen Zuckerberg. Nama *facebook* diambil oleh Mark dari buku *facebook*, yaitu buku yang biasanya berisi daftar anggota komunitas dalam satu kampus. Pada awalnya *facebook* hanya beranggotakan teman-teman kuliahnya saja. Tapi saat ini sudah puluhan juta orang di dunia ini sudah menjadi anggota *facebook*, bahkan diprediksi akan mencapai ratusan juta pada akhir tahun.<sup>20</sup>

Dalam kurun waktu satu tahun *facebook* menduduki peringkat ke tujuh yang semula berada di peringkat 60, sebagai *website* yang paling banyak dikunjungi setiap harinya. Bukan hanya itu

---

<sup>20</sup>Anggi Julianti, dkk, “Analisis Penggunaan Media Sosial Facebook Dalam Perkembangan UMKM Gulo Puan di Desa Bangsal Kecamatan Pampangan,” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri*, Vol. 1, No. 2 (2021): hlm. 4.

kepopuleran *facebook* dimata dunia, sang pemilik Mark Elliot Zuckerberg menjadi orang terkaya paling muda versi majalah bisnis *Forbes*, kekayaannya disebutkan mencapai 1,5 miliar dolar AS atau bila dirupiahkan 13,6 triliun rupiah.

Menurut hitungan majalah *Forbes* penghasilan *facebook* sekitar 5 miliar dolar AS atau 45 triliun rupiah. Sementara Mark memiliki 30 persen saham. Hitungan tersebut dinilai terlalu rendah dari spekulasi bahwa situs *facebook* bernilai sekitar 15 miliar dolar AS atau setara dengan 105 triliun rupiah. Sementara spekulasi tersebut didasarkan pada pembelian *Microsoft* seharga 240 juta dolar AS atau sama dengan 2,1 triliun rupiah, atas 1,6 persen saham *facebook* tahun 2007 yang lalu.

*Facebook* berasal dari dua kata “*face*” yang berarti muka/wajah dan “*book*” yang berarti buku, sedangkan definisi *facebook* yaitu sebuah situs jejaring sosial yang memungkinkan penggunanya bisa saling berinteraksi dengan pengguna *facebook* lainnya yang ada diseluruh dunia ini.<sup>21</sup>

*Facebook* adalah pelopor dalam menciptakan peluang-peluang sosial ekonomi yang belum direalisasikan sampai saat ini, dengan pertumbuhan yang luar biasa dan teknologi yang unik, *facebook* mampu memberikan layanan yang terintegrasi kedalam kehidupan sehari-hari bagi banyak pengguna di seluruh jaringan global

---

<sup>21</sup>Anggi Julianti, dkk, hlm. 4.

pertumbuhan tersebut menciptakan inisiatif *e-commerce* baru dari model-model bisnis yang inovatif didasarkan pada kekuatan persahabatan dari mulut ke mulut.<sup>22</sup>

Pertumbuhan pengguna aktif *facebook* setiap harinya, maka *facebook* menjadi sebuah tempat yang sangat potensial untuk melakukan penjualan, iklan dan melakukan aktifitas *e-business*. Salah satu aktifitas bisnis yang dimaksud adalah *e-commerce* dalam *facebook* atau dikenal juga sebagai *facebook commerce* (*f-commerce*). *f-commerce* adalah kemampuan menjalankan transaksi pada *facebook* tanpa meninggalkan jaringan dan integrasi *facebook* pada bentuk tradisional *e-commerce* berbasis *web*.

Fitur-fitur yang dimiliki oleh *f-commerce* adalah sebagai berikut:

- a) Media pemasaran gratis pada *facebook*
- b) *Facebook pages* (halaman *facebook*), memungkinkan pemasar untuk membangun profil, melibatkan pengunjung, dan berbagi pesan.
- c) *Facebook group*, digunakan untuk mempercepat hubungan pemasar dengan penggemar dan pengguna.
- d) *Facebook questions*, memungkinkan pemilik halaman mrnjawab pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan bisnis mereka, dengan administrator yang dapat mengirimkan pertanyaan langsung pada halam mereka.

---

<sup>22</sup>Sarif Hidayat, dkk, "Pengaruh Media SosialFacebook Terhadap Perkembangan E-Commerce Di Indonesia," *Jurnal Simetris*, Vol. 8, No. 2 (2017): hlm. 418-419.

- e) *Facebook connect*, yaitu suatu cara untuk mendapatkan pengunjung untuk berbagi konten pemasar.
- f) Iklan sosial *facebook*, supaya pemasar dapat menembus pasar yang lebih besar, *facebook* menawarkan *sosialaids* (iklan sosial) yang memungkinkan pemasar dapat terhubung dengan lebih dari 500 juta konsumen potensial.
- g) *Sponsored stories* pada *facebook*

Sebuah alat dari *facebook* yang memungkinkan pengiklan untuk membayar “sponsor” orang yang membuat komentar tentang bisnis, tempat atau produk pada *facebook*.

b. *Instagram*

*Instagram* berasal dari kata “*instan*” atau “*insta*”, seperti kamera polaroid yang dulu lebih dikenal dengan “foto *Instan*”. *Instagram* juga dapat menampilkan foto-foto secara instan dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “*gram*” berasal dari kata “*telegram*”. Dimana cara kerja telegram adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Begitu pula dengan *instagram* yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah *instagram* berasal dari kata “*instan telegram*”.

Menurut Bambang *instagram* merupakan sebuah aplikasi dari smartphone yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan

*twitter*, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya. *Instagram* juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas, karena *instagram* mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, artistik, dan menjadi lebih bagus.<sup>23</sup>

c. *Youtube*

*Youtube* adalah sebuah situs *website* media yang digunakan untuk membagikan video yang digunakan untuk membagikan video secara online. *Youtube* sangat terkenal dikalangan pengguna internet di seluruh dunia. *Youtube* dapat digunakan oleh berbagai kalangan dari kalangan usia muda, anak-anak sampai kalangan usia dewasa. Orang yang menggunakan *youtube* atau lebih dikenal dengan sebutan *youtuber* dapat mengunggah video, mencari video, melihat video, berdiskusi tentang berbagai hal melalui video atau bagi yang menyukai lagu dapat dapat melihat dan membagikan klip video lagu tanpa harus membayar. Pada setiap hari ada banyak orang dari berbagai Negara yang menggunakan *youtube*. Hal ini dapat dikatakan dengan benar dan pasti bahwa *youtube* memang sangat

---

<sup>23</sup>Dewi Untari, dkk, "Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram," *Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, Vol. 2, No. 2 (2018): hlm. 4.

populer juga potensial untuk digukan sebagai media dalam kegiatan proses belajar mengajar.<sup>24</sup>

