

---

# **PENGARUH IMPLEMENTASI SHARIAH GOVERNANCE TERHADAP LOYALITAS NASABAH MELALUI REPUTASI BANK SYARIAH SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

**(Studi Empiris pada Nasabah Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah di Jawa Barat)**

Annisa Apriliani

(aprilianisaa@gmail.com)

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

---

## **ABSTRACT**

*The development of sharia is currently experiencing rapid growth and become part of financial life in the Islamic world. But in early 2015 the development of asset and third party fund (DPK) has decreased. This is because there are many public perception that Islamic banks and conventional banks are the same and people are still dubious to sharia compliance of Islamic bank. Therefore we need a development strategy through the implementation of sharia governance. Sharia governance is expected to have an impact on the reputation of Islamic banks and create customer confidence towards Islamic banks, which in turn can increase the market share of Islamic banks.*

*The purpose of this study was to determine the effect of implementation of sharia governance to reputation and customer loyalty. The object of this study are customers of Islamic Banks and Sharia Business Unit in West Java. The sample was 129 respondents with purposive sampling. This research is a field research with a*

*quantitative approach. The data used is primary data obtained based on respondents' answers to questionnaires distributed by the researchers to customers of Islamic banks in West Java. Measurement instrument using a Likert scale 1-5 from Strongly Disagree (STS) until the Strongly Agree (SS). To test the effect of the implementation of sharia governance to reputation and customer loyalty used SPSS 22.*

*From the results of data processing using simple regression and multiple regression prove that the sharia governance significant positive effect on the reputation of Islamic banks, sharia governance significant positive effect on customer loyalty, and the reputation of Islamic banks significant positive effect on customer loyalty. This shows that the sharia governance and reputation of Islamic banks have major stakes in partnership with Islamic banks and decided to maintain the Islamic banks.*

**Keywords** : *islamic banking, sharia governance, reputation, loyalty*

## **PENDAHULUAN**

Perbankan syariah atau perbankan Islam adalah suatu sistem perbankan yang pelaksanaannya berdasarkan hukum Islam. Pembentukan sistem ini berdasarkan adanya fatwa dari MUI tahun 2003 tentang pengharaman bunga bank karena dalam Islam termasuk kedalam riba dan Islam sangat mengharamkan riba. Bank syariah yang pertama berdiri di Indonesia adalah Bank Muamalat. Kehadiran Bank Muamalat sebagai bank syariah pertama di Indonesia

menjadi tonggak penting dalam kehidupan perbankan syariah di Indonesia. Pada saat Indonesia mengalami krisis perekonomian yang sangat parah, Bank Muamalat mampu bertahan diantara bank-bank konvensional yang pada saat itu mengalami kegoncangan ekonomi akibat dari krisis tersebut. Dengan adanya fenomena ini, bank syariah membuktikan bahwa konsep bank syariah bukan hanya sekedar konsep tentang keislamannya namun juga telah mampu membuktikan di tataran praktek.

Industri perbankan syariah di Indonesia mempunyai potensi yang sangat besar untuk berkembang, meskipun saat ini pangsa pasar perbankan syariah di Indonesia masih relatif kecil yaitu berkisar 4,7% apabila dibandingkan dengan perbankan konvensional (ojk.go.id). Untuk itu perbankan syariah harus dapat tumbuh dan bersaing dengan perbankan konvensional untuk meningkatkan pangsa pasar perbankan syariah.

Perkembangan syariah di Indonesia secara keseluruhan cukup menggembirakan. Menurut laporan statistik Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada Maret 2015 Bank Umum Syariah berjumlah 12 dengan jumlah kantor 2.121, Unit Usaha Syariah terdapat 22 bank dengan jumlah kantor 327.

