

**PENGARUH PENERAPAN NILAI SYARIAH DAN KEPUASAN
TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA BANK BNI
SYARIAH KOTA BENGKULU**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Perbankan Syariah (S.E)**

OLEH:

WINA PURNAMASARI
NIM 1416142248

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
BENGKULU 2018M/1439 H**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : WINA PURNAMASARI
NIM : 1416142248
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Penerapan Nilai Syariah Dan Kepuasan terhadap
Loyalitas Nasabah Pada Bank BNI Syariah Kota Bengkulu

Telah dilakukan verifikasi plagiasi melalui <http://smallseotools.com/plagiarismchecker>, skripsi yang bersangkutan dapat diterima dan tidak memiliki indikasi plagiasi.

Dengan demikian surat ini dibuat dengan sebenarnya dan untuk penggunaan sebagaimana mestinya. Apabila terdapat kekeliruan dalam verifikasi ini maka akan dilakukan tinjauan ulang kembali.

Bengkulu, 2 Agustus 2018 M

1439 H

Mengetahui Tim Verifikasi



Andang Sunarto, Ph.D
NIP.197611242006041002

Yang Membuat Pernyataan



Wina Purnamasari
NIM. 1416142248



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736) 51276, 51771 Fax (0736) 51771 Bengkulu

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Wina Purnamasari, NIM 1416142248 dengan judul "Pengaruh Penerapan Nilai Syariah Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BNI Syariah Kota Bengkulu". Program Studi Perbankan Syariah Jurusan ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran Pembimbing I dan Pembimbing II. Oleh karena itu, skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam sidang *munaqasyah* skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri(IAIN) Bengkulu.

Bengkulu, 2 Agustus 2018 M

1439 H

Pembimbing I

Dr. Asnani, M.A
NIP.197304121998032003

Pembimbing II

Khairiah Elwardah, M. Ag
NIP.197808072005012008



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Tel. (0736) 51276,51771 Fax (0736) 51771 Bengkulu

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Penerapan Nilai Syariah dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BNI Syariah Kota Bengkulu”** oleh **Wina Purnamasari NIM. 1416142248**, Program Studi Perbankan Syariah Jurusan **Ekonomi Islam**, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang *Munaqasyah* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada:

Hari : **Senin**

Tanggal : **20 Agustus 2018 M/ 8 Dzulhijjah1439 H**

Dinyatakan **LULUS**. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang **Ekonomi Syariah**, dan diberi gelar **Sarjana Ekonomi (S.E)**.

**Bengkulu, 31 Agustus 2018 M
9 Dzulhijjah1439 H**

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Dr. Asnaini, M.A
NIP.197304121998032003

Penguji I

Dr. Nurul Hak, M.A
NIP. 196606161995031002

Sekretaris

Khairiah Elwardah, M. Ag
NIP.197808072005012008

Penguji II

Rini Elvira, S.E., M.Si
NIP.197708152011012007

Mengetahui,

Dekan

Dr. Asnaini, M.A.
NIP. 197304121998032003

MOTTO

*Sesungguhnya kesulitan akan mendatangkan
kemudahan*

*Maka apabila engkau telah selesai(dari sesuatu urusan),
tetaplah bekerja keras(untuk urusan yang lain)*

*Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap
(Al-Insyirah :6-8)*

PERSEMBAHAN

Yang utama dari segalanya...

Sembah sujud serta syukurku kepada Allah SWT. taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikanku kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkanku dengan cinta. atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan. sholawat dan salam selalu terlimpahkan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW.

ku persembahkan karya sederhana ini kepada orang-orang yang sangat aku sayangi dan selalu mendukungku dan mendo'akan dalam penyelesaian skripsi ini yaitu :

- ❖ Terima kasih untuk Ayahandaku (Dili) dan ibundaku (Surlia) tercinta sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terima kasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada ayahandaku dan Ibundaku yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan, dan cinta kasih yang tiada terhingga . yang tiada mungkin dapat ku balas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dan persembahan. semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat ibunda dan Ayahanda bahagia. karena kusadar, selama ini belum bisa berbuat yang lebih. untuk ibunda dan Ayahanda yang selalu membuatku termotivasi dan selalu menyirami kasih sayang, selalu mendo'akanku, selalu menasehatiku menjadi lebih baik hingga aku bisa sampai ke titik ini yaitu menyelesaikan studi ini dan bisa menjadi seorang sarjana.
- ❖ Terima kasih untuk kakak-kakakku yaitu Ishar Yanto, Irian Santoso, Iksan Hartono(Alm), Yelni Yunita dan Lesi Alike dan kakak iparku Itaria, Inasti, Feri dan Irwan terima kasih telah mendukung dan mendoakan aku. Terima kasih untuk keponakanku Elen Puspitasari, Oby Elman saputra, Anjasra Indra Putra, Roger apriansya, Aulia olviana juita, Delon Aprilio, Fiskha fitri rahmadani, Keyla fitri nandea, Assyifatu haifa dan

Afridol regiola terima kasih telah menjadi penghibur bucik selama ini.

- ❖ Terima kasih seluruh keluarga besarku baik itu keluarga dari Mak maupun keluarga dari Bak yang telah memberikan doanya dan dukungannya.
- ❖ Terima kasih untuk kedua Pembimbingku ibu Dr. Asnaini, MA dan Khairiah elwardah M. Ag yang telah membimbingku dalam pembuatan skripsi ini hingga bisa selesai seperti ini.
- ❖ Terima kasih untuk keluarga angkatku Mak juli, Nek dok, Ayuk Reska, Tya dan Nadia telah mendo'akan dan mendukungku.
- ❖ Terima kasih untuk kekasih hatiku Geply wantoro atas dukungan dan doanya.
- ❖ Terima kasih untuk Sahabat Tercintaku, Eka dian apriliani, Widdia aja dan Juita Destriani yang selalu mensupport di mana aku dalam keadaan terpuruk dalam menyelesaikan studi ini kalian selalu ada untuk aku dan mendoakan aku hingga studi ini bisa selesai.
- ❖ Terima kasih adek-adekku lia, fiza, desi, elni dan cristy
- ❖ Terima kasih teman seperjuangan PERBANKAN SYARIAH IAIN BENGKULU angkatan 2014 terkhusus kelas B yang telah mengukir cerita panjang dari semester satu sampai selesai skripsi ini.
- ❖ Terima kasih untuk semua Dosen dan staf fakultas ekonomi dan bisnis islam yang telah membantu ku dalam menyelesaikan studi ini.
- ❖ Almamater tercintaku IAIN BENGKULU.

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi dengan judul “Pengaruh Penerapan Nilai Syariah Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BNI Syariah Kota Bengkulu, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 2 Agustus 2018

1439 H

Mahasiswa yang menyatakan



Wina purnamasari
NIM 1416142248

ABSTRAK

Pengaruh Penerapan Nilai Syariah dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BNI Syariah Kota Bengkulu. Oleh Wina Purnamasari. NIM 1416142248

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui 1) pengaruh penerapan nilai syariah dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BNI Syariah Kota Bengkulu 2) pengaruh penerapan nilai syariah terhadap loyalitas nasabah pada Bank BNI Syariah Kota Bengkulu 3) pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BNI Syariah Kota Bengkulu 4) seberapa besar pengaruh penerapan nilai syariah dan kepuasan nasabah pada Bank BNI Syariah Kota Bengkulu. Untuk mengungkapkan persoalan tersebut, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh penerapan nilai syariah dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah PT. BNI Syariah Cabang Bengkulu dengan nilai $F_{hitung} > F_{Tabel}$ dimana F_{hitung} 308.448, maka F_{Tabel} bisa dilihat di Table Statistics dengan nilai F_{Table} sebesar 2,438. Terdapat pengaruh penerapan nilai syariah terhadap loyalitas nasabah PT. BNI Syariah Cabang Bengkulu dikarenakan nilai signifikansi penerapan nilai syariah sebesar 0,040 dimana nilai tersebut di bawah 0,05 maka H_0 diterima yang artinya terdapat pengaruh penerapan nilai syariah terhadap loyalitas nasabah PT. BNI Syariah Cabang Bengkulu. Terdapat pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah PT. BNI Syariah Cabang Bengkulu dikarenakan nilai signifikansi kepuasan sebesar 0,000 di bawah 0,05 maka H_0 diterima yaitu terdapat pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah PT. BNI Syariah Cabang Bengkulu. Besar pengaruh antar variabel dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi $R^2=0,865$. Nilai ini mempunyai arti bahwa variabel independen yaitu penerapan nilai syariah dan kepuasan, secara bersama-sama memberikan sumbangan sebesar 86,5% dalam mempengaruhi variabel dependen. Hal ini berarti terjadi hubungan yang erat, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti

Kata Kunci : Penerapan Nilai Syariah, Kepuasan, Loyalitas Nasabah

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “pengaruh penerapan nilai syariah dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada bank BNI Syariah Kota Bengkulu”. Salawat dan salam semoga senantiasa dilimpahkan pada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW yang menjadi uswatun hasanah bagi kita semua. Amin.

Penyusun skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat guna untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E) pada program studi perbankan syariah jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini izinkan penulis mengucapkan rasa terima kasih teriring doa semoga menjadi amal ibadah dan mendapat balasan dari Allah SWT. Kepada:

1. Prof. Dr. H. Sirajuddin M, M.Ag, M.H, selaku rektor IAIN Bengkulu.
2. Dr. Asnaini, MA, selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu sekaligus pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan dalam memperbaiki skripsi ini.
3. Desi Isnaini, MA, selaku ketua jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu.
4. Khairah Elwardah, M.Ag, selaku pembimbing Iiyang telah memberikan bimbingan dalam memperbaiki skripsi ini.
5. Kedua orang tua ku yang selalu mendoakan kesuksesan penulis.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang telah mengajarkan dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.
7. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.
8. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, penulis mohon maaf dan mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penulis kedepan.

Bengkulu, 09 Januari 2018 M

1439 H

Wina Purnamasari
NIM. 1416142248

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Kegunaan Penelitian.....	5
E. Penelitian Terdahulu	6
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR	
A. Nilai Syariah.....	11
1. Pengertian Syariah.....	11
2. Pengertian Nilai Syariah.....	12
3. Indikator Penerapan NilaiSyariah.....	17
B. Kepuasan Nasabah	30
1 Pengertian Kepuasan Nasabah	30
2 Indikator Kepuasan Nasabah.....	31
3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah.....	32
C. Loyalitas Nasabah	33
1 Pengertian Loyalitas Nasabah	33
2 Indikator Loyalitas Nasabah	33
3 Faktor-faktor Loyalitas Nasabah.....	35
D. Pengaruh Penerapan Nilai Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah ...	37
E. Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah	38
F. Kerangka Berfikir.....	41
G. Hipotesis.....	42
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	43
B. Waktu dan Lokasi Penelitian	43
C. Populasi dan Sampel	43
1 Populasi.....	43
2 Sampel.....	43
D. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	44

E. Variabel dan Definisi Operasional	46
F. Instrumen Penelitian.....	46
G. Teknik Analisis Data	47
1. Pengujian Kualitas Data	47
2. Pengujian Hipotesis	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	54
1. Sejarah Dan Perkembangan Bank BNI Syariah Bengkulu .	54
2. Visi BNI Syariah	55
3. Misi BNI Syariah	55
4. Produk BNI Syaraih	56
B. Hasil Penelitian	62
1. Statistik Deskriptif.....	62
2. Uji Validitas dan Reabilitas.....	63
3. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	66
4. Pengujian Hipotesis.....	70
C. Pembahasan.....	74
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	77
B. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN - LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

1. Tabel 3.1 : Pengukuran skala Likert Penerapan Nilai Syariah, Kepuasan dan Loyalitas	47
2. Tabel 4.1 : Deskriptif statistic	63
3. Tabel 4.2 : Critical values of correlation coeficien (r tabel)	64
4. Tabel 4.3 : Uji Validitas Variabel X (Penerapan Nilai Syariah).64	64
5. Tabel 4.4 : Uji Validitas Variabel X2(Kepuasan).....	65
6. Tabel 4.5 : Uji Validitas Variabel Y(Loyalitas).....	66
7. Tabel 4.6 : Hasil Uji Reliabilitas.....	67
8. Tabel 4.7 : Uji Normalitas.....	68
9. Tabel 4.8 : Uji Multikolinearitas	69
10. Tabel 4.9 :Uji Autokorelasi.....	71
11. Tabel 4.10: Analisis Regresi Berganda.....	72
12. Tabel 4.11 : Uji Koefisien Determinasi (r square).....	74
13. Tabel 4.12 : Uji Simultan(Uji Statistik F).....	75
14. Tabel 4.13 : Hasil Parameter Individual (Uji Statistik t)	75

DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	41
2. Gambar 4.1 Uji Heteroskedastis	70

DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....41
2. Gambar 4.1 Uji Heteroskedastis70

DAFTAR LAMPIRAN

- Lembar: Bukti Acc Judul
- Lembar: Surat Keterangan Perubahan Judul
- Lembar: Bukti Menghadiri Seminar Proposal
- Lembar: Daftar Hadir Seminar Proposal
- Lembar: Catatan Perbaikan Proposal Skripsi
- Lembar: Halaman Pengesahan Seminar
- Lembar: Surat Penunjukan Pembimbing
- Lembar: Halaman Pengesahan Pembimbing
- Lembar: Kuesioner
- Lembar: Permohonan Izin Penelitian
- Lembar: Permohonan Izin Penelitian KESBANGPOL Kota Bengkulu
- Lembar: Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian
- Lembar: Bimbingan Skripsi
- lembar: Struktur Organisasi PT Bank BNI Syariah Kota Bengkulu
- Lembar: Hasil Pengelolaan Data SPSS
- Lembar: Dokumentasi Penelitian

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kesadaran masyarakat terhadap keberadaan dunia perbankan sudah sangat tinggi, seiring dengan perkembangan sosial masyarakat Indonesia yang terus berkembang dari waktu ke waktu. Dunia perbankan pada saat sekarang sudah menjadi kebutuhan tersendiri bagi masyarakat, baik bagi masyarakat perkotaan, masyarakat pedesaan, terlebih bagi masyarakat bisnis.¹

Di Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam mempunyai potensi yang luar biasa sebagai tempat berkembangnya kegiatan ekonomi berbasis syariah, termasuk asuransi syariah. Melihat potensi yang besar tersebut, saat ini bermuncullah perusahaan bank berbasis syariah. Selain itu, saat ini hampir semua bank konvensional membentuk unit (link) yang berbasis syariah.²

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

¹Najmudin, *Manajemen Keuangan dan Aktualisasi Syariah Modern*. (Yogyakarta: Andi Seftianne, 2011) h. 148.

²Abdullah, *Manajemen Perbankan Syariah*. (Jakarta: Nuha Medika, 2010) h. 56

menurut jenisnya terdiri atas bank umum syariah (BUS), unit usaha syariah (UUS) dan bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS).³

Keinginan umat Islam untuk menghindarkan kegiatan muamalahnya dari sistem riba menjadikan perbankan syariah sebagai alternatif penyedia jasa perbankan yang diminati oleh umat. Perkembangan bank syariah di Indonesia didukung adanya fakta bahwa selama ini bank syariah mampu membidik pasar syariah loyalis, yaitu konsumen yang meyakini bahwa bunga bank itu haram. Selain itu, bank syariah telah membuktikan ketangguhannya saat krisis ekonomi melanda Indonesia tahun 1997-1998. Saat terjadi krisis ekonomi bank syariah mampu bertahan dibanding bank-bank konvensional yang justru *collapse*. Dari pengalaman tersebut nasabah pengguna jasa perbankan mulai beralih minat untuk menggunakan jasa perbankan syariah.⁴

Perbankan syariah memiliki pengaruh yang besar dalam aktivitas perekonomian masyarakat. Berbagai produk perbankan syariah diharapkan mampu mendorong dan mempercepat kemajuan ekonomi masyarakat sesuai dengan prinsip Islam. Dalam prinsip Islam, aktivitas ekonomi tidak boleh dilepaskan dari postulat keimanan kepada Allah SWT bahkan menjadi *built in control* bagi pelaku ekonomi. Dari sinilah kemudian perbankan syariah dibangun dan dirancang untuk meningkatkan derajat kehidupan manusia. Perbankan syariah diharapkan menjadi alternative bahkan solusi yang menentukan bagi perkembangan ekonomi nasional khususnya umat Islam.⁵

³Ismail, *Perbankan Syariah*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2015) h. 245

⁴Septi, *Manajemen Pelayanan*. (Yogyakarta: Pustaka, 2016) h 161.

⁵Sultan, *Pemilihan Perbankan Syariah*. (Jakarta: EGC, 2013) h. 23

Terciptanya kepuasan nasabah merupakan keuntungan bagi bank. Kepuasan menjadi dasar yang baik bagi nasabah untuk mengulang kembali penggunaan jasa bank terkait. Kepuasan nasabah pada tahap berikutnya akan menciptakan loyalitas pelanggan. Nasabah yang puas dan bahkan loyal pada suatu bank biasanya akan memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk menggunakan jasa pelayanan bank yang sama dengan dirinya. Hal ini menguntungkan bagi bank karena secara tidak langsung bank telah merekrut calon nasabah melalui nasabah loyalnya. Kepuasan nasabah karena pelayanan pihak bank, menjadi salah satu pendorong nasabah untuk menjalin ikatan yang kuat dengan bank dalam suatu bentuk loyalitas.⁶

Berdasarkan data Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang Bengkulu jumlah nasabah pada tahun 2015 sebanyak 10.467 orang, pada tahun 2016 meningkat menjadi 13.149 orang, sedangkan pada tahun 2017 mencapai 15.714 orang. Hal ini terlihat bahwa setiap tahunnya nasabah Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang Bengkulu memiliki peningkatan.

Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang Bengkulu merupakan salah satu perbankan syariah yang berada di Provinsi Bengkulu terletak di pusat kota yang beralamat Jl. Jenderal Sudirman No. 41-43, RT 09 RW 13 Kota Bengkulu. Bank Negara Indonesia Syariah juga memiliki kantor cabang mikro yang beralamat di Jl. Semangka RT 15 RW 05 Kelurahan Panorma Kota Bengkulu. Bank Negara Indonesia Syariah memiliki visi yaitu menjadi bank syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja.

⁶Septi, *Manajemen Pelayanan*. (Yogyakarta: Pustaka, 2016) h. 162.

Sedangkan misinya yaitu: memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli kepada kelestarian lingkungan, memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah, memberikan nilai yang optimal bagi investor, menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah, dan menjaga acuan tata kelola perusahaan yang amanah.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Penerapan Nilai Syariah dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BNI Syariah Kota Bengkulu”.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh penerapan nilai syariah dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BNI Syariah Kota Bengkulu?
2. Bagaimana pengaruh penerapan nilai syariah terhadap loyalitas nasabah pada Bank BNI Syariah Kota Bengkulu?
3. bagaimana pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BNI Syariah Kota Bengkulu?
4. Seberapa besar pengaruh penerapan nilai syariah dan kepuasan nasabah pada Bank BNI Syariah Kota Bengkulu?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui Bagaimana Pengaruh Penerapan Nilai Syariah Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BNI Syariah Kota Bengkulu
2. Untuk Mengetahui Bagaimana Pengaruh Penerapan Nilai Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BNI Syariah Kota Bengkulu
3. Untuk Mengetahui Bagaimana Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BNI Syariah Kota Bengkulu
4. Untuk Mengetahui Seberapa Besar Pengaruh Penerapan Nilai Syariah Dan Kepuasan Nasabah Pada Bank BNI Syariah Kota Bengkulu

D. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Secara akademis penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi literatur dibidang keuangan khususnya perbankan syariah. Selain itu diharapkan pula dapat memperkaya perkembangan ilmu dalam bidang keuangan perbankan dalam penerapan nilai-nilai syariah dan kepuasan sehingga menghasilkan loyalitas nasabah.

2. Kegunaan Praktis

- a. Diharapkan dapat dijadikan masukan bagi masyarakat umum penggunaan jasa perbankan baik kreditor, debitor maupun investor dalam pertimbangan sebagai dasar pengambilan keputusan

investasinya dan dalam penggunaan produk yang ditawarkan pihak bank sesuai dengan penerapan nilai syariah dan kepuasan sehingga akan menimbulkan raya loyalitas terhadap bank itu sendiri.

- b. Bagi sektor perbankan dapat digunakan sebagai dasar untuk mengambil kebijakan *financial* guna meningkatkan kinerja perusahaannya dan menambah masukan pada perbankan khususnya pada pengaruh penerapan nilai syariah dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BNI Syariah Kota Bengkulu.

E. Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Danar dengan judul penelitian Pengaruh Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Surakarta⁷. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hal-hal yang mempengaruhi loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri cabang Surakarta dengan variabel yaitu nilai nasabah. Sampel yang diambil sejumlah 100 nasabah. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode teknik *accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan atau siapa saja yang secara kebetulan atau insidental. Variabel independen dalam penelitian ini adalah nilai nasabah. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah loyalitas nasabah. Teknik analisis data yang digunakan dengan analisis regresi berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi (R²). Dalam memproses data, penelitian ini menggunakan program SPSS 20.

⁷Danar, *Pengaruh Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Surakarta*. (Jurnal Penelitian, 2016)

Berdasarkan pada hasil analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka diperoleh hasil bahwa nilai $t_{hitung}(3,469) > t_{tabel}(2,234)$ dengan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$. Hal tersebut berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Dari hasil penelitian terdahulu tersebut di atas jelas berbeda dengan judul dan permasalahan yang akan saya teliti yaitu tentang “Pengaruh Penerapan Nilai Syariah dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BNI Syariah Kota Bengkulu”. Masing-masing penelitian tersebut memiliki perbedaan yang mendasar, pertama objek penelitian ini pada BNI Bank Syariah di Kota Bengkulu dan yang kedua penelitian untuk mengetahui Pengaruh Penerapan Nilai Syariah dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BNI Syariah Kota Bengkulu.

Penelitian sebelumnya juga dilakukan dengan judul penelitian Pengaruh Penerapan Nilai Syariah dan Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bumiputera Syariah Cabang Yogyakarta⁸. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penerapan nilai bauran pemasaran jasa (produk, harga, promosi, lokasi, Sumber Daya Manusia, proses, dan bukti fisik) terhadap loyalitas nasabah pada AJB Bumiputera Syariah cabang Yogyakarta. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang

⁸Intan, Pengaruh Penerapan Nilai Syariah Dan Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bumiputera Syariah Cabang Yogyakarta. (Jurnal Penelitian, 2014)

diberikan kepada 50 pemegang polis asuransi di Bumiputera Syariah cabang Yogyakarta. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, dan analisis regresi berganda.

Maka diperoleh hasil bahwa penerapan nilai syariah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bumiputera Syariah, produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bumiputera Syariah, harga berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bumiputera Syariah, promosi tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bumiputera Syariah, lokasi berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bumiputera Syariah, Sumber Daya Manusia (SDM) berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bumiputera Syariah, proses berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bumiputera Syariah dan bukti fisik tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bumiputera Syariah.

Dari hasil penelitian terdahulu tersebut diatas jelas berbeda dengan judul dan permasalahan yang akan saya teliti yaitu tentang “Pengaruh Penerapan Nilai Syariah dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BNI Syariah Kota Bengkulu”. Masing-masing penelitian tersebut memiliki perbedaan yang mendasar, pertama objek penelitian ini pada BNI Bank Syariah di Kota Bengkulu dan yang kedua penelitian untuk mengetahui Pengaruh Penerapan Nilai Syariah dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BNI Syariah Kota Bengkulu.

Jurnal Internasional dengan judul “Religious Challenges of Islamic Banking in Nigeria”.⁹Nigeria is Africa’s most populous country: more than

⁹Muzamilu, *Religious Challenges of Islamic Banking in Nigeria*. (Jurnal Penelitian, 2014)

50% of its total population of well over 170 million people is Muslims. Majority Nigeria's citizens are living below the poverty line mainly due to the problem of financial inclusion. The central bank of Nigeria attempted to increase the financial inclusion so as to curb the problem of liquidity management and also reduce the gap between the have and have not. Islamic banking becomes a better alternative because of its prohibition of interest and profit and loss sharing principles. The introduced Islamic bank has been confronted with a number of challenges that are religiously based. Descriptive method has been adopted in this paper to outline these challenges and enumerate on their causative factors. The paper concludes that serious measures are to be taken to make improvement and to proffer way out to the challenges.

Terjemahannya Nigeria adalah negara berpenduduk Afrika: lebih dari 50% dari total populasi lebih dari 170 juta orang adalah Muslim. Mayoritas warga Nigeria hidup di bawah garis kemiskinan terutama karena masalah inklusi keuangan. Bank sentral Nigeria berusaha untuk meningkatkan penyertaan keuangan sehingga dapat melengkung masalah manajemen likuiditas dan juga mengurangi kesenjangan antara yang ada dan belum. Perbankan syariah menjadi alternatif yang lebih baik karena pelarangan prinsip-prinsip *interest and profit and loss sharing*. Bank Islam yang diperkenalkan telah dihadapkan dengan sejumlah tantangan yang berbasis agama. Metode deskriptif telah diadopsi dalam paper ini menguraikan tantangan ini dan menghitung faktor penyebabnya. Makalah ini

menyimpulkan bahwa langkah-langkah serius harus dilakukan untuk memperbaiki dan memberi jalan keluar untuk menghadapi tantangan.

Dari hasil penelitian terdahulu tersebut diatas jelas berbeda dengan judul dan permasalahan yang akan saya teliti yaitu tentang “Pengaruh Penerapan Nilai Syariah dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BNI Syariah Kota Bengkulu”. Masing-masing penelitian tersebut memiliki perbedaan yang mendasar, pertama objek penelitian ini pada BNI Bank Syariah di Kota Bengkulu dan yang kedua penelitian untuk mengetahui Pengaruh Penerapan Nilai Syariah dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BNI Syariah Kota Bengkulu.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. *Manajemen Perbankan Syariah*. Jakarta: Nuha Medika. 2010
- Arikunto S. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta. 2010
- Ascarya. *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: Rajawali Press. 2015
- Burhanuddin. *Aspek Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2010
- Danar. “*Pengaruh Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Surakarta*”. *Jurnal Penelitian*, 2016
- Dwi Priyatno. *Ragam Analisis Statistik Data dengan SPSS*. Yogyakarta: MediaKom, 2008
- Duwi Priyatno. *Belajar Cepat Olahan Data Statistic dengan SPSS*, (Yogyakarta: Andi, 2012
- Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Dipenogoro. 2011
- Griffin. *Costumer Loyalty*. Jakarta: Erlangga. 2012
- Habib. *Ensiklopedi Ekonomi dan Perbankan Syariah*. Bandung: Kaki Langit. 2012
- Handoko. *Prilaku Konsumen BPFE*. Yogyakarta. 2010
- Harahap. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Persada. 2010
- Hermawan. *Loyalitas Konsumen Perbankan Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2011
- Husnul. *Penerapan Syariah Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2010
- Ibid. *Perbankan Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2010
- Intan. “*Pengaruh Penerapan Nilai Syariah Dan Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bumiputera Syariah Cabang Yogyakarta*”. *Jurnal Penelitian*, 2014
- Iska. *Sistem Perbankan Syariah di Indonesia Dalam Prespektif Fikih Ekonomi*. Yogyakarta: Fajar Media. 2012

- Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2015
- Kementerian Agama RI. *Al- Quran dan Terjemahannya*. Bogor: Halim. 2013
- Muhammad. *Pengantar Akutansi syariah*. Jakarta: Selemba Empat. 2010
- Muzamilu. “*Religious Challenges of Islamic Banking in Nigeria*”. Jurnal Penelitian, 2015
- Najmudin. *Manajemen Keuangan dan Aktualisasi Syariah Modern*. Yogyakarta: Andi Seftianne. 2011
- Newjoesufira. *Pengertian dan Konsep Nilai Dalam Islam*. Jakarta: Nuha Medika. 2016
- Rachmadi F. *Public Relations dalam Teori dan Praktek*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. 2011
- Sarjuni. *Prilaku Konsumen Terhadap Perbankan Syariah*. Yogyakarta: Pustaka. 2011
- Septi. *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka. 2016
- SinggihSantoso, *PanduanLengkapMenguasai SPSS 16*, (Jakarta: PT. Elek Media Komputindo,2008
- Sufren Yonathan Natanael. *Belajar Otodidak SPSS Pasti Bisa*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2014.
- Sorayanti. “*The Influence Of Costumer Loyalty*”. Internasional Jurnal, 2015
- Sugiyono. 2011. *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Alfabeta
- Sultan. 2013. *Pemilihan Perbankan Syariah*. Jakarta: EGC
- Supardin. *Materi Hukum Islam*. Makasar: Alauddin University Press. 2011
- Tjiptono. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta. 2010
- Utomo. “*Analisis Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Pada Operator Telepon Seluler*”. Yogyakarta: Tesis, 2011
- Yulisa. “*Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank*”. Jurnal Penelitian, 2015
- Zainuddin. *Hukum Perbankan Syariah*. Jakarta: Rineka Cipta. 2012

Zainul. *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*. Jakarta: Alvabet. 2010

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR

A. Nilai Syariah

1. Pengertian Syariah

Secara etimologi syariah berarti aturan atau ketetapan yang Allah perintahkan kepada hamba-hambanya seperti puasa, shalat, haji, zakat dan seluruh kebajikan. Kata syariat berasal dari kata *syar'a al-syai'u* yang berarti menerangkan atau menjelaskan sesuatu. Atau berasal dari kata *syir'ah* dan *syariah* yang berarti suatu tempat yang dijadikan sarana untuk mengambil air secara langsung orang yang mengambilnya tidak memerlukan bantuan alat lain. *Syariat* dalam istilah syar'ī hukum-hukum Allah yang disyariatkan kepada hamba-hambanya, baik hukum-hukum dalam Al-Quran dan sunnah Nabi SAW dari perkataan, perbuatan dan penetapan.¹⁰

Syariat dalam penjelasan *Qardhawi* adalah hukum-hukum Allah yang ditetapkan berdasarkan dalil-dalil Al Quran dan sunnah serta dalil-dalil yang berkaitan dengan keduanya seperti *ijma'* dan *qiyas*. *Syariat* Islam dalam istilah adalah apa-apa yang di syariatkan Allah kepada hamba-hambanya dari keyakinan (akidah), ibadah, akhlak, muamalah, system kehidupan dengan dimensi yang berbeda-beda untuk meraih keselamatan di dunia dan akhirat.¹¹

Terdapat beberap ayat yang menjelaskan hal tersebut, salah satunya yaitu terdapat dalam (QS. Ali 'Imran/3:19) yang memiliki arti:

*“Sesungguhnya agama (yang diridhai) disisi Allah hanyalah Islam. Tiada berselisih orang-orang yang telah diberi Al Kitab kecuali sesudah datang pengetahuan kepada mereka, karena kedengkian (yang ada) di antara mereka. Barangsiapa yang kafir terhadap ayat-ayat Allah maka sesungguhnya Allah sangat cepat hisab-Nya”.*¹²

Arti ayat di atas sebagai pengingat kepada seluruh ummat manusia tentang orang-orang yang kafir kepada ayat-ayat Allah swt. maka

71. ¹⁰ Sarjuni, *Prilaku Konsumen Terhadap Perbankan Syariah*. (Yogyakarta: Pustaka, 2011) h.

¹¹ Sarjuni, *Prilaku Konsumen*...h.72.

¹² Kementerian Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*. (Bogor: Halim, 2013)h. 53

sesungguhnya Allah akan memberikan hisabnya kepada mereka, maka hendaklah kita sebagai seorang muslim percaya akan ayat-ayat Allah.

2. Pengertian Nilai Syariah

Kata nilai dalam kamus besar Bahasa Indonesia berarti harga. Nilai memiliki makna yang berbeda bila berada pada konteks yang berbeda pula. Nilai adalah rujukan dan keyakinan dalam menentukan pilihan. Pada dasarnya konsep umum yang ada dalam masyarakat kita tentang istilah nilai merupakan konsep ekonomi. Hubungan suatu komoditi atau jasa dengan barang yang mau dibayarkan seseorang untuk memunculkan konsep nilai. Sedangkan makna spesifikasi nilai dalam ekonomi adalah segala sesuatu yang diinginkan dan diminta oleh manusia yang dapat memenuhi kebutuhan, maka barang itu mengandung nilai. Dengan demikian nilai syariah dapat didefinisikan sebagai konsep dan keyakinan yang dijunjung tinggi oleh manusia mengenai beberapa masalah pokok yang berhubungan dengan Islam untuk dijadikan pedoman dalam bertingkah laku, baik nilai bersumber dari Allah maupun hasil interaksi manusia tanpa bertentangan dengan syariat.¹³

Nilai-nilai Syariah yang terdapat pada perusahaan yang berbasis syariah haruslah sesuai dengan hukum-hukum Islam yang berlandaskan pada Al-Quran dan Al-Hadis sebagai pedoman dunia dan akhirat. Sehingga segala sesuatu yang kita kerjakan memiliki arah dan tujuan yang pasti. Hukum syariah adalah hukum yang diyakini memiliki keterkaitan dengan sumber dan ajaran Islam, yakni hukum amal berupa interaksi sesama manusia, selain jinayat.¹⁴

Dalam kamus hukum dijelaskan, bahwa hukum Syariah (Indonesia) atau hukum Syara' ialah peraturan-peraturan dan ketentuan-ketentuan yang berkenaan dengan kehidupan berdasarkan Al-Qur'an dan Al-Hadis. Menurut Prof. Dr. T.M. Hasbi Ash-Shiddieqy, hukum syariah adalah bagian dari ilmu fiqih. Karena ilmu fiqih merupakan suatu kumpulan ilmu yang sangat luas pembahasannya, yang mengumpulkan berbagai ragam jenis hukum syariah dalam mengatur kehidupan untuk keperluan seseorang, golongan, dan masyarakat secara umum.¹⁵

Prinsip Nilai-nilai syariah yang ada pada setiap perusahaan atau bank yang berbasis syariah harus memiliki beberapa prinsip-prinsip sesuai

¹³Newjoesufira, *Pengertian dan Konsep Nilai Dalam Islam*. (Jakarta: Nuha Medika, 2016) h. 21

¹⁴Supardin, *Materi Hukum Islam*. (Makasar: Alauddin University Press, 2011) h. 22