## B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan penelitian-penelitian yang dilakukan oleh para ahli terdahulu sebelum penelitian ini. Adapun penelitian terdahulu yang berkaitan dengan variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel II.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul Peneliti	Hasil Penelitian
1.	Sarif Hidayat, Dkk (Jurnal Simetris Vol.8 No.2 Tahun 2017, Universitas Budi Luhur – Jakarta)	Pengaruh Media Sosial <i>Facebook</i> Terhadap Perkembangan <i>E-Commerce</i> Di Indonesia	Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa <i>facebook</i> berpengaruh terhadap perkembangan <i>e-commerce</i> di Indonesia. <sup>25</sup>
2.	Anggi Julianti, Dkk (Jurnal Ilmiah mahasiswa Perbankan Syariah STEBIS Indo Global Mandiri Vol.1 No.2 Tahun 2021, Universitas Palembang)	Analisis Penggunaan Media Sosial Facebook dalam Perkembangan UMKM Gulo Puan Desa Bangsal Kecamatan Pampangan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan dan pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi dapat meningkatkan daya saing UMKM Gulo Puan yang ada di Desa Bangsal Kecamatan Pampangan dilihat dari segi penjualan

<sup>24</sup>Devy Handayani, “Pemanfaatan Youtube Pada Saat Pandemi Covid-19 Untuk Media Pembelajaran Bahasa Inggris Dalam Meningkatkan Vocabulary dan Pemahaman Siswa,” *Jurnal Pendidikan*, Vol. 4, No. 2 (2020): hlm. 12.

<sup>25</sup>Sarif Hidayat, dkk, “Pengaruh Media Sosial Facebook Terhadap Perkembangan E-Commerce Di Indonesia,” hlm. 415.

			yang mengalami kenaikan dibandingkan dengan tidak menggunakan media sosial. <sup>26</sup>
3.	Hani Tahliani (Jurnal Pemikiran Perbankan syariah Vol.3 No.2 Tahun 2020, Sekolah Tinggi Agama Islam Binamadani, Tangerang)	Tantangan Perbankan Syariah Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa diantara tantangan perbankan syariah dalam menghadapi pandemi Covid-19 di Indonesia. Pertama, menyesuaikan pola bisnis dengan digitalisasi layanan bank, baik digitalisasi dalam penghimpunan dana maupun pembiayaan. <sup>27</sup>
4.	Oktavia Banda Saputri Dan Nurul Huda ( Human Falah Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam Vol.7 No.2 Tahun 2020, Universitas Indonesia dan Universitas Yasri)	Pengaruh Informasi Covid-19 Melalui Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumen	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kenaikan konsumsi bagi konsumen muslim dengan adanya informasi wabah Covid-19 tetapi kenaikan tersebut dinilai tidak signifikan. <sup>28</sup>
5.	Andi Cahyono, Dkk (Al-Intaj Jurnal Ekonomi dan Perbankan	Peran Bank Syariah Pada Masa Pandemi Covid-19	hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Usaha Mikro Kecil dan

<sup>26</sup>Anggi Julianti, dkk, "Analisis Penggunaan Media Sosial Facebook Dalam Perkembangan UMKM Gulo Puan di Desa Bangsal Kecamatan Pampangan," hlm. 2.

<sup>27</sup>Hani Tahliani, "Tantangan Perbankan Syariah Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19," *Jurnal Pemikiran Perbankan Syariah*, Vol. 3, No. 2 (2020): hlm. 92.

<sup>28</sup>Oktavia Banda Saputri dan Nurul Huda, "Pengaruh Informasi Covid-19 Melalui Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumen," *Jurnal Human Falah Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* Vol. 7, No. 2 (2020): hlm. 1.

	Syariah, Vol.7 No.2 Tahun 2021, IAIN Bengkulu)		Menengah (UMKM) memperoleh bantuan dari Zakat, Infaq, dan Shadaqah. <sup>29</sup>
6.	Nuriawati, ( IZZI Jurnal Ekonomi Islam, Vol.1 No.1 Tahun 2021, STEBI-BAMA)	Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Pemasaran Dalam Bisnis Syariah	hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sosial media bertumbuh dengan cepat di kalangan masyarakat mileneal pengguna media sosial sebagai alat untuk berbisnis. <sup>30</sup>
7.	Alvin Praditya, ( Jurnal Ilmiah Semarak, Vol.2, No.1 Tahun 2019, Universitas Pemulang)	Pengaruh Media Sosial Dan Komunikasi Bisnis Terhadap Perkembangan Bisnis Online Shop	hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara media sosial dan perkembangan bisnis online shop. <sup>31</sup>
8.	Muhammad Isa (J- EBIS Vol.3 No.1 April Tahun 2018, IAIN Padangsidempuan)	Pengetahuan, Persepsi Dan Sikap Pengurus Mesjid Terhadap Perbankan Syariah (Studi Kasus Di Kecamatan Panyabungan Barat Kabupaten Mandailing Natal)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara umum pengurus mesjid di kecamatan Panyabungan Barat sudah mengetahui produk dan jasa yang ada di bank

<sup>29</sup>Andi Cahyono, dkk, "Peran Bank Syariah Pada Masa Pandemi Covid-19," *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 7, No. 2 (2021): hlm. 7.

<sup>30</sup>Nuriawati, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Pemasaran Dalam Binis Syariah," *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 1, No. 1 (2021): hlm. 1.

<sup>31</sup>Alvin Praditya, "Pengaruh Media Sosial Dan Komunikasi Bisnis Terhadap Perkembangan Bisnis Online Shop," *Jurnal Ilmiah Semarak*, Vol. 2, No. 1 (2019): hlm. 1.

			syariah secara lebih detail. <sup>32</sup>
9.	Rodame Monitorir Napitupulu (Jurnal Komunitas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Vol.3 No.2 Januari Tahun 2021, IAIN Padangsidimpuan)	Peningkatan Pemahaman Teknologi Informasi Dalam Mendukung Pembelajaran Daring	Hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan pengetahuan dasar teknologi informasi sebesar 2,8 persen sampai dengan 5,6 persen. <sup>33</sup>
10.	Nurdin, Dkk (jurnal ilmu perbankan dan keuangan syariah vol.3 no.2 tahun 2021, UIN Datakorama Palu)	Pengaruh Media Sosial Terhadap Pengetahuan Tentang <i>Quick Response Code Indonesian Standars</i> (QRIS)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh secara signifikan terhadap pemerolehan pengetahuan tentang QRIS. <sup>34</sup>
11.	Afifah Khairani Hasibuan, (Skripsi IAIN Padangsidimpuan Tahun 2021)	Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan PT. Jasa Marga Tbk Sebelum Dan Sesudah Akuisi	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa rasio keuangan yaitu CR, TATO, FATO, DAR, dan ROA menunjukkan bahwa terdapat perbedaan dalam perbandingan sebelum dan sesudah akuisi. <sup>35</sup>

<sup>32</sup>Muhammad Isa, "Pengetahuan, Persepsi dan Sikap Pengurus Masjid Terhadap Perbankan Syariah (Studi Kasus di Kecamatan Panyabungan Barat Kabupaten Mandailing Natal)," *J-EBIS*, Vol. 3, No. 1 (2018): hlm. 1.

