

SKRIPSI

**PENGARUH PENERAPAN NILAI-NILAI ISLAM TERHADAP
LOYALITAS NASABAH PADA PT. BANK SYARIAH
MANDIRI CABANG MAKASSAR**

BESSE ALFIRA ANUGRAH

105720 489 0 14



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR**

2018

**PENGARUH PENERAPAN NILAI-NILAI ISLAM TERHADAP
LOYALITAS NASABAH PADA PT. BANK SYARIAH
MANDIRI CABANG MAKASSAR**



Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi & Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar

Oleh

BESSE ALFIRA ANUGRAH

NIM 105720489014

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2018**

PERSEMBAHAN

Karya ilmiah ini kupersembahkan untuk orang tua tersayang, bapak dan mama tersayang. Terima kasih segala perhatian, kasih sayang dan segala kebaikan yang tidak mampu terucap oleh kata-kata. Setulusnya kuucapkan terima kasih

MOTTO

Jika kamu menginginkan untuk hidup dalam kehidupan yang bahagia maka gantungkan itu pada sebuah tujuan, bukan pada orang lain atau benda-benda

- Albert Einstein



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Alamat: Jl. Sultan Alauddin No. 259 Fax. (0411)860 132 Makassar 90221

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Penelitian : **Pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Islam terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar**

Nama Mahasiswa : **BESSE ALFIRA ANUGRAH**
NIM : 10572 04890 14
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

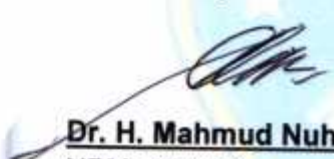
Menyatakan bahwa Skripsi ini telah diperiksa dan diujikan di depan Tim Penguji Skripsi Strata Satu (S1) pada hari Jumat, 08 Juni 2018 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.


Makassar, Juni 2018

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. H. Mahmud Nuhung, M.A.
NBM: 497794


Ismail Rasulong, S.E., M.M.
NBM: 903 078

Mengetahui,

Dean Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Jurusan Manajemen


Ismail Rasulong, S.E., M.M.
NBM: 903 078


Moh. Aris Pasigai, SE., MM.
NBM: 109 3485



PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Skripsi ini telah di sahkan oleh Panitia ujian skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar dengan Surat Keputusan Universitas Muhammadiyah Makassar dengan No. 0007 /2018 Tahun 1439 H/2018 M yang di pertahankan di depan Tim Penguji pada hari Jum'at, 08 Juni 2018 M/23 Ramadhan 1439 H sebagai persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 08 Juni 2018

Panitia Ujian :

Pengawasan Umum : Dr. H. Abd. Rahman Rahim, SE, MM

(Rektor Unismuh Makassar)



Ketua : Ismail Rasulong, SE, MM.

(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis) (.....)



Sekretaris : Dr. Agussalim HR, SE, MM.

(WD I Fakultas Ekonomi dan Bisnis) (.....)

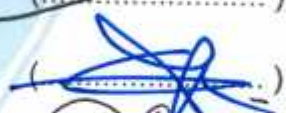


Penguji : 1. Dr. Agussalim HR, SE, MM.

2. Ismail Rasulong, SE, MM.

3. Samsul Rizal, SE, MM.

4. Ismail Badollahi, SE, M.Si.Ak.



KATA PENGANTAR

Assalamu Alaikum. Wr. Wb

Tiada pernah berhenti Allah Subhanahuata'ala, melimpahkan kasih sayang, nikmat, rahmat dan karunia yang sulit dikira tapi dapat dirasakan, sehingga sepatutnya kita mensyukuri dengan mengisi kehidupan ini dengan karya yang bermanfaat bagi seisi jagat raya ini.

Sebagai tugas akhir pada Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar dapat terselesaikan. Penulis menyadari bahwa dengan selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. H. Abd. Rahman Rahim SE.,MM selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Bapak Ismail Rasulong, SE.,MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar serta selaku pembimbing II penulis.
3. Bapak Moh. Aris Pasigai, SE.,MM. Selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Dr. H. Mahmud Nuhung, MA selaku pembimbing I dan Bapak Ismail Rasulong, SE.,MM selaku pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu untuk membimbing serta memberi arahan dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan Para staf Universitas Muhammadiyah Makassar yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

6. Ucapan terima kasih dan sembah sujud yang tak terhingga penulis haturkan kepada kedua orang tua atas nasehat, doa serta pengorbanan yang dilakukan selama ini.
7. Seluruh teman-temanku yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, atas perhatian dan pengertiannya.

Akhir kata, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua dan apa yang disajikan dalam skripsi ini dapat bermanfaat adanya. Amin.....

Wallahu Waliyyut Taufiq Walhidayah

Wassalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Makassar, Mei 2018

Penulis

ABSTRAK

Besse Alfira Anugrah. 2018. Pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Islam Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar, skripsi program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, di bimbing oleh H. Mahmud Nuhung dan Ismail Rasulong.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh nilai-nilai Islam pada bank berbasis syariah terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier sederhana.

Hasil analisis mengenai penerapan nilai-nilai Islam pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar, yang menunjukkan bahwa penerapan nilai-nilai Islam berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar, hal ini dapat dilihat dari nilai penerapan nilai-nilai Islam dengan nilai prob $< 0,05$.

Kata Kunci : Penerapan nilai-nilai Islam dan loyalitas nasabah.

ABSTRACT

Besse Alfira Anugrah. 2018. Influence the application of Islamic values to customer loyalty at PT. Bank Syariah Mandiri Makassar Branch, guided by H. Mahmud Nuhung and Ismail Rasulong.

This Study aims to determine the effect of application of Islamic values to customer loyalty at PT. Bank Syariah Mandiri Makassar Branch.

The method of analysis used in this study is the test of validity, reliability, simple linear regression analysis.

The result of the analysis of the implementation of Islamic values has a significant effect on customer loyalty in PT. Bank Syariah Mandiri Branch, this can be seen from the value of the application of Islamic values with prob values $<0,05$.

Keywords : application of Islamic values and Customer Loyalty.

DAFTAR ISI

	Halaman
SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK BAHASA INDONESIA	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Hasil Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
A. Nilai-Nilai Islam Dalam Perbankan Syariah	5
B. Pengertian Perbankan Syariah	9
C. Karakteristik Perbankan Syariah Dalam Konsep Produk Jasa Bank Syariah	11
D. Penerapan Nilai-Nilai Islam Dalam Perbankan Syariah	14
E. Pentingnya Penerapan Nilai-Nilai Islam Dalam Perbankan Syariah	15
F. Loyalitas Nasabah	16
G. Tinjauan Empiris	21
H. Kerangka Konsep	23
I. Hipotesis	27

BAB III METODE PENELITIAN	28
A. Jenis Penelitian	28
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	28
C. Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya.....	29
D. Populasi dan Sampel	31
E. Teknik Pengumpulan Data	32
F. Teknik Analisis.....	33
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	 36
A. Sejarah dan Perkembangan Bank Syariah Mandiri.....	36
B. Visi dan Misi	38
C. Struktur Organisasi	39
D. Uraian Tugas.....	40
E. Karakteristik Responden.....	47
F. Deskripsi Variabel Penelitian	51
G. Uji Instrumen Penelitian.....	54
H. Analisis Regresi mengenai Penerapan Nilai-Nilai Islam dan Loyalitas Nasabah.....	56
I. Pembahasan	58
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	 60
A. Kesimpulan	60
B. Saran-Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Skor Ideal	34
Tabel 5.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 5.2 Identitas Responden Berdasarkan Umur	48
Tabel 5.3 Identitas Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah	49
Tabel 5.4 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	49
Tabel 5.5 Identitas Responden berdasarkan Jenjang Pendidikan	50
Tabel 5.6 Tanggapan Responden Tentang Penerapan Nilai-Nilai Islam.....	51
Tabel 5.7 Tanggapan Responden Tentang Loyalitas Nasabah	52
Tabel 5.8 Hasil Uji Validitas	54
Tabel 5.9 Hasil Uji Reliabilitas	55
Tabel 5.10 Hasil Olahan Data Regresi Dengan Menggunakan Program SPSS Release 24.....	56

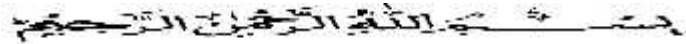
DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian	26
Gambar 2. Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar	39



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 259 gedung iqra Lt. 7 Telp. (0411) 866972



LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi atas nama Besse Alfira Anugrah, NIM : 105720489014, diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor :.....M, TanggalH/.....M, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

.....H
Makassar,-----
.....M

PANITIA UJIAN

1. Pengawas Umum : (.....)
2. Ketua : (.....)
3. Sekretaris : (.....)
4. Penguji : 1. (.....)
2. (.....)
3. (.....)
4. (.....)

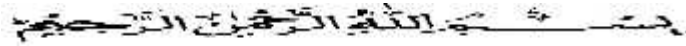
Disahkan oleh,
Dekan fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar

Ismail Rasulong, SE., MM
NBM : 903078



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 259 gedung iqra Lt. 7 Telp. (0411) 866972



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Besse Alfira Anugrah
Stambuk : 105720489014
Program Studi : Manajemen
Dengan Judul : " Pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Islam Terhadap
Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Syariah
Mandiri Cabang Makassar ".

Dengan ini menyatakan bahwa :

Skripsi yang saya ajukan di depan Tim Penguji adalah ASLI hasil karya sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapa pun.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar.

Makassar, 2018
Yang Membuat Pernyataan

Besse Alfira Anugrah
105720489014

Diketahui Oleh :
Dekan,

Ketua Program Studi,

Ismail Rasulong, SE., MM
NBM : 903078

Moh. Aris Pasigai, SE., MM
NBM : 1093485

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pendirian bank syariah di tanah air secara nyata dimulai sejak dikeluarkannya Paket Kebijakan Oktober 1988 yang mengatur tentang deregulasi dalam bidang perbankan di Indonesia. Sejak saat itu, para ulama yang tergabung dalam Majelis Ulama Indonesia (MUI) mulai berusaha untuk mendirikan bank dengan konsep bebas bunga, akan tetapi masih terhambat dengan tidak adanya hukum positif untuk mewujudkan hal tersebut. Hambatan tersebut dapat diatasi dengan menafsirkan peraturan di bidang perbankan bahwa bank dapat saja menerapkan tingkat bunga 0%.

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 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 alternatif bagi solusi yang menentukan bagi perkembangan ekonomi nasional khususnya umat islam.

Prinsip syariah yang harus dipatuhi oleh bank-bank syariah menurut Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah adalah prinsip perbankan syariah yang telah difatwakan oleh Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia dan selanjutnya dituangkan dalam Peraturan Bank Indonesia. Pasal 24 ayat 1 dan ayat 2 dan pasal 25 huruf a Undang-Undang No. 21 Tahun

2008 tentang perbankan syariah yang secara tegas menyatakan bahwa, bank syariah dilarang melakukan kegiatan usaha yang bertentangan dengan prinsip syariah.

Adanya pengaplikasian nilai-nilai islam dalam setiap perbankan syariah yaitu perjanjian/akad yang dibuat antara bank syariah dengan nasabahnya, akan sangat mendukung proses perkembangan perbankan syariah ke depannya. Penerapan nilai-nilai islam pada bank syariah secara baik dan benar tentu saja akan mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah. Penerapan nilai-nilai islam perlu menjadi perhatian penting bagi setiap bank syariah. Dengan penerapan nilai-nilai islam tersebut, akan meningkatkan kepercayaan masyarakat untuk menempatkannya ataupun untuk menggunakan pembiayaan dari bank syariah, itu menunjukkan masyarakat telah menjadi nasabah yang loyal pada bank syariah.

Konsep loyalitas pelanggan dipahami sebagai kombinasi sikap senang pelanggan dan perilaku pembelian ulang. Berbicara tentang loyalitas nasabah bank syariah tentunya tidak terlepas dari tingkat kepuasan nasabah terhadap produk dan pelayanan yang diberikan bank syariah kepada para nasabahnya. Nasabahnya yang merasa puas terhadap produk dan pelayanan yang diberikan oleh bank syariah tentunya akan membeli ulang produk bank syariah. Pembelian ulang yang terus menerus dari produk yang sama menunjukkan loyalitas nasabah terhadap produk tersebut. Loyalitas nasabah terhadap produk ini sangat diharapkan bank syariah untuk meningkatkan volume dana pihak ketiga disamping adanya penambahan nasabah baru yang potensial.