¹⁵Supardin, *Materi Hukum*... h. 23

dengan hukum syariah sebagai titik acuan perusahaan. Hukum syariah memiliki beberapa prinsip, di antaranya:

a. Prinsip Tauhid

Tauhid adalah prinsip umum hukum syariah. Prinsip ini menyatakan bahwa semua manusia ada di bawah satu ketetapan yang sama, yaitu ketetapan tauhid yang dinyatakan dalam kalimat *la ila ha illa llah*. Berdasarkan atas prinsip tauhid ini, maka pelaksanaan hukum syariah merupakan ibadah. Tauhid merupakan pengakuan keesaan yang murni. Seperti yang terdapat dalam QS. Ali 'Imran/3:18, yang menjelaskan bahwa prinsip tauhid merupakan hal pertama yang harus diterapkan pada diri manusia karena hal tersebut merupakan prinsip umum hukum syariah. Sebagai manusia yang mengelolah usaha syariah, hendaklah terdapat dalam dirinya atau menerapkan prinsip tauhid karna tauhid merupakan salah satu ibadah kepada Allah SWT.

b. Keadilan

Istilah keadilan pada umumnya juga berkonotasi dengan penetapan keputusan hukum atau kebijaksanaan. Adapun keadilan dalam syariah meliputi berbagai aspek kehidupan, khususnya dalam bidang dan sistem hukumnya. Dengan demikian, konsep keadilan meliputi keadilan dalam berbagai hubungan, baik menyangkut hubungan dalam intern pribadi manusia, hubungan antara individu dengan manusia dan masyarakatnya, hubungan antara individu dengan hakim dan yang berperkara serta berbagai pihak yang terkait.¹⁶

Keadilan tidak diperuntukkan kepada orang tertentu saja, tapi semua orang memiliki hak untuk mendapatkan keadilan dalam hal apa saja. Seperti yang terdapat dalam (QS. an-Nahl/16:90), yang menganjurkan kepada seluruh umat manusia untuk berlaku adil dan berbuat kebaikan, larangan untuk perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Allah memberi pengajaran agar umat manusia dapat mengambil pembelajaran.

c. Prinsip *Amar Ma'ruf Nahi Munkar*

Amar ma'ruf berarti hukum syariah digerakkan untuk, dan merekayasa manusia menuju tujuan yang baik dan benar sesuai dengan apa yang dikehendaki dan diridhoi oleh Allah. Jadi Amar

¹⁶Husnul, *Penerapan Syariah Islam*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010) h. 29

Ma'ruf Nahi Mungkar adalah salah satu sistem untuk mengislahkan masyarakat. Atas prinsip inilah maka dalam hukum syariah dikenal adanya perintah dan larangan.¹⁷ Hal ini dijelaskan dalam QS. Ali Imran/3:104, yang menganjurkan agar terdapat segolongan umat manusia yang menyeruh kepada kebajikan dan mencegah kepada kemungkaran supaya mereka menjadi orang-orang yang beruntung.

d. Prinsip Kebebasan (*al-Hurriyah*)

Kebebasan yang dimaksudkan adalah kebebasan dalam arti luas, yang mencakup berbagai macamnya, baik kebebasan individual maupun kelompok, kebebasan beragama, kebebasan berserikat, dan kebebasan berpolitik. Prinsip kebebasan ini menghendaki agar agama dan hukum syariah tidak disiarkan berdasarkan paksaan, akan tetapi berdasarkan penjelasan, demonstrasi, dan argumentasi, serta pernyataan yang meyakinkan. Seperti yang terdapat dalam QS. Al-Baqarah/2:256, yang menjelaskan tentang tidak ada paksaan untuk memasuki agama Islam.

e. Prinsip Persamaan (*al-Musawah*)

Prinsip ini mempunyai landasan yang kuat di dalam Al-Quran dan Al-Hadist Nabi, prinsip ini ditekankan oleh Islam, yang dibuktikan dengan menentang penindasan dan perbudakan atas manusia. Sebagaimana dinyatakan dalam Al-Quran surah al-Hujurat/49:13, yang menjelaskan bahwa Allah SWT. menciptakan manusia dari seorang laki-laki dan perempuan dan menjadikan mereka berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya mereka saling kenal-mengenal. Agar mereka menjadi orang yang paling mulia dan taqwa diantara.

f. Prinsip Tolong Menolong (*al-Ta'awun*)

Prinsip *ta'awun* berarti bantu membantu antara sesama anggota masyarakat. Bantu membantu ini diarahkan sesuai dengan prinsip tauhid, terutama dalam upaya meningkatkan kebaikan dan ketakwaan kepada Allah¹⁸. Dari beberapa prinsip-prinsip hukum Islam yang telah disebutkan di atas, hal tersebut dapat dijadikan sebagai acuan atau pedoman untuk peneliti kedepannya. Seperti yang terdapat dalam QS. al-Maidah/5:2, yang menjelaskan bahwa seruan kepada umat manusia untuk saling tolong-menolong dalam kebaikan dan bertaqwa kepada-NYA dan larangan untuk saling tolong-menolong dalam hal perbuatan dosa.

¹⁷Husnul, *Penerapan Syariah...*, h. 32

¹⁸Husnul, *Penerapan Syariah...*, h.35

Nilai-nilai syariah yang menjadi landasan filosofi perbankan syariah dikemukakan tiga prinsip utama nilai-nilai syariah yang dijadikan landasan filosofi bagi perbankan syariah yaitu :

1) Kejujuran(*Honesty, Ash-Shidq*)

Kejujuran merupakan hal yang harus dilakukan oleh setiap manusia dalam berbagai kehidupan termasuk dalam bermuamalah, kejujuran menjadi bukti adanya komitmen pentingnya perkataan yang benar sehingga dapat dijadikan pegangan, hal mana akan memberikan manfaat bagi para pihak yang melakukan akad (perikatan) dan juga bagi masyarakat dan lingkungannya. Gemala Dewi memberikan perkenaan sebagai berikut : “ jika kejujuran ini tidak diterapkan dalam perikatan, maka akan merusak legalitas perikatan itu sendiri”¹⁹.

Nilai ini memastikan bahwa pengelolaan bank syariah wajib dilakukan dengan moralitas yang menjunjung tinggi nilai kejujuran. Dengan demikian, kejujuran merupakan nilai moral yang mendasar untuk menggapai ridha Allah dalam praktik perbankan syariah.

2) Kesetaraan(*Faithful, Al Musawah*)

Adanya kesamaan untuk saling mempercayai yang dituangkan dalam suatu akad menjadi faktor penentu bagi kesuksesan masing-masing pihak yang terkait dengan hak dan kewajiban sehingga tidak saling merugikan keuntungan atau kelebihan kepada yang lain, ada kesediaan membentuk sesama dan mau bekerja sama. Kesemuanya ini didilandasi oleh nilai-nilai ketauhidan, Akadnya benar-benar dilaksanakan dengan rasa tanggung jawab bukan hanya dalam dengan sesama, akan tetapi juga tanggung jawab terhadap Allah SWT dan akan mendapat balasan-Nya tidak boleh ada upaya menzalimi orang lain.²⁰

¹⁹Husnul, *Penerapan Syariah...*, h. 36

²⁰Habib, *Ensiklopedi Ekonomi dan Perbankan Syariah*. (Bandung: Kaki Langit, 2012) h. 52

Dengan kata lain, dalam proses transaksi atau kerjasama antara pihak bank dan nasabah harus dilandasi dengan rasa tanggungjawab bersama demi mencapai tujuan di dunia dan di akhirat.

3) Keadilan dan Kebenaran (*Justice and Equity, Al Adialah*)

Setiap akad (Transaksi) harus benar-benar memperhatikan rasa keadilan dan sedapat mungkin menghindari perasaan tidak adil (dzalim), oleh karena itu harus ada saling ridha dari masing-masing pihak kita tidak diperkenankan memakan harta orang lain dengan cara yang batil, kecuali dengan jalan jual-beli sehingga ridha (dalam hal ini jual-beli jarak menjadi salah satu produk primer perbankan Syariah). Nilai-nilai moral sebagaimana tertuang di atas selanjutnya dijalankan norma dan etika dalam berbisnis secara syariah. Dalam kaitan etika bisnis, Faisal Badroen mengatakan: “Adapun pemikiran politik syariah dalam konsep etika bisnis sangat erat berat hubungan dengan Universitas ajaran syariah itu sendiri dalam konsep akidah yang berawal konsep shadatan yang mengakui keesaan Allah sebagai sang pencipta, tuhan segala sesuatu dan, serta pengakuan terhadap Rasulullah SAW sebagai utusannya adalah pihak yang harus diteladani dalam segala aspek kehidupannya”.

Artinya bahwa konsep akidah yang demikian harus diejak dalam potret nyata. Ibadah kepada Allah sebagai konsep interaksi horizontal. Konsep akidah, ibadah dan ahlak demikian mengatur keseluruhan hidup seorang muslim selama 24 jam, tanpa membedakan antara realitas hidup pribadi ataupun publik, termasuk dunia bisnis.²¹

Oleh karena itu, dikatakan bahwa segala sesuatu yang menyangkut tentang pekerjaan duniawi hendaklah tidak keluar dari nilai-nilai syariah yang telah kita ketahui bersama agar tidak terlepas dari Al-Quran dan Al-Hadis.

²¹Habib, *Ensiklopedi Ekonomi dan Perbankan Syariah...*, 54

3. Penerapan Nilai Syariah Dalam Pengelolaan Perbankan Syariah

Nilai syariah adalah nilai yang terbebas dari maghrib yaitu maisir yang berarti memperoleh sesuatu dengan sangat mudah tanpa kerja keras atau mendapat keuntungan tanpa bekerja, gharar yang berarti ketidakpastian, riba yang berarti kelebihan atau tambahan bayaran tanpa ada ganti atau imbalan yang di syaratkan bagi salah seorang dari dua orang yang membuat akad (transaksi), haram, dan bhatil yang berarti tidak memenuhi syarat dan hukum.²²

Manajemen merupakan suatu metode pengelolaan yang baik dan benar, untuk menghindari kesalahan dan kekeliruan dan menegakkan kebenaran. Menegakkan kebenaran adalah metode Allah yang harus ditaati oleh manusia. Dengan demikian manajemen yang disusun oleh manusia untuk menegakkan kebenaran itu menjadi wajib²³. Kebenaran (haq) menurut ukuran dan normasyariah, antara lain tersirat di dalam firman Allah QS. Al-Isra/17:81 yang memiliki arti sebagai berikut: "Dan Katakanlah: "Yang benar telah datang dan yang batil telah lenyap". Sesungguhnya yang batil itu akan lenyap".

Manajemen di dalam suatu badan usaha, baik industri, niaga dan jasa, tidak terkecuali jasa perbankan, didorong oleh motif mendapatkan keuntungan (profit). Untuk mendapatkan keuntungan yang besar, manajemen haruslah diselenggarakan dengan efisien. Sikap ini harus dimiliki oleh setiap pengusaha dan manajer dimana pun mereka berada, baik di dalam organisasi bisnis, pelayanan public, maupun organisasi sosial kemasyarakatan. Perbedaannya hanyalah pada falsafah hidup yang dianut oleh masing-masing pendiri atau manajer badan usaha tersebut. Seorang manajer perusahaan adalah pemegang amanat dari pemegang sahamnya, yang wajib mengelolah perusahaan dengan baik, sehingga menguntungkan pemegang saham dan memuaskan konsumennya.²⁴

Pengembangan dan pelatihan staf haruslah merupakan kebijakan utama manajemen bank. Bank Indonesia sangat menekankan hal ini secara eksplisit dalam petunjuk Pelaksanaan Pembukaan Kantor Bank Syariah. Sebagai lembaga yang *knowledge intensive*, maka keterampilan dan keahlian staf menjadi kunci keberhasilan bank. Selain itu, sumber daya insane bank syariah dituntut memiliki pengetahuan mengenai ketentuan dan prinsip syariah secara baik, dan memiliki akhlak dan moral syariah. Akhlak dan moral syariah dalam bekerja dapat disarikan dalam empat sari pokok, yaitu: (1) *Shiddiq* (benar dan jujur), (2) *Amanah* (dapat

²²Zainul, *Dasar-Dasar Manajemen*...h. 97

²³Zainul, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*. (Jakarta: Alvabet, 2010) h. 95

²⁴Zainul, *Dasar-Dasar Manajemen*...h. 97

dipercaya), (3) *Tabligh* (mengembangkan lingkungan dan bawahan menuju kebaikan), dan (4) *Fathonah* (kompeten dan professional).²⁵

Dalam menjalankan usahanya, perbankan syariah berlandaskan pada tiga nilai syariah yakni: Kejujuran, kesetaraan dan keadilan. Ketiga nilai-nilai syariah tersebut menjadi panduan DPS (Dewan Pengawas Syariah) dalam mengelolah dan menerapkan nilai-nilai syariah dengan menggunakan manajemen pengelolaan yg baik dan transparansi. Dalam proses manajemen kegiatan bank syariah, penghimpunan dana Bank Syariah menggunakan prinsip wadiah, *mudharabah*, dan prinsip lainnya sesuai dengan prinsip Syariah. Sedangkandalam penyaluran dana, Bank Syariah menggunakan prinsip *musyarakah* dan atau *mudharabah* untuk investasi atau pembiayaan, prinsip *murabahah*, *salam*, dan atau *istishna'* untuk jual-beli, prinsip ijarah dan atau *ijarah muntahiyah bit tamliik* untuk sewa-menyewa, serta prinsip lain yang sesuai dengan prinsip syariah.²⁶

Berdasarkan manajemen syariah, hubungan ekonomi berdasarkan syariah Islam tersebut ditentukan oleh lima konsep dasar akad. Kelima akad tersebut adalah :

a. Akad Pola Titipan

Akad pola titipan (*Wadi'ah*) ada dua, yaitu *Wadi'ah yad Amanah* dan *Wadi'ah yad Dhamanah*. Pada awalnya, *Wadi'ah* muncul dalam bentuk yad al-amanah 'tangan amanah,' yang kemudian dalam perkembangannya memunculkan *yadh-dhamanah* 'tangan penanggung.' Akad *Wadi'ah yad Dhamanah* ini akhirnya banyak dipergunakan dalam aplikasi perbankan syariah dalam produk-produk pendanaan.

1) Titipan *Wadi'ah Yad Amanah*

Secara umum *Wadi'ah* adalah titipan murni dari pihak penitip (*muwaddi'*) yang mempunyai barang atau aset kepada pihak penyimpan (*mustawda'*) yang diberi amanah atau kepercayaan, baik individu maupun badan hukum, tempat barang yang dititipkan harus dijaga dari kerusakan, kerugian, keamanan dan keutuhannya, dan dikembalikan kapan saja penyimpan menghendaki.²⁷

Barang atau aset yang dititipkan adalah sesuatu yang berharga yang dapat berupa uang, barang, dokumen,

²⁵Zainul, *Dasar-Dasar Manajemen*...h. 110

²⁶Ascarya, *Akad dan Produk*...h. 42

²⁷Ascarya, *Akad dan Produk*...h. 43.

surat berharga, atau barang berharga lainnya. Dalam konteks ini, pada dasarnya pihak penyimpan (*custodian*) sebagai penerima kepercayaan (*trustee*) adalah *yad al-amanah* ‘tangan amanah’ yang berarti bahwa ia tidak diharuskan bertanggung jawab jika sewaktu dalam penitipan terjadi kehilangan atau kerusakan pada barang/aset titipan, selama hal ini bukan akibat dari kelalaian atau kecerobohan yang bersangkutan dalam memelihara barang atau aset titipan. Biaya penitipan boleh dibebankan kepada pihak penitip sebagai konvensasi atas tanggung jawab pemeliharaan.

2) Titipan *Wadi’ah yad Dhamanah*

Dari prinsip *yad al-amanah* ‘tangan amanah’ kemudian berkembang prinsip *yad-dhamanah* ‘tangan penanggung’ yang berarti bahwa pihak penyimpan bertanggung jawab atas segala kerusakan atau kehilangan yang terjadi pada barang/aset titipan.²⁸

Rukun dari akad titipan *Wadi’ah* (*yad amanah* maupun *yad dhamanah*) yang harus dipenuhi dalam transaksi ada beberapa hal berikut :

- a) Pelaku akad, yaitu penitip (*mudi’/muwaddi’*) dan penyimpan atau penerima titipan (*muda’/mustawda’*)
- b) Objek akad, yaitu barang yang dititipkan
- c) *Shighah*, yaitu *Ijab* dan *Qabul*.

Sementara itu, syarat *Wadi’ah* yang harus dipenuhi adalah syarat bonus sebagai berikut :

- a) Bonus merupakan kebijakan (hak prerogatif) penyimpan
- b) Bonus tidak disyaratkan sebelumnya. Beberapa ketentuan

Wadi’ah Yad Dhamanah, antara lain :

²⁸Ascarya, *Akad dan Produk...*h. 43

- 1) Penyimpan memiliki hak untuk menginvestasikan aset yang dititipkan;
- 2) Penitip memiliki hak untuk mengetahui bagaimana asetnya diinvestasikan;
- 3) Penyimpan hanya menjamin nilai pokok jika modal berkurang karena merugi/terdepresiasi;
- 4) Setiap keuntungan yang diperoleh penyimpan dapat dibagikan sebagai hibah atau hadiah (bonus). Hal ini berarti penyimpan (bank) tidak memiliki kewajiban mengikat untuk membagikan keuntungan yang diperolehnya; dan
- 5) Penitip tidak memiliki hak suara.²⁹

b. Akad Pola Bagi Hasil (*Syirkah*)

Sistem ini adalah suatu sistem yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha antara penyedia dana dengan pengelola dana. Pembagian hasil usaha ini dapat terjadi antara bank dengan penyimpan dana maupun bank dengan nasabah penerima dana. Bentuk produk yang berdasarkan prinsip ini adalah *mudharabah* dan *musyarakah*. Lebih jauh, prinsip *mudharabah* dapat dipergunakan sebagai dasar produk pendanaan (tabungan dan deposito) serta pembiayaan. Sedangkan *musyarakah* lebih banyak untuk pembiayaan. Ciri utama pola bagi hasil adalah bahwa keuntungan dan kerugian ditanggung bersama baik oleh pemilik dana maupun pengusaha. Beberapa prinsip dasar konsep bagi hasil yang dikemukakan oleh Usmani, adalah sebagai berikut :

- 1) Bagi hasil tidak berarti meminjamkan uang, tetapi merupakan partisipasi dalam usaha. Dalam hal *musyarakah*, keikutsertaan

²⁹Ascarya, *Akad dan Produk...*h.44.

aset dalam usaha hanya sebatas proporsi pembiayaan masing-masing pihak.

