

Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keadilan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Studi pada Nasabah Bank Syariah di Propinsi Riau)

Achmad Tavip Junaedi

Program Doktor Ilmu Manajemen FEB Universitas Brawijaya Malang
Djumilah Hadiwidjojo, Eka Afnan Troena, Iwan Triyuwono
Jurusan Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya

***Abstract:** Syariah banking development is still not satisfaction yet if compared with conventional banking development. The low growth of banking syariah market share is caused by the low loyalty of customer for syariah banking. Syariah banking as banking service in Indonesia needs pay attention to the maximum customer satisfaction level. The satisfy customer tends to be loyal with syariah banking. This research is aimed to expose relationship model between service quality and loyalty for syariah banking. There are four variables used in this research, such as: service quality as independent variable, customer loyalty as dependent variable, and justice and customer satisfactions as mediation variable. The research sampling method is judgment sampling from 392 customers, the usable questionnaire is 217. This total sample has fulfilled requirements to use analysis technique of SEM (Structural Equation Model). Some findings of this research are the loyalty can be defended if it is implemented by better service quality. Good quality service will give customer satisfaction, the satisfy customer will always be loyal with syariah banking. The justice for profit sharing will make satisfy customer, but the justice for profit sharing is not significant effected with the customer loyalty.*

***Keywords:** service quality, justice, customer decision, and syariah banking loyalty.*

***Abstrak:** pengembangan perbankan syariah masih belum puas namun jika dibandingkan dengan perkembangan perbankan konvensional. Pertumbuhan rendah dari pangsa pasar perbankan syariah disebabkan oleh rendahnya loyalitas pelanggan untuk perbankan syariah. Perbankan syariah sebagai layanan perbankan di Indonesia kebutuhan memperhatikan tingkat kepuasan pelanggan yang optimal. Pelanggan memenuhi cenderung untuk setia dengan perbankan syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengekspos model hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas untuk perbankan syariah. Ada empat variabel yang digunakan dalam penelitian ini, seperti: kualitas layanan sebagai variabel independen, loyalitas pelanggan sebagai variabel terikat, dan keadilan dan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Metode pengambilan sampel penelitian adalah judgment sampling dari 392 pelanggan, kuesioner yang dapat digunakan adalah 217. Ini total sampel telah memenuhi persyaratan untuk menggunakan teknik analisis SEM (Structural Equation Model). Beberapa temuan dari penelitian ini adalah loyalitas dapat dipertahankan jika diimplementasikan dengan kualitas pelayanan yang lebih baik. Kualitas layanan yang baik akan memberikan kepuasan pelanggan, memuaskan pelanggan akan selalu setia dengan perbankan syariah. Keadilan untuk bagi hasil akan membuat memuaskan pelanggan, tetapi keadilan bagi bagi hasil tidak signifikan dipengaruhi dengan loyalitas pelanggan.*

***Kata kunci:** kualitas pelayanan, keadilan, keputusan pelanggan, dan loyalitas perbankan syariah.*

Alamat Korespondensi:

Achmad Tavip Junaedi, Program Doktor Ilmu Manajemen FEB-
UB Jl. Mt Haryono 165 Malang

Perekonomian dan perbankan Islam selama lebih dari dua puluh tahun telah berhasil mengembangkan dasar teori dari Sistem Ekonomi Islam. Banyak hal yang telah dilakukan berkaitan dengan kepentingan ini pada sebagian besar negara muslim. Sistem ekonomi Islam dan penerapannya baik di tingkat nasional maupun internasional didasarkan pada apa yang tertulis dalam Al-Qur'an.

Terdapat pula asumsi bahwa tidak semua negara saat ini atau nantinya, siap untuk mengganti sistem ekonomi Islam secara total. Sistem ekonomi Islam yang ideal saat ini hanya ada dalam pemikiran kelompok perguruan tinggi atau bersifat teori, sehingga perlu disosialisasikan tentang sistem ekonomi Islam yang ideal kepada masyarakat muslim.