<sup>33</sup>Rodame Monitorir Napitupulu, "Peningkatan Pemahaman Teknologi Informasi Dalam Mendukung Pembelajaran Daring," *Jurnal Komunitas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol. 3, No. 2 (2021): hlm. 1.

<sup>34</sup>Nurdin, dkk, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Pengetahuan Tentang Quick Response Code Indonesian Standars (QRIS)," *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, Vol. 3, No. 2 (2021): hlm. 1.

<sup>35</sup>AFIFAH KHAIRANI HASIBUAN, "Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan PT. Jasa Marga Tbk Sebelum Dan Sesudah Akuisi" Skripsi IAIN Padangsidimpuan Tahun 2021, hlm.1

12.	Ihsan Mulia Siregar, (Skripsi IAIN Padangsidempuan, Tahun 2020)	Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Sebelum Dan Sesudah Akuisi	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara dua kelompok sampel <sup>36</sup>
-----	---	---	--

Persamaan dan perbedaan penelitian dengan penelitian terdahulu adalah:

1. Penelitian ini yang dilakukan oleh Saudara Sarif Hidayat Dkk terdapat perbedaan pada variabel Y dan memiliki persamaan pada variabel X dalam membahas media sosial.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Saudari Anggi Julianti Dkk berbeda dengan penelitian ini, dimana perbedaannya terletak pada variabel Y dan lokasi penelitiannya, dan persamaannya terletak pada variabel X.
3. Penelitian yang dilakukan oleh saudari Hani Tahliani berbeda dengan penelitian ini dimana perbedaannya teletak pada pembahasan penelitian, tetapi memliki kesamaan dalam membahas covid-19.
4. Penelitian yang dilakukan oleh saudari Oktavia Banda Saputri Dan Nurul Huda berbeda dengan penelitian ini dimana perbedaannya teletak pada variabel Y tetapi memliki kesamaan dalam membahas media sosial.
5. Penelitian yang dilakukan oleh saudari Andi Cahyono Dkk, berbeda dengan penelitian ini, dimana perbedaannya terletak pada variabel X tetapi memliki kesamaan dalam membahas Covid-19.

---

<sup>36</sup> Ihsan Mulia Siregar, "Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Sebelum Dan Sesudah Akuisi" Skripsi IAIN Padangsidempuan Tahun 2020, hlm.1

6. Penelitian yang dilakukan oleh saudari Nuriawati, terdapat persamaan pada variabel X dan perbedaannya terletak pada variabel Y.
7. Penelitian yang dilakukan oleh saudara Alvin Praditya terdapat persamaan pada variabel X dan perbedaannya terletak pada variabel Y.
8. Penelitian yang dilakukan oleh saudara Muhammad Isa terdapat persamaan pada variabel Y dan perbedaannya pada variabel X.
9. Penelitian yang dilakukan oleh saudari Rodame Monitorir Napitupulu terdapat persamaan pada variabel penelitian yang membahas tentang media sosial.
10. Penelitian yang dilakukan oleh saudara Nurdin Dkk terdapat persamaan pada variabel X dan perbedaannya terletak pada variabel Y.
11. penelitian yang dilakukan oleh saudari Afifah Khairani Hasibuan terdapat persamaan hasil pada *uji paired sample t- test*.
12. penelitian yang dilakukan oleh saudara Ihsan Mulia Siregar juga terdapat persamaan hasil pada *uji paired sample t- test*.

### **C. Kerangka Berpikir**

Kerangka berpikir merupakan sintesa tentang hubungan antar variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan berdasarkan teori-teori yang telah dideskripsikan tersebut, selanjutnya dianalisis secara kritis dan sistematis, sehingga menghasilkan sintesa tentang hubungan antara variabel yang diteliti. Sintesa tentang hubungan variabel tersebut, sehingga digunakan untuk merumuskan hipotesis.

**Gambar. II. 1**

Berdasarkan kerangka berpikir diatas, dapat dijelaskan bahwa media sosial berperan terhadap perkembangan perbankan syariah di Indonesia sebelum dan saat *Covid-19*.

#### **D. Hipotesis**

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dinyatakan sebagai jawaban yang empirik. Hipotesis penelitian adalah sebagai berikut :

$H_a$  : Terdapat peran media sosial terhadap perkembangan perbankan syariah di Indonesia sebelum dan saat *Covid-19*..

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Data yang digunakan diperoleh dari hasil publikasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan *Gobalstast* (GS) melalui website [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id) dan <https://gs.statcounter.com>. Penelitian ini dilakukan mulai Bulan September 2021 sampai dengan Mei 2022.

#### **B. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan data kuantitatif (data yang berbentuk angka atau data yang diangkakan). Adapun penelitian ini dilakukan berdasarkan *time series* atau disebut juga deret waktu merupakan sekumpulan data dari suatu fenomena tertentu yang di dapat dalam beberapa interval waktu tertentu, misalnya dalam mingguan, bulanan, dan tahunan. Data yang diperoleh dari hasil publikasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan *Globalstats* (GS) melalui website [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id) dan <https://gs.statcounter.com>.

#### **C. Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Populasi adalah sekelompok elemen yang lengkap, yang biasanya berupa orang, objek, transaksi atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi objek penelitian. Adapun populasi penelitian ini adalah keseluruhan data dari tahun 2017-2021.

## 2. Sampel

Sampel merupakan bagian atau sejumlah cuplikan tertentu yang diambil dari suatu populasi dan diteliti secara rinci. Metode pengambilan sampel dari penelitian ini menggunakan *Non probability Sampling*. *Non probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sampel yang digunakan adalah *simple random sampling*. *Simple random sampling* adalah teknik pengambilan sampel dari anggota populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Sampel yang diambil sebanyak 60 data sampel yaitu data Bulanan dari pengguna media sosial dan perkembangan perbankan syariah di Indonesia sejak tahun 2017 sampai dengan 2021.

### D. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan adalah *time series* (rentan waktu) dari tahun 2017-2021 yang diperoleh dari website [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id) dan <http://gs.statcounter.com>. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini tergolong data sekunder. Data sekunder merupakan jenis data yang diperoleh dan digali melalui hasil pengolahan pihak kedua dari hasil penelitian lapangannya baik berupadana kualitatif maupun kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari laporan bulanan yang dipublikasikan dari tahun 2017-2021.