Menurut Deputi Kepala Perwakilan BI wilayah Sulsel Causa Iman Animo masyarakat pada untuk memanfaatkan layanan perbankan syariah di Kota

Makassar terus membaik. Namun Pertumbuhan perbankan Syariah di Kota Makassar Per triwulan II 2016 mengalami penurunan jika dibandingkan periode yang sama tahun 2015.

Karyawan pada Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar tentunya harus menghindari dan meninggalkan segala hal yang tidak sesuai dengan etika kerja islam, mereka diharuskan mengamalkan nilai-nilai yang telah dibuat oleh manajemen. Hal ini ternyata sudah mulai terlihat dimana hampir seluruh karyawan selalu mengikuti pengajian dan dzikir rutin yang diadakan oleh bank tersebut setiap satu minggu sekali pada hari jum'at, doa pagi bersama setiap harinya sebelum beraktivitas, melakukan kegiatan-kegiatan positif yang bermanfaat untuk diri pribadi dan rekan kerja, hingga melaksanakan shalat lima waktu secara berjamaah.

Memperhatikan latar belakang, sebagai mahasiswa muslim yang kuliah di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen, penulis merasa tertarik untuk mengetahui **"Pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Islam Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar"**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, peneliti merumuskan masalah, apakah ada pengaruh penerapan nilai-nilai Islam terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh nilai-nilai Islam terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar.

D. Manfaat Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan bisa dijadikan informasi, masukan atau sumbangan pemikiran bagi dunia perbankan syariah dalam mengetahui, memahami dan menerapkan nilai-nilai Islam pada bank yang berbasis syariah dengan menggunakan manajemen yang tepat.
- b. Bagi penulis adalah pelajaran sangat berharga karena penelitian ini mengungkapkan nilai-nilai Islam serta manajemen dalam penerapan nilai-nilai Islam yang seharusnya dimiliki oleh setiap perbankan syariah, sehingga perbankan syariah dan masyarakat dapat bekerja sama dengan baik dilandasi dengan kepercayaan satu sama lain.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi penulis sendiri penelitian ini bermanfaat untuk memperluas wawasan dengan membandingkan teori-teori yang dipelajari di bangku kuliah dengan praktik yang sebenarnya di lapangan.
- b. Bagi perbankan syariah khususnya Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Makassar penelitian ini dapat diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan atau masukan mengenai nilai-nilai islam serta manajemen yang dapat digunakan pada Bank Berbasis Syariah dalam proses kegiatan Bank Syariah.
- c. Bagi pihak lain khususnya mahasiswa hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Nilai-Nilai Islam Dalam Perbankan Syariah

1. Pengertian Nilai-Nilai Islam

Islam sebagai risalah samawi yang universal datang untuk menangani kehidupan manusia dalam berbagai aspek, baik dalam aspek spiritual maupun aspek material. Islam tidak hanya sebagai aqidah, tetapi juga mencakup sistem politik, sosial budaya dan perekonomian yang ditujukan untuk seluruh manusia. Sebagai agama yang sempurna, Islam dilengkapi dengan sistem dan konsep ekonomi yang dapat dipakai sebagai panduan manusia dalam melakukan kegiatan ekonomi.

Manan (1992) dalam Al Arif (2010:3) berpendapat bahwa ilmu ekonomi Islam dapat dikatakan sebagai ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi masyarakat yang diilhami nilai-nilai Islam, ia mengatakan bahwa ekonomi islam merupakan bagian dari suatu tata kehidupan lengkap, berdasarkan empat bagian nyata dari pengetahuan, yaitu Al Qur'an, As Sunnah, Ijma, dan Qiyas.

Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, nilai berarti sifat-sifat (hal-hal) yang penting atau berguna bagi kemanusiaan. Misalnya dalam konteks keagamaan, nilai merupakan konsep mengenai penghargaan tinggi yang diberikan oleh warga masyarakat kepada beberapa masalah pokok di kehidupan keagamaan yang bersifat suci sehingga menjadi pedoman tingkah laku keagamaan warga masyarakat bersangkutan.

Metwally dalam Al Arif (2010:3) mendefinisikan ekonomi Islam sebagai, ilmu yang mempelajari perilaku muslim dalam suatu masyarakat islam yang mengikuti Al – Qur'an, As-Sunnah, Qiyas, dan Ijma.

Hasanuzzaman dalam Al Arif (2010:3) mendefinisikan ekonomi Islam adalah pengetahuan dan aplikasi dari ajaran dan aturan syariah yang mencegah ketidakadilan dalam memperoleh sumber-sumber daya material sehingga tercipta kepuasan manusia dan memungkinkan mereka menjalankan perintah Allah dan masyarakat.

Yusuf Al-Qaradhawi menyatakan bahwa ekonomi Islam itu adalah ekonomi yang berdasarkan ketuhanan, berwawasan kemanusiaan, berakhlak dan ekonomi pertengahan.

Pembahasan nilai-nilai Islam pasti akan terkait dengan Al-Qur'an sebagai pedoman bagi ummatnya. Dengan demikian nilai-nilai Islam merupakan sifat-sifat atau hal-hal yang ada di dalam al-Qur'an sebagai kitab suci agama Islam sebagai dasar penentu tingkah laku seseorang yang berguna bagi kemanusiaan untuk bekal hidup di dunia dan akhirat.

Menurut Musrin (2010) mengemukakan bahwa nilai-nilai Islam juga merupakan himpunan akhlak yang membentuk kepribadian muslim yang unggul, seterusnya berupaya memberikan sumbangan kepada masyarakat, bekerjasama dan berusaha ke arah pembentukan diri, keluarga dan akidah. Nilai-nilai Islam pada hakekatnya merupakan kumpulan dari prinsip-prinsip hidup, ajaran-ajaran tentang bagaimana manusia seharusnya menjalankan kehidupannya di dunia ini.

Prinsip utama operasional bank yang berdasarkan syariah (Susilo dkk, 2000) adalah hukum Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Sunnah Rasulullah SAW. Larangan terutama berkaitan dengan kegiatan bank yang dapat diklasifikasikan sebagai riba.

Jadi nilai-nilai Islam pada hakikatnya adalah kumpulan dari prinsip-prinsip hidup, ajaran-ajaran tentang bagaimana seharusnya manusia menjalankan

kehidupannya di dunia ini, yang satu prinsip dengan lainnya saling terkait membentuk satu kesatuan yang utuh tidak dapat dipisah-pisahkan.

Dari uraian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa, nilai-nilai islam adalah sifat-sifat (hal-hal) dari ajaran islam yang penting atau berguna bagi kemanusiaan. Nilai-nilai Islam bukan hanya mengatur hubungan manusia dengan Allah, tapi juga hubungan antara manusia dengan manusia lainnya serta hubungan antara manusia dengan alam.

2. Pembagian Nilai-Nilai Islam

a. Kejujuran (Honesty, Ash – Shidq)

Kejujuran merupakan hal yang harus dilakukan oleh setiap manusia dalam berbagai segi kehidupan termasuk dalam bermuamalah, kejujuran menjadi bukti adanya komitmen akan 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. Perintah ini sesuai dengan firman Allah SWT, Q.S.33 : 70

Artinya :” Hai Orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah, dan katakanlah perkataan yang benar “.

Gemala Dewi memberikan perkenaan sebagai berikut : “jika kejujuran ini tidak diterapkan dalam perikatan, maka akan merusak legalitas perikatan itu sendiri “. Nilai ini memastikan bahwa pengelolaan bank syariah wajib dilakukan dengan moralitas yang menjunjung tinggi nilai kejujuran. Dengan demikian kejujuran merupakan nilai nilai moral yang mendasar untuk menggapai ridha Allah dalam praktek perbankan syariah.

b. 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 /kelebihan kepada yang lain, ada kesediaan membentuk sesama dan mau bekerja sama. Semua ini dilandasi oleh nilai-nilai ketauhidan, akadnya benar-benar dilaksanakan dengan rasa tanggung jawab bukan hanya dalam kaitannya dengan sesama.

c. 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 karenanya harus ada saling ridha 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 ijarah menjadi salah satu produk primadona perbankan syariah Q.S 4 : 29.

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku suka sama suka diantara kamu dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah maha penyayang kepadamu.”

Nilai-nilai moral sebagaimana tertuai diatas selanjutnya dijalankan norma dan etika dalam berbisnis secara islam. Dalam kaitan etika bisnis, Faisal Badroen mengatakan : “Adapun pemikiran politik islam dalam konsep etika bisnis sangat erat hubungan dengan Universitas ajaran islam itu sendiri dalam konsep akidah yang mengakui keesaan Allah sebagai sang pencipta, tuhan segala sesuatu dan, serta pengakuan terhadap Rasulullah

SAW swbagai utusanNya adalah pihak yang harus diteladani dalam segala aspek kehidupannya. Artinya bahwa konsep akidah yang demikian harus di ejakan 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 public, termasuk dunia bisnis.

B. Pengertian Perbankan Syariah

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No.21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah pada Bab 1 Pasal 1 dan ayat 7 disebutkan bahwa Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Prinsip Syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

Menurut Muhammad (2011:15) Bank Syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga, sedangkan menurut Ascarya (2011:30) mendefinisikan bank syariah adalah lembaga keuangan yang berfungsi memperlancar mekanisme ekonomi di sector riil melalui aktivitas investasi atau jual beli, serta memberikan pelayanan jasa simpanan/perbankan bagi para nasabah.

Berdasarkan Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998, pengertian perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha serta cara dan proses dalam melakukan kegiatan usahanya. Sedangkan yang dimaksud dengan bank adalah berupa badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Sementara ditinjau dari sudut pandang hukum, ruang lingkup pengertian tersebut belum sampai pada kesimpulan apakah jenis kegiatan usaha yang dilakukan lembaga keuangan itu halal atau haram. Karena itu untuk menjamin kehalalan kegiatan usaha perbankan, maka dalam operasionalnya harus menggunakan prinsip-prinsip syariah, sehingga lembaga perbankan yang dalam kegiatan usahanya berdasarkan pada prinsip-prinsip syariah dapat dikatakan sebagai perbankan syariah.

Adapun bank syariah terdiri dari atas dua kata yaitu bank dan syariah. Bank bermakna suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara keuangan dua pihak, yaitu pihak yang berkelebihan dana dan pihak yang kekurangan dana. Syariah dalam perspektif bank syariah di Indonesia adalah aturan perjanjian berdasarkan yang dilakukan oleh dua pihak tersebut untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum Islam.

Penggabungan kedua kata di atas menjadi bank syariah memiliki arti bahwa bank syariah adalah lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara bagi pihak yang berkelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana untuk kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum Islam. Selain itu bank syariah juga disebut *Islamic banking* atau *interest free banking*, yaitu suatu sistem perbankan dalam pelaksanaan operasional tidak menggunakan sistem *riba*, *maysir* dan *gharar*.

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.

C. Karakteristik Perbankan Syariah Dalam Konsep Produk Jasa Bank Syariah

Peranan sektor jasa pada dekade terakhir semakin meningkat. Hal ini dipacu oleh perubahan demografis, perubahan sosial, perubahan lingkungan ekonomi, perubahan bidang politik, hukum dan globalisasi. Jasa itu sendiri bisa berarti produk dan bisa juga diartikan sebagai pelayanan personal (*personal services*).

Menurut Kotler yang dikutip oleh Hurriyati (2014:27) jasa adalah setiap tindakan dan kinerja yang ditawarkan oleh suatu pihak ke pihak lain yang secara prinsip tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan.

Menurut Kotler dalam Lupiyoadi (2016:7) jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun. Begitu juga dengan konsep jasa bank syariah. Dalam konsep bank syariah juga ada interaksi antara nasabah dengan karyawan bank tersebut.