Potensi pengembangan perbankan syariah yang sangat besar menuntut adanya sejumlah strategi dan implementasi taktis untuk menggarap potensi pasar yang ada. Pertumbuhan yang terjadi pada bank syariah tidak lepas dari adanya kepercayaan pasar yang baik. Untuk itulah diperlukan adanya suatu pengimplementasian kebijakan strategis yang dapat

mendorong perbankan syariah agar terus maju menjadi sebuah kebanggaan.

dalam penelitian Junusi (2012) hasil penelitian IRTI menunjukkan bahwa pelaksanaan GCG belum terlaksana dengan baik di perbankan syariah di berbagai negara. Di dalam penelitian di beberapa lembaga keuangan syariah, penerapan GCG terbukti dapat meningkatkan reputasi dan kepercayaan nasabah. Menurut Chapra dalam penelitian Wardayanti (2011) kegagalan dalam penerapan prinsip syariah akan membuat nasabah pindah ke bank lain sebesar 85%. Hal ini menjadi dasar untuk memperbaiki reputasi bank syariah dan menjadikan nasabah lebih loyal terhadap bank syariah dengan adanya penerapan GCG, serta untuk melindungi kepentingan pihak internal maupun eksternal dalam rangka menciptakan sistem perbankan syariah yang sehat dan terpercaya.

*Shariah compliance* atau kepatuhan pada syariah menjadi pembeda antara penerapan GCG di bank konvensional dan penerapan di bank syariah. Pada umumnya prinsip GCG pada bank konvensional yaitu transparansi, kedisiplinan, kehati-hatian, dan

kejujuran. Dari hasil penelitian Idat (2002) menunjukkan bahwa terjadi penurunan kepatuhan Bank Syariah terhadap prinsip syariah. Berdasarkan survei dan penelitian mengenai preferensi masyarakat yang dilakukan oleh Bank Indonesia bekerja sama dengan lembaga penelitian perguruan tinggi, ditemukan adanya keraguan masyarakat terhadap kepatuhan syariah oleh bank syariah. Dalam penelitian sebelumnya oleh Wardayati (2011) bahwa komplain yang sering muncul adalah aspek pemenuhan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah (*shariah compliance*). Oleh sebab itu, menciptakan *shariah compliance* pada bank syariah sangat penting untuk mengembalikan reputasi bank syariah dan loyalitas nasabah. Untuk menjamin terlaksananya prinsip-prinsip syariah dilembaga perbankan, maka perlu adanya pengawasan dari Dewan Pengawas Syariah (DPS). Karena yang menjadi pilar penting dalam pengembangan bank syariah adalah adanya *shariah compliance*. DPS berperan dalam mengawasi kegiatan di bank syariah baik dari produk yang dikeluarkan maupun tata kelola bank syariah. Salah satu

penyebab menurunnya reputasi dan kepercayaan terhadap bank syariah adalah kurangnya memperhatikan prinsip-prinsip syariah dalam praktiknya. Peningkatan reputasi dan loyalitas nasabah dapat dijadikan sebagai indikator keberhasilan suatu bank syariah dan sekaligus menjadi prediksi keberhasilan bank syariah dari tahun ke tahun dalam rangka meningkatkan *market share*nya (Junusi, 2012).

## **PENURUNAN HIPOTESIS**

*Shariah governance* merupakan pengembangan dari CG (*Corporate Governance*) dan *shariah compliance*. Ketika sebuah bank syariah mempunyai *shariah governance* yang baik yang meliputi prinsip *transparency*, *accountability*, *independency*, *responsibility*, *fairness*, dan *shariah compliance* maka bank syariah akan mendapatkan *image* atau reputasi yang baik di mata nasabah. Bank syariah yang mengimplementasikan *shariah governance* dengan baik dengan segala tata kelola dan kepatuhannya terhadap syariah, bank akan mendapatkan penilaian dan kualitas yang bagus sehingga bank akan dipandang memiliki

citra atau reputasi yang baik oleh nasabah maupun *stakeholder*.

Dalam perbankan Islam, aspek kepatuhan terhadap prinsip syariah memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap perilaku nasabah dalam memilih bank syariah. Oleh karena itu, implementasi *shariah governance* merupakan suatu keharusan untuk dapat meningkatkan reputasi bank syariah. Sejalan dengan pendapat Wardayati (2011) yang menyatakan bahwa implementasi *Syariah Governance* dapat meningkatkan reputasi bank syariah.