## E. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

### 1. Studi Kepustakaan

Kepustakaan merupakan sebuah proses mencari berbagai literature, hasil kajian yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan. Kepustakaan dapat diibaratkan sebuah kunci yang akan membuka semua hal yang dapat membantu memecahkan masalah dalam penelitian ini. Studi kepustakaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber buku-buku, jurnal ataupun skripsi yang terkait dengan variabel penelitian.

### 2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data baik berupa data-data tertulis, film, gambar, ataupun tabel yang memberikan informasi atau keterangan serta pemikiran tentang yang masih aktual dan masih sesuai dengan masalah penelitian. Pengumpulan data yang peneliti lakukan dalam penelitian ini diperoleh dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan *Globalstast* (GS).

## F. Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul dari hasil pengumpulan data, maka akan dilakukan analisis data. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

### 1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik Deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data, mengolah data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah dikumpulkan atau diteliti melalui dari objek data sampel atau populasi tanpa bermaksud membuat suatu kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi.

Dalam statistik deskriptif juga dapat dilakukan dalam mencari adanya hubungan antara variabel melalui korelasi, melakukan prediksi dengan analisis regresi, dan membuat suatu perbandingan dengan membandingkan setiap rata-rata data sampel atau populasi tersebut.<sup>37</sup>

### 2. Uji Asumsi Klasik

Model pengujian hipotesis berdasarkan analisis regresi yang digunakan dalam penelitian harus memenuhi asumsi klasik agar menghasilkan nilai parameter yang benar. Adapun uji-uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### a) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel mempunyai distribusi normal atau tidak dengan menggunakan metode *One Sample Kolmogrov Smirnov*. Model regresi

---

<sup>37</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2021), hlm. 206-207.

yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal dengan nilai signifikansi lebih dari 0,05.

Hipotesis nol ( $H_0$ ) dijelaskan bahwa tiap-tiap variabel penelitian dalam periode sebelum serta sesudah dilakukannya penelitian terdistribusi normal. Penetapan normal atau tidak, data ditentukan jika signifikansi lebih besar dari tingkat signifikansi yang telah ditetapkan ( $>0,05$ ) maka  $H_0$  diterima dan datanya terdistribusi normal. Sebaliknya, jika signifikansi uji lebih kecil dari tingkat signifikansi yang telah ditetapkan ( $< 0,05$ ) maka  $H$  tidak terdistribusi normal.

b) *Uji paired sampel T-test* (uji sampel berpasangan)

*Uji paired sampel T-test* ataupun uji t sampel berpasangan yaitu uji parametrik yang dilakukan dalam menguji hipotesis sama atau tidak ( $H_0$ ) antara variabel. Uji ini dilakukan untuk menetapkan ada ataupun tidak adanya perbedaan rata-rata dua sampel. Dimana dua sampel merupakan sampel yang sama tetapi proses pengukuran ataupun perlakuan yang tidak sama, yaitu sebelum dan sesudah dilakukannya aktivitas penggabungan serta akuisi. Uji ini dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS.

Adapun tahap-tahap dalam uji *paired sample t-test* sebagai berikut:

- (a) Menyatakan hipotesis alternatif
- (b) menentukan tingkat signifikansi ( $\alpha=50\%$ )

(c) membandingkan antara probabilitas dengan taraf signifikansi yang sudah ditentukan (5%)

(d) Menarik kesimpulan statistik

- H ditolak jika signifikansi  $> 0,05$  berarti tidak ada perbedaan antara peran media sosial terhadap perkembangan perbankan syariah di Indonesia sebelum dan saat *Covid-19*.
- H diterima jika signifikansi  $< 0,05$  berarti ada perbedaan antara peran media sosial terhadap perkembangan perbankan syariah di Indonesia *Covid-19*.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Variabel Penelitian**

##### **1. Sejarah Singkat Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia**

Sejarah perbankan syariah diawali dengan berdirinya bank yang berada di Mesir bernama Mit Ghamr Savings. Perkembangan kehidupan perbankan syariah dari suatu Negara sangat tergantung kepada dukungan peraturan perundang-undangan yang mengatur perbankan syariah yang dapat menciptakan iklim yang kondusif bagi perkembangan perbankan syariah, peraturan perundang-undangan di Negara-negara non-muslim belum dapat menerima konsep yang tidak menjamin pengembalian pokok dari dana yang disimpan oleh nasabah, penyimpan dana dan menjamin kepastian tingkat imbalan seperti yang diberikan oleh bank-bank konvensional.<sup>38</sup>

Perbankan di Indonesia kini makin ramai dengan adanya bank syariah yang menawarkan produk keuangan dan investasi dengan cara yang berbeda dibanding dengan bank konvensional yang sudah lama ada. Bahkan bank-bank konvensional di Indonesia kini mengikuti tren dengan mendirikan institusi syariah atau unit usaha syariah sendiri. Tercatat di tahun 2012 bank syariah telah meningkat pesat hingga menjadi 11 Bank Umum Syariah dan 24 Unit Usaha Syariah.

---

<sup>38</sup>Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2014), hlm. 52-53.

Lahirnya bank syariah tersebut merupakan cikal bakal dari terbentuknya Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia pada tahun 1980-an dalam bentuk Lembaga Keuangan Mikro Syariah, diawali dengan berdirinya *Baitul Tamwil Teknosa* di Bandung pada tahun 1984 yang disusul dengan berdirinya Koperasi Ridho Gustidi Bandung pada tahun 1989. Selain itu, pada akhir 1980-an muncul pula BPR syariah pertama. Bank syariah belum muncul waktu itu, karena undang-undang perbankan syariah yang berlaku pada saat itu adalah UU No.13 tahun 1976 yang mana UU tersebut mengakomodasi beroperasinya bank syariah.

Pada awal tahun 1990-an bank syariah berdiri di Indonesia ditanda dengan berdirinya Bank Muamalat sampai pada tahun berikutnya perkembangan bank syariah semakin pesat. Tidak hanya jumlah kantornya saja, tetapi berkembang persaingannya baik antara sesama bank syariah maupun bank konvensional. Pada tanggal 27 Oktober 1994, hanya dua tahun setelah didirikannya Bank Muamalat berhasil menyanggah predikat sebagai Devisa. Pengakuan ini semakin memperkokoh posisi perseroan sebagai bank syariah pertama dan terkemuka di Indonesia dengan beragam jasa maupun produk yang terus dikembangkan.<sup>39</sup>

---

<sup>39</sup>M. Dliyaul Muflihini, "Perkembangan Bank Syariah di Indonesia," *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 4, No. 1 (2019): hlm. 1-2.