Jasa memiliki 4 ciri utama. Menurut Kotler (2014) ciri utama jasa sebagai berikut:

1. Tidak Berwujud (*intangible*)

Jasa tidak berwujud. Jasa perbankan tidak dapat dirasakan atau dinikmati sebelum menjadi nasabah bank tersebut. Pemasar perbankan syariah menekankan manfaat jasa bank syariah kepada nasabah dan bukan sekedar ciri-ciri jasa bank syariah tersebut. Seorang nasabah akan menerima penjelasan dari petugas bank syariah mengenai manfaat dan kemudahan atau fasilitas tambahan yang disediakan bagi penabung di bank syariah tersebut. Karena tidak berwujud maka jasa bank syariah sulit dideferensiasi. Untuk mengurangi ketidakpastian

jasa bank syariah sebagai akibat dari tidak berwujud tersebut maka, nasabah akan mencari ciri-ciri lain seperti kualitas personil bank syariah, lokasi, peralatan pendukung dan materi komunikasi yang dapat dilihat. Oleh karenanya penyedia jasa bank syariah membuat jasa menjadi berwujud misalnya, profesional dalam melayani nasabah, memperbaiki eksterior dan interior kantor bank, menggunakan *electronic banking* serta mengadakan komunikasi purna beli. Bank syariah juga harus memilih nama dan simbol untuk jasanya yang mencerminkan kecepatan dan efisiensi layanan serta mencerminkan nilai-nilai Islam.

2. Tidak terpisahkan (*Inseparability*)

Jasa bank dan petugas bank tidak dapat dipisahkan sekalipun petugas tersebut digantikan oleh mesin. Jasa bank memerlukan petugas yang menyediakan dan melayani nasabah. Untuk mempercepat layanan petugas bank dapat dibantu dengan peralatan elektronik yang diperlukan sehingga akan dapat melayani lebih banyak nasabah.

Salah satu sifat utama dari jasa bank yaitu, diproduksi dan dikonsumsi pada waktu bersamaan dan tidak dapat dipisahkan dari penyediannya entah penyedia tersebut manusia atau mesin. Jadi interaksi antara penyedia jasa bank dengan nasabah adalah sifat khusus dari pemasaran jasa bank. Penyedia jasa bank dan nasabah mempengaruhi hasil penjualan jasa bank tersebut. Dengan demikian, semua aspek distribusi yang mengalami kontak dengan nasabah merupakan refleksi dari kualitas jasa bank itu.

3. Keberagaman (*Variability*)

Ternyata jasa bank syariah cukup beragam. Untuk produk tabungan dan pembiayaan mempunyai persyaratan dan fasilitas yang berbeda-beda. Nasabah seringkali membicarakan atau berkonsultasi dengan pemasar jasa bank sebelum

memutuskan pilihannya. Manajemen bank cepat tanggap dalam menyediakan tenaga penjual yang sudah terlatih secara profesional dan kemudian setelah itu membantu kepuasan nasabah melalui sistem kotak saran untuk menyampaikan keluhan. Dapat pula bank melakukan survei nasabah untuk memperoleh masukan untuk memperbaiki kualitas jasa bank dan layanan terhadap nasabah.

Dikarenakan sifat jasa bank yang aneka ragam maka kualitasnya ditentukan oleh siapa yang menyediakannya. Hal ini mempunyai implikasi bahwa, bank harus menyediakan petugas bank yang terlatih dan profesional dalam memberikan layanan serta konsultasi. Kuncinya adalah seleksi karyawan yang akurat dan pemberian pelatihan karyawan yang berkesinambungan. Beberapa bank mengupayakan pemberian insentif, bonus dan pemberian penghargaan sebagai karyawan teladan. Bank harus melakukan pengukuran kepuasan nasabah secara reguler melalui sistem pemberian saran atau keluhan ke bank.

4. Mudah lenyap/tidak tahan lama(*Perishability*)

Jasa bank tidak dapat disimpan atau dibeli dahulu untuk persediaan. Bahwa jasa bank itu tidak dapat disimpan adalah bukan merupakan masalah kalau permintaan itu bersifat teratur karena sangat mudah mengatur pelayanan sebelumnya. Namun jika permintaan mengalami fluktuasi, bank mengalami kesulitan. Keinginan nasabah untuk dilayani 24 jam dapat disediakan bank melalui ATM (*Authomatic Teller Machine*), *phone banking*, atau *internet banking*.

Manajemen bank menyusun strategi menghadapi sifat jasa yang tidak tahan lama ini. Bank perlu menyesuaikan agar terdapat keseimbangan antara jumlah permintaan dengan ketersediaan petugas dalam melayani nasabah. Hal ini dapat diantisipasi dengan menyediakan alat bantu layanan (jasa pelengkap) seperti komputer, ATM, sistem *on line*. Dalam hal ini bank dapat mempekerjakan

karyawan paruh waktu yang melayani nasabah pada periode puncak misalnya pada saat menerima setoran-setoran kuliah dari mahasiswa, pembayaran rekening telepon, listrik ataupun pada saat bank melakukan pembayaran gaji dan pensiun kepada nasabah. Jika ini dilakukan bank maka pada periode puncak tersebut, transaksi-transaksi reguler tidak akan terganggu.

D. Penerapan Nilai-Nilai Islam Dalam Perbankan Syariah

Konteks perbankan syariah, setiap produknya didasarkan pada hukum perjanjian islam di samping harus senantiasa memperhatikan prinsip-prinsip perjanjian jual-beli, sewa menyewa, bagi hasil, titipan dan jasa, juga harus berpedoman pada hukum positif berupa peraturan Bank Indonesia No. 9/19/PBI/2007 tentang pelaksanaan prinsip syariah dalam kegiatan penghimpunan dan penyaluran dana serta pelayanan jasa Bank Syariah, sebagaimana yang telah diubah dengan peraturan Bank Indonesia itulah, nilai-nilai Islam diaplikasikan atau diterapkan dalam praktik perbankan Syariah.

Penerapan nilai-nilai Islam dalam perbankan syariah dapat dilihat pada saat bank syariah melakukan transaksi keuangan dengan nasabahnya. Pada saat bank syariah melakukan transaksi keuangan dengan nasabahnya, maka keduanya akan membuat suatu perjanjian atau akad yang bertujuan untuk mengikat antara kedua pihak tentang perbuatan yang akan dilakukan dalam suatu hal tertentu. Perbankan syariah sebagai lembaga intermediasi keuangan dengan kegiatan utamanya menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kembali dalam bentuk pembiayaan senantiasa mendasarkan pada perjanjian kontrak. Hukum perjanjian islam yang rukun dan syaratnya telah diatur dalam Al Qur'an, Hadist, Ijma, dan Qiyas menjadi relevan dan penting dalam operasional perbankan syariah.

E. Pentingnya Penerapan Nilai–Nilai Islam Dalam Perbankan Syariah

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia merupakan perwujudan dari permintaan masyarakat yang membutuhkan suatu sistem perbankan alternatif yang menyediakan jasa perbankan/keuangan sehat dan memenuhi prinsip–prinsip syariah. Perbankan syariah mengalami perkembangan yang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir. Perkembangan yang cukup pesat tersebut menjadikan industri perbankan sebagai sebuah potensi ekonomi yang besar. Oleh karena itu, dibutuhkan informasi berbasis pasar untuk digunakan sebagai pertimbangan untuk strategi pengembangan sistem perbankan syariah yang tepat dan disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat.

Kebutuhan masyarakat terhadap perbankan syariah menjadi salah satu tolak ukur bagi pengembangan syariah kedepannya. Masyarakat menginginkan perbankan yang ada tidak hanya berlabel syariah saja, namun masyarakat sangat mengharapkan penerapana nilai–nilai Islam secara utuh dalam setiap aktivitas perbankan syariah. Berbagai penelitian telah dilakukan berkaitan dengan minat masyarakat untuk menggunakan jasa perbankan syariah.

Salah satu faktor penghambat dari perkembangan perbankan syariah adalah masih adanya keraguan masyarakat terhadap penerapan nilai–nilai Islam dalam praktik perbnakan syariah. Sebagian masyarakat beranggapan bahwa perbankan syariah sama saja dengan perbankan konvensional, perbedaannya hanya terletak pada pelabelan syariahnya saja. Tentunya paradigma berfikir seperti memberi efek negatif terhadap perkembangan perbankan syariah di Indonesia. Untuk itu, perlu adanya kerjasama dari berbagai pihak untuk meghilangkan paradigma berfikir negatif masyarakat terhadap penerapan nilai–nilai Islam dalam praktik perbankan syariah. Pemerintah perbankan syariah dan

semua elemen praktisi perbankan syariah perlu lebih gencar lagi melakukan sosialisasi tentang penerapan nilai-nilai Islam pada perbankan syariah.

F. Loyalitas Nasabah

Bank syariah sebagai perusahaan yang bergerak dibidang jasa, sangat perlu meningkatkan loyalitas nasabah dengan pelayanan yang mereka berikan. Bank syariah saat ini mulai sadar bahwa mudahnya menarik nasabah, namun sulit dalam membuat mereka menjadi langganan setia. Keadaan pelayanan yang diberikan saat ini mulai berubah, dilihat dari petugas, keamanan, penerima tamu, dan teller penuh senyum dengan tujuan agar nasabah tetap setia menjadi pelanggan.

1. Pengertian Loyalitas Nasabah

Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, hal ini menjadi alasan utama sebuah perusahaan, untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.

Istilah loyalitas sudah sering diperdengarkan oleh pakar marketing maupun praktisi bisnis, loyalitas merupakan konsep yang tampak muda dibicarakan dalam konteks sehari-hari, tetapi menjadi lebih sulit ketika dianalisis maknanya.

Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk atau jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan. Zulfa (2010:187) loyalitas nasabah dalam Islam terjadi apabila aktivitas muamalah itu dapat memberi manfaat yang saling menguntungkan kedua belah pihak, karena terpenuhinya kewajiban serta hak masing-masing melalui penerapan nilai-nilai Islam. Kepuasan nasabah merupakan hasil

penilaian nasabah terhadap apa yang diharapkannya dengan menggunakan jasa perbankan, kemudian harapan tersebut dibandingkan dengan manfaat yang diterimanya dengan menggunakan jasa perbankan tersebut. Dengan terpenuhinya kepuasan nasabah maka akan dapat menciptakan loyalitas nasabah.

Menurut Hurriyati (2014:129) loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha pemasaran menyebabkan perubahan perilaku. Loyalitas dapat juga diartikan sebagai siap positif seorang konsumen terhadap suatu produk/jasa dan konsumen memiliki keinginan untuk membeli ulang produk / jasa yang sama pada saat sekarang ataupun dimasa yang akan datang. Sedangkan menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2014), loyalitas konsumen mencerminkan komitmen psikologis konsumen terhadap produk/jasa tertentu disertai perilaku pembelian ulang produk / jasa tertentu yang sama secara berulang kali.

Usmara (2012:122) mengemukakan bahwa : Loyalitas adalah komitmen yang mendalam untuk membeli kembali atau berlangganan kembali suatu produk atau jasa yang dipilih dimasa mendatang, dengan cara membeli merek yang sama secara berulang-ulang, meskipun pengaruh situasional dan usaha-usaha pemasaran secara potensial menyebabkan tingkah laku untuk berpindah.

Selanjutnya menurut Dharmmesta (1999) dalam Mahmud Nuhung (2014:116) mengemukakan bahwa : Loyalitas adalah respon perilaku atau pembelian yang bersifat biasa dan terungkap secara terus menerus oleh pengambil keputusan dengan memperhatikan satu atau lebih merek alternative

dari sejumlah merek sejenis dan merupakan fungsi proses psikologis. Namun perlu ditekankan bahwa hal tersebut berbeda dengan perilaku beli ulang. Loyalitas pelanggan menyertakan aspek didalamnya.

Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa loyalitas nasabah adalah kesetiaan nasabah setelah melayani pelayanan yang dinyatakan dalam pelaku untuk menggunakan jasa perbankan tersebut dan mencerminkan adanya ikatan jangka panjang antara perbankan dengan nasabah. Dengan demikian loyalitas sebenarnya dapat pula diartikan sebagai komitmen dan kepercayaan pelanggan untuk melaksanakan hubungan dengan perbankan dalam jangka panjang.

Terdapat empat ciri-ciri pelanggan yang loyal terhadap suatu produk atau jasa yaitu :

- a. Melakukan pembelian ulang secara teratur.
- b. Melakukan pembelian lini produk yang lainnya dari perusahaan anda.
- c. Memberikan referensi kepada orang lain.
- d. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing atau mudah terpengaruh oleh bujukan pesaing lain.