Potensi perbankan Islam masih sangat besar, mengingat 1,2 milyar penduduk dunia adalah kaum muslimin dengan GDP lebih dari 1,3 trilyun US dollar (Skha Consulting, 2001). Penduduk muslim terbanyak secara kuantitas per Negara berturut-turut terdapat di Indonesia, India, Pakistan dan Bangladesh. Sedangkan penetrasi perbankan Islam yang cukup berhasil adalah di Kuwait dengan pangsa pasar lebih kurang 30 persen, Di Arab Saudi proporsinya 12 persen, sedangkan di Brunei 11 persen, Malaysia baru 5 persen, dan di Indonesia masih berkisar 1 persen. Dari survey pada tujuh bank syariah di Indonesia, Malaysia dan Dubai, ditentukan bahwa kendala-kendala utama adalah kesadaran masyarakat yang masih rendah terhadap eksistensi perbankan syariah.

Masyarakat Indonesia sebahagian besar adalah muslim, oleh Karenanya potensi pasar perbankan syariah di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat dan signifikan. Ditandai dengan banyak berdirinya Badan Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS), dan banyak bank-bank konvensional yang membuka kantor cabang bank syariah, bahkan mengganti jenis usahanya, dari bank konvensional menjadi bank syariah. Kinerja ini semakin nyata ketika badai krisis melanda Indonesia. Pada saat perbankan konvensional banyak yang terpuruk, perbankan syariah relatif dapat bertahan, bahkan menunjukkan perkembangan, sejalan dengan bertambahnya jumlah bank syariah yang beroperasi, jaringan kantor bank syariah juga mengalami peningkatan yang signifikan sebesar 37,68 %, dari 597 kantor pada tahun 2007, menjadi 822 kantor pada tahun 2008. Penyebaran

jaringan kantor bank syariah, saat ini telah menjangkau 89 kabupaten/kota di 33 propinsi di seluruh Indonesia.. Posisi jumlah jaringan kantor secara rinci dapat di lihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Jaringan Kantor Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah

Keterangan	2005	2006	2007	2008
Bank Umum Syariah	3	3	3	5
Unit Usaha Syariah	19	20	26	27
Bank Pembangunan Rakyat Syariah	92	105	114	131
Total Jumlah Kantor	458	531	597	822

Sumber: Bank Indonesia (2010)

Dalam menerapkan pengembangan industri perbankan syariah, Bank Indonesia tetap melakukan program-program inisiatif yang terdiri dari atas kepatuhan kepada prinsip syariah, ketentuan kehati-hatian, efisiensi operasi dan daya saing, serta kestabilan sistem dan bermanfaat bagi perekonomian.

Upaya meningkatkan kepatuhan terhadap prinsip syariah, Bank Indonesia telah melakukan upaya untuk peningkatan pemahaman terhadap konsep keuangan syariah, menyusun norma-norma keuangan syariah, serta mengkaji mekanisme dan penerapan sistem pengawasan yang terintegrasi. Bank Indonesia juga telah melakukan kajian mengenai tingkat kesehatan dan konsep permodalan bagi bank syariah secara komprehensif merupakan bagian dari implementasi program pengawasan berbasis risiko untuk memenuhi persyaratan *international best practices*.

Daya tarik perkembangan perbankan syariah pasca keluarnya UU No. 10 1998 sangat menjadi perhatian yang besar bagi masyarakat di Indonesia, sehingga menjadikan Indonesia sebagai "*the biggest and the fastest growing Islamic banking market in the world*". Banyaknya masyarakat Indonesia yang tertarik yang akhirnya menjadi nasabah bank syariah yang dari tahun ke tahun semakin bertambah sehingga mampu dan semakin mendukung perkembangan bank syariah itu sendiri. Keadaan semacam itu tidak terlepas dari upaya strategi pengembangan Bank Syariah di masa mendatang, dimana secara konseptual perbankan syariah memang sesuai dengan perkembangan zaman serta sudah merupakan kewajiban sejarah untuk lahir dan berkembang menjadi perbankan alternatif yang sesuai dengan fitrah hidup manusia.

Hilman (2003) menyebutkan bahwa ada beberapa faktor yang berpengaruh terhadap cerah prospek pengembangan perbankan syariah sebagai berikut:

- Meningkatnya kesadaran umat Islam untuk berbisnis secara syariah
- Meningkatnya ketersediaan sumber daya manusia yang handal di bidang perbankan syariah dengan dibukanya beberapa sekolah tinggi atau fakultas yang berkonsentrasi pada pengembangan ekonomi syariah
- Meningkatnya minat para pemilik perbankan konvensional untuk membuka divisi atau unit syariah
- Adanya payung hukum yang jelas yang mengatur perbankan syariah dengan dikeluarkannya UU No. 10 1998 tentang Perbankan
- Mulai membaiknya iklim perekonomian di Indonesia

Selain faktor-faktor tersebut di atas perlu dicermati situasi dan kondisi globalisasi saat ini adalah tuntutan setiap usaha terhadap keinginan dan kebutuhan masyarakat yaitu menyangkut masalah sebagaimana dituturkan oleh Purnomo (2000) seperti *demand*, *brand image (unique)*, dan *market share*. Hal tersebut juga berlaku pada usaha perbankan tak terkecuali perbankan syariah. Lebih lanjut Purnomo (2000) menegaskan bahwa bank syariah sebagai salah satu lembaga intermediasi keuangan juga dituntut untuk memenuhi ketiga kriteria tersebut dalam penciptaan usahanya, sehingga perlu adanya perencanaan, organisasi, pelaksanaan, dan pengontrolan dalam setiap penciptaan usahanya.

Menurut Arifin (2007) manajemen bank syariah harus memperkuat landasan usaha dan mengembangkan usaha yang telah ada. Kebijakan yang dimaksud adalah:

- Penciptaan sistem perbankan syariah dalam segi hukum merupakan langkah penguatan landasan usaha pertama yang harus dilaksanakan oleh para bankir syariah
- Persiapan tatanan administrasi yang informatif dan profesional yang merupakan langkah penguatan yang kedua yang harus dilaksanakan oleh para bankir syariah
- Penciptaan keamanan dan kenyamanan bagi setiap shahibul maal yang merupakan langkah

penguatan yang ketiga yang harus dilakukan oleh para bankir syariah

- Langkah yang terakhir penguatan landasan usaha, yaitu menciptakan kemandirian dalam sisi keuangan perbankan syariah.

Menurut Rivai dan Arifin (2010) Bank Islam merupakan lembaga intermediasi dan penyedia jasa keuangan yang bekerja berdasarkan etika dan sistem nilai Islam, khususnya yang bebas bunga (riba), bebas dari kegiatan spekulatif yang produktif seperti perjudian/masyir/bebas dari hal-hal yang tidak jelas dan meragukan/gharar, berprinsip keadilan, dan hanya membiayai kegiatan usaha yang halal. Bank syariah sering disamakan dengan bank tanpa bunga. Bank tanpa bunga merupakan konsep yang lebih sempit dari bank Islam, ketika sejumlah instrumen atau operasinya bebas dari bunga. Bank syariah, selain menghindari bunga juga secara aktif turut berpartisipasi dalam mencapai sasaran dan tujuan dari ekonomi Islam yang berorientasi pada kesejahteraan sosial.

Menurut UU No. 10 Tahun 1998 tentang perubahan UU No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan disebutkan bahwa bank syariah adalah bank umum yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip Islam yang dalam menjalankan kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Menurut Rivai dan Arifin (2010) beberapa prinsip aktivitas bank syariah adalah sebagai berikut:

- Prinsip keadilan, prinsip