## B. Deskriptif Data Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data yang diambil berdasarkan laporan bulanan OJK dan *GlobalStats* melalui website [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id) dan <http://gs.statcounter.com>, data tersebut akan diuraikan sebagai berikut:

**Tabel IV.1**  
**Perkembangan Pangsa Pasar Media Sosial di Indonesia**  
**Tahun 2017-2021**

DATA BULANAN	Sebelum <i>Covid-19</i>			Saat <i>Covid-19</i>	
	2017	2018	2019	2020	2021
Januari	96.22%	95.43%	51.81%	76.71%	91.9%
Febuari	96.3%	94.93%	68.29%	75.24%	93.6%
Maret	96.52%	93.59%	74.11%	80.45%	87.3%
April	96.27%	92.39%	72.57%	84.5%	89.43%
Mei	96.24%	93.26%	67.38%	83.16%	93.15%
Juni	96.56%	90.08%	70.81%	83.44%	91.94%
Juli	95.68%	90.34%	77.89%	83.51%	94.44%
Agustus	95.5%	88.66%	80.19%	80.7%	84.79%
September	94.79%	87.32%	82.2%	84.82%	94.22%
Oktober	95.39%	82.14%	89.3%	79.33%	94.24%
November	95.6%	84.82%	68.56%	88.59%	95.31%
Desember	96.13%	62.85%	49.07%	89.05%	95.86%

Sumber : <http://gs.statcounter.com>

Berdasarkan Tabel di atas, dapat dilihat bahwa pangsa pasar media sosial cenderung mengalami fluktuasi. Pada tahun 2017 bahwa bulanan 1 nilai pangsa pasar media sosial sebesar 96.22%., kemudian bulanan 2-3 mengalami peningkatan hingga sebesar 96.52%. Namun pada bulanan berikutnya nilai pangsa pasar media sosial selalu mengalami penurunan dan kenaikan dari bulan ke bulan sebelum *covid-19*. Sedangkan pada tahun 2019 mulailah mengalami penurunan dan peningkatan secara tidak stabil hingga mencapai 49.07%.

Kemudian, dilihat pada tahun 2020 saat *covid-19* bahwa terjadinya kestabilan nilai pangsa pasar media sosial dengan angka 76.71% sampai dengan 89.05%. Sedangkan tahun 2021 juga tetap mempertahankan kestabilan nilai pangsa pasar media sosial saat *covid-19* dengan angka 87.3% sampai dengan 95.86%.

**Tabel IV.2**  
**Perkembangan Jenis Bank Syariah di Indonesia**  
**Tahun 2017-2021**

DATA BULANAN	Sebelum <i>Covid-19</i>			Saat <i>Covid-19</i>	
	2017	2018	2019	2020	2021
Januari	200	201	199	198	197
Febuari	200	201	199	197	197
Maret	200	201	199	197	195
April	200	202	199	197	195
Mei	201	202	199	196	195
Juni	201	202	199	196	195
Juli	201	202	199	196	197
Agustus	201	202	199	196	197
September	201	202	199	197	198
Oktober	201	202	198	197	196
November	201	202	198	197	196
Desember	201	201	198	197	197

Sumber : [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id) (Statistik Perbankan Syariah)

Berdasarkan Tabel di atas, perkembangan perbankan syariah di Indonesia dapat dilihat pada tahun 2017 sebelum *covid-19* bahwa bulan Januari hingga bulan Desember 2017 mencapai sebesar 201 bank. Namun, pada tahun 2018 mengalami kemajuan pada bulan Januari hingga bulan November 2018 sebesar 202 bank, tetapi kembali mengalami ketidakstabilan perkembangan perbankan syariah di tahun 2019 hingga tahun 2021 pada bulan Juni 2021 sebesar 195 bank, dan kembali stabil pada bulan Juli hingga Desember 2021 saat *covid-19* sebesar 197 bank.

## C. Hasil Analisis Data

### 1. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif diunakan untuk menggambarkan tentang statistik data seperti minimum, maximal, mean (rata-rata) dan standar deviasi. Adapun analisis deskriptif dalam penelitian ini diperoleh berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS versi 26 yang dicantumkan dalam tabel berikut:

**Tabel IV.3**  
**Hasil Analisis Statistik Deskriptif Sebelum Covid-19**

<b>Descriptive Statistics</b>					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X	36	.4422	.9656	.849898	.1312492
Y	36	198	202	200.36	1.313
Valid N (listwise)	36				

*Sumber: data output SPSS versi 26*

Berdasarkan dari tabel IV.3 di atas, bahwa hasil analisis statistic desriptif sebelum *covid-19* dapat dijelaskan bahwa nilai minimum dari variabel X sebesar 0,4422 dan nilai maksimum sebesar 0,9656. Namun, pada nilai rata-rata dari variabel x sebesar 0,849898 dan nilai standar deviasi sebesar 0,1312492.

Sedangkan variabel Y menunjukkan hasil analisis statistik deskriptif sebelum *covid-19* dapat dijelaskan bahwa nilai minimum sebesar 198 bank dan nilai maksimum sebesar 202 bank. Namun, nilai rata-rata sebesar 200,36 dan nilai standar deviasi sebesar 1,313.

Berikut hasil pengujian analisis statistik deskriptif saat *covid-19* yaitu :

**Tabel IV.4**  
**Hasil Analisis Statistik Deskriptif Saat *Covid-19***

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X	24	.5599	.9549	.749213	.1156188
Y	24	195	198	196.50	.885
Valid N (listwise)	24				

Sumber : *Data Output SPSS Versi 26*

Berdasarkan dari tabel IV.4 di atas, bahwa hasil analisis statistic deskriptif saat *covid-19* dapat dijelaskan bahwa nilai minimum dari variabel X sebesar 0,5599 dan nilai maksimum sebesar 0,9549. Namun, pada nilai rata-rata dari variabel x sebesar 0,749213 dan nilai standar deviasi sebesar 0,1156188.

Sedangkan variabel Y menunjukkan hasil analisis statistik deskriptif saat *covid-19* dapat dijelaskan bahwa nilai minimum sebesar 195 bank dan nilai maksimum sebesar 198 bank. Namun, nilai rata-rata sebesar 196,50 dan nilai standar deviasi sebesar 0,885.

## 2. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel mempunyai distribusi normal atau tidak dengan menggunakan metode *One Sample Kolmogorov-Smirnov*, model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal

dengan nilai signifikansi lebih dari 0,05. Berikut hasil olahan data Uji Normalitas pada tabel dibawah ini:

**Tabel 1V.5**  
**Hasil Uji Normalitas Sebelum Covid-19**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual	
N		36	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	.98807391	
Most Extreme Differences	Absolute	.169	
	Positive	.169	
	Negative	-.116	
Test Statistic		.169	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.011 <sup>c</sup>	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.230 <sup>d</sup>	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.219
		Upper Bound	.241

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

*Sumber: data output SPSS versi 26*

Berdasarkan tabel diatas merupakan hasil dari output data yang telah diolah dengan SPSS *One Sample Kolmogrov Smirnov Test*, dapat diketahui bahwa jika nilai signifikan (asyp.Sig. (2-tailed) lebih dari 0,05 maka data berdistribusi dengan normal. Berdasarkan tabel IV.5, hasil uji normalitas sebelum *covid-19*, bahwa nilai *unstandardized residual* dengan *Monte Carlo* menunjukkan bahwa nilai signifikansi 0,230 yang berarti data berdistribusi normal.