Loyalitas sering dihubungkan antara nilai dimana pelanggan yang memiliki loyalitas merasakan adanya ikatan emosional dengan perusahaan. Ikatan emosional inilah yang membuat pelanggan menjadi loyal dan mendorong mereka untuk terus melakukan pembelian terhadap produk perusahaan serta memberikan rekomendasi. Untuk meningkatkan loyalitas, perusahaan harus meningkatkan kepuasan setiap pelanggan dan mempertahankan tingkat kepuasan tersebut dalam jangka panjang. Untuk meningkatkan kepuasan, perusahaan harus menambah nilai yang dapat

membuat mereka mendapatkan apa yang mereka bayar atau lebih dari mereka harapkan, sehingga mereka dapat bertahan dan mengarah pada pembelian ulang, perekomendasi, dan proporsi pembelanjaan yang meningkat.

Proses seorang calon pelanggan menjadi pelanggan yang loyal terhadap perusahaan terbentuk melalui beberapa tahapan. Menurut Hill dalam Hurriyati (2014:132) loyalitas pelanggan dibagi menjadi enam tahapan yaitu :

a. Suspect

Meliputi semua orang yang diyakini akan membeli (membutuhkan) barang/jasa, tetapi belum memiliki informasi tentang barang/jasa perusahaan.

b. Prospect

Prospect adalah orang-orang yang memiliki kebutuhan akan jasa tertentu, dan mempunyai kemampuan untuk membelinya. Pada tahap ini, meskipun mereka belum melakukan pembelian tetapi telah mengetahui keberadaan perusahaan dan jasa yang ditawarkan melalui rekomendasi pihak lain.

c. Customer

Pada tahap ini, pelanggan sudah melakukan hubungan transaksi dengan perusahaan, tetapi tidak mempunyai perusahaan positif terhadap perusahaan, loyalitas pada tahap ini belum terlihat.

d. Clients

Clients meliputi semua pelanggan yang telah membeli barang/jasa yang dibutuhkan dan ditawarkan perusahaan secara teratur, hubungan ini berlangsung lama, dan mereka telah memiliki sifat retention.

e. Advocates

Pada tahap ini, *Clients* secara aktif mendukung perusahaan dengan memberikan rekomendasi orang lain agar mau membeli barang/jasa di perusahaan tersebut.

f. *Partners*

Pada tahap ini telah terjadi hubungan yang kuat dan saling menguntungkan antara perusahaan dengan pelanggan.

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen

Pelanggan yang loyal merupakan asset penting bagi perusahaan, hal ini dapat dilihat dari karakteristik yang dimilikinya, sebagai mana yang diungkap Griffin (2013:130) dalam Hurriyati bahwa pelanggan yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut :

- a. Melakukan pembelian secara teratur (*Makes regular repeat purchases*), konsumen melakukan pembelian secara teratur
- b. Membeli di luar lini produk/jasa (*purchases across product and service lines*), konsumen tidak hanya membeli satu produk saja.
- c. Merekomendasikan produk lain (*rapers other*), nasabah mereferensikan kepada orang lain.
- d. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (*Demonstates an immunity to the full of the competition*), nasabah tidak dapat dipengaruhi oleh pesain untuk pindah.

Joko Riyadi (2004:83) dalam (Hurriyati, 2014:134) menyebutkan lima faktor utama yang mempengaruhi loyalitas konsumen sebagai berikut :

- a. Kualitas produk, yang lebih baik secaralangsung akan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen, dan bila hal tersebut berlangsung secara terus

- menerus akan mengakibatkan konsumen selalu setia membeli atau menggunakan produk tersebut dandi sebut loyalitas konsumen.
- b. Kualitas pelayanan, selain kualitas produk ada hal lain yang mempengaruhi loyalitas konsumen yaitu kualitas pelayanan.
 - c. Emosional, emosional disini lebih diartikan sebagai keyakinan penjualan 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 disini lebih di artikan sebagai akibat, atau 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 berfikir bahwa perusahaan yang berani mengeluarkan biaya yang banyak dalam sebuah promosi atau produksi pasti produk yang akan dihasilkan akan bagus dan berkualitas sehingga konsumen lebih loyal terhadap produk tersebut.

G. Tinjauan Empiris

Penelitian mengenai Penerapan nilai-nilai Islam pada Bank Syariah telah dilakukan diberbagai Daerah. Beberapa penelitian terdahuluberhasilmembuktikanpenerapan nilai-nilai Islam pada Bank Syariah

1. Penelitian yang dilakukan Munawaroh (2016) dengan judul Penerapan Nilai-Nilai Islam Pada Bank Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Medan). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh nilai-nilai Islam pada bank syariah. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik

analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa yang paling mempengaruhi loyalitas nasabah bank syariah adalah kejujuran, dengan begitu bahwa penerapan nilai-nilai Islam di bank syariah sangat mempengaruhi loyalitas nasabah bank syariah.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Gina Nadya (2014) dengan judul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Tabungan Di Perbankan Syariah Yogyakarta (Studi Kasus Pada BNI Syariah Cabang Yogyakarta). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, produk nisbah bagi hasil, citra perusahaan, kualitas pelayanan, dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah tabungan di Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel promosi, nisbah bagi hasil, citra perusahaan, kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Danar Fergiawan (2013) dengan judul Pengaruh Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Surakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh nilai nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Surakarta. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel nilai nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Elza dan Soengkono (2012) dengan judul Pengaruh Bagi Hasil dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang menggunakan kuisoner dan teknik observasi langsung di lapangan. Adapun tujuan penulisan adalah untuk mengetahui pengaruh nilai-nilai Islam terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat Cabang Bengkulu. Penelitian ini menggunakan data primer dari hasil penyebaran kuisoner yang dilakukan secara accidental sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai-nilai Islam berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Intan Fitria (2014) dengan judul Pengaruh Penerapan Nilai Syariah dan Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bumiputera Syariah Cabang Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penerapan nilai syariah dan bauran pemasaran jasa (produk, harga, promosi, lokasi, Sumber Daya Manusia, proses dan bukti fisik) terhadap loyalitas nasabah pada AJB Bumiputera Syariah Cabang Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa syariah, produk, harga, promosi, lokasi, Sumber Daya Manusia, proses dan bukti fisik secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bumiputera Syariah Cabang Yogyakarta.

H. Kerangka Konsep

Islam sebagai agama, memuat ajaran yang bersifat universal dan komprehensif. Universal artinya bersifat umum, dan komprehensif artinya mencakup seluruh bidang kehidupan yang menjadi sumber hukum dan panduan dalam menjalani kehidupan di dalam Islam adalah Al Qur'an dan Al Hadits. Hal ini sesuai dengan Hadits (Said Hawwa, 2002:147) yang bersabda :

"Aku tinggalkan kepadamu dua perkara yang tidak akan sesat selamanya, selama kamu berpegang teguh dengan keduanya, yaitu Kitabullah dan Sunnah Rasulullah."(HR. Malik)

Selain Al Qur'an dan Al Hadits yang menjadi panduan dalam menjalani kehidupan, kesepakatan para ulama (*ijma'*) juga menjadi sumber hukum sekunder. Al Qur'an dan Al Hadits menjelaskan masalah-masalah yang pokok.(akidah, akhlak, dan ibadah) secara jelas dan eksplisit. Apabila ada suatu perkara yang tidak pokok dalam Al Qur'an dan Al Hadits tidak dijelaskan secara jelas dan eksplisit, maka para ulama diperbolehkan membuat fatwa (keputusan) terhadapnya. Dalam aspek perbankan, umat Islam juga dianjurkan untuk memilih bank yang beroperasinya dengan sistem syariah yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, sistem perbankan yang tidak menggunakan bunga/riba. Secara tegas di dalam Al Qur'an (Al-Qur'an, 2002:82) ditegaskan akan haramnya dan bahayanya riba.

"Disebabkan mereka memakan riba, padahal sesungguhnya mereka telah dilarang daripadanya, dan karena mereka memakan harta orang dengan jalan yang batil..... **(QS. An Nisa: 161)**

Tahun 1992 keluarlah UU No. 7 yang membolehkan beroperasinya bank dengan sistem bagi hasil. Dari hasil UU tersebut maka berdirilah Bank Muamalat Indonesia yang merupakan bank pertama syariah di Indonesia. Di dalam UU No. 7 Tahun 1992 tersebut tidak diperbolehkan beroperasinya bank syariah yang membuka unit usaha konvensional atau sebaliknya bank yang beroperasi secara konvensional tidak diperbolehkan membuka unit usaha syariah atau lebih dikenal dengan *dual banking system*.

Tahun 1998 dikeluarkan lagi UU No. 10 yang justru kebalikan dari UU No. 7 Tahun 1992 yang diperbolehkannya bank beroperasi dengan *dual banking system*.

Akibat dikeluarkannya UU No. 10 Tahun 1998 ini maka bermunculanlah bank-bank syariah baru dan unit-unit usaha syariah (bank konvensional yang membuka Unit Usaha Syariah).

Semakin banyaknya jumlah bank syariah dan unit-unit usaha syariah, maka timbul permasalahan dalam operasionalisasi bank syariah. Disinyalir ada beberapa bank syariah yang operasionalisasinya belum sesuai dengan prinsip dan nilai-nilai Islam. Sehingga muncul anggapan bahwa "bank konvensional yang hanya dibubuhi label syariah". Hal ini menjadi hal yang perlu diperhatikan. Adapun beberapa prinsip nilai-nilai Islam bank syariah sebagai berikut:

1. Prinsip keadilan.
2. Menciptakan rasa kebersamaan
3. Prinsip jaminan
4. Bersifat mandiri
5. Persaingan sehat
6. Adanya Dewan Pengawas Syariah
7. Hanya untuk usaha yang halal.

Kepuasan nasabah terhadap produk, pelayanan dan sistem pada bank syariah akan menjadikan nasabah bank syariah loyal. Nasabah yang loyal akan banyak memberikan keuntungan bagi pihak bank syariah tersebut. Pihak bank syariah berusaha membuat nasabahnya loyal. Produk yang ditawarkan, pelayanan yang diberikan dan sistem syariah yang diterapkan apakah sudah sesuai dengan prinsip dan nilai-nilai Islam. Pada perbankan syariah khususnya,

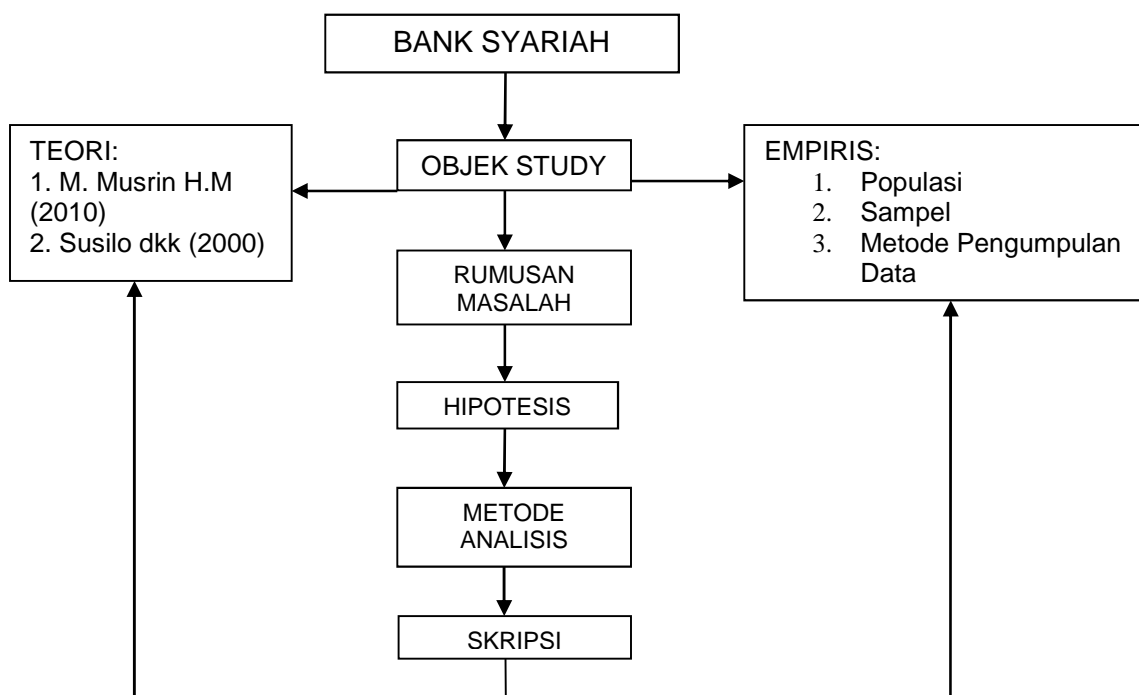
sistem yang diterapkan harus mengacu pada ketentuan yang berlaku yaitu Al Qur'an, Al Hadits.