**H<sub>1</sub> : *Shariah governance* berpengaruh positif signifikan terhadap reputasi bank syariah**

Dari penelitian Junusi (2012) pokok-pokok hasil penelitian Bank Indonesia menyatakan bahwa sebagian nasabah yang menggunakan jasa Bank Syariah memiliki kecenderungan untuk berhenti menjadi nasabah antara lain karena keraguan akan konsistensi penerapan prinsip syariah. Kepatuhan dan kesesuaian Bank terhadap prinsip syariah sering dipertanyakan oleh para nasabah. Selama ini praktik perbankan syariah kurang memperhatikan prinsip-prinsip syariah yang akan berdampak

pada loyalitas nasabah dalam menggunakan jasa perbankan syariah (Wardayanti, 2011). Implementasi *shariah governance* dalam perbankan syariah sangat diperlukan untuk menciptakan kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah. Loyalitas nasabah sangat penting untuk menjaga eksistensi bank di dunia perbankan. Ketatnya persaingan dari sektor perbankan menuntut perbankan untuk mengadaptasi penerapan *shariah governance* untuk meningkatkan mutu pelayanan dan menciptakan nasabah yang loyal dan berkomitmen terhadap pelayanan atau produk yang telah diberikan kepadanya.

Penerapan prinsip-prinsip *shariah governance* pada bank syariah yang meliputi *transparency, accountability, independency, responcibility, fairness,* dan *shariah compliance* akan memengaruhi nasabah dalam kelayalannya pada bank tersebut. Nasabah akan cenderung lebih loyal karena mereka merasa percaya dan aman untuk menggunakan produk yang bank tersebut tawarkan.

**H<sub>2</sub> : *Shariah governance* berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah**

Reputasi bank syariah dapat menunjukkan seberapa baik bank syariah dimata para nasabahnya. Reputasi memegang peranan yang penting untuk kemajuan bank serta untuk menjalin hubungan kemitraan antara bank syariah dengan nasabah. Reputasi mempunyai pengaruh yang positif terhadap loyalitas yang pada akhirnya akan tercipta hubungan jangka panjang antara bank dengan nasabah. Nasabah akan melihat bagaimana reputasi sebuah bank apakah mempunyai citra yang baik atau buruk, bagaimana nilai, dan pengalaman bank di dunia perbankan Indonesia. Ketika suatu bank memiliki reputasi yang baik maka nasabah akan loyal terhadap bank tersebut.

Penelitian Bloemer dkk (1995) menunjukkan bahwa pentingnya citra bagi terbentuknya loyalitas bank. Selnes (1993) menyatakan bahwa para konsumen dari empat perusahaan yang berbeda (asuransi jiwa, perusahaan telepon, universitas dan pemasok) juga menunjukkan adanya pengaruh positif dari reputasi merek terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan Mowen (1995) menyatakan bahwa pada hakekatnya *customer loyalty* mencerminkan sikap

*brand loyalty*, dimana pada brand loyal ini adalah merupakan tingkatan dimana seorang konsumen mempertahankan sikap positif terhadap suatu merek dan mempunyai komitmen untuk terus membeli merek tersebut di masa mendatang. Selain itu ketika konsumen dihadapkan pada keraguan dalam menentukan penilaian terhadap suatu produk, maka reputasi merek akan mendapatkan dampak dari persepsi kualitas.

### **H<sub>3</sub> : Reputasi bank syariah berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah**

Apabila prinsip-prinsip *shariah governance* diterapkan dengan baik di perbankan syariah maka reputasi bank syariah akan meningkat dan otomatis nasabah pun akan memberikan kelayalannya untuk tetap melakukan transaksi di bank syariah dalam jangka waktu yang lama. Oleh sebab itu, jika reputasi bank syariah terpenuhi maka munculah sikap loyal nasabah terhadap perbankan syariah. Hal ini sejalan dengan penelitian Sundari dan Putri (2013) yang menyatakan bahwa reputasi perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Serta penelitian Umam (2011) yang

menyatakan adanya pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap loyalitas nasabah.

**H<sub>4</sub> : *Shariah governance* berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui reputasi bank syariah**

## **METODE PENELITIAN**

Populasi dan sampel pada penelitian ini adalah nasabah Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah di Jawa Barat. Adapun penentuan sampel penelitian menggunakan metode *purposive sample* yang ditujukan kepada masyarakat yang pernah atau sedang menggunakan produk atau jasa bank syariah dengan mengambil latar belakang responden beragam dari sisi tingkat pendidikan, usia, jenis kelamin serta jenis pekerjaannya.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Dengan metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara survey dengan mendistribusikan kuisisioner kepada masyarakat atau nasabah yang sedang maupun pernah menggunakan produk atau jasa bank syariah di Jawa Barat.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen, variabel dependen, dan variabel intervening. Variabel dependen dalam penelitian ini loyalitas nasabah (LO). Yang menjadi variabel independen adalah *Shariah governance* (SG) dan yang menjadi variabel independen yaitu Reputasi bank syariah (RP).

Istilah *shariah governance* dalam penelitian ini merupakan pengembangan dari konsep *Good Corporate Governance* (GCG) dan shariah compliance. Peraturan Bank Indonesia Nomor 8/4/PBI/2006 tentang Pelaksanaan *Good Corporate Governance* bagi Bank Umum, yaitu *Good Corporate Governance* adalah suatu tata kelola bank yang menerapkan prinsip-prinsip keterbukaan (*transparency*), akuntabilitas (*accountability*), pertanggungjawaban (*responsibility*), independensi (*independency*), dan kewajaran (*fairness*).

Reputasi atau citra (*image*) merupakan total persepsi terhadap suatu objek, yang dibentuk dengan memproses informasi dari berbagai sumber setiap waktu. Reputasi memiliki beberapa indikator yaitu nilai,

*experience*, kualitas teknis dan fungsional.

Loyalitas merupakan kesetiaan seseorang terhadap perusahaan secara sukarela dalam bentuk keputusan untuk tetap berlangganan dalam jangka waktu yang lama. Pengukuran variabel menggunakan skala likert 1-5 dimana responden yang mengisi kuisisioner menyatakan sangat setuju atau sangat tidak setuju dari pernyataan yang terdapat dalam kuisisioner.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penerapan *Shariah governance* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap reputasi bank syariah pada Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS) di Jawa Barat dengan melihat nilai sig  $0,000 < 0.05$ . Penerapan *shariah governance* pada bank syariah merupakan faktor yang perlu diperhitungkan dalam menciptakan citra yang baik dimata masyarakat. Semakin baik penerapan *shariah governance* yang diberikan, bank syariah akan memiliki nilai lebih sehingga reputasi bank syariah akan baik.

Penerapan *shariah governance* memiliki pengaruh positif signifikan

terhadap loyalitas nasabah dengan melihat nilai sig  $0,000 < 0.05$ . Prinsip-prinsip *shariah governance* yang diterapkan pada bank syariah akan memberikan dampak positif terhadap loyalitas nasabah. Dengan pengimplementasian prinsip-prinsip *shariah governance* tersebut nasabah akan merasa yakin dan terlindungi dengan adanya keterbukaan, akuntabilitas, tanggung jawab, kemandirian, keadilan, dan kepatuhan bank syariah terhadap syariah sehingga nasabah akan mempertimbangkan untuk melanjutkan melakukan transaksi di bank syariah.

Reputasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan melihat nilai sig  $0,000 < 0.05$ . Hal ini menunjukkan bahwa reputasi dapat mempengaruhi nasabah dalam memberikan sikap positif dengan konsisten untuk tetap menjadi pelanggannya. Jika suatu perbankan syariah memiliki reputasi baik, maka nasabah akan menunjukkan sikap menyukai perbankan tersebut dan loyal terhadap perbankan syariah yang bersangkutan.

*Shariah governance* berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas



nasabah melalui reputasi bank syariah. Besarnya pengaruh intervening dari reputasi bank syariah adalah perkalian koefisien *shariah governance* ke reputasi bank syariah dengan koefisien reputasi bank syariah ke loyalitas nasabah yang menghasilkan nilai sebesar 0,178. Apabila dibandingkan dengan koefisien dari pengaruh *shariah governance* ke loyalitas nasabah yaitu sebesar 0,479, maka pengaruh tidak langsung lebih rendah daripada pengaruh langsungnya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Sundari dan Putri (2013) yang menyatakan bahwa reputasi perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Serta menurut Umam (2011) dalam penelitiannya yang menyatakan *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

## **PENUTUPAN**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh implementasi *shariah governance* terhadap reputasi bank syariah dan loyalitas nasabah.

Penerapan *shariah governance* (SG) mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap reputasi bank

syariah (RP) dan loyalitas nasabah (LO). Hal ini menunjukkan bahwa penerapan *shariah governance* mempunyai andil dalam mempengaruhi reputasi bank syariah di Jawa Barat.

Reputasi bank syariah mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa reputasi bank syariah mempunyai andil dalam mempengaruhi loyalitas nasabah di Jawa Barat.

Penerapan *Shariah governance* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah. Hal tersebut dibuktikan dengan diterimanya hipotesis kedua dan ketiga, dimana kedua hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa terjadi pengaruh langsung dan tidak langsung *Shariah governance* terhadap Loyalitas Nasabah dengan intervening Reputasi Bank Syariah.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Bank Indonesia, (2015). *Laporan Perkembangan Perekonomian Jawa Barat Triwulan II 2015*. <http://www.bi.go.id> diakses 17 September.
- Bank Indonesia, (2015). *Outlook Perbankan Syariah Tahun 2015*.

- <http://www.bi.go.id> diakses 15 September.
- Chapra, M. Umer & Ahmed, Habib, (2002). *Corporate Governance in Islamic Financial Institutions*. Occasional Paper No. 6, (*Islamic Research and Training Institute/Islamic Development Bank*, Jeddah.
- Christopher, H. Lovelock dan Lauren K. Wright, (2005). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: PT. Indeks.
- Ghozali, Imam, (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit UNDIP, Cetakan Keempat.
- Hartono, Jogiyanto, (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPFE.
- Idat, D. Gunawan, (2002). *Trend Bank Syariah: Penurunan Terhadap Kepatuhan Prinsip Syariah*. Media Akuntansi. Edisi 33, Mei.
- Intan, (2014). *Pengaruh Implementasi Syariah Governance terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus pada Perbankan Syariah di Yogyakarta)*. Skripsi. Yogyakarta : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Junusi, El. Rahman, (2012). *Implementasi Syariah governance serta Implikasinya terhadap Reputasi dan Kepercayaan Bank Syariah*, Jurnal. Vol. 12, No. 1
- KNKCG, *Pedoman Good Corporate Governance Perbankan Indonesia*, Jakarta: Komite Nasional Kebijakan Corporate Governance.
- Mowen, John C. dan Michael Minor, (2002). *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Erlangga
- Nazaruddin, Ietje & Basuki, A. Tri (2015). *Analisis Statistik Dengan SPSS*. Yogyakarta : Danisa Media, Edisi Pertama, Cetakan Pertama.
- Otoritas Jasa Keuangan, (2015). *Laporan Statistik Perbankan Syariah Triwulan II 2015*. <http://www.ojk.go.id> diakses 15 September.
- Otoritas Jasa Keuangan, (2015). *Laporan Triwulanan Otoritas Jasa Keuangan Triwulan I 2015*. <http://www.ojk.go.id> diakses 21 September.

- Saxton, Todd, (1997). *The Effects of Partner and Relationship Characteristic on Alliance Outcomes*. Academy of Management Journal. Vol. 40, No. 2.
- Sjahdeini, R. Sutan, (2007). *Pembentukan Islam*. Jakarta: PT. Pustaka Utama Grafiti.
- Sudarti, Ken & Putri, I.F. Andika, (2013). *Peningkatan Loyalitas Pelanggan Melalui Reputasi Merek, Kepuasan Nasabah, dan Kualitas Pelayanan Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing, Media Ekonomi dan Manajemen*, Semarang : Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang, Vol. 27, No. 1, Januari.
- Suhardi, Gunarto, (2008). *Pengaruh Atribut Produk yang Dipertimbangkan dalam Pemilihan Produk Deposito Perbankan terhadap Kepercayaan dan Dampaknya pada Loyalitas Nasabah*, KINERJA Jurnal Bisnis dan Ekonomi, Yogyakarta: Universitas Atma Jaya, Vol. 12, No. 1, Februari.
- Supriyatmini, Tuti, (2005). *Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah pada BMT Anda Semarang*. Skripsi. Semarang : Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang.
- Susilawati, Eti, (2012). *Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Serta Pengaruhnya Terhadap Citra Dan Kepercayaan Pada Bank Syariah*. Skripsi. Semarang : Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Semarang.
- Umam, Mohammad, (2011). *Pengaruh Penerapan Good Corporate Governance Terhadap Loyalitas Nasabah*. Skripsi. Semarang : Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Semarang.
- Wardayanti, M. Siti, (2011). *Implikasi Shariah governance Terhadap Reputasi dan Kepercayaan Bank Syariah*, Walisongo, Jurnal. Vol. 19, No. 1