Berikut hasil pengujian analisis statistik deskriptif saat covid-19 yaitu :

**Tabel 1V.6**  
**Hasil Uji Normalitas SaatCovid-19**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		24
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.87612430
Most Extreme Differences	Absolute	.242
	Positive	.123
	Negative	-.242
Test Statistic		.242
Asymp. Sig. (2-tailed)		.001 <sup>c</sup>
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.100 <sup>d</sup>
99% Confidence Interval	Lower Bound	.092
	Upper Bound	.108

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 299883525.

Sumber : Data Ouput SPSS Versi 26

Berdasarkan tabel diatas merupakan hasil dari output data yang telah diolah dengan SPSS *One Sample Kolmogrov Smirnov Test*, dapat diketahui bahwa jika nilai signifikan (asypm.Sig. (2-tailed) lebih dari 0,05 maka data berdistribusi dengan normal. Berdasarkan tabel IV.56, hasil uji normalitas saatcovid-19, bahwa nilai *unstandardized residual* dengan *Monte Carlo* menunjukkan bahwa nilai signifikansi 0,100 yang berarti data berdistribusi normal.

### 3. Hasil Uji *Paired Sample T-Test*

Paired sample t-test ataupun uji t sampel berpasangan yaitu uji parametrik yang dilakukan dalam menguji hipotesis dama atau tidak

antara variabel. Uji ini dilakukan untuk menetapkan ada ataupun tidak adanya perbedaan rata-rata dua sampel.

Hasil uji *Paired Samples statistics* berdasarkan perhitungan SPSS versi 26 diperoleh hasil sebagai berikut :

**Tabel 1V.7**  
**Hasil Uji *Paired Samples Statistics***

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	Sebelum Covid-19	.849898	36	.1312492	.0218749
		200.36	36	1.313	.219
Pair 2	Saat Covid-19	.749212	24	.1156188	.0236006
		196.50	24	.885	.181

Sumber : *data output SPSS versi 26*

Pada output ini kita diperlihatkan hasil statistik deskriptif dari kedua sampel yang diteliti yakni dari nilai sebelum dan saat *covid-19* pada variabel x dan y. Untuk nilai variabel X, sebelum *covid-19* diperoleh rata-rata sebesar 0,849898. Sedangkan nilai saat *covid-19* diperoleh nilai rata-rata 0,749212. Untuk nilai *std. deviation* (standar deviasi) pada sebelum *covid-19* sebesar 0,1312492 dan saat *covid-19* sebesar 0,1156188. Kemudian, untuk nilai *std error mean* untuk sebelum *covid-19* sebesar 0,0218749 dan untuk saat *covid-19* sebesar 0,0236006. Dengan demikian, secara statistik deskriptif dapat disimpulkan ada perbedaan rata-rata nilai pangsa pasar media sosial (x) sebelum dan saat *covid-19*.

Sebaliknya juga pada nilai variabel y (perbankan syariah) sebelum *covid-19* diperoleh rata-rata sebesar 200,36. Sedangkan nilai saat *covid-19* diperoleh nilai rata-rata sebesar 196,50. Untuk nilai *std. deviation*

(standar deviasi) pada sebelum *covid-19* sebesar 1,313 dan saat *covid-19* sebesar 0,885 . Kemudian, untuk nilai *std error mean* untuk sebelum *covid-19* sebesar 0,219 dan untuk saat *covid-19* sebesar 0,181. Dengan demikian, secara statistik deskriptif dapat disimpulkan ada perbedaan rata-rata nilai perbankan syariah (y) sebelum dan saat *covid-19*.

Hasil uji *Paired Sample T-Test* berdasarkan perhitungan SPSS versi 26 diperoleh hasil sebagai berikut :

**Tabel IV.8**  
**Hasil Uji *Paired Sample T-Test***

		Paired Samples Test							
		Paired Differences							
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference		t	df	Sig. (2-tailed)
					Lower	Upper			
Pair 1	Sebelum Covid-19	199.5112131	1.2302068	.2050345	199.9274552	199.0949710	973.062	35	.000
Pair 2	Saat Covid-19	195.7507875	.9079158	.1853275	196.1341667	195.3674083	1056.242	23	.000

Sumber : data output SPSS versi 26

Uji *paired sample t-test* dalam penelitian ini dilakukan dengan data variabel x dan y sebelum dan saat *covid-19*. Hasil pengujian hipotesis terhadap variabel penelitian memperlihatkan nilai *asymph.sig (2-tailed)* = 0,000. Dengan perolehan hasil tersebut maka keputusan yang diambil adalah H diterima. H diterima karena probabilitas tersebut berada di bawah 0,05 atau ( $0,000 < 0,05$ ). Sehingga hasil uji pada penelitian dapat dinyatakan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan terhadap variabel penelitian sebelum dan saat *covid-19*.

#### D. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul “Peran Media Sosial Terhadap Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia Sebelum dan Saat *Covid-19*”. Hasil Uji *paired sample t-test* dalam penelitian ini dilakukan dengan data variabel x dan y sebelum dan saat *covid-19*. Hasil pengujian hipotesis terhadap variabel penelitian memperlihatkan nilai *asymph.sig (2-tailed) = 0,000*. Dengan perolehan hasil tersebut maka keputusan yang diambil adalah H diterima. H diterima karena probabilitas tersebut berada di bawah 0,05 atau ( $0,000 < 0,05$ ). Sehingga hasil uji pada penelitian dapat dinyatakan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan terhadap variabel penelitian sebelum dan saat *covid-19*.

Hasil ini memiliki kesamaan dengan hasil penelitian saudari Afifah Khairani Hasibuan dengan judul “ Analisis perbandingan kinerja keuangan perusahaan sebelum dan sesudah akuisisi.” Pada skripsi IAIN Padangsidempuan dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa pada pengujian uji *paired sample t-test* terdapat perbedaan antara setiap variabel penelitian dalam 5 rasio keuangan perbandingan sebelum dan sesudah akuisisi dengan hasil sebesar  $0,010 < 0,05$  yang artinya H diterima.

Hasil ini memiliki kesamaan dengan hasil penelitian saudara Ihsan Mulia Siregar dengan judul “Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Sebelum dan Sesudah Akuisisi (Studi Kasus pada PT. XL Axiata Tbk. Periode 2010-2017).” Pada skripsi IAIN Padangsidempuan dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa pada pengujian uji *paired sample t-*

*test* mendapatkan hasil nilai *sig. (2-tailed)* pada variabel penelitian sebelum dan sesudah covid-19 sebesar  $0,000 < 0,05$  yang artinya terdapat perbedaan signifikan antara dua kelompok sampel.