Menurut Griffin ada beberapa hal yang mengindikasikan loyalitas pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Pembelian ulang secara teratur
2. Membeli antar-lini produk dan jasa
3. Mereferensikan kepada orang lain
4. Kekebalan terhadap daya tarik produk pesaing

Uraian pemikiran tersebut diatas dapat diperjelas melalui variabel penerapan nilai-nilai islam terhadap loyalitas karyawan digambarkan seperti pada gambar dibawah ini:

Pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Islam Terhadap Loyalitas Nasabah Pada
PT.Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar



Gambar 2.1. Kerangka Fikir Penelitian

I. Hipotesis

Berdasarkan teori dan kerangka yang disebutkan tersebut, maka hipotesis dibawah ini pada dasarnya merupakan jawaban sementara terhadap suatu masalah yang harus dibuktikan kebenarannya, adapun hipotesis yang dirumuskan dalam penulisan ini sebagai berikut :“Diduga Penerapan Nilai-Nilai Islam pada Bank Berbasis Syariah Berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis dari penelitian ini adalah penelitian deskriptif (*description research*). Tujuan penelitian deskriptif adalah untuk menggambarkan/memecahkan masalah secara sistematis, factual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau daerah tertentu.

Penelitian deskriptif merupakan penelitian paling sederhana, dibandingkan dengan penelitian-penelitian yang lain karena dalam penelitian ini peneliti tidak melakukan apa-apa terhadap objek atau wilayah yang diteliti. Ini artinya bahwa dalam penelitian, penelitian tidak mengubah, menambah, atau mengadakan manipulasi terhadap objek atau wilayah penelitian dan jenis dari penelitian deskriptif yang peneliti gunakan adalah penelitian korelasi sebab akibat dimana peneliti bermaksud untuk mengetahui pengaruh penerapan nilai-nilai Islam pada Bank Syariah terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Makassar, dengan didasari oleh beberapa alasan diantaranya kemudahan dalam penelitian dari sisi financial, efisiensi waktu, dan memudahkan peneliti dalam memperoleh data yang lebih akurat. Objek penelitian ini adalah Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar, sedangkan Subjek penelitian ini adalah masyarakat kota Makassar yang menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri serta masih aktif melakukan transaksi keuangan. Waktu penelitian ini dilaksanakan selama 2 bulan dari bulan Februari-bulan Maret 2018.

C. Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya

Definisi operasional merupakan batasan-batasan yang digunakan untuk menghindari interpretasi yang berbeda terhadap variabel yang diteliti. Adapun definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Nilai-nilai pada hakikatnya adalah kumpulan dari prinsip-prinsip hidup, ajaran-ajaran tentang bagaimana seharusnya manusia menjalankan kehidupannya di dunia ini, yang satu prinsip dengan lainnya saling terkait membentuk satu kesatuan yang utuh tidak dapat dipisah-pisahkan.
 - Adapun indikator dari nilai-nilai islam yaitu:
 - a. Kejujuran, merupakan hal yang harus dilakukan oleh setiap manusia dalam berbagi segi kehidupan termasuk dalam bermuamalah, kejujuran menjadi bukti adanya komitmen akan pentingnya perkataan yang benar sehingga dapat dijadikan pegangan.
 - b. Kesetaraan, merupakan kesamaan untuk saling mempercayai yang di tuangkan dalam suatu akad menjadi faktor penentu bagi kesuksesan masing-masing pihak yang terkait dengan hak dan kewajiban sehingga tidak saling merugikan keuntungan/kelebihan kepada yang lain.
 - c. Keadilan dan kebenaran, setiap akad (transaksi) harus benar-benar memperhatikan rasa keadilan dan sedapat mungkin menghindari perasaan tidak adil (Dzalim), oleh karenanya harus ada saling ridha masing-masing pihak.
2. Loyalitas nasabah adalah kesetiaan nasabah setelah melayani pelayanan yang dinyatakan dalam pelaku untuk menggunakan jasa perbankan tersebut dan mencerminkan adanya ikatan jangka panjang antara perbankan dengan nasabah.

➤ Adapun indikator loyalitas nasabah yaitu :

- a. Pembelian Ulang
- b. Pembelian antar lini
- c. Mereferensikan kepada orang lain
- d. Kekebalan terhadap tarikan pesaing

Pengukuran variable menggunakan kuisioner skala likert 5 poin dengan gradasi jawaban sangat setuju sampai sangat tidak setuju.

- a. Setiap indikator atau sub variabel yang dinilai oleh responden diklasifikasikan kedalam 5 (lima) alternative jawaban dengan menggunakan responden jawaban dapat dipilih oleh responden. Peringatan jawaban setiap indikator diberi skor antara 1 sampai dengan 5.
- b. Dihitung total skor setiap variabel atau sub variabel sama dengan skor dari seluruh skor indikator untuk semua responden.
- c. Dihitung total skor setiap variabel atau sub variabel sama dengan skor dari seluruh skor indikator variabel untuk semua responden.
- d. Dihitung setiap variabel atau sub variabel sama dengan rata-rata dari total skor.
- e. Untuk mendeskripsikan jawaban responden juga digunakan statistik. Deskriptif seperti distribusi frekuensi dan tampilan dalam bentuk table.

Adapun klasifikasi atau kategori yang dikemukakan oleh Sugiyono (2014:14) dan digunakan dalam penelitian ini adalah :

- | | |
|-----------------|----------------------|
| ➤ Sangat setuju | diberi bobot nilai 5 |
| ➤ Setuju | diberi bobot nilai 4 |
| ➤ Ragu-ragu | diberi bobot nilai 3 |

- Tidak setuju diberi bobot nilai 2
- Sangat tidaksetuju diberi bobot nilai 1

Penentuan rentang mengacu pada skor yang digunakan yaitu banyak kelas interval dalam dari angka 1 sampai 5. Angka 1 merupakan data terkecil besarnya 20% sedangkan data terbesar diperoleh dari angka 5 yang besarnya 100%.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi Penelitian

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang dimaksud di sini adalah Nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar yang berjumlah 40.022 orang.

2. Sampel Penelitian

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Menurut PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar bahwa jumlah nasabah sebesar 40.22 orang sehingga sampel penelitian dapat ditentukan dengan rumus sloving, yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

Dimana :

n = ukuran sampel

N= ukuran populasi

E= tingkat kesalahan (eroe level).

Sehingga :

Jumlah populasi (N) = 40.022, eror level yang ditetapkan 10% maka jumlah sampel : $n = \frac{40.022}{1+(40.022 \times 0.1^2)} = 99,99$

Dari hasil tersebut maka di bulatkan menjadi 100 responden jumlah sampel sebanyak 100 responden ini diperkirakan telah memenuhi konsep keterwakilan semua nasabah PT.Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini ada beberapa tehnik yang ditempuh dalam hal pengumpulan data yang diperlukan. Adapun tehnik tersebut antara lain sebagai berikut :

1. Kuisisioner merupakan suatu teknik pengumpulan data secara tidak langsung (peneliti tidak langsung bertanya jawab dengan responden). Instrument atau alat pengumpulan datanya juga disebut angket berisi sejumlah pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab atau direspon oleh responden.
2. Observasi, yaitu melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari kegiatan yang di lakukan

F. Teknik Analisis

Untuk menjawab masalah pokok serta membuktikan hipotesis telah dikemukakan sebelumnya, Maka digunakan metode analisis sebagai berikut :

1. Uji instrument penelitian
 - a. Uji validitas

Menurut Ghazali (2013:52) menyatakan suatu kuisisioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuisisioner mampu untuk

mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika mempunyai validitas tinggi yaitu *corrected item* > 0,3, sebaliknya kurang valid jika nilai *corrected item* < 0,30.

b. Uji reliabilitas

Menurut Ghazali (2013:47) reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuisisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jika jawaban terhadap semua indikator ini acak, maka dapat dikatakan tidak reliabel.

2. Analisis deskriptif

Yaitu menjelaskan pengaruh penerapan nilai-nilai islam pada bank berbasis syariah terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar, sesuai dengan hasil kuisisioner yang diberikan kepada responden melalui analisis dengan menggunakan *principal component analysis*.

Penentuan rentang mengacu pada skor yang digunakan yaitu banyak kelas interval dalam dari angka 1 sampai 5. Angka 1 merupakan data terkecil besarnya 20% sedangkan data terbesar diperoleh dari angka 5 yang besarnya 100%.

Tabel 3.1
Skor ideal

No.	Presentase (%)	Jumlah Skor	Kriteria
1	81 – 100		Sangat baik
2	61 – 80		Baik
3	41 – 60		Cukup
4	21 – 40		Kurang baik
5	< - 20		Tidak baik

Sumber : Sugiyono (2014:34)

3. Analisis kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari :
 - a. Analisis regresi sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kedua variabel, peneliti menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana. Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui perubahan yang terjadi pada variabel dependent (variabel Y) nilai variabel dependent berdasarkan nilai independent (variabel X) yang diketahui. Dengan menggunakan analisis regresi linier maka akan mengukur perubahan variabel terikat berdasarkan perubahan variabel bebas. Analisis regresi linier dapat digunakan untuk mengetahui perubahan pengaruh yang akan terjadi berdasarkan pengaruh yang ada pada waktu sebelumnya. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh yang diperkirakan antara penerapan nilai-nilai Islam terhadap loyalitas nasabah dilakukan dengan rumus regresi linier sederhana, yaitu sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

(Sumber: Sugiyono: 2014:204)

Dimana:

Y	= Loyalitas nasabah
a	= Konstanta
b	= Koefisienvariabel
X	= Penerapan nilai-nilai Islam

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah dan Perkembangan Bank Syariah Mandiri

Pada tahun 1997-1998 krisis ekonomi dan moneter melanda Indonesia yang kemudian disusul oleh krisis multidimensi termasuk di panggung politik nasional. Peristiwa tersebut menimbulkan beragam dampak negatif yang sangat hebat terhadap seluruh sendi kehidupan masyarakat, tidak terkecuali dunia usaha. Dalam kondisi tersebut, industri perbankan nasional yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami krisis luar biasa.

Pemerintah dalam upaya menyelamatkan perekonomian secara global mengambil inisiatif untuk melakukan penggabungan (merger) empat Bank milik pemerintah. Empat Bank tersebut yaitu, Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim dan Bapindo, dimerger menjadi satu Bank yang kokoh dengan nama PT Bank Mandiri (Persero) Tbk pada tanggal 31 Juli 1999. Kebijakan penggabungan tersebut juga menetapkan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk sebagai pemilik mayoritas PT Bank Susila Bakti (BSB).

PT. BSB merupakan salah satu Bank konvensional yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP) PT Bank Dagang Negara dan PT Mahkota Prestasi. BSB di awal berdirinya tahun 1955 bernama PT Bank Industri Nasional (PT BINA). Pada tahun 1967 PT BINA berubah nama menjadi PT Bank Maritim Indonesia. Kemudian pada tahun 1973 barulah PT Bank Maritim Indonesia berubah nama menjadi PT Bank Susila Bakti. Untuk keluar dari krisis ekonomi, PT BSB juga melakukan upaya merger dengan beberapa Bank lain serta mengundang investor asing. Sebagai tindak lanjut dari keputusan merger, Bank Mandiri melakukan konsolidasi sertamembentuk Tim Pengembangan

Perbankan Syariah. Pembentukan tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah (dual banking system).

Tim Pengembangan Perbankan Syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT Bank Susila Bakti dari Bank Konvensional menjadi Bank Syariah. Oleh karenanya, Tim Pengembangan Perbankan Syariah segera mempersiapkan sistem dan infrastruktur, sehingga kegiatan usaha BSB berhasil bertransformasi dari Bank Konvensional menjadi Bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah. PT BSB kemudian berubah nama menjadi PT Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris: Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999.

Perubahan kegiatan usaha BSB menjadi bank umum syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/ KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, melalui Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP. DGS/ 1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT Bank Syariah Mandiri (BSM). Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999.