- 2) Investor atau pemilik dana harus ikut menanggung resiko kerugian usaha sebatas proporsipembiayaannya.
- 3) Para mitra usaha bebas menentukan, dengan persetujuan bersama, rasio keuntungan untuk masing-masing pihak, yang dapat berbeda dari rasio pembiayaan yang disertakan.
- 4) Kerugian yang ditanggung oleh masing-masing pihak harus sama dengan proporsi investasi mereka.³⁰

Bentuk produk yang berdasarkan prinsip ini adalah *musyarakah* dan *mudharabah*, yaitu;

a. *Musyarakah*

Musyarakah merupakan istilah yang sering dipakai dalam konteks skim pembiayaan syariah. Istilah ini berkonotasi lebih terbatas dari pada istilah *syirkah* yang lebih umum digunakan dalam *fikih syariah*. *Syirkah* berarti sharing ‘berbagi’ dan di dalam terminologi *Fikih syariah* dibagi dalam dua jenis.

- 1) *Syirkah al-milk* atau *syirkah amlak* atau *syirkah kepemilikan*, yaitu kepemilikan bersama dua pihak atau lebih dari suatu properti; dan
- 2) *Syirkah al-‘aqd* atau *syirkah ‘ukud* atau *syirkah akad*, yang berarti kemitraan yang terjadi karena adanya kontrak bersama, atau usaha komersial bersama. Istilah *musyarakah* tidak ada dalam *fikih syariah*, tetapi baru di perkenalkan belum lama ini oleh mereka yang menulis tentang skim-skim pembiayaan syariah yang biasanya terbatas pada jenis *syirkah* tertentu yaitu *syirkah*

³⁰Ascarya, *Akad dan Produk...*h.44.

al-amwal, yaitu usaha komersial bersama ketika semua mitra usaha ikut andil menyertakan modal dan kerja, yang tidak harus sama

persinyak dalam perusahaan para ulama sepakat membolehkan bentuk *syirkah* ini.³¹

Musyarakah merupakan akad bagi hasil ketika dua atau lebih pengusaha pemilik dana / modal bekerja sama sebagai mitra usaha membiayai investasi usaha baru atau yang sudah berjalan mitra usaha pemilik modal berhak ikut serta dalam manajemen perusahaan, tetapi itu tidak merupakan keharusan. Para pihak dapat membagi pekerjaan mengelola usaha sesuai kesepakatan dan mereka juga dapat meminta gaji/upah untuk tenaga dan keahlian yang mereka curahkan untuk usaha tersebut. Proporsi keuntungan dibagi di antara mereka menurut kesepakatan yang ditentukan sebelumnya dalam akad sesuai dengan proporsi modal yang disertakan, atau dapat pula berbeda dari proporsi modal yang mereka sertakan. Peyertaan modal dari para mitra usaha harus berupa uang atau barang. *Musyarakah* pada umumnya merupakan perjanjian yang berjalan terus sepanjang usaha yang dibiayai bersama terus beroperasi. Meskipun demikian, Perjanjian *Musyarakah* dapat diakhiri dengan atau tanpa menutup usaha. Rukun dari *akad Musyarakah* yang harus dipenuhi dalam transaksi ada beberapa, yaitu:

- 1) Pelaku akad yaitu para mitra usaha
- 2) Objek akad, yaitu modal (*mal*), kerja (*dharabah*), dan keuntungan (*ribh*)
- 3) *Shighah*, yaitu *Ijab dan Qabul*

Beberapa syarat pokok *musyarakah* antara lain:³²

- 1) Syarat akad

Karena *musyarakah* merupakan hubungan yang dibentuk oleh para mitra melalui kontrak/akad yang disepakati bersama, maka otomatis empat syarat akad yaitu: syarat berlakunya akad, syarat sahnya akad, syarat terrealisasikannya akad, syarat lazim juga harus dipenuhi. Misalnya para mitra usaha harus memenuhi syarat pelaku akad, akad harus dilaksanakan atas persetujuan para pihak tanpa adanya tekanan, penipuan, atau penggambaran yang keliru, dan sebagainya.

³¹Ascarya, *Akad dan Produk...*h.45.

³²Ascarya, *Akad dan Produk...*h.61.

2) Pembagian proporsi keuntungan

Dalam pembagiannya proporsi keuntungan harus dipenuhi hal-hal berikut:

- a) Proporsi keuntungan yang dibagikan kepada para mitra usaha harus disepakati di awal kontrak/akad. Jika proporsi belum ditetapkan, akad tidak sah menurut syariah.
- b) Rasio/nisbah keuntungan untuk masing-masing mitra usaha harus ditetapkan sesuai dengan keuntungan nyata yang diperoleh dari usaha, dan tidak ditetapkan berdasarkan modal yang disertakan. Tidak diperbolehkan untuk menetapkan lumsom untuk mitra tertentu, atau tingkat keuntungan tertentu yang dikaitkan dengan modal investasinya.
- c) Penentuan proporsi keuntungan. Dalam menentukan proporsi keuntungan terdapat beberapa pendapat dari para ahli hukum Islam sebagai berikut :
 - (1) Imam Malik dan Imam Syafi'I berpendapat bahwa proporsi keuntungan dibagi di antara mereka menurut kesepakatan yang ditentukan sebelumnya dalam akad sesuai dengan proporsi modal yang disertakan.
 - (2) Imam Ahmad berpendapat bahwa proporsi keuntungan dapat pula berbeda dari proporsi modal yang mereka sertakan.
- d) Pembagian kerugian.

Para ahli hukum syariah sepakat bahwa setiap mitra menanggung kerugian sesuai dengan porsi investasinya. Oleh karena itu, jika seorang mitra menyertakan 40 persen modal maka dia harus menanggung 40 persen kerugian, tidak lebih, tidak kurang. Apabila tidak demikian, maka akad

musyarakat tidak sah.³³ Hal ini menjelaskan tentang keadilan yang diterapkan oleh perbankan syariah.

b. *Mudharabah*

Secara singkat *mudharabah* atau penanaman modal adalah penyerahan modal uang kepada orang yang berniaga sehingga ia mendapatkan persentase keuntungan. Sebagai suatu bentuk kontrak, *mudharabah* merupakan akad bagi hasil ketika pemilik dana/modal (pemodal), biasa disebut *shahibul mal/rabbul mal*, menyediakan modal (100 persen) kepada pengusaha sebagai pengelola, biasa disebut *mudharib*, untuk melakukan aktivitas produktif dengan syarat bahwa keuntungan yang dihasilkan akan dibagi di antara mereka menurut kesepakatan yang ditentukan sebelumnya dalam akad (yang besarnya juga dipengaruhi oleh kekuatan pasar).

Shahibul mal (pemodal) adalah pihak yang memiliki modal, tetapi tidak bisa berbisnis, dan *mudharib* (pengelola atau *entrepreneur*) adalah pihak yang pandai berbisnis, tetapi tidak memiliki modal. Apabila terjadi kerugian karena proses normal dari usaha, dan bukan karena kelalaian atau kecurangan pengelola, kerugian ditanggung sepenuhnya oleh pemilik modal, sedangkan pengelola kehilangan tenaga dan keahlian yang telah dicurahkan. Apabila terjadi kerugian karena kelalaian dan kecurangan pengelola, maka pengelola bertanggung jawab sepenuhnya.³⁴

Pengelola tidak ikut menyertakan modal, tetapi menyertakan tenaga dan keahliannya, dan juga tidak meminta gaji atau upah dalam menjalankan usahanya. Pemilik dana hanya menyediakan modal dan tidak dibenarkan untuk ikut campur dalam manajemen usaha yang dibiayainya. Kesediaan pemilik dana untuk menanggung resiko apabila terjadi kerugian menjadi dasar untuk mendapat bagian dari keuntungan. Rukun dari akad *mudharabah* yang harus dipenuhi dalam transaksi ada beberapa, yaitu:

- 1) Pelaku akad, yaitu *shahibul mal* (pemodal) adalah pihak yang memiliki modal tetapi tidak bisa berbisnis, dan

³³Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah...*h, 54.

³⁴Ascarya, *Akad dan Produk...*h.61.

mudharib(pengelola) adalah pihak yang pandai berbisnis, tetapi tidak memiliki modal

- 2) Objek akad, yaitu modal (*mal*), kerja (*dharabah*), dan keuntungan (*ribh*).
- 3) *Sighah*, yaitu Ijab dan Qabul. Sementara itu, syarat-syarat khusus yang harus dipenuhi dalam *mudharabah* terdiri dari syarat modal dan keuntungan. Syarat modal, yaitu;
 - a) Modal harus berupa uang
 - b) Modal harus jelas dan diketahui jumlahnya
 - c) Modal harus tunai bukan utang
 - d) Modal harus diserahkan kepada mitra kerja

Sementara itu, syarat keuntungan yaitu keuntungan harus jelas ukurannya dan keuntungan harus dengan pembagian yang disepakati oleh kedua belah pihak. Beberapa syarat pokok *mudharabah* menurut Usmani antara lain sebagai berikut:³⁵

- 1) *Usaha mudharabah*

Shahibul mal boleh menentukan usaha apa yang akan dilakukan oleh *mudharib*, dan *mudharib* harus menginvestasikan modal ke dalam usaha tersebut saja. *Mudharabah* seperti ini disebut *mudharabah muqayyadah* (mudharaba terikat). Akan tetapi, apabila *shahibul mal* memberikan kebebasan kepada *mudharib* untuk melakukan usaha apa saja yang diinginkan oleh *mudharib*, maka kepada *mudharib* harus diberi otoritas untuk menginvestasikan modal ke dalam usaha yang dirasa cocok. *Mudharabah* seperti ini disebut *mudharabah mutlaqah*(*mudharabah* tidak terikat).

³⁵Ascarya, *Akad dan Produk*...h.63.

2) Pembagian Keuntungan.

Misalnya, jika modal Rp 100 juta, mereka tidak boleh sepakat terhadap syarat bahwa mudharib akan mendapatkan Rp 10 juta dari keuntungan, atau terhadap syarat bahwa 20 persen dari modal harus menjadi bagian shahibul mal. Namun, mereka boleh sepakat bahwa 40 persen dari keuntungan riil menjadi bagian shahibul mal dan 60 persen menjadi bagian mudharib atau sebaliknya.³⁶ Dalam hal ini, pembagian keuntungan dilakukan berdasarkan kesepakatan bersama pada waktu akad.

3) Prinsip Jual-Beli (*At-Tijarah*)

Prinsip ini merupakan suatu sistem yang menerapkan tata cara jual-beli dimana bank akan membeli terlebih dahulu barang yang dibutuhkan atau mengangkat nasabah sebagai agen bank untuk melakukan pembelian barang atas nama bank, kemudian bank menjual barang tersebut kepada nasabah dengan harga sejumlah harga beli ditambah keuntungan (*margin*). Jual beli (*buyu', jamak dari bai'*) atau perdagangan atau perniagaan atau trading secara terminologi fikih syariah berarti tukar menukar harta atas dasar saling *ridha* (rela), atau memindahkan kepemilikan dengan imbalan pada sesuatu yang diizinkan. Dalam fikih syariah dikenal berbagai macam jual-beli. Dari sisi objek yang diperjual-belikan, jual-beli dibagi tiga, yaitu:

- a) Jual beli *mutlaqah*, yaitu pertukaran antara barang atau jasa dengan uang
- b) Jual-beli *sharf*, yaitu jual-beli atau pertukaran antara satu mata uang dengan mata uang lain
- c) Jual-beli *muqayyadah*, yaitu jual-beli di mana pertukaran terjadi antara barang dengan barang (*barter*), atau pertukaran antara barang dengan barang yang dinilai dengan valuta asing (*counter trade*)

Dari sisi cara menetapkan harga, jual-beli dibagi empat, yaitu:

³⁶Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*...h. 64.

- a) Jual-beli *musawamah* (tawar menawar), yaitu jual-beli biasa ketika penjual tidak memberitahukan harga pokok dan keuntungan yang didapatnya.
- b) Jual-beli *amanah*, yaitu jual-beli di mana penjual memberitahukan modal jualnya (harga perolehan barang).
- c) Jual-beli dengan harga tangguh, *Bai' bitsaman ajil*, yaitu jual-beli dengan penetapan harga yang akan dibayar kemudian. Harga tangguh ini boleh lebih tinggi daripada harga tunai dan bisa dicicil.
- d) Jual-beli *muzayadah* (lelang), yaitu jual-beli dengan penawaran dari penjual dan para pembeli berlomba menawar, lalu penawar tertinggi terpilih sebagai pembeli.

Beberapa syarat pokok jual-beli menurut Usmani antara lain sebagai berikut:

- a) Barang yang akan diperjual-belikan harus ada pada saat transaksi dilakukan. Oleh karena itu, barang yang belum ada tidak dapat diperjual-belikan. Jika terjadi transaksi semacam ini, meskipun atas dasar saling ridha, maka jual-beli tersebut tidak sah secara syariah.
- b) Barang yang akan diperjual-belikan harus merupakan milik dari penjual. Jika terjadi jual-beli barang yang belum dimiliki penjual pada saat transaksi, maka jual-beli tersebut tidak sah secara syariah.

- c) Barang yang akan diperjual-belikan harus berada dalam kekuasaan konstruktif (*constructive possession*) dari penjual. Hak milik konstruktif adalah situasi ketika barang secara fisik belum di tangan penjual, tapi sudah di dalam kendalinya, dan semua hak dan kewajiban dari barang tersebut sudah dipindahkan kepadanya, termasuk resiko kerusakan barang.
- d) Kepastian harga barang merupakan syarat yang diperlukan (*necessary condition*) agar jual beli sah. Jika harga belum pasti, jual-beli tidak sah.
- e) Jual-beli harus tanpa syarat (*unconditional*). Jual-beli dengan syarat tidak sah, kecuali syarat tersebut dikenal sebagai bagian dari transaksi sesuai dengan penggunaannya dalam perdagangan.³⁷

4) Prinsip Sewa (*Ijarah*)

Sewa atau *ijarah* dapat dipakai sebagai bentuk pembiayaan, pada mulanya bukan merupakan bentuk pembiayaan, tetapi merupakan aktivitas usaha seperti jual-beli. Individu yang membutuhkan pembiayaan untuk membeli aset dapat mendatangi pemilik dana (dalam hal ini bank) untuk membiayai pembelian aset produktif. Pemilik dana kemudian membeli barang dimaksud dan kemudian menyewakannya kepada yang membutuhkan aset tersebut. Transaksi nonbagi hasil selain yang berpola jual-beli adalah transaksi berpola sewa atau *ijarah*. *Ijarah*, biasa juga disebut sewa, jasa, atau imbalan adalah akad yang dilakukan atas dasar suatu manfaat dengan imbalan jasa. *Ijarah* adalah istilah dalam fikih syariah dan berarti memberikan sesuatu untuk disewakan. Menurut Sayyid Sabiq, *Ijarah* adalah suatu jenis akad untuk mengambil manfaat dengan jalan penggantian. Jadi, hakikatnya *ijarah* adalah penjualan manfaat.

³⁷Ascarya, *Akad dan Produk...*h.78 - 81.

Ada dua jenis ijarah dalam hukum syariah, yaitu:

- a) Ijarah yang berhubungan dengan sewa jasa, yaitu mempekerjakan jasa seseorang dengan upah sebagai imbalan jasa yang disewa. Pihak yang mempekerjakan disebut *musta'jir*, pihak pekerja disebut *ajir*, upah yang dibayar disebut *ujrah*.
- b) *Ijarah* yang berhubungan dengan sewa aset atau properti, yaitu memindahkan hak untuk memakai dari aset atau properti tertentu kepada orang lain dengan imbalan biaya sewa. Bentuk *ijarah* ini mirip dengan *leasing* (sewa) di bisnis konvensional. Pihak yang menyewa (*lessee*) disebut *musta'jir*, pihak yang menyewakan (*lessor*) disebut *mu'jir/muajir*, sedangkan biaya sewa disebut *ujrah*.

Ijarah bentuk pertama banyak diterapkan dalam pelayanan jasa perbankan syariah. Sementara itu, ijarah bentuk kedua biasa dipakai sebagai bentuk investasi atau pembiayaan di perbankan syariah. Secara skematis, transaksi berpola sewa atau ijarah bentuk kedua. Ijarah adalah transaksi sewa-menyewa barang tanpa alih kepemilikan diakhir periode.³⁸

Sewa atau ijarah dapat dipakai sebagai bentuk pembiayaan, pada mulanya bukan merupakan bentuk pembiayaan, tetapi merupakan aktivitas usaha seperti jual-beli. Individu yang membutuhkan pembiayaan untuk membeli aset dapat mendatangi pemilik dana (dalam hal ini bank) untuk membiayai pembelian aset produktif. Pemilik dana kemudian membeli barang dimaksud dan kemudian menyewakannya kepada yang membutuhkan aset tersebut.

5) Prinsip Fee/Jasa (*Al-Ajr Wal Umulah*)

Prinsip ini meliputi seluruh layanan non pembiayaan yang diberikan bank. Bentuk produk berdasarkan prinsip ini antara lain bank garansi, kliring, inkaso, jasa transfer, dan lain-lain.

³⁸Ascarya, *Akad dan Produk...* h.78 - 81.

Secara syariah prinsip ini didasarkan pada konsep *al-ajr wal umulah*.³⁹

Ke-5 konsep dasar akad tersebut digunakan dalam mengelolah keuangan bank syariah yang tidak terlepas dari aturan dalam hukum syariah yang berlandaskan pada Al-Quran dan Al-Hadis agar antara dari pihak perbankan syariah dan nasabah sama-sama saling menguntungkan.

B. Kepuasan Nasabah

1. Pengertian Kepuasan Nasabah

Tujuan utama dari strategi pemasaran yang dijalankan adalah untuk meningkatkan jumlah nasabahnya, baik secara kuantitas maupun kualitas. Secara kuantitas artinya jumlah nasabah bertambah cukup signifikan dari waktu ke waktu, sedangkan secara kualitas artinya nasabah yang didapat merupakan nasabah yang produktif yang mampu memberikan laba bagi bank. Untuk mencapai tujuan tersebut dapat dilakukan dengan berbagai cara dan salah satunya adalah melalui memberikan kepuasan nasabah atau pelanggan. Kepuasan nasabah menjadi sangat bernilai bagi bank atau perusahaan, sehingga tidak heran selalu ada slogan bahwa pelanggan adalah raja, yang perlu dilayani dengan sebaik-baiknya.⁴⁰

Pengertian kepuasan nasabah dari berbagai ahli tidak jauh berbeda hanya, tergantung darisudut mana kita memandangnya. Berikut definisi kepuasan pelanggan atau nasabah: Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.⁴¹

³⁹Muhammad, *Pengantar Akutansi syariah*. (Jakarta: Selemba Empat, 2010) h. 176.

⁴⁰Utomo, *Analisis Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Pada Operator Telepon Seluler*. (Yogyakarta: Tesis, 2011) h. 27.

⁴¹Tjiptono, *Manajemen Jasa*. (Yogyakarta, 2010) h. 111.

2. Pengukuran Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah yang diberikan bank akan berimbas sangat luas bagi peningkatan keuntungan bank, nasabah akan loyal kepada bank, mengulangi lagi membeli produknya dan mempromosikannya kepada orang lain disekelilingnya. Agar kita tahu bahwa nasabah puas atau tidak puas berhubungan dengan bank, maka perlu adanya alat ukur untuk menentukan kepuasan nasabah. Dalam menentukan seberapa besar kepuasan nasabah terhadap suatu bank dapat dilakukan dengan berbagai cara. Pengukuran kepuasan pelanggan dapat dilakukan melalui empat sarana, yaitu:⁴²

a. Sistem keluhan dan usulan

Artinya seberapa banyak keluhan atau complain yang dilakukan nasabah dalam suatu periode, makin banyak berarti makin kurang baik.

b. Survei kepuasan konsumen

Dalam hal ini bank perlu secara berkala melakukan survei baik melalui wawancara maupun kusioner tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan bank tempat nasabah melakukan transaksi selama ini. Untuk itu perlu adanya survei kepuasan konsumen.

c. Konsumen samara

Bank dapat mengirim karyawannya atau melalui orang lain untuk berpura-pura menjadi nasabah guna melihat pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank secara langsung, sehingga terlihat jelas bagaimana karyawan melayani nasabah sesungguhnya.

d. Analisis mantan pelanggan

⁴²Kasmir, *Manajemen Perbankan*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2010) h. 163.

Dengan melihat catatan nasabah yang pernah menjadi nasabah bank guna mengetahui sebab-sebab mereka tidak lagi menjadi nasabah bank kita.

Ada dua (2) teori mengenai kepuasan yaitu :

a. Teori Harapan Kinerja

Menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan suatu fungsi dari harapan konsumen dan hasil yang diharapkan. Jika hasil yang didapat sesuai dengan yang diharapkan maka konsumen akan merasa puas, jika hasil yang didapat lebih dari yang diharapkan maka konsumen akan sangat puas dan jika hasil yang didapatkan tidak seperti apa yang diharapkan, maka konsumen tidak puas.

b. Teori Ketidakcocokan Kognitif

Menyatakan bahwa hampir setiap pilihan cenderung untuk menjadikan ketidakcocokan pasca transaksi, misalnya adalah seberapa besar ketidaknyamanan yang timbul dan apa yang dilakukan konsumen untuk mengatasinya.⁴³

3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, antara lain:⁴⁴

- a. Fitur produk dan jasa (meliputi karyawan yang sangat membantu dan sopan, ruang transaksi yang nyaman, sarana pelayanan yang menyenangkan dan sebagainya)
- b. Emosi pelanggan (agar dapat stabil seperti keadaan pikiran atau perasaan atau kepuasan hidup)

⁴³Kasmir, *Manajemen Perbankan*.. h. 107.

⁴⁴Kasmir, *Manajemen Perbankan*.. h. 113.

- c. Atribusi untuk keberhasilan atau kegagalan jasa (penilaian terhadap jasa lebih baik atau lebih buruk dari yang diharapkan)
- d. Persepsi terhadap kewajaran dan keadilan (*equity and fairness*).
- e. Pelanggan lain, keluarga dan rekan kerja, misalnya kepuasan terhadap perjalanan liburan keluarga adalah fenomena yang dinamis dipengaruhi oleh reaksi dan ekspresi oleh anggota keluarga selama liburan.

C. Loyalitas Nasabah

1. Pengertian Loyalitas Nasabah

Loyalitas yaitu derajat sejauhmana seorang nasabah menunjukkan perilaku pembelian berulang dari suatu penyedia jasa, memiliki suatu desposisi atau kecenderungan sikap positif terhadap penyedia jasa, dan hanya mempertimbangkan untuk menggunakan penyedia jasa ini pada saat muncul kebutuhan untuk memakai jasa ini.⁴⁵ Dari definisi yang disampaikan Utomo, nasabah yang loyal tidak hanya seorang pembeli yang melakukan pembelian berulang, tetapi juga mempertahankan sikap positif terhadap penyedia jasa. Dalam hal ini merupakan kesetiaan nasabah terhadap lembaga keuangan, yaitu bank. Pada umumnya, loyalitas berkaitan dengan kesetiaan, sikap menurut, dan mau menerima apa adanya serta tidak mudah bergeser pada tujuan lain. Dalam konsep marketing, loyalitas erat kaitannya dengan nasabah atau loyalitas nasabah, yang tidak lain merupakan bentuk kesetiaan nasabah kepada kualitas produk suatu bank.

Loyalitas nasabah adalah komitmen untuk membela secara mendalam untuk membeli kembali atau berlangganan kembali produk atau layanan yang dipilih secara konsisten di masa depan, meskipun pengaruh situasi dan upaya pemasaran memiliki potensi untuk menyebabkan perubahan dalam tingkah laku.⁴⁶ Sedangkan Loyalitas adalah situasi dimana nasabah bersikap positif terhadap produk atau produsen (penyedia jasa atau produk) dan disertai pola pembelian ulang yang konsisten.⁴⁷

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa loyalitas merupakan suatu sikap positif nasabah terhadap suatu produk atau jasa maupun pada perusahaan itu sendiri yang disertai dengan komitmen untuk membeli produk atau jasa perusahaan tersebut dan merekomendasikannya pada pihak lain. Fenomena semacam ini kalau dikaitkan dengan industri

⁴⁵Utomo, *Analisis Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Pada Operator Telepon Seluler*. (Yogyakarta: Tesis, 2011) h. 27

⁴⁶Sorayanti, *The Influence Of Costumer Loyalty*. (Internasional Jurnal, 2015) h. 645.

⁴⁷Tjiptono, *Manajemen Jasa*. (Yogyakarta, 2010) h. 111.

perbankan di Indonesia maka pihak bank harus mengambil langkah yang tepat dengan mempertahankan nasabah yang loyal. Karena dengan nasabah yang loyal tersebut tentu akan memberikan banyak keuntungan. Diantaranya adalah tidak mudah nasabah tersebut untuk dipengaruhi agar berpindah ke produk pesaing. Bahkan yang tidak kalah pentingnya, nasabah yang telah loyal besar kemungkinan untuk selalu memberikan rekomendasi kepada nasabah lain untuk turut memanfaatkan produk tersebut.

Diantara faktor yang menyebabkan nasabah loyal terhadap suatu Bank adalah faktor tingkat nilai nasabah, kualitas produk, kualitas jasa syariah dan kepuasan nasabah. Secara garis besar loyalitas pada nasabah dapat terlihat dari loyalitas untuk industri ke konsumen (B2C).⁴⁸ Secara umum program loyalitas untuk B2C mempunyai tiga bentuk, yaitu:

- a. Menggunakan point sebagai basis *rewards (the power points)*. Diantara ketiga program loyalitas untuk B2C yang paling banyak di pakai adalah cara seperti ini. Misalnya setiap Bank yang mengeluarkan kartu kredit pasti memiliki program yang berbasis poin. Dalam power point ini, untuk mendapatkan satu poin, pelanggan diwajibkan melakukan transaksi dalam jumlah minimal yang ditentukan, misalnya satu poin untuk kelipatan lima puluh ribu. Setelah terkumpul, poin bisa di tukarkan dengan hadiah menarik yang di sediakan khusus oleh perusahaan. System *Power point* banyak di gunakan karena fleksibilitasnya. Poin mudah disimpan pelanggan, karena biasanya dalam bentuk kartu sehingga tidak mudah hilang dan bisa di tukar kapan saja. Contoh perusahaan yang menerapkan system power point untuk mendapatkan hadiah tertentu adalah Telkomsel kartu As. Bila pelanggannya memakai sms sebanyak 100 sms, maka Telkomsel memberi hadiah sms gratis 100 sms juga.
- b. Menggunakan system diskon langsung (*two-tier (Multi-Tier) pricing*). *Two-tier pricing* istilah umumnya adalah diskon, dengan memberikan kartu anggota dimana setiap pelanggan yang memegang kartu akan mendapatkan potongan langsung dalam persentase tertentu atas produk yang di belinya. Contohnya, jika pelanggan memiliki kartu *safeway* di Amerika Serikat maka akan mendapatkan potongan harga 5% dari setiap 250 dolar yang dikeluarkan pelanggan untuk setiap kali belanja dalam periode tertentu.⁴⁹

⁴⁸Hermawan, *Loyalitas Konsumen Perbankan Syariah*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011) h. 106.

⁴⁹Hermawan, *Loyalitas Konsumen...* h.107.

- c. Berdasarkan pada kualifikasi pelanggan terbaik (*best customer marketing*) hanya pelanggan yang memenuhi kriteria yang berhak mendapatkan *rewards*. *Best Customer Marketing* berfokus pada pelanggan yang memberikan kontribusi paling banyak pada perusahaan. Jadi perusahaan hanya fokus untuk meningkatkan loyalitas pelanggan yang sudah betul-betul teruji dan menguntungkan dalam jangka panjang. Kriteria pelanggan yang masuk kategori *best customer loyalty*, antara lain: pembeli paling banyak, tidak pernah pindah ke pesaing, mengunjungi toko atau membeli paling sering, membeli produk dengan harga sedikit lebih tinggi dari pada harga rata-rata (tidak pernah menawar) sehingga memberikan keuntungan yang lebih besar, membeli produk lain lebih banyak (*cross selling*) dan tidak menyedot biaya servis dan proses yang tinggi (tidak terlalu menuntut). System *best customer* yang paling sering di pakai dan paling sederhana, adalah dengan membagi kartu loyalitas pelanggan menjadi tiga, yaitu: silver, gold, dan platinum. Silver merupakan jenis kartu yang paling rendah, kemudian gold dan yang paling tinggi platinum.⁵⁰

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa loyalitas nasabah adalah kesetiaan nasabah yang dipresentasikan dalam penggunaan dan pemanfaatan yang konsisten terhadap produk atau jasa sepanjang waktu dan ada sikap yang baik untuk merekomendasikan orang lain untuk membeli produk.

2. Indikator Loyalitas Nasabah

Indikator dari loyalitas nasabah adalah *Repeat Purchase* (kesetiaan terhadap pembelian produk); *Retention* (Ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan); *referalls* (merefereasikan secara total esistensi perusahaan)⁵¹

3. Faktor-Faktor Yang Membentuk Loyalitas Nasabah

Lima faktor utama yang mempengaruhi loyalitas, sebagai berikut:⁵²

- a. Kualitas Produk, kualitas produk yang baik secara langsung akan mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah, dan bila hal tersebut

⁵⁰Hermawan, *Loyalitas Konsumen*...h. 113.

⁵¹Hermawan, *Loyalitas Konsumen*...h. 125

⁵²Handoko, *Prilaku Konsumen BPFE*. (Yogyakarta, 2010) h. 83

berlangsung secara terus-menerus akan mengakibatkan nasabahnya yang selalu setia membeli atau menggunakan produk tersebut dan disebut loyalitas nasabah.

- b. Kualitas jasa, selain kualitas produk ada hal lain yang mempengaruhi loyalitas konsumen yaitu kualitas jasa.
- c. Emosional, emosional di sini lebih diartikan sebagai keyakinan penjual itu sendiri agar lebih maju dalam usahanya. Keyakinan tersebut nantinya akan mendatangkan ide-ide yang dapat meningkatkan usahanya.
- d. Harga, sudah pasti orang menginginkan barang yang bagus dengan harga yang lebih murah atau bersaing. Jadi harga di sini lebih diartikan sebagai akibat, atau dengan kata lain harga yang tinggi adalah akibat dari kualitas produk tersebut yang bagus, atau harga yang tinggi sebagai akibat dari kualitas pelayanan yang bagus.
- e. Biaya, orang berpikir bahwa perusahaan yang berani mengeluarkan biaya yang banyak dalam sebuah promosi atau produksi pasti produk yang akan dihasilkan akan bagus dan berkualitas, sehingga nasabah lebih loyal terhadap produk tersebut.

Langkah pertama dalam membangun sistem loyalitas nasabah adalah berusaha mengenal terminologi dan variabel yang menentukan serta mendorong loyalitas". Faktor-faktor yang membentuk loyalitas nasabah yaitu "basis klien, tingkat retensi nasabah baru, tingkat retensi klien, pangsa nasabah (*Share of customer*), jumlah rata-rata nasabah baru, frekuensi pembelian, jumlah pembelian rata-rata, tingkat peralihan (*Attrition rate*)".⁵³

⁵³ Griffin, *Customer Loyalty*. (Jakarta: Erlangga, 2012) h. 199.

- a. Basis Klien merupakan seluruh jumlah nasabah dan klien yang aktif, hal ini dapat dihitung dengan menjumlahkan nasabah pertama kali, nasabah berulang, dan Klien.
- b. Tingkat retensi nasabah baru adalah persentase nasabah pertama kali yang melakukan pembelian kedua dalam periode waktu tertentu, periode waktu diatur oleh siklus pembelian berulang nasabah biasa.
- c. Tingkat retensi klien adalah presentase nasabah yang telah memenuhi sejumlah khusus pembelian berulang selama periode waktu tertentu.
- d. Pangsa nasabah (*share of customer*) merupakan persentase jumlah pembelian nasabah atas kategori produk atau jasa tertentu yang dibelanjakan ke perusahaan.
- e. Jumlah rata-rata nasabah baru perbulan adalah rata-rata jumlah nasabah pertama kali yang membeli dari perusahaan tiap bulannya.
- f. Frekuensi pembelian adalah rata-rata seorang nasabah (klien) membeli setiap tahunnya.
- g. Jumlah pemberian rata-rata adalah jumlah rata-rata yang dibayar atas produk dan jasa setiap pembelian.
- h. Tingkat Peralihan (*attrition*) merupakan persentase tahunan rata-rata nasabah yang hilang atau menjadi tidak aktif karena suatu alasan termasuk ketidakpuasan dan pindah lokasi.

4. Tahap-Tahap Pertumbuhan Loyalitas Nasabah

Tujuh tahap pertumbuhan seseorang menjadi nasabah yang loyal yaitu:⁵⁴

- a. Seseorang yang mempunyai kemungkinan pembeli (*suspect*). Setiap orang mempunyai kemungkinan untuk membeli produk atau jasa yang dihasilkan.
- b. Seseorang mempunyai potensi menjadi nasabah (*Prospect*). Seseorang yang telah mempunyai kebutuhan akan barang dan mempunyai kebutuhan untuk membeli dari perusahaan dan telah ada seseorang yang merekomendasikan tentang perusahaan, membaca tentang perusahaan, Prospect mungkin tahu siapa perusahaan, dan apa yang perusahaan jual tapi masih belum membeli dari perusahaan.
- c. Seseorang yang mempunyai potensi yang tidak jadi menjadi nasabah (*disqualifed*). Prospect yang telah cukup perusahaan pelajari dan mereka tidak membutuhkan atau tidak mempunyai kemampuan untuk membeli produk perusahaan.
- d. Nasabah baru (*First time customers*). Mereka yang baru pertama kali membeli dari perusahaan. Mereka mungkin nasabah perusahaan tapi masih menjadi nasabah pesaing perusahaan.
- e. Nasabah yang melakukan pembelian berulang (*repeat customer*). Mereka yang pertama kali membeli dari perusahaan dua kali atau lebih, mereka mungkin telah membeli produk yang sama atau membeli dua produk yang berbeda dalam dua kali atau lebih kesempatan.

⁵⁴Griffin, *Customer Loyalty*...h, 35

- f. Mitra (*clien*). Seorang klien membeli semua yang perusahaan jual mungkin dapat ia gunakan. Perusahaan harus terus berusaha menciptakan hubungan yang akan membuat dia tidak tertarik pada pesaing.
- g. Konsumen yang menguatkan (*Advocate*). Seperti mitra, seorang *advocate* membeli semua yang perusahaan jual yang mungkin dapat dia gunakan dan membeli secara reguler. Tambahannya seorang *advocate* berusaha menjadi orang lain untuk membeli dari perusahaan. Seorang *advocate* berbicara dengan perusahaan, melakukan pemasaran untuk perusahaan dan membawa konsumen kepada perusahaan.

D. Pengaruh Penerapan Nilai Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah

Nilai-nilai Syariah yang terdapat pada perusahaan yang berbasis syariah haruslah sesuai dengan hukum-hukum Islam yang berlandaskan pada Al-Quran dan Al-Hadis sebagai pedoman dunia dan akhirat. Sehingga segala sesuatu yang kita kerjakan memiliki arah dan tujuan yang pasti. Hukum syariah adalah hukum yang diyakini memiliki keterkaitan dengan sumber dan ajaran Islam, yakni hukum amal berupa interaksi sesama manusia, selain jinayat.⁵⁵

Loyalitas yaitu derajat sejauh mana seorang nasabah menunjukkan perilaku pembelian berulang dari suatu penyedia jasa, memiliki suatu disposisi atau kecenderungan sikap positif terhadap penyedia jasa, dan hanya mempertimbangkan untuk menggunakan penyedia jasa ini pada saat muncul kebutuhan untuk memakai jasa ini.⁵⁶ Maka semakin baik manajemen dan tujuan suatu perbankan maka semakin memberikan kepuasan pula terhadap pelanggan atau nasabah sehingga terciptanya loyalitas pada nasabah perbankan tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Intan dengan judul penelitian “pengaruh penerapan nilai syariah dan bauran pemasaran jasa terhadap loyalitas nasabah pada Bumiputera Syariah Cabang Yogyakarta” maka diperoleh hasil bahwa penerapan nilai syariah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bumiputera Syariah. Jadi semakin tinggi penerapan prinsip syariah pada Bumiputera Syariah maka semakin tinggi angka loyalitas nasabah pada Bumiputera Syariah. Hal ini dikarenakan masyarakat atau nasabah percaya

⁵⁵Supardin, *Materi Hukum Islam*. (Makasar: Alauddin University Press, 2011) h. 22

⁵⁶Utomo, *Analisis Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Pada Operator Telepon Seluler*. (Yogyakarta: Tesis, 2011) h. 27

bahwa Bumiputera Syariah telah menerapkan nilai syariah yang diyakini terhindar dari unsur riba, garar, ataupun maisir.⁵⁷

E. Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah

Tujuan utama dari strategi pemasaran yang dijalankan adalah untuk meningkatkan jumlah nasabahnya, baik secara kuantitas maupun kualitas. Secara kuantitas artinya jumlah nasabah bertambah cukup signifikan dari waktu ke waktu, sedangkan secara kualitas artinya nasabah yang didapat merupakan nasabah yang produktif yang mampu memberikan laba bagi bank. Untuk mencapai tujuan tersebut dapat dilakukan dengan berbagai cara dan salah satunya adalah melalui memberikan kepuasan nasabah atau pelanggan. Kepuasan nasabah menjadi sangat bernilai bagi bank atau perusahaan, sehingga tidak heran selalu ada slogan bahwa pelanggan adalah raja, yang perlu dilayani dengan sebaik-baiknya.⁵⁸

Loyalitas nasabah adalah komitmen untuk membela secara mendalam untuk membeli kembali atau berlangganan kembali produk atau layanan yang dipilih secara konsisten di masa depan, meskipun pengaruh situasi dan upaya pemasaran memiliki potensi untuk menyebabkan perubahan dalam tingkah laku.⁵⁹ Sedangkan Loyalitas adalah situasi dimana nasabah bersikap positif terhadap produk atau produsen (penyedia jasa atau produk) dan disertai pola pembelian ulang yang konsisten.⁶⁰ Jika terciptanya kepuasan pada nasabah terhadap suatu perbankan maka otomatis akan terciptanya loyalitas nasabah terhadap perbankan tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yulisa dengan judul penelitian “pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah bank” maka diperoleh hasil bahwa kepuasan mempengaruhi secara signifikan loyalitas nasabah bank. Hal ini dikuatkan oleh hasil dari hasil uji regresi yang menghasilkan standar koefisien sebesar 0,492.⁶¹

⁵⁷Intan, *Pengaruh Penerapan Nilai Syariah Dan Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bumiputera Syariah Cabang Yogyakarta*. (Jurnal Penelitian, 2014)

⁵⁸Utomo, *Analisis Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Pada Operator Telepon Seluler*. (Yogyakarta: Tesis, 2011) h. 27.

⁵⁹Sorayanti, *The Influence Of Customer Loyalty*. (Internasional Jurnal, 2015) h. 645.

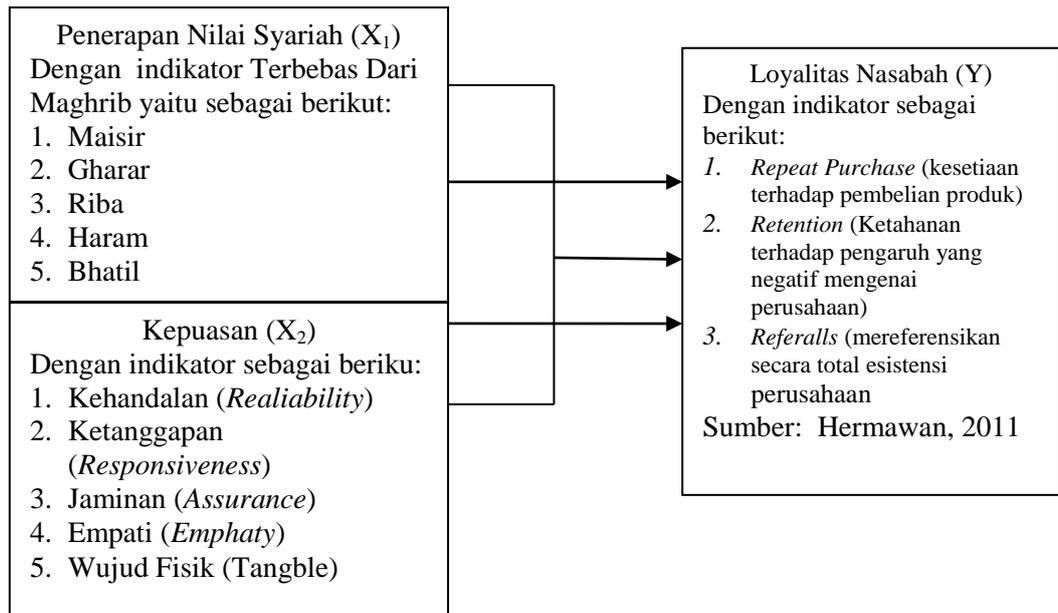
⁶⁰Tjiptono, *Manajemen Jasa*. (Yogyakarta, 2010) h. 111.

⁶¹Yulisa, *Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank*. (Jurnal Penelitian, 2015)

F. Kerangka Berfikir

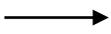
Gambar 1
Kerangka Berfikir

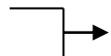
Pengaruh Penerapan Nilai Syariah dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BNI Syariah Kota Bengkulu



Keterangan:

 : Menunjukkan variabel dimana variabel penerapan nilai syariah, kepuasan dan loyalitas nasabah

 : X_1 atau X_2 mempengaruhi Y

 : X_1 dan X_2 mempengaruhi Y

Kerangka berfikir pada gambar 1 diatas, menjelaskan bahwa variabel penerapan nilai syariah diduga mempengaruhi loyalitas nasabah dan variabel kepuasan diduga mempengaruhi loyalitas nasabah.

G. Hipotesis

- H₁: Penerapan nilai syariah dan kepuasan berpengaruh simultan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BNI Syariah Kota Bengkulu.
- H₂: Penerapan nilai syariah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BNI Syariah Kota Bengkulu.
- H₃: Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BNI Syariah Kota Bengkulu.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif asosiatif, karena bertujuan untuk menguji pengaruh penerapan nilai syariah dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BNI Syariah Kota Bengkulu.⁶²

B. Lokasi Penelitian dan Waktu

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Bank BNI Syariah KC Bengkulu yaitu Jl. Jendral Sudirman No. 41-43 RT 09/13 Kelurahan Tengah Padang Kecamatan Teluk Segara Bengkulu. Peneliti memilih lokasi penelitian di PT. BNI Syariah dikarenakan terdapat kesenjangan data ketika observasi awal

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan November 2017-Mei 2018 (jadwal penelitian terlampir).

C. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah bank BNI syariah Bengkulu pada tahun 2017 yaitu sebanyak 15.714 orang nasabah.⁶³ Teknik pengambilan sampel penelitian dengan metode *Accidental sampling*, yaitu metode pengambilan sampel secara kebetulan yang ditemukan pada saat

⁶²Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. (Alfabeta., 2011) h. 23

⁶³ PT. BNI Syariah Cabang Bengkulu, 2018

penelitian. Dalam menentukan ukuran sampel dari populasi yang akan diteliti, peneliti menggunakan metode *Slovin* yaitu:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan :

n : Besaran sampel

N : Besaran populasi

e : Margin of error atau kesalahan maksimum yang bisa ditoleransi,
biasanya sebesar 10%

$$n = \frac{15.714}{1+15.714(0,01)}$$

$$n = \frac{15.714}{158,14}$$

$$n = 99 \text{ responden}$$

Maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 99 orang nasabah Bank BNI Syariah Bengkulu.

D. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Data yang diperlukan untuk penelitian ini adalah data :

1. Sumber Data

a) Data Primer

Pengumpulan data primer dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Data primer

berupa data yang berkaitan dengan variabel penelitian yaitu data yang diperoleh dari Bank BNI Syariah Bengkulu.

b) Data Primer

Data sekunder diperoleh dari data yang diberikan oleh Bank BNI Syariah Bengkulu, referensi jurnal, skripsi, maupun buku-buku yang berkaitan dengan penelitian.

2. Teknik Pengumpulan Data

a. Survey

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyusun daftar pertanyaan atau pernyataan yang diajukan kepada responden dalam bentuk sampel. Teknik survey digunakan untuk mengumpulkan data lapangan yang akan diuji secara statistik.

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental. Dokumentasi yang berbentuk gambar seperti foto, video, dan sebagainya. Maka pada penelitian ini peneliti menggunakan dokumentasi berupa foto.

E. Variabel dan Definisi Operasional

1. Penerapan Nilai Syariah (X_1)

Penerapan Nilai syariah adalah nilai yang terbebas dari maghrib yaitu maisir yang berarti memperoleh sesuatu dengan sangat mudah tanpa kerja keras atau mendapat keuntungan tanpa bekerja, gharar yang berarti ketidakpastian, riba yang berarti kelebihan atau tambahan bayaran tanpa ada ganti atau imbalan yang di syaratkan bagi salah seorang dari dua orang yang membuat akad (transaksi), haram, dan bhatil yang berarti tidak memenuhi syarat dan hukum. Adapun indikator penerapan nilai syariah adalah sebaga berikut:

1. Maisir
2. Gharar
3. Riba
4. Haram
5. Bhatil

2. Kepuasan (X_2)

Kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Adapun indikator kepuasan adalah sebagai berikut:

1. Kehandalan (*Realiability*)
2. Ketanggapan (*Responsiveness*)
3. Jaminan (*Assurance*)
4. Empati (*Emphaty*)

5. Wujud Fisik (Tangible)

3. **Loyalitas Nasabah (Y)**

Loyalitas merupakan suatu sikap positif nasabah terhadap suatu produk atau jasa maupun pada perusahaan itu sendiri yang disertai dengan komitmen untuk membeli produk atau jasa perusahaan tersebut dan merekomendasikannya pada pihak lain. Adapun indikator loyalitas nasabah adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Produk
2. Kualitas Jasa
3. Emosional
4. Harga
5. Biaya

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat ukur dalam penelitian yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Pada penelitian ini instrument yang digunakan adalah kuesioner tertutup yang terdiri dari 5 butir pernyataan tentang penerapan nilai syariah (X_1), 26 butir pernyataan tentang kepuasan nasabah (X_2) dan 18 butir pernyataan tentang loyalitas nasabah (Y). Skala ukur yang digunakan adalah skala *likert* seperti tabel dibawah ini:

Tabel. 3.1
Pengukuran *Skala Likert* Penerapan Nilai Syariah, Kepuasan dan Loyalitas

Kategori	Skor
Sangat Tidak Setuju	1

Tidak Setuju	2
Setuju	3
Sangat Setuju	4

Sumber: Sugiyono, 2013

G. Teknik Analisis Data

1. Pengujian Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu langkah pengujian yang dilakukan terhadap isi (*content*) dari suatu instrumen, dengan tujuan untuk mengukur ketepatan instrument yang digunakan dalam suatu penelitian. Uji yang digunakan untuk mengetahui ketepatan suatu alat ukur, sehingga dapat mengungkapkan data dari Variabel. Jika nilai *corrected* total item C > *corrected* total item C maka butir kuesioner valid dan jika $\text{sig} < \alpha$, maka kuesioner tidak valid.⁶⁴

b. Uji reliabilitas

Untuk mengetahui reliabilitas suatu alat ukur, instrumen yang dikatakan reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus *Alpha Cronbach*, dimana dikatakan reliabel jika *Alpha Cronbach* > 0,50.⁶⁵

⁶⁴ Sugiyono. *Metode Penelitian Manajemen*. (Bandung: Afabeta, 2013),h. 24

⁶⁵ Sugiyono. *Metode Penelitian Manajemen*.....h. 25

2. Pengujian Asumsi Dasar

a. Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam metode regresi, variabel dependen dan variabel independen memiliki distribusi normal atau tidak. Untuk menghindari terjadinya bias, data yang digunakan harus terdistribusi dengan normal. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Seperti diketahui bahwa uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistic menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil.⁶⁶

Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah One Sample Kolmogorov-Smirnov Test. Dalam uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*, variabel-variabel yang mempunyai Asymp. Sig (2-tailed) dibawah tingkat signifikan sebesar 0,05 (probabilitas < 0,05) diartikan bahwa variabel-variabel tersebut memiliki distribusi tidak normal dan sebaliknya⁶⁷

b. Homogenitas

Uji homogenitas adalah pengujian mengenai sama tidaknya variansi-variansi dua buah distribusi atau lebih. Uji homogenitas

⁶⁶Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011)h. 67

⁶⁷Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011)h. 68

dilakukan untuk mengetahui apakah data dalam variabel X dan Y bersifat homogeny atau tidak.⁶⁸

3. PengujianAsumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi diantara variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi bahwa ada tidaknya multikolonieritas di dalam regresi dapat dilihat dari :(1) *tolerance value*, (2) *nilai variance inflation factor (VIF)*. Model regresi yang bebas multikolonieritas adalah yang mempunyai *tolerance value* diatas 0,1 atau VIP dibawah 10. Apabila *tolerance variance* dibawah 0,1atau VIP diatas 10 maka terjadi multikolonieritas.⁶⁹

4. PengujianHipotesis

a. Uji F

Uji F ini digunakan untuk melihat apakah model yang digunakan dalam regresi telah fit (*goodness of fit model*). Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah variabel independen atau bebas dimasukan dalam model yang mempunyai pengaruh bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat.⁷⁰ Derajat kepercayaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5%. Kriteria untuk pengambilan kesimpulan dapat dilihat dari signifikan atau tidaknya variabel independen terhadap variabel dependen adalah :

⁶⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Kuntitatif Kualitatif dan R&D*. (Alfabeta, 2011) h. 45

⁶⁹Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Dipenogoro, 2011)h. 123

⁷⁰Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS...*h, 142

- 1) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_a diterima yang artinya secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan dari seluruh variabel bebas (X) terhadap variabel (Y).
- 2) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_a ditolak yang artinya secara simultan tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari seluruh variabel bebas (X) terhadap variabel (Y).

b. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial masing-masing variabel. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel *coefficient* pada kolom sig (*significance*).⁷¹ Uji t dilakukan untuk mengujitingkat signifikansi pengaruh variabel independen berupa penerapan nilai syariah terhadap variabel dependen berupa loyalitas nasabah secara parsial. Tingkat signifikansi yang digunakan sebesar 5% pengambilan kesimpulan dapat dilihat dari signifikan atau tidaknya variabel independen terhadap variabel dependen dalam uji t adalah:

- 1) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_a diterima yang artinya secara individual variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_a ditolak yang artinya secara individual variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

⁷¹Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS...*, 146

c. Koefisien Determinasi

Uji ini bertujuan untuk menentukan proporsi atau persentase total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan variabel bebas. Apabila analisis yang digunakan adalah regresi sederhana, maka yang digunakan adalah nilai *R Square*. Namun, apabila analisis yang digunakan adalah regresi berganda, maka yang digunakan adalah *Adjusted R Square*. Hasil perhitungan *Adjusted R²* dapat dilihat pada output model summary. Pada kolom *Adjusted R²* dapat diketahui berapa persentase yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Sedangkan sisanya dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.⁷²

⁷²Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS...*h, 147

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Tempat Penelitian

1. Sejarah dan Perkembangan BNI Syariah Bengkulu

Tempaan krisis moneter tahun 1997 membuktikan ketangguhan sistem perbankan syariah. Prinsip Syariah dengan 3 (tiga) pilarnya yaitu adil, transparan dan maslahat mampu menjawab kebutuhan masyarakat terhadap sistem perbankan yang lebih adil. Dengan berlandaskan pada Undang-undang No.10 Tahun 1998, pada tanggal tanggal 29 April 2000 didirikan Unit Usaha Syariah (UUS) BNI dengan 5 kantor cabang di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin. Selanjutnya UUS BNI terus berkembang menjadi 28 Kantor Cabang dan 31 Kantor Cabang Pembantu. Disamping itu nasabah juga dapat menikmati layanan syariah di Kantor Cabang BNI Konvensional (office channelling) dengan lebih kurang 1500 outlet yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Di dalam pelaksanaan operasional perbankan, BNI Syariah tetap memperhatikan kepatuhan terhadap aspek syariah. Dengan Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang saat ini diketuai oleh KH.Ma'ruf Amin, semua produk BNI Syariah telah melalui pengujian dari DPS sehingga telah memenuhi aturan syariah.⁷³

Berdasarkan Keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor 12/41/KEP.GBI/2010 tanggal 21 Mei 2010 mengenai pemberian izin

⁷³Profil PT. BNI Syariah Cabang Bengkulu

usaha kepada PT Bank BNI Syariah. Dalam Corporate Plan UUS BNI tahun 2003 ditetapkan bahwa status UUS bersifat temporer dan akan dilakukan *spin off* tahun 2009. Rencana tersebut terlaksana pada tanggal 19 Juni 2010 dengan beroperasinya BNI Syariah sebagai Bank Umum Syariah (BUS). Realisasi waktu spin off bulan Juni 2010 tidak terlepas dari faktor eksternal berupa aspek regulasi yang kondusif yaitu dengan diterbitkannya UU No.19 tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) dan UU No.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Disamping itu, komitmen Pemerintah terhadap pengembangan perbankan syariah semakin kuat dan kesadaran terhadap keunggulan produk perbankan syariah juga semakin meningkat.⁷⁴

2. Visi BNI Syariah adalah “Menjadi bank syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja”

3. Misi BNI Syariah

- a. Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan.
- b. Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah.
- c. Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor. Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah.⁷⁵
- d. Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.

⁷⁴Profil PT. BNI Syariah Cabang Bengkulu

⁷⁵Profil PT. BNI Syariah Cabang Bengkulu

4. Produk BNI Syariah

a. Produk Penghimpun Dana

1) Tabungan iB Hasanah

Definisi dari Tabungan iB Hasanah menurut para bankir BNI adalah: “Simpanan transaksional yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syara tertentu, tidak dapat ditarik dengan cek/giro atau alat yang dipersamakan dengan itu.” Tabungan iB Hasanah merupakan simpanan dalam bentuk mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah muthlaqah* atau simpanan berdasarkan akad *wadiah*.

2) Tabungan iB Prima Hasanah

Definisi dari Tabungan iB Prima Hasanah menurut para bankir “Simpanan transaksional yang ditujukan bagi nasabah prima BNI Syariah,” yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah muthlaqah*.

3) Tabungan iB Bisnis Hasanah

Definisi dari Tabungan iB Bisnis Hasanah adalah: “Simpanan transaksi untuk para pengusaha dengan detail mutasi debit dan pembiayaan pada buku tabungan.”

4) Tabungan iB Tapenas Hasanah

Definisi dari Tabungan iB Tapenas Hasanah adalah:
“Tabungan berjangka bagi nasabah perorangan untuk investasi dana pendidikan ataupun perencanaan lainnya dengan manfaat asuransi.”

5) Tabungan iB THI Hasanah

Definisi untuk menjelaskan jenis Tabungan iB THI Hasanah adalah: “Tabungan yang digunakan sebagai penghimpun dana dan pembayaran Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH).”⁷⁶

6) Tabunganku iB

Tabungan iB adalah “Produk simpanan generik dari Bank Indonesia untuk meningkatkan kesadaran menabung.”

7) Tabungan iB Bisnis Hasanah

Tabungan iB Bisnis Hasanah adalah “simpanan transaksional untuk Anda para pengusaha dengan detail mutasi debit dan pembiayaan pada buku tabungan. Dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah muthlaqah*, dengan bagi hasil yang kompetitif, dan dikelola berdasarkan pada prinsip syariah.

8) Tabungan iB Tunas Hasanah

Tabungan iB Tunas hasanah adalah “adalah produk simpanan dalam mata uang Rupiah berdasarkan akad *wadiah* yang diperuntukkan bagi anak-anak dan pelajar yang berusia di bawah 17 tahun.”

9) Giro iB Hasanah

⁷⁶Profil PT. BNI Syariah Cabang Bengkulu

Definisi Giro iB Hasanah adalah: “Simpanan transaksional dalam mata uang rupiah (IDR) yang penarikannya dilakukan dengan cek atau bilyet giro (BG)”.

10) Deposito iB Hasanah

Definisi Deposito iB Hasanah adalah: “Simpanan berjangka dalam mata uang rupiah (IDR) ditujukan untuk investasi dan dapat dicairkan pada saat jatuh tempo.”⁷⁷

2. Produk Penyaluran Dana

Produk penyaluran dana pada bank BNI Syariah yaitu:

a. Pembiayaan Emas iB Hasanah

Pembiayaan Emas iB Hasanah merupakan “fasilitas pembiayaan yang diberikan untuk membeli emas logam mulia dalam bentuk batangan yang diangsur secara pokok setiap bulannya melalui akad *murabahah* (jual beli)”.

b. Griya iB Hasanah

Definisi dari Griya iB Hasanah adalah: “Griya iB Hasanah adalah fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk membeli, membangun, merenovasi rumah, dan membeli tanah kavling serta rumah *indent*, yang besarnya disesuaikan dengan kebutuhan pembiayaan dan kemampuan membayar kembali masing-masing calon nasabah.”

c. Multijasa iB Hasanah

⁷⁷Profil PT. BNI Syariah Cabang Bengkulu

Multijasa iB Hasanah (*Ijarah* Multijasa) adalah “fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada masyarakat untuk kebutuhan jasa dengan agunan berupa *fixed asset* atau kendaraan bermotor selama jasa dimaksud tidak bertentangan dengan UU/Hukum yang berlaku serta tidak termasuk kategori yang diharamkan Syariah Islam.”⁷⁸

d. Multiguna iB Hasanah

Multiguna iB Hasanah adalah “fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk membeli barang kebutuhan konsumtif dengan agunan berupa barang yang dibiayai (apabila bernilai material) atau *fixed asset* yang ditujukan untuk kalangan profesional dan pegawai aktif yang memiliki sumber pembayaran kembali dari penghasilan tetap dan tidak bertentangan dengan UU/ Hukum yang berlaku serta tidak termasuk kategori yang diharamkan Syariah Islam.”

e. *Flexi* iB Hasanah

*Flexi*iB Hasanah adalah “pembiayaan konsumtif bagi pegawai/karyawan suatu perusahaan/lembaga/instansi untuk pembelian barang dan penggunaan jasa yang tidak bertentangan dengan UU/Hukum yang berlaku serta tidak termasuk kategori yang diharamkan oleh Syariah Islam.”

f. Talangan Haji iB Hasanah

⁷⁸Profil PT. BNI Syariah Cabang Bengkulu

Talangan Haji iB Hasanah adalah “fasilitas pembiayaan konsumtif yang diajukan kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhan biaya setoran awal Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji(BPIH) yang ditentukan oleh Kementrian Agama, untuk mendapatkan nomor seat porsi haji dengan menggunakan akad *ijarah*.”⁷⁹

g. iBHasanah *Card*

iBHasanah *Card* adalah “salah satu produk pembiayaan unggulan dari BNI Syariah yang diterbitkan berdasarkan Fatwa DSN No.54/DSN-MUI/X/2006. iBHasanah *Card* merupakan kartu yang berfungsi sebagai kartu pembiayaan yang berdasarkan sistem syariah sebagaimana diatur dalam fatwa.”

h. Oto iB Hasanah

Oto iB Hasanah adalah “fasilitas pembiayaan konsumtif murabahah yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk pembelian kendaraan bermotor dengan agunan kendaraan bermotor yang dibiayai dengan pembiayaan ini.”Akad yang digunakan pada produk Oto iB Hasanah adalah *murabahah*.

i. Tunas Usaha iB Hasanah

Tunas Usaha iB Hasanah adalah “pembiayaan modal kerja dan atau investasi yang diberikan untuk usaha produktif yang *feasible*

⁷⁹Profil PT. BNI Syariah Cabang Bengkulu

namun belum *bankable* dengan prinsip syariah dalam rangka mendukung pelaksanaan Instruksi Presiden Nomor 6 tahun 2007.”

j. Wirausaha iB Hasanah

Wirausaha iB Hasanah adalah “fasilitas pembiayaan produktif yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pembiayaan usaha-usaha produktif (modal kerja dan investasi) yang tidak bertentangan dengan syariah dan ketentuan peraturan perundangan yang berlaku.”

k. Gadai Emas iB Hasanah

Gadai Emas iB Hasanah atau juga disebut pembiayaan *rahn* adalah “penyerahan hak penguasa secara fisik atas barang berharga berupa emas (lantakan atau perhiasan beserta aksesorisnya) dari nasabah kepada bank. Sebagai agunan atas pembiayaan yang diterima.”⁸⁰

l. CCF iB Hasanah

Cash Collateral Financing iB Hasanah (CCF iB Hasanah) adalah “pembiayaan yang dijamin dengan *cash*, yaitu dijamin dengan simpanan dalam bentuk Deposito, Giro, dan Tabungan yang diterbitkan oleh BNI Syariah.”

5. Statistik Deskriptif

Statistik Deskriptif bertujuan untuk melihat distribusi data dan variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan SPSS 16.0 *For Windows* untuk

⁸⁰Profil PT. BNI Syariah Cabang Bengkulu

mempercepat perolehan hasil data yang akan menjelaskan variabel-variabel yang diteliti. Tabel deskriptif menunjukkan semua variabel yang digunakan dalam model analisis regresi linier berganda, yaitu : penerapan nilai syariah dan kepuasan sebagai variabel (X) dan loyalitas nasabah sebagai variabel (Y) pada PT.BNI Syariah cabang Bengkulu. Gambaran atau deskripsi variabel tersebut dapat dilihat dari nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean) dan standar deviasi dari setiap variabel yang digunakan dalam penelitian. Berikut ini adalah tabel statistik deskriptif variabel penelitian ini :

Tabel 4.1

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean		Std. Deviation
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic
X1	99	1.00	4.20	2.9717	.12517	1.24540
X2	99	1.38	4.07	2.9359	.11340	1.12835
Y	99	1.33	4.00	2.8868	.10823	1.07690
Valid N (listwise)	99					

Sumber : Data di olah 2018

Pada statistik deskriptif ini dilakukan untuk mengetahui jumlah responden yaitu 99, nilai maksimum untuk masing-masing variabel dimana nilai maksimum variabel penerapan X1 adalah 4.20, X2 adalah 4.07 dan Y adalah 4.00. Nilai minimum variabel X1 adalah 1.00, X2 adalah 1.38 dan Y adalah 1.33, sedangkan untuk mean masing-masing variabel X1 adalah 2,97, X2 adalah 2,93 dan Y adalah 2,88 dan untuk nilai standar deviasi nilai X1 adalah 1,24, X2 adalah 1,12 dan Y adalah 1,07.

B. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Adapun metode yang digunakan pada uji validitas ini menggunakan korelasi *Corrected Item – Total Correlation* dimana alat ukur dikatakan valid jika “r hitung > r tabel”.⁸¹ Hasil uji validitas data dapat dilihat pada tabel-tabel berikut:

Tabel 4.2
Critical Values of Correlation Coefficient (r tabel)

Num of XY Pair (N)	Deg. Of Freedom (N-2)	Coefficient
		$\alpha = 0.05$
99	97	0, 1167

Pada tabel 4.3 diketahui bahwa $N = 99$ dengan *coefficient* $\alpha = 0,05$ dan r tabel sebesar 0,228. Uji validitas dikatakan valid apabila r hitung > r tabel.

- 1) Uji validitas variable X1 (Penerapan Nilai Syariah)

Tabel 4.3
Uji validitas variabel X (Penerapan Nilai Syariah)

No. soal	r hitung	r tabel	Keterangan
X1	0, 953	0, 1167	Valid
X2	0, 908	0, 1167	Valid
X3	0, 962	0, 1167	Valid
X4	0,978	0, 1167	Valid
X5	0,945	0, 1167	Valid

⁸¹Dwi Priyatno. *Ragam Analisis Statistik Data dengan SPSS* (Yogyakarta: MediaKom, 2008), h. 59

2) Uji validitas variable X2 (Kepuasan)

Tabel 4.4
Uji validitas variabel X2 (Kepuasan)

No. soal	r hitung	r tabel	Keterangan
X1	0,283	0,1167	Valid
X2	0,955	0,1167	Valid
X3	0,834	0,1167	Valid
X4	0,908	0,1167	Valid
X5	0,949	0,1167	Valid
X6	0,866	0,3610	Valid
X7	0,964	0,3610	Valid
X8	0,981	0,3610	Valid
X9	0,943	0,3610	Valid
X10	0,961	0,3610	Valid
X11	0,832	0,3610	Valid
X12	0,967	0,3610	Valid
X13	0,962	0,3610	Valid
X14	0,934	0,3610	Valid
X15	0,899	0,3610	Valid
X16	0,806	0,3610	Valid
X17	0,945	0,3610	Valid
X18	0,956	0,3610	Valid
X19	0,955	0,3610	Valid
X20	0,912	0,3610	Valid
X21	0,949	0,3610	Valid
X22	0,866	0,3610	Valid
X23	0,964	0,3610	Valid
X24	0,981	0,3610	Valid
X25	0,943	0,3610	Valid
X26	0,961	0,3610	Valid

3) Uji validitas variable Y (Loyalitas)

Tabel 4.5
Uji validitas variabel Y (Loyalitas)

No. soal	r hitung	r tabel	Keterangan
Y1	0,815	0,3610	Valid
Y2	0,944	0,3610	Valid
Y3	0,950	0,3610	Valid
Y4	0,926	0,3610	Valid
Y5	0,890	0,3610	Valid
Y 6	0,793	0,3610	Valid
Y 7	0,955	0,3610	Valid
Y 8	0,965	0,3610	Valid
Y 9	0,955	0,3610	Valid
Y 10	0,927	0,3610	Valid
Y 11	0,818	0,3610	Valid
Y 12	0,934	0,3610	Valid
Y 13	0,954	0,3610	Valid
Y 14	0,926	0,3610	Valid
Y 15	0,893	0,3610	Valid
Y 16	0,818	0,3610	Valid
Y 17	0,957	0,3610	Valid
Y 18	0,958	0,3610	Valid

Dari di atas seluruh item pertanyaan kuesioner dinyatakan valid artinya semua butir pertanyaan dapat mengukur validitas penelitian karena $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ dan dapat dilanjutkan ke uji reliabilitas.

b. Uji Reliabilitas

Uji realibilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Realibilitas menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama, dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran teknik *Cronbach Alpha*, dimana alat ukur dikatakan reliabel jika nilai

Cronbach Alpha > 0,50.⁸² Hasil uji realibilitas direkap pada tabel berikut:

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas

	Cronbach's Alpha	N of Items	$\alpha = 0,50$	Keterangan
X1	0,833	5	0,50	Reliabel
X2	0,766	26	0,50	Reliabel
Y	0,774	18	0,50	Reliabel

Berdasarkan hasil tabel 4.6 di atas, dapat diketahui bahwa seluruh variabel memiliki nilai *alpha cronbach* yang lebih dari 0,50 maka butir pernyataan tersebut dinyatakan reliabel. Artinya semua butir kuesioner digunakan dalam penelitian karena nilai *alpha cronbach* yang lebih dari 0,50

2. Hasil Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian hipotesis, model regresi penelitian ini di uji dengan asumsi klasik. Pengujian asumsi klasik diperlukan agar interpretasi hasil dari analisis regresi tidak terganggu dan diperoleh adanya ketepatan model. Dalam pengujian asumsi klasik, asumsi-asumsi yang digunakan adalah Normalitas Data, Multikolinieritas.

a. Uji Normalitas Data

⁸²Singgih Santoso, *Panduan Lengkap Menguasai SPSS 16*, (Jakarta: PT. Elek Media Komputindo,2008),h. 78

Pengujian Normalitas data dengan tujuan melihat apakah suatu data terdistribusi secara normal atau tidak secara statistik. Uji normalitas data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov Test. Dan dikatakan terdistribusi normal apabila nilai signifikan dari pengujian Kolmogorov-Smirnov Test $> 0,05$ (5%).⁸³ Data hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.7
Uji Normalitas

		X1	X2	Y
N		99	99	99
Normal Parameters ^a	Mean	2.9717	2.9359	2.8868
	Std. Deviation	1.24540	1.12835	1.07690
Most Extreme Differences	Absolute	.323	.321	.307
	Positive	.200	.241	.224
	Negative	-.323	-.321	-.307
Kolmogorov-Smirnov Z		3.211	3.193	3.052
Asymp. Sig. (2-tailed)		.051	.065	.055
a. Test distribution is Normal.				

Sumber : Data Sekunder di olah 2018

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi dari pengujian Kolmogorov-Smirnov Test. Pada hasil Uji Normalitas dengan menggunakan Kolmogorov-Smirnov Test hanya dengan melihat nilai Asymp.Sig. (2-tailed) pada output SPSS. Dapat terlihat bahwa data motivasi dan perilaku pemimpin terdistribusi secara normal karena nilai signifikansi $> 0,05$ (5%)

⁸³Sufren Yonathan Natanael. *Belajar Otodidak SPSS Pasti Bisa*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2014), h. 99

pada masing-masing variabel yaitu 0,051, 0,065 dan 0,055 sedangkan nilai output lainnya tidak digunakan karena hanya mengikuti output saja.

b. Uji Homogenitas

Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
X1	1.921	12	77	.084
X2	2.261	12	77	.086

Nilai signifikansi = 0,216 dan 0,548 lebih besar dari 0,05 maka terdapat pengaruh yang linier antara variabel X dan Y.

c. Uji Linieritas

ANOVA Table

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X1 Between (Combined) Groups	89.444	10	8.944	32.515	.000
Linearity	86.421	1	86.421	314.158	.000
Deviation from Linearity	3.023	9	.336	1.221	.293
Within Groups	24.208	88	.275		
Total	113.652	98			

Nilai signifikansi = 0,293 lebih besar dari 0,05 maka terdapat pengaruh yang linier antara variabel X dan Y

d. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas merujuk pada adanya hubungan linier sempurna diantara variabel penjelas dalam suatu regresi. Untuk mendeteksi ada

tidaknya gejala multikolinieritas antar variabel independen yang digunakan, dapat diketahui melalui nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Hasil uji multikolinieritas dapat terlihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.8
Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.284	.112		2.526	.013		
X1	.135	.079	.156	1.714	.040	.170	5.889
X2	.750	.087	.786	8.649	.000	.170	5.889

a. Dependent Variable:
Y

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai tolerance karena nilai VIF semua dibawah 10 dan nilai toleransi lebih besar dari 0,1. Dengan demikian variabel independen maka data tersebut terbebas dari multikolinieritas.⁸⁴ Pada uji Multikolinieritas ini yang digunakan adalah nilai *collinearity statistics tolerance* dan VIF saja sedangkan nilai lainnya digunakan pada uji lainnya. Nilai Unstandardized Coefficients B digunakan untuk menentukan persamaan regresi, std error untuk melihat standar kesalahan atau error yang terjadi, Standardized Coefficients Beta untuk melihat nilai normalitas, nilai t digunakan untuk uji t, nilai signifikansi untuk melihat pengaruh antar variabel apakah HO atau Ha yang diterima.

6. Pengujian Hipotesis

⁸⁴Sufren Yonathan Natanael. *Belajar Otodidak SPSS...*, h. 105

a. Analisis Regresi Berganda

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan analisis regresi yaitu analisis regresi berganda.

Tabel 4.10
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.284	.112		2.526	.013		
X1	.135	.079	.156	1.714	.040	.170	5.889
X2	.750	.087	.786	8.649	.000	.170	5.889

a. Dependent Variable:
Y

Nilai Unstandardized Coefficients B digunakan untuk menentukan persamaan regresi, std error untuk melihat standar kesalahan atau error yang terjadi, Standardized Coefficients Beta untuk melihat nilai normalitas, nilai t digunakan untuk uji t, nilai signifikansi untuk melihat pengaruh antar variabel apakah Ho atau Ha yang diterima sedangkan pada nilai tolerance dan VIF digunakan untuk uji multikolinearitas.

Dari perhitungan komputer yaitu perhitungan dengan SPSS versi 16 *for windows* didapatkan persamaan regresinya adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 0,284 + 0,135X_1 + 0,750X_2$$

Angka tersebut masing-masing secara ekonomi dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Penerapan Nilai Syariah(X_1)

Koefisien regresi variabel penerapan nilai syariah (X_1) sebesar 0,135 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan penerapan nilai syariah mengalami kenaikan, maka loyalitas nasabah (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,135. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara penerapan nilai syariah dengan loyalitas nasabah, semakin baik penerapan nilai syariah maka semakin meningkat loyalitas nasabah.

2. Kepuasan (X_2)

Koefisien regresi variabel perilaku pemimpin (X_2) sebesar 0,750 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan kepuasan mengalami kenaikan, maka loyalitas nasabah (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,750. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kepuasan dengan loyalitas nasabah, semakin mengalami kepuasan maka semakin meningkat loyalitas nasabah.

b. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Berikut ini adalah hasil uji koefisien determinasi (R^2), hasil uji R^2 digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Berikut tabel hasil uji R^2 :

Tabel 4.11
Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson

1	.930 ^a	.865	.862	7.207	2.002
---	-------------------	------	------	-------	-------

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Nilai R berkisar antara 0 sampai 1, jika mendekati 1 maka hubungan semakin erat tetapi jika mendekati 0 maka hubungan semakin lemah. Dari tabel diatas didapat nilai koefisien diterminasi $R^2=0,865$. Nilai ini mempunyai arti bahwa variabel independen yaitu penerapan nilai syariah dan kepuasan, secara bersama-sama memberikan sumbangan sebesar 86,5% dalam mempengaruhi variabel dependen. Hal ini berarti terjadi hubungan yang erat, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti.⁸⁵

a. Hasil Uji Simultan (Uji Statistik F)

Berikut ini adalah hasil uji f, hasil uji f digunakan untuk mengetahui apakah model dalam penelitian telah layak untuk digunakan. Analisis lebih lanjut mengenai pengujian hipotesis atau tidak, yang mana model dikatakan layak apabila nilai signifikansi $\leq 0,05$, dan model tidak layak untuk analisis selanjutnya bila nilai signifikansi $> 0,05$. Berikut tabel hasil uji f.

Tabel 4.12
Uji Simultan (Uji Statistik F)

ANOVA ^b					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.

⁸⁵Duwi Priyatno. *Belajar Cepat Olahan Data Statistic dengan SPSS...*, h. 83

1	Regression	98.347	2	49.174	308.448	.000 ^a
	Residual	15.305	96	.159		
	Total	113.652	98			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data di olah 2018

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai F 308.448, maka F tabel bisa dilihat di Table Statistics dengan nilai F Table sebesar 2,438 dengan Kriteria pengujian jika F hitung \leq F tabel, maka Ho diterima. Kemudian jika F hitung $>$ F tabel, maka Ho ditolak. Pada uji F ini yang dilihat adalah nilai F, sedangkan nilai lainnya hanya mengikuti output SPSS saja.

b. Hasil Uji signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dengan melihat nilai probabilitasnya. Berikut ini tabel hasil uji t.

Tabel 4.13
Hasil Parameter Individual (Uji Statistik t)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.284	.112		2.526	.013		
X1	.135	.079	.156	1.714	.040	.170	5.889
X2	.750	.087	.786	8.649	.000	.170	5.889

a. Dependent Variable:
Y

Dari tabel diatas diperoleh nilai signifikansi penerapan nilai syariah sebesar 0.040 dan kepuasan sebesar 0.000. Nilai t hitung sebesar 1,717 untuk variabel X1 dan 8,634 untuk variabel X2. Pada uji t ini yang dilihat

adalah nilai t, sedangkan nilai nilai signifikan dilihat untuk mengetahui apakah Ho atau Ha yang diterima. Kriteria pengujian 1) jika $-t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$, maka HO diterima 2) jika $< -t_{\text{tabel}} \text{ atau } t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka HO di tolak.

C. Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh penerapan nilai syariah terhadap loyalita nasabahPT. BNI Syariah Bengkulu dikarenakan nilai signifikansi motivasi sebesar 0,040 dan kepuasan sebesar 0,000 yang keduanya di bawah 0,05 maka Ha diterima yaitu terdapat kepuasan terhadap loyalitas nasabah. Hasil penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hamid (2014) yang menyatakan bahwa penerapan nilai syariah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas nasabah, sehingga hipotesis yang menyatakan kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas dapat diterima. Hal ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Muni (2011) yang menyatakan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Artinya kepuasan nasabah semakin tinggi maka tingkat loyalitas pun semakin tinggi.

Keadilan adalah segala sesuatu yang mencakup diri sendiri dan orang lain yang berhak untuk didapatkannya. Sesungguhnya keadilan adalah cahaya di dunia dan di dalamnya terdapat faedah keterkaitan antara keadilan dengan amanah, karena sesungguhnya orang yang diberi amanah tidak bisa

menunaikan amanah yang diserahkan kepadanya kecuali dengan keadilan. Penerapan nilai syariah dalam hal ini adalah keadilan yang harus didapatkan oleh seluruh pihak yang berhubungan dengan BNI Syariah termasuk nasabahnya, nasabah berhak mendapat bagi hasil sesuai dengan hasil kesepakatan pada waktu akad begitupun sebaliknya dengan pihak Bank BNI Syariah. Nilai-nilai Syariah yang berisikan nilai-nilai Islam dengan menjadikan kejujuran, keadilan dan kesetaraan sebagai pegangan atau pedoman dalam mengelolah BNI Syariah untuk memberikan kepuasan terhadap nasabahnya adalah hal yang sangat baik bagi setiap nasabah, karena hal tersebut yang menjadi dasar kepercayaan nasabah dalam menyimpan atau bekerjasama dengan BNI Syariah Cabang Bengkulu.

Kenyamanan dan unsur kepercayaan yang menjadi dasar oleh nasabah untuk tetap bekerjasama dengan BNI Syariah Cabang Bengkulu. Prinsip keadilan dapat terlihat pada pengelolaan kegiatan usaha syariah yang menghasilkan pendapatan, contohnya saja bagi hasil. Bagi hasil yang dilakukan berdasarkan akad yang terbagi atas 2 (dua) bagian, yaitu musyarakah dan mudharabah. Proporsi keuntungan yang diperoleh nasabah berdasarkan akad musyarakah adalah 60% untuk nasabah dan 40% untuk pihak bank, hal ini dikarenakan dana yang diberikan pihak bank kepada nasabah adalah 50% sehingga pembagiannya akan lebih besar kepada nasabah sebagai pengelola. Beda halnya dengan akad mudharabah, proporsi keuntungan yang diperoleh nasabah adalah 40% dan bank 60% hal ini dikarenakan pihak bank memberikan dana kepada nasabah 100%. Dalam hal

ini, nisbah (keuntungan) bisa saja berubah sewaktu-waktu berdasarkan pendapatan yang diperoleh dari usahanya. Hal tersebut ditentukan pada waktu akad dan disampaikan kepada nasabah se-detail mungkin agar nasabah dapat mengerti dan dilaksanakan setelah kedua belah pihak menyepakati hasil dari perjanjian tersebut. Berdasarkan nilai-nilai Islam tersebut, pimpinan BNI Syariah Bengkulu mengemukakan bahwa nilai-nilai Islam yang ada pada BNI Syariah diterapkan berdasarkan prinsip syariah mulai dari diterapkannya nilai-nilai Islam pada karyawan atau orang-orang yang akan mengelola BNI Syariah dengan baik. Dengan tujuan agar BNI Syariah dikelola oleh orang-orang yang handal yang tidak sekedar dilatih untuk memahami konsep perbankan, tetapi juga dilatih untuk memahami dan menerapkan kembali kepada nasabah tentang konsep syariah yang berdasarkan nilai-nilai Islam.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari pengolahan dan analisis data dengan menggunakan regresi linier berganda dengan alat bantu software SPSS, maka dapat disimpulkan bahwa :

3. Terdapat pengaruh penerapan nilai syariah dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah PT. BNI Syariah Cabang Bengkulu dengan nilai F hitung $>$ F Tabel dimana F hitung 308.448, maka F tabel bisa dilihat di Table Statistics dengan nilai F Table sebesar 2,438.
4. Terdapat pengaruh penerapan nilai syariah terhadap loyalitas nasabah PT. BNI Syariah Cabang Bengkulu dikarenakan nilai signifikansi penerapan nilai syariah sebesar 0,040 dimana nilai tersebut di bawah 0,05 maka H_a diterima yang artinya terdapat pengaruh penerapan nilai syariah terhadap loyalitas nasabah PT. BNI Syariah Cabang Bengkulu
5. Terdapat pengaruh kepuasan terhadap terhadap loyalitas nasabah PT. BNI Syariah Cabang Bengkulu dikarenakan nilai signifikansi kepuasan sebesar 0,000 di bawah 0,05 maka H_a diterima yaitu terdapat pengaruh kepuasan terhadap terhadap loyalitas nasabah PT. BNI Syariah Cabang Bengkulu
6. Besar pengaruh antar variabel dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi $R^2=0,865$. Nilai ini mempunyai arti bahwa variabel independen yaitu penerapan nilai syariah dan kepuasan, secara bersama-sama memberikan sumbangan sebesar 86,5% dalam mempengaruhi variabel dependen. Hal ini

berarti terjadi hubungan yang erat, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dikemukakan, peneliti menyadari masih banyak kekurangan di dalamnya, Untuk itu, peneliti memberikan beberapa saran untuk bahan pertimbangan sebagai penyempurnaan penelitian selanjutnya yang terkait dengan penelitian serupa antara lain:

1. Perlunya mencar variabel-variabel lain karena dalam penelitian ini mempunyai nilai kontribusi (R^2) sebesar 86,5 % dan selebihnya merupakan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Misalnya ditambah variabel *brand image* atau variabel lain.
2. Untuk mendapatkan gambaran yang lebih luas maka perlu juga memperluas jangkauan dan juga jumlah subyek yang dijadikan sampel penelitian. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk menambah jumlah sampel yang lebih banyak. Dengan sampel yang lebih banyak maka hasil analisis dari penelitian yang didapatkan akan lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. *Manajemen Perbankan Syariah*. Jakarta: Nuha Medika. 2010
- Arikunto S. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta. 2010
- Ascarya. *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: Rajawali Press. 2015
- Burhanuddin. *Aspek Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2010
- Danar. “*Pengaruh Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Surakarta*”. *Jurnal Penelitian*, 2016
- Dwi Priyatno. *Ragam Analisis Statistik Data dengan SPSS*. Yogyakarta: MediaKom, 2008
- Duwi Priyatno. *Belajar Cepat Olahan Data Statistic dengan SPSS*, (Yogyakarta: Andi, 2012
- Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Dipenogoro. 2011
- Griffin. *Costumer Loyalty*. Jakarta: Erlangga. 2012
- Habib. *Ensiklopedi Ekonomi dan Perbankan Syariah*. Bandung: Kaki Langit. 2012
- Handoko. *Prilaku Konsumen BPFE*. Yogyakarta. 2010
- Harahap. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Persada. 2010
- Hermawan. *Loyalitas Konsumen Perbankan Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2011
- Husnul. *Penerapan Syariah Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2010
- Ibid. *Perbankan Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2010
- Intan. “*Pengaruh Penerapan Nilai Syariah Dan Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bumiputera Syariah Cabang Yogyakarta*”. *Jurnal Penelitian*, 2014
- Iska. *Sistem Perbankan Syariah di Indonesia Dalam Prespektif Fikih Ekonomi*. Yogyakarta: Fajar Media. 2012

- Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2015
- Kementerian Agama RI. *Al- Quran dan 80 Pemahannya*. Bogor: Halim. 2013
- Muhammad. *Pengantar Akutansi syariah*. Jakarta: Selemba Empat. 2010
- Muzamilu. “*Religious Challenges of Islamic Banking in Nigeria*”. *Jurnal Penelitian*, 2015
- Najmudin. *Manajemen Keuangan dan Aktualisasi Syariah Modern*. Yogyakarta: Andi Seftianne. 2011
- Newjoesufira. *Pengertian dan Konsep Nilai Dalam Islam*. Jakarta: Nuha Medika. 2016
- Rachmadi F. *Public Relations dalam Teori dan Praktek*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. 2011
- Sarjuni. *Prilaku Konsumen Terhadap Perbankan Syariah*. Yogyakarta: Pustaka. 2011
- Septi. *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka. 2016
- SinggihSantoso, *PanduanLengkapMenguasai SPSS 16*, (Jakarta: PT. Elek Media Komputindo,2008
- Sufren Yonathan Natanael. *Belajar Otodidak SPSS Pasti Bisa*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2014.
- Sorayanti. “*The Influence Of Costumer Loyalty*”. *Internasional Jurnal*, 2015
- Sugiyono. 2011. *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Alfabeta
- Sultan. 2013. *Pemilihan Perbankan Syariah*. Jakarta: EGC
- Supardin. *Materi Hukum Islam*. Makasar: Alauddin University Press. 2011
- Tjiptono. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta. 2010
- Utomo. “*Analisis Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Pada Operator Telepon Seluler*”. Yogyakarta: Tesis, 2011

Yulisa. *“Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank”*. Jurnal Penelitian, 2015

Zainuddin. *Hukum Perbankan Syariah*. Jakarta: Rineka Cipta. 2012

Zainul. *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*. Jakarta: Alvabet. 2010