Selanjutnya, hasil penelitian yang dilakukan oleh Sarif Hidayat Dkk dengan judul “Pengaruh Media Sosial *Facebook* Terhadap Perkembangan *E-Commercedi* Indonesia” Vol.8, No.2 Tahun 2017 dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel media sosial berpengaruh terhadap perkembangan *e-commerce* di Indonesia.

Hasil ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Oktavia Banda Saputri dan Nurul Huda dengan judul “Pengaruh Informasi *Covid-19* Melalui Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumen” Vol.7 No.2 Tahun 2020 hasil penelitian menunjukkan bahwa kenaikan konsumsi bagi konsumen muslim dengan adanya informasi wabah *Covid-19* tetapi kenaikan tersebut dinilai tidak signifikan.

Namun, hasil yang menunjukkan adanya persamaan pada penelitian ini sebelumnya dilakukan oleh Nurdin Dkk, dengan judul “Pengaruh Media Sosial Terhadap Pengetahuan Tentang *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*” Vol.3 No.2 Tahun 2021 dengan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa secara simultan variabel media sosial berpengaruh secara signifikan terhadap pengetahuan tentang QRIS.

#### **E. Keterbatasan Hasil Penelitian**

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan menggunakan langkah-langkah yang sudah ditetapkan pada metodologi penelitian agar mendapatkan hasil sebaik mungkin. Namun untuk mendapatkan hasil yang sempurna dari suatu penelitian ini mempunyai keterbatasan. Adapun keterbatasan yang dihadapi peneliti selama melaksanakan penelitian dan penyusunan skripsi ini, yaitu :

1. Variabel yang digunakan dan yang menjadi pengamatan terhadap variabel media sosial masih perlu ditambahkan atau digali lebih mendalam.
2. Variabel penelitian perlu dikembangkan dengan menambahkan teknik analisis data yang lebih konkrit dan komprehensif.
3. Sumber-sumber yang didapatkan masih belum terjangkau atau belum mencapai hasil yang diharapkan baik materi buku, jurnal atau karya ilmiah lainnya yang mendukung dalam penelitian ini.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data hasil penelitian ini, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

Hasil Uji *paired sample t-test* dalam penelitian ini dilakukan dengan data variabel x dan y sebelum dan saat *covid-19*. Hasil pengujian hipotesis terhadap variable penelitian memperlihatkan nilai *asymph.sig (2-tailed)* = 0,000. Dengan perolehan hasil tersebut maka keputusan yang diambil adalah H diterima. H diterima karena probabilitas tersebut berada di bawah 0,05 atau ( $0,000 < 0,05$ ). Sehingga hasil uji pada penelitian dapat dinyatakan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan terhadap variabel penelitian sebelum dan saat *covid-19*.

#### B. Saran

Dari hasil penelitian yang didapatkan dari peran media sosial terhadap perkembangan perbankan syariah di Indonesia yaitu tidak ada keterkaitan antara variabel independen dan dependen. Dengan demikian, peneliti memiliki saran sebagai berikut :

1. Kepada Pihak Otoritas Jasa Keuangan (OJK), diperlukan untuk mempertahankan informasi kegiatan perbankan dan data lainnya serta menjaga data-data keuangan yang terus terupdate dan terperinci.

2. Kepada Pihak *GlobalStarts* (GS), diperlukan untuk mewujudkan peran media sosial terus berkembang baik itu negara Indonesia itu sendiri maupun negara dunia.
3. Kepada Perbankan Syariah, agar memberikan pelayanan yang maksimal dalam setiap produk yang diberikan kepada nasabah atau masyarakat serta mengutamakan segala informasi perbankan syariah secara detail dan akurat.
4. Kepada Peneliti Selanjutnya, perlu mengembangkan tentang pembahasan media sosial dan perbankan syariah secara terperinci dan akurat, baik dalam negeri maupun luar negeri.

## **CURICULUM VITAE**

### **(Daftar Riwayat Hidup)**

#### **DATA PRIBADI**

Nama : Erty Aswara  
Tempat, Tanggal Lahir : Batahan, 28 Februari 1999  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Anak Ke : 1 (Pertama) dari 3 bersaudara  
Agama : Islam  
Alamat Lengkap : Desa Pasar Baru Batahan, Kecamatan Batahan,  
Kabupaten Mandailing Natal  
Telepon/Hp : 082167503736  
E-Mail : [ertyaswara28@gmail.com](mailto:ertyaswara28@gmail.com)

#### **DATA ORANG TUA**

Nama Ayah : Eriansyah  
Pekerjaan : Petani  
Nama Ibu : Almh. Afrina Sari  
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga (IRT)  
Alamat Lengkap : Desa Pasar Baru Batahan, Kecamatan Batahan,  
Kabupaten Mandailing Natal

#### **LATAR BELAKANG PENDIDIKAN**

Tahun 2005 – 2011 : SDN 341 Batahan  
Tahun 2011 – 2014 : SMP Negeri 1 Batahan  
Tahun 2014 – 2017 : SMA Negeri 1 Batahan  
Tahun 2017 – 2021 : Strata S1 Perbankan Syariah IAIN  
Padangsidempuan

## DAFTAR PUSTAKA

Adiwarman A. Karim. *Bank Islam: Analisis Dan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013.

Alvin Praditya. “Pengaruh Media Sosial Dan Komunikasi Bisnis Terhadap Perkembangan Bisnis Online Shop.” *Jurnal Ilmiah Semarak*, Vol. 2, No. 1 (2019).

Andi Cahyono, dkk. “Peran Bank Syariah Pada Masa Pandemi Covid-19.” *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 7, No. 2 (2021).

Andri Soemitra. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana, 2020.

Anggi Julianti, dkk. “Analisis Penggunaan Media Sosial Facebook Dalam Perkembangan UMKM Gulo Puan di Desa Bangsal Kecamatan Pampangan.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri*, Vol. 1, No. 2 (2021).

Danang Suyonto. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: Refika Aditama, 2016.

Devy Handayani. “Pemanfaatan Youtube Pada Saat Pandemi Covid-19 Untuk Media Pembelajaran Bahasa Inggris Dalam Meningkatkan Vocabulary dan Pemahaman Siswa.” *Jurnal Pendidikan*, Vol. 4, No. 2 (2020).

Dewi Untari, dkk. “Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram.” *Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, Vol. 2, No. 2 (2018).

Dinar Riftisari Dan Sugiarti. “Analisis Kinerja Keuangan Bank BCA Konvensional Dan Bank BCA Syariah Akibat Dampak Pandemi Covid-19.” *Jurnal Manajemen Bisnis (JMB)*, Vol. 3, No. 2 (2018).

Hani Tahliani. “Tantangan Perbankan Syariah Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19.” *Jurnal Pemikiran Perbankan Syariah*, Vol. 3, No. 2 (2020).

Hasby Asy-Syidiqy. *Tafsir Al-Bayan*. Bandung: PT. Alma'arif, 2020.

Herman Puspito. *Sosial media Marketing*. Jakarta: Ednovate, 2013.

[Http://gs.statcounter.com](http://gs.statcounter.com)

<https://www.medcom.id/nasional/peristiwa/angka-kemiskinan-diprediksi-naik-15-akibat-Covid-19>. Diakses pada 11 Oktober 2021 Pukul 12.50 WIB.

Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana, 2013.

M. Dliyaul Muflihah. "Perkembangan Bank Syariah di Indonesia." *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 4, No. 1 (2019).

M. Quraish Shihab. "Tafsir Al-Mishbah." *Vol. 2, No. 1*, 2010.

E-Media Solusindo. *Membangun Komunitas Online Secara Praktis dan Gratis*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2013.

Muhammad Isa. "Pengetahuan, Persepsi dan Sikap Pengurus Mesjid Terhadap Perbankan Syariah (Studi Kasus di Kecamatan Panyabungan Barat Kabupaten Mandailing Natal)." *J-EBIS*, Vol. 3, No. 1 (2018).

Nofinawati. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana, 2020.

Nurdin, dkk. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Pengetahuan Tentang Quick Response Code Indonesian Standars (QRIS)." *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, Vol. 3, No. 2 (2021).

Nuriawati. "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Pemasaran Dalam Binis Syariah." *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 1, No. 1 (2021).

Oktavia Banda Saputri dan Nurul Huda. "Pengaruh Informasi Covid-19 Melalui Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumen." *Jurnal Human Falah Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* Vol. 7, No. 2 (2020).

Osmad Muthaler. *Akuntansi Perbankan Syariah*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.

Rodame Monitorir Napitupulu. "Peningkatan Pemahaman Teknologi Informasi Dalam Mendukung Pembelajaran Daring." *Jurnal Komunitas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol. 3, No. 2 (2021).

Sarif Hidayat, dkk. "Pengaruh Media Sosial Facebook Terhadap Perkembangan E-Commerce Di Indonesia." *Jurnal Simetris*, Vol. 8, No. 2 (2017).

Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2021.

Sutan Remi Sjahdeini. *Perbankan Syariah Produk-Produk dan Aspek-Aspek Hukumnya*. Jakarta: Kencana, 2014.

Sutan Remy Sjahdeini. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana, 2014.

Tim Departemen Agama. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: Sygma Publishing, 2010.

Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Pasal 1 Ayat 1 Tentang Perbankan Syariah.

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

Yuliana. "Corona Virus Diseases (Covid-19) Sebuah Tinjauan Literatur Jurnal." *Jurnal Welines And Healthy Magazine*, Vol. 2, No. 1 (2020).

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 : Data penelitian

#### 1. Perkembangan Pangsa Pasar Media Sosial di Indonesia Tahun 2017-2021

DATA BULANAN	Sebelum Covid-19			Saat Covid-19	
	2017	2018	2019	2020	2021
Januari	96.22%	95.43%	51.81%	76.71%	91.9%
Febuari	96.3%	94.93%	68.29%	75.24%	93.6%
Maret	96.52%	93.59%	74.11%	80.45%	87.3%
April	96.27%	92.39%	72.57%	84.5%	89.43%
Mei	96.24%	93.26%	67.38%	83.16%	93.15%
Juni	96.56%	90.08%	70.81%	83.44%	91.94%
Juli	95.68%	90.34%	77.89%	83.51%	94.44%
Agustus	95.5%	88.66%	80.19%	80.7%	84.79%
September	94.79%	87.32%	82.2%	84.82%	94.22%
Oktober	95.39%	82.14%	89.3%	79.33%	94.24%
November	95.6%	84.82%	68.56%	88.59%	95.31%
Desember	96.13%	62.85%	49.07%	89.05%	95.86%

#### 2. Perkembangan Jenis Bank Syariah di Indonesia Tahun 2017-2021

DATA BULANAN	Sebelum Covid-19			Saat Covid-19	
	2017	2018	2019	2020	2021
Januari	200	201	199	198	197
Febuari	200	201	199	197	197
Maret	200	201	199	197	195
April	200	202	199	197	195
Mei	201	202	199	196	195
Juni	201	202	199	196	195
Juli	201	202	199	196	197
Agustus	201	202	199	196	197
September	201	202	199	197	198
Oktober	201	202	198	197	196
November	201	202	198	197	196
Desember	201	201	198	197	197

## Lampiran 2 : Hasil Output SPSS Versi 26

### 1. Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif Sebelum dan Saat Covid- 19

#### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X	36	.4422	.9656	.849898	.1312492
Y	36	198	202	200.36	1.313
Valid N (listwise)	36				

Sumber: data output SPSS versi 26

#### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X	24	.5599	.9549	.749213	.1156188
Y	24	195	198	196.50	.885
Valid N (listwise)	24				

Sumber : Data Output SPSS Versi 26

### 2. Hasil Uji Normalitas Sebelum Dan Saat Covid-19

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		36
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.98807391
Most Extreme Differences	Absolute	.169
	Positive	.169
	Negative	-.116
Test Statistic		.169
Asymp. Sig. (2-tailed)		.011 <sup>c</sup>
Monte Carlo Sig. (2-tailed)		.230 <sup>d</sup>
99% Confidence Interval	Lower Bound	.219
	Upper Bound	.241

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting see 2000000.

Sumber: data output SPSS versi 26

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		24
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.87612430
Most Extreme Differences	Absolute	.242
	Positive	.123
	Negative	-.242
Test Statistic		.242
Asymp. Sig. (2-tailed)		.001 <sup>c</sup>
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.100 <sup>d</sup>
99% Confidence Interval	Lower Bound	.092
	Upper Bound	.108

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 299883525.

Sumber : Data Ouput SPSS Versi 26

### 3. Hasil Uji Paired Sample T-Test Sebelum Dan Saat Covid-19

#### Paired Samples Statistics

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	Sebelum Covid-19	.849898	36	.1312492	.0218749
		200.36	36	1.313	.219
Pair 2	Saat Covid-19	.749212	24	.1156188	.0236006
		196.50	24	.885	.181

Sumber : data output SPSS versi 26

#### Paired Samples Test

		Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
					Lower	Upper			
Pair 1	Sebelum Covid-19	-199.5112131	1.2302068	.20503	-199.9274552	-199.0949710	-973.062	35	.000
				45					
Pair 2	Saat Covid-19	-195.7507875	.9079158	.18532	-196.1341667	-195.3674083	-1056.242	23	.000
				75					

Sumber : data output SPSS versi 26