PT. Bank Syariah Mandiri hadir dan tampil dengan harmonisasi idealisme usaha dengan nilai-nilai spiritual. Bank Syariah Mandiri tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan keduanya, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmonisasi idealisme usaha dan nilai-nilai spiritual inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di

perbankan Indonesia. Sampai dengan tanggal 31 Desember 2015, Bank Syariah Mandiri telah memiliki 5 Kantor Wilayah, 136 Kantor Cabang (KC), dan 469 Kantor Cabang Pembantu (KCP). Kantor Wilayah 1 membawahi 24 KC dan 103 KCP dengan cakupan wilayah Aceh, Sumatra Utara, Sumatra Barat, dan Kepulauan Riau. Kantor Wilayah 2 membawahi 38 KC dan 118 KCP dengan cakupan wilayah JABODETABEK dan Banten. Kantor Wilayah 3 membawahi 36 KC dan 120 KCP dengan cakupan wilayah Sumatra Selatan, Jambi, Bengkulu, Lampung, Kepulauan Bangka Belitung, Jawa Barat, Jawa Tengah, D.I. Yogyakarta, dan Kalimantan Barat. Kantor Wilayah 4 membawahi 16 KC dan 70 KCP dengan cakupan wilayah Jawa Timur, Bali, dan Nusa Tenggara Timur. Dan Kantor Wilayah 5 membawahi 22 KC dan 58 KCP dengan cakupan wilayah Nusa Tenggara Barat, Kalimantan Tengah, Kalimantan Selatan, Kalimantan Timur, Sulawesi Utara, Gorontalo, Sulawesi Tengah, Sulawesi Barat, Sulawesi Selatan, Sulawesi Tenggara, Maluku, dan Papua.

B. Visi dan Misi

Suatu organisasi tentu memiliki visi dan misi. Visi adalah tujuan atau sasaran yang ingin dicapai organisasi di masa depan, sedangkan misi adalah bentuk upaya organisasi demi tercapainya suatu visi. Visi Bank Syariah Mandiri adalah “Bank Syariah Terdepan dan Modern”.

Sejalan dengan Visi Bank Syariah Mandiri, terdapat beberapa misi demi tercapainya visi tersebut, yaitu :

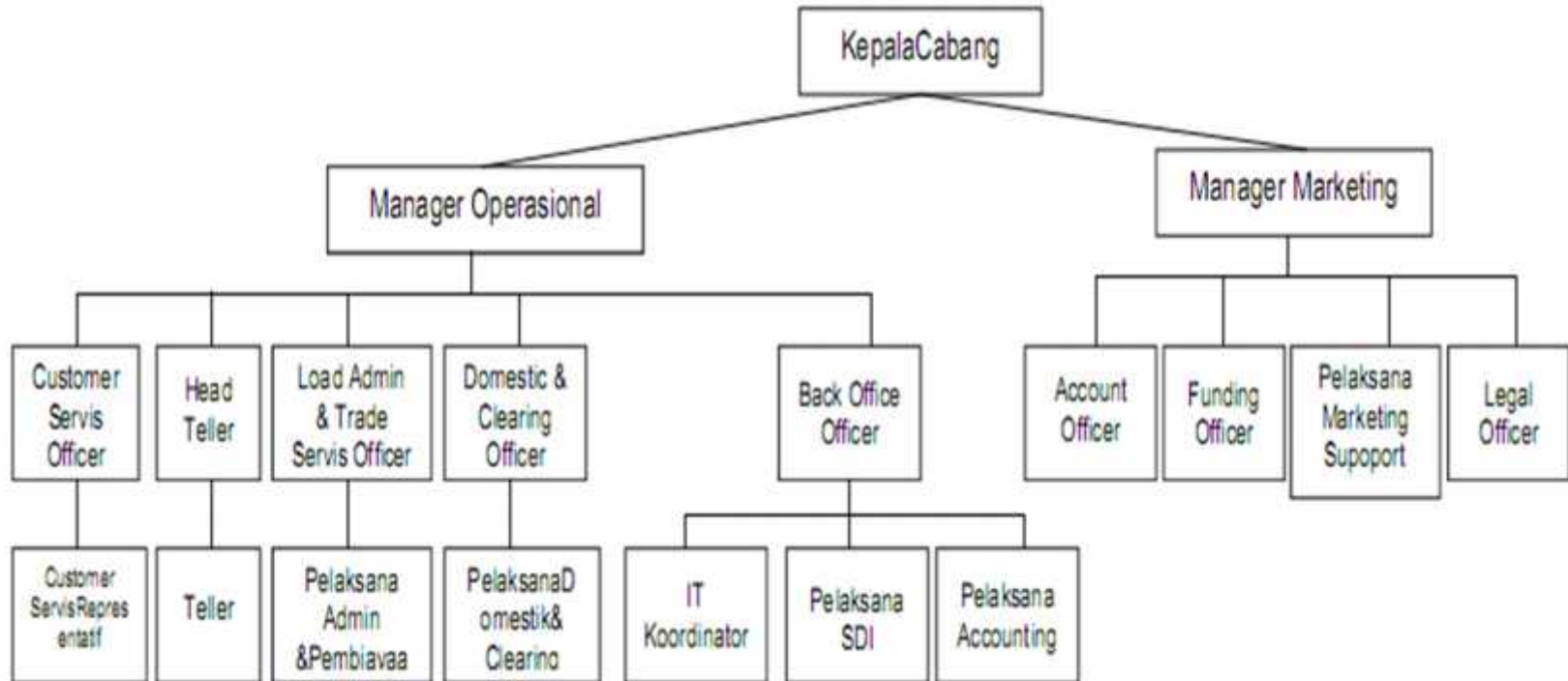
1. Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.
2. Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi, yang melampaui harapan nasabah.

3. Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.
4. Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.
5. Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
6. Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.

C. Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan gambaran suatu perusahaan secara sederhana, struktur organisasi memperlihatkan wewenang dan tanggung jawab baik secara vertical maupun horizontal serta memberikan gambaran tentang satuan-satuan kerja dalam suatu organisasi. Adapun struktur organisasi Bank Syari'ah Mandiri sebagai berikut :

Gambar 4.1
Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar



Sumber : PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar

D. Uraian Tugas

Dari struktur organisasi yang ada, dapat dijelaskan beberapa uraian tugas pada setiap bagian, sebagai berikut :

1. Kepala cabang

- a. Memastikan tercapainya target bisnis cabang yang telah ditetapkan berikut unit kerja di bawah koordinasinya, meliputi: pendanaan, pembiayaan, feebased, dan laba bersih baik secara kuantitatif maupun kualitatif.
- b. Memastikan kepatuhan, tingkat kesehatan, dan prudensialitas seluruh aktivitas cabang.
- c. Memastikan proses pemutusan pembiayaan di bawah koordinasinya sesuai SLA (untuk cabang koordinator pembiayaan).
- d. Memastikan pengendalian dan pembinaan cabang jaringan yang ada dibawah koordinasinya.
- e. Memastikan terlaksananya standar layanan nasabah di cabang dan jaringan yang di bawahnya.
- f. Memastikan pelaporan (intern & ekstern) dilakukan secara akurat dan tepat waktu.
- g. Memastikan kelengkapan, kerapian, dan keamanan dari dokumentasi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- h. Memastikan tindak lanjut hasil audit intern/ ekstern.

2. Marketing Manager

- a. Merumuskan strategi pemasaran cabang.
- b. Memastikan tercapainya target pembiayaan cabang.
- c. Memastikan tercapainya target pendanaan cabang.

- d. Memastikan tercapainya target fee based income cabang.
- e. Memastikan kelayakan nota analisa pembiayaan.
- f. Memastikan kualitas aktiva produktif dalam kondisi terkendali dan pelaksanaan pengawalan terhadap seluruh nasabah cabang.
- g. Memastikan penyelamatan seluruh pembiayaan bermasalah di cabang.
- h. Memastikan ketepatan pembiayaan seluruh kewajiban nasabah cabang.
- i. Memastikan implementasi standar pelayanan prima terhadap nasabah prioritas

3. Manager Operasional

- a. Memastikan terkendalinya bagian operasional cabang dengan efisien dan efektif.
- b. Memastikan transaksi harian operasional telah sesuai dengan ketentuan.
- c. Memastikan terlaksananya standar layanan nasabah yang optimal dikantor cabang.
- d. Memastikan ketersediaan likuiditas cabang yang memadai.
- e. Memastikan pelaksanaan seluruh kegiatan administrasi, dokumen, dan kerasipan

4. Account Officer

- a. Mendapatkan calon nasabah pembiayaan yang prospektif.
- b. Memastikan kelengkapan dokumen aplikasi pembiayaan.
- c. Menindaklanjuti permohonan pembiayaan nasabah dalam bentuk NAP.
- d. Memastikan persetujuan atau penolakan permohonan pembiayaan yang diajukan.
- e. Menindaklanjuti persetujuan atau penolakan permohonan pembiayaan nasabah.

- f. Memastikan proses pencairan pembiayaan sesuai dengan keputusan komite pembiayaan.
- g. Membina hubungan pembiayaan antara bank dengan nasabah.
- h. Melaksanakan pengawalan terhadap seluruh nasabah yang di kelola agar kolektabilitas lancar.
- i. Menyelesaikan fasilitas pembiayaan bermasalah.
- j. Merealisasikan pendapatan fee based income dari nasabah pembiayaan.

5. Funding Officer

- a. Memasarkan produk pendanaan, treasury dan haji sesuai strategi pemasaran yang telah di tetapkan.
- b. Memasarkan produk bancassurance produk asuransi yang di pasarkan oleh bank) , produk investasi dan jasa non-bank lainnya.
- c. Meningkatkan business relation antara bank dengan nasabah sesuai dengan target yang di tetapkan.
- d. Memutakhirkan dokumen dan data nasabah pendanaan sesuai kelolaan.
- e. Memberikan pelayanan khusus dalam setiap interaksi dengan nasabah prioritas.

6. Pelaksana Marketing Support

- a. Memastikan kelengkapan persyaratan penandatanganan akad dan pencairan pembiayaan nasabah.
- b. Mendokumentasikan current file
- c. Menerbitkan surat peringatan pembayaran kewajiban nasabah.
- d. Membuat pengajuan BI/Bank/Trade checking
- e. Memantau pemenuhan dokumen TBO
- f. Membuat SP3 atau surat penolakan atas permohonan pembiayaan nasabah yang di tolak

- g. Melakukan korespondensi berkaitan dengan pendanaan baik intern ekstern
- h. Menyusun laporan portofoli dan profitability nasabah, baik pembiayaan
- i. maupun pendanaan, sesuai dengan target cabang.
- j. Memelihara data profil nasabah pendanaan
- k. Menyusun laporan pencapaian target MM, AO, dan FO

7. Legal Officer/ Legal Staff

- a. Mengkonstruksikan pemikatan pembiayaan dengan nasabah sesuai limit cabang.
- b. Memastikan pemikatan pembiayaan nasabah yang di luar wewenang limit cabang oleh kantor pusat
- c. Menyusun naskah perjanjian kerjasama dengan pihak ketiga
- d. Memberikan opini hukum yang terkait dengan seluruh kegiatan cabang sesuai dengan wewenangnya.
- e. Memastikan penyelesaian perkara / kasus hukum di cabang berkoordinasi dengan kantor pusat.
- f. Memenuhi tanggung jawab tersebut di atas untuk cabang-cabang lain atau unit kerja di bawah koordinasi wilayah cabangnya.

8. Customer Service Officer

- a. Memastikan terlaksananya kegiatan operasional Customer service Officer dan layanan nasabah dengan ketentuan dan standar pelayanan
- b. Memastikan kelengkapan dan akurasi data Customer Service.
- c. Memastikan ketersediaan kartu ATM.
- d. Memastikan ketersediaan dan keamanan dokumen berharga bank, dan PIN kartu ATM.

9. Head Teller

- a. Mengelola Vault sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- b. Mengkoordinir seluruh teller untuk melaksanakan kegiatan operasional dan pelayanan nasabah sesuai dengan ketentuan bank.
- c. Memastikan keamanan kegiatan dan ruang operasional teller.
- d. Memastikan kesesuaian jumlah fisik dan pembukuan transaksi masing-masing teller.
- e. Mengelola operasional mesin ATM di cabang.
- f. Menjaga keamanan dan kerahasiaan specimen nasabah.

10. Loan Admin dan Trade Service Officer

- a. Memastikan keabsahan dokumen-dokumen pencairan pembiayaan.
- b. Memastikan keabsahan pencairan pembiayaan sesuai dengan persyaratan-persyaratan dokumen pembiayaan yang harus dipenuhi.
- c. Memastikan ketepatan waktu dan kepatuhan proses pembiayaan pasca pencairan.
- d. Memastikan kerahasiaan dan keamanan data debitur.
- e. Memastikan kewajaran fisik dan nilai jaminan.

11. Domestic dan Clearing Officer

- a. Memastikan transaksi transfer keluar dan masuk sesuai dengan ketentuan dan SOP yang berlaku.
- b. Memastikan transaksi kliring keluar dan masuk sesuai dengan ketentuan dan SOP yang berlaku.
- c. Memastikan transaksi inkaso keluar dan masuk sesuai dengan ketentuan dan SOP yang berlaku.

- d. Menyediakan data informasi dan membuat laporan rutin kepada pihak ekstern maupun intern, mencakup aktivitas domestic dan kliring.
- e. Memastikan pemeliharaan administrasi dan dokumentasi seluruh transaksi transfer, kliring, dan inkaso dan transaksi domestic lainnya.

12. Back Office Officer

- a. Menyajikan data beban kerja seluruh aktivitas di cabang sebagai pertimbangan manning analisis.
- b. Memastikan rencana pendidikan seluruh pegawai cabang.
- c. Memastikan terpenuhinya fasilitas bagi pegawai sesuai ketentuan perusahaan.
- d. Melakukan supervise dan laporan keuangan cabang.

E. Karakteristik Responden

Penelitian ini mengangkat permasalahan mengenai penerapan nilai-nilai Islam terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar. Responden yang digunakan adalah nasabah yang berjumlah sebanyak 100 orang nasabah. Para responden yang telah melakukan pengisian kuesioner kemudian akan diidentifikasi berdasarkan jenis kelamin, umur responden, lamanya menjadi nasabah, pekerjaan dan pendidikan. Untuk lebih jelasnya mengenai pengidentifikasian responden maka dapat diuraikan satu persatu sebagai berikut :

1. Jenis Kelamin

Jenis kelamin responden dalam penelitian ini dapat dikelompokkan dalam dua (2) kelompok yaitu kelompok laki-laki dan perempuan, untuk lebih jelasnya

akan disajikan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5.1
Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis kelamin	Responden	
		Orang	%
1.	Laki-laki	64	64,0
2.	Perempuan	36	36,0
Jumlah		100	100,0

Sumber: Data primer, 2018

Berdasarkan tabel 5.1 yakni identitas responden berdasarkan jenis kelamin, terlihat bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah laki-laki sebanyak 64 orang, sedangkan responden perempuan sebanyak 36 orang. Dengan demikian rata-rata n⁴⁶ pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar adalah berjenis kelamin laki-laki.

2. Umur

Umur responden merupakan salah satu hal yang penting dalam penelitian, karena umur responden akan mempengaruhi pendapat mereka mengenai suatu pengambilan keputusan. Hal ini penting jika dikaitkan dengan penilaian suatu pendapat, di mana semakin tinggi umur responden maka pengalaman yang dimiliki semakin banyak. Karakteristik responden berdasarkan umur dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5.2
Identitas Responden Berdasarkan Umur

No.	Umur Responden	Responden	
		Orang	%
1.	< 25 tahun	13	13,0
2.	26 - 29 tahun	29	29,0
3.	30 - 39 tahun	35	35,0
4.	40 - 49 tahun	14	14,0
5.	> 50 tahun	9	9,0
Jumlah		100	100,0

Sumber: Data primer, 2018

Tabel 5.2 yakni identitas responden menurut umur, terlihat bahwa dalam sampel ini umur responden yang terbesar adalah antara 30 - 39 tahun dengan jumlah responden sebanyak 35 orang, kemudian umur responden 26 - 29 tahun yakni sebanyak 29 orang. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah yang menabung pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar adalah berumur antara 30 - 39 tahun.

3. Lama menjadi nasabah

Berikut ini akan disajikan tabel mengenai identitas responden berdasarkan lama menjadi nasabah yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5.3
Identitas Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

No.	Lama Menjadi Nasabah	Responden	
		Orang	%
1.	1 - 5 tahun	26	26,0
2.	5,1 - 10 tahun	56	56,0
3.	> 10 tahun	18	18,0
Jumlah		100	100,0

Sumber: Data primer, 2018

Berdasarkan tabel 5.3 yakni identitas responden berdasarkan lama menjadi nasabah, terlihat bahwa sebagian besar lama menjadi nasabah antara 5,1 - 10 sebesar 56 orang, sedangkan lama menjadi nasabah antara 1 – 5 tahun sebesar 26 orang. Dengan demikian rata-rata lama menjadi nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar adalah antara 5,1 – 10 tahun.

4. Pekerjaan Responden

Identitas karakteristik responden menurut jenis pekerjaan yaitu menguraikan atau memberikan gambaran mengenai identitas responden menurut jenis pekerjaan responden. Dalam deskripsi karakteristik responden, dikelompokkan menurut jenis pekerjaan responden yang dapat dilihat melalui tabel berikut ini :

Tabel 5.4
Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Responden	
		Orang	%
1.	PNS	23	23,0
2.	Karyawan Swasta	27	27,0
3.	Wiraswata	45	45,0
4.	Lainnya	5	5,0
Jumlah		100	100,0

Sumber: Data primer, 2018

Berdasarkan tabel 5.4 yakni identitas responden yang berdasarkan pekerjaan, maka jenis pekerjaan responden yang terbesar adalah wiraswasta yakni sebesar 45 orang, kemudian diikuti oleh responden karyawan swasta yakni sebesar 27 orang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah yang menabung pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar adalah mempunyai pekerjaan wiraswasta.

5. Pendidikan

Pendidikan adalah jenjang tamatan yang dimiliki oleh responden sesuai dengan bukti-bukti sertifikat formal tamatan sekolah yang diakui oleh pemerintah sesuai dengan latar belakang dan disiplin ilmu yang ditamatinya. Dalam mengidentifikasi tingkat pendidikan terakhir responden dapat dibuat klasifikasi seperti terlihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5.5
Identitas Responden berdasarkan Jenjang Pendidikan

No.	Pendidikan	Responden	
		Orang	%
1.	SMA	12	12,0
2.	D.3	35	35,0
3.	S.1	46	46,0
4.	S.2	2	2,0
5.	Lainnya	5	5,0
Jumlah		100	100,0

Sumber: Data primer, 2018

Berdasarkan tabel 5.5 yakni identitas responden berdasarkan jenjang pendidikan, terlihat bahwa responden yang mempunyai pendidikan S.1 lebih mendominasi dalam penelitian ini yakni sebanyak 46 orang, kemudian disusul oleh responden yang mempunyai jenjang pendidikan D.3 yakni sebanyak 35 orang. Hal ini berarti bahwa rata-rata nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar adalah memiliki jenjang pendidikan S.1.

F. Deskripsi Variabel Penelitian

Untuk melihat sejauh mana tanggapan responden mengenai penerapan nilai-nilai Islam terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar maka dapat dilakukan melalui hasil penyebaran kuesioner yang disebarkan kepada responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini,

dimana tanggapan responden tentang penerapan nilai-nilai Islam dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5.6
Tanggapan Responden Tentang Penerapan Nilai-Nilai Islam

No.	Pernyataan	Tanggapan Responden					Skor (%)	Ket
		STS	TS	RR	S	SS		
Kejujuran								
1.	Salah satu prinsip nilai-nilai Islam bank syariah adalah hanya melakukan transaksi untuk usaha yang halal	0	0	22 22%	55 55%	23 23%	80,2	Sangat Baik
2.	Bank syariah Anda hanya melakukan transaksi untuk usaha yang halal	0	0	35 35%	39 39%	26 26%	78,2	Baik
Kesetaraan								
3.	Anda merasakan hubungan Anda dengan bank syariah adalah hubungan kemitraan/kebersamaan	0	0	25 25%	18 18%	57 57%	86,4	Sangat Baik
4.	Yang menjadi jaminan di bank syariah Anda adalah proyek yang sedang Anda kerjakan, bukan seluruh harta kekayaan Anda	0	0	17 17%	37 37%	46 46%	85,8	Sangat Baik
Keadilan								
5.	Bank syariah Anda sudah menerapkan prinsip bagi hasil	0	0	17 17%	40 40%	43 43%	85,2	Sangat Baik
6.	Persaingan antar bank syariah anda adalah persaingan sehat	0	0	29 29%	35 35%	36 36%	81,4	Sangat Baik

Sumber: Data diolah, 2018

Tabel 5.1 mengenai persepsi responden atas penerapan nilai-nilai islam dalam kaitannya dengan loyalitas nasabah, maka untuk pernyataan pertama

salah satu prinsip nilai-nilai Islam bank syariah adalah hanya melakukan transaksi untuk usaha yang halal, sebagian besar responden memberikan jawaban setuju sebanyak 55 orang atau sebesar 55%, indikator kedua mengenai bank syariah Anda hanya melakukan transaksi untuk usaha yang halal, sebagian besar responden memberikan jawaban setuju sebanyak 39 orang atau sebesar 39%, indikator ketiga mengenai Anda merasakan hubungan Anda dengan bank syariah adalah hubungan kemitraan/kebersamaan, sebagian besar responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 57 orang atau sebesar 57%. Kemudian indikator bahwa yang menjadi jaminan di bank syariah Anda adalah proyek yang sedang Anda kerjakan, bukan seluruh harta kekayaan Anda, sebagian besar responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 46 orang atau sebesar 46%. Selanjutnya pernyataan bank syariah Anda sudah menerapkan prinsip bagi hasil, sebagian besar responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 43 orang atau sebesar 43%. Dan pernyataan persaingan antar bank syariah anda adalah persaingan sehat, sebagian besar responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 36 orang atau sebesar 36%.

Selanjutnya hasil tanggapan responden tentang loyalitas nasabah dapat disajikan pada tabel berikut :

Tabel 5.7
Tanggapan Responden Tentang Loyalitas Nasabah

No	Pernyataan	Tanggapan Responden					Skor (%)	Ket
		ST S	TS	RR	S	SS		
1.	Anda akan terus konsisten melakukan transaksi (pengambilan penyetoran peminjaman dll.) dengan bank syariah	0	2 2%	29 29%	55 55%	14 14%	76,2	Baik
2.	Anda akan terus konsisten menjadi nasabah bank syariah meskipun banyak tawaran produk/jasa dari bank konvensional	0	1 1%	16 16%	46 46%	37 37%	83,8	Sangat Baik
3.	Anda bersedia merekomendasikan orang lain untuk menjadi nasabah bank syariah	0	3 3%	12 12%	35 35%	50 50%	86,4	Sangat Baik
4.	Anda berminat/sudah menggunakan jasa/produk lain dari bank syariah (tabungan, deposito, transfer, membayar zakat dll.)	0	1 1%	9 9%	31 31%	59 59%	89,6	Sangat Baik

Sumber: Data diolah, 2018

Tabel 5.7 mengenai persepsi responden atas loyalitas nasabah, maka untuk pernyataan pertama Anda akan terus konsisten melakukan transaksi (pengambilan penyetoran peminjaman dll.) dengan bank syariah, sebagian besar responden memberikan jawaban setuju sebanyak 55 orang atau sebesar 55%, pernyataan kedua mengenai Anda akan terus konsisten menjadi nasabah bank syariah meskipun banyak tawaran produk/jasa dari bank konvensional, sebagian

besar responden memberikan jawaban setuju sebanyak 46 orang atau sebesar 46%. Kemudian pernyataan ketiga mengenai Anda bersedia mereko-mendasikan orang lain untuk menjadi nasabah bank syariah, sebagian besar responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 50 orang atau sebesar 50%. Kemudian pernyataan keempat bahwa Anda berminat/sudah menggunakan jasa/produk lain dari bank syariah (tabungan, deposito, transfer, membayar zakat dll.), sebagian besar responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 59 orang atau sebesar 59%.

G. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika item-item pertanyaan mampu mengungkap sesuatu yang hendak diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan program *SPSS for Windows Versi 24.0*. Pengujian keabsahan (validitas) dari suatu instrumen penelitian perlu adanya penggunaan metode dalam menguji setiap instrumen penelitian. Uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau tidaknya indikator atau kuesioner dengan cara membandingkan r_{hitung} dan r_{tabel} . Nilai r_{hitung} merupakan hasil korelasi jawaban responden pada masing-masing pertanyaan di setiap variabel yang dianalisis dengan program *SPSS* dan *outputnya* bernama *corrected item correlation*.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, dapat disajikan hasil olahan data mengenai pengujian validitas dari setiap instrumen penelitian yang dapat dilihat melalui tabel berikut ini :

Tabel 5.8
Hasil Uji Validitas

Variabel	Corrected Item Total Correlation	r standar	Keterangan
Penerapan Nilai-Nilai Islam			
K.1	0,625	0,30	Valid
K.2	0,537	0,30	Valid
KS.1	0,659	0,30	Valid
KS.2	0,463	0,30	Valid
KD.1	0,462	0,30	Valid
KD.2	0,584	0,30	Valid
Loyalitas Nasabah			
L.1	0,597	0,30	Valid
L.2	0,662	0,30	Valid
L.3	0,772	0,30	Valid
L.4	0,708	0,30	Valid

Sumber : Data primer, 2018

Berdasarkan tabel yakni hasil uji validitas dengan menggunakan *corrected item-total correlation* yang diolah dengan program SPSS versi 24 yang menunjukkan bahwa dari 10 item pertanyaan yang telah diuji, ternyata semua item pertanyaan memiliki nilai korelasi yang di atas dari 0,30 berarti kesimpulan yang dapat diambil bahwa semua item pertanyaan sah (valid).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Setiap alat pengukur seharusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran relatif konsisten dari waktu ke waktu. Disini pengukuran hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain. Ada suatu nilai ketentuan untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach's alpha*, di mana menurut Ghozali (2013:41) bahwa suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki nilai *cronbach's alpha* > 0,60.

Dalam hubungannya dengan uraian tersebut di atas, dapat disajikan hasil uji reliabilitas dengan program SPSS versi 24 yang dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5.9
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Penelitian	Jumlah Item Pertanyaan	<i>Cronbach's Alpha</i>	r _{standar}	Keputusan
Penerapan Nilai-Nilai Islam	6	0,799	0,60	Reliabel
Loyalitas Nasabah	4	0,846	0,60	Reliabel

Sumber : Data primer, 2018

Dari tabel 5.9 yakni hasil olahan data dengan variabel penelitian yakni penerapan nilai-nilai Islam terhadap loyalitas nasabah, dimana dari 1 variabel independen dengan 6 item pertanyaan dan 1 variabel dependen dengan 4 item pertanyaan semuanya dapat dikategorikan reliabel, sebab memiliki nilai *cronbach's alpha* di atas dari 0,60, sehingga dapatlah disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dapat dikatakan andal atau reliabel.

H. Analisis Regresi mengenai Penerapan Nilai-Nilai Islam dan Loyalitas Nasabah

Pentingnya penerapan nilai-nilai Islam dengan loyalitas nasabah, maka perlu dilakukan analisis regresi dan korelasi linear sederhana, dimana analisis regresi dan korelasi adalah suatu analisis untuk melihat sejauh mana pengaruh dan hubungan antara penerapan nilai-nilai Islam terhadap loyalitas nasabah.

Berikut ini akan disajikan analisis regresi dan korelasi melalui hasil olahan data program SPSS release 24 yang dapat disajikan melalui tabel sebagai berikut :

Tabel 5.10
Hasil Olahan Data Regresi Dengan Menggunakan
Program SPSS Release 24

Model	<i>Unstandardized Coefficient</i>		<i>Standardized Coefficient</i>	t	Sig.
	B	Std Error	Beta		
Constant	0,895	0,333		2,688	0,008
Penerapan nilai-nilai Islam	0,798	0,080	0,711	10,010	0,000

Sumber : Data primer, 2018

Berdasarkan tabel 5.10, mengenai hasil olahan data regresi dengan menggunakan program SPSS release 24, maka dapat disajikan hasil persamaan regresi yaitu sebagai berikut :

$$Y = 0,895 + 0,798 X$$

Dari persamaan regresi tersebut di atas, maka dapat diberikan penjelasan regresi yaitu sebagai berikut :

a = 0,895, merupakan nilai tetap, dengan kata lain bahwa penerapan nilai-nilai Islam constant maka akan meningkatkan maka loyalitas nasabah.

b = 0,798 yang artinya jika tanggapan responden mengenai penerapan nilai-nilai Islam meningkat maka loyalitas nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar akan meningkatkan sebesar 0,798%.

Kemudian untuk melihat hubungan antara penerapan nilai-nilai Islam dengan loyalitas nasabah, maka diperoleh nilai $R = 0,711$ yang menunjukkan penerapan nilai-nilai Islam mempunyai hubungan yang cukup kuat, selain itu dengan nilai R square atau koefisien determinasi adalah sebesar 0,506 yang menunjukkan bahwa 50,6% variasi atas loyalitas nasabah dapat dijelaskan oleh variasi penerapan nilai-nilai Islam, sedangkan sisanya sebesar 49,4%.

Untuk melihat apakah penerapan nilai-nilai Islam berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar maka dapat digunakan uji signifikan (uji t), yakni dengan melihat dari nilai probabilitas, apabila nilai probabilitas lebih kecil $< 0,05$ (sig) maka akan memberikan pengaruh secara signifikan. Dari hasil uji t (parsial) maka diperoleh hasil bahwa penerapan nilai-nilai Islam mempunyai nilai probabilitas $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa penerapan nilai-nilai Islam mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar.

I. Pembahasan

Secara umum penelitian ini menunjukkan hasil sangat baik, hal ini ditunjukkan dari banyaknya tanggapan responden memberikan jawaban setuju dan sangat setuju dari responden terhadap kondisi masing-masing variabel penelitian. Dari hasil tersebut selanjutnya diperoleh bahwa penerapan nilai-nilai Islam mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar. Hal ini dibuktikan dari hasil perhitungan

statistik, bahwa diperoleh nilai probabilitas lebih kecil $< 0,05$ (sig) maka akan memberikan pengaruh secara signifikan. Dari hasil uji t (parsial) maka diperoleh hasil bahwa penerapan nilai-nilai Islam mempunyai nilai probabilitas $0,000 < 0,05$.

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Djamil (2001:249) mengemukakan bahwa dengan adanya pengaplikasian nilai-nilai Islam dalam setiap aktivitas perbankan syariah yaitu perjanjian/akad yang dibuat antara bank syariah dengan nasabahnya, akan sangat mendukung proses perkembangan perbankan syariah ke depannya. Penerapan nilai-nilai Islam pada bank syariah secara baik dan benar tentu saja akan mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah. Penerapan nilai-nilai Islam perlu menjadi perhatian penting bagi setiap bank syariah. Dengan penerapan nilai-nilai Islam tersebut, akan meningkatkan kepercayaan masyarakat untuk menempatkan dananya ataupun untuk menggunakan pembiayaan dari perbankan syariah. Semakin banyak masyarakat menempatkan dananya atau menggunakan pembiayaan dari bank syariah, itu menunjukkan masyarakat telah menjadi nasabah yang loyal pada bank syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Munawaroh (2016), hasil penelitiannya menunjukkan bahwa penerapan nilai-nilai Islam di bank syariah sangat mempengaruhi loyalitas nasabah bank syariah. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Fergiawan (2013) menemukan bahwa penerapan nilai nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Sehingga dari penelitian yang dilakukan peneliti maka dapat disimpulkan bahwa penelitian yang dilakukan peneliti mendukung dari penelitian yang dilakukan oleh Munawaroh dan Fergiawan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahaasn mengenai pengaruh penerapan nilai-nilai Islam terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan dari hasil analisis yaitu sebagai berikut : Hasil analisis mengenai penerapan nilai-nilai Islam pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar, yang menunjukkan bahwa penerapan nilai-nilai Islam berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar, hal ini dapat dilihat dari nilai penerapan nilai-nilai Islam dengan nilai prob < 0,05.

B. Saran-Saran

Dari hasil analisis dan kesimpulan, maka adapun saran-saran yang dapat diberikan sebagai bahan pertimbangan atau masukan bagi pihak perusahaan yaitu sebagai berikut :

1. Disarankan kepada perusahaan agar mempertahankan penerapan nilai-nilai Islam dalam meningkatkan loyalitas nasabah.
2. Disarankan pula kepada peneliti lainnya, agar menambah variabel lainnya yang mempengaruhi loyalitas nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Arif, M. Nur Rianto. 2010. **Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah**. Penerbit: Alfabeta, Bandung.
- Ascarya. 2011. **Akad dan Produk Bank Syariah**. Penerbit : PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Djamil, Fathurrahman. 2001. **Hukum Perjanjian Syariah dalam Kompliasi Hukum Perikatan**, Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Elza dan Soengkono. 2012. **Pengaruh Bagi Hasil dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah**. Tesis Fakultas Ekonomi UNIB.
- Fergiawan, Damar. 2013. **Pengaruh Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Surakarta**. Skripsi Institut Agama Islam Negeri Surakarta
- Fitria, Intan. 2014. **Pengaruh Penerapan Nilai Syariah dan Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bumiputera Syariah Cabang Yogyakarta**. Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
- Ghozali, I. 2013. **Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS**. edisi Keenam. Badan Penerbit : Universitas Diponegoro. Semarang.
- Griffin, Jill. 2013. **Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan**. Alih Bahasa Dwi Kartini Yahya, Penerbit: Erlangga, Jakarta
- Hawwa, Said. 2002. **Al-Islam**. Penerbit: Gema Insani, Jakarta
- Hurriyati, Ratih. 2014. **Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen**. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, Philip. 2014. **Manajemen Pemasaran Perspektif Asia**. Penerbit: Andy, Yogyakarta
- Lupiyoadi, Rambat. 2016. **Manajemen Pemasaran Jasa**. Edisi 3. Penerbit: Salemba Empat, Jakarta
- M. Musrin, H.M. 2010. **Sistem Nilai dan Pandangan Hidup serta Relasinya dengan Ilmu Pengetahuan**. Wardah, No. 8. Juni 2010
- Muhammad. 2011. **Manajemen Bank Syariah**. Penerbit: UPP AMP YKPN, Yogyakarta
- Munawaroh. 2016. **Penerapan Nilai-Nilai Islam Pada Bank Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Medan)**. Tesis Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan

- Nadya, Gina. 2014. **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Tabungan Di Perbankan Syariah Yogyakarta (Studi Kasus Pada BNI Syariah Cabang Yogyakarta)**. Jurnal
- Nuhung, Mahmud. 2014. **Bank Syariah**. Penerbit: Fahmis Pustaka Pusat Makassar
- Sugiyono. 2014. **Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D**, Penerbit : Alfabeta, Bandung
- Sujarweni, Wiratna. 2014. **Metodologi Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami**. Penerbit: PT. Pustaka Baru, Yogyakarta
- Susilo, Y. Tri, dkk. 2000. **Bank dan Lembaga Keuangan Lain**. Penerbit: Salemba Empat, Jakarta
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2014. **Service, Quality and Satisfaction** (ed 3). Yogyakarta. Andi.
- Usmara, A. 2008. **Strategi Baru Manajemen Pemasaran**. Jakarta: Amara Books.
- Zulfa, Moch. 2010. **Pengaruh Kualitas Layanan Islam dan Citra Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pasien Rumah**. Disertasi Program Pasca Sarjana, UNAIR, Surabaya
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah

RIWAYAT HIDUP

Besse Alfira Anugrah, lahir di Sengkang pada tanggal 4 Maret 1996. Penulis adalah anak sulung dari empat bersaudara, buah hati dari pasangan ayahanda Baso Alapin dan Hamraeni, S.Pd.

Penulis memasuki jenjang pendidikan dasar dibangku SDN 196 Pattirolokka pada tahun 2003 dan tamat pada tahun 2008. Selanjutnya, penulis melanjutkan pendidikan di MTS As' Adiyah PI 2 Sengkang pada tahun 2008 dan tamat pada tahun 2011. Kemudian di tahun yang sama, penulis melanjutkan pendidikannya di SMA Negeri 2 Sengkang dan tamat pada tahun 2014. Pada tahun 2014, penulis kembali melanjutkan studi ke Universitas Muhammadiyah Makassar dan mendaftar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen.

Berkat perlindungan dan pertolongan Allah SWT, dan kerja keras penulis serta iringan doa dari orang tua, saudara dan sahabat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Islam Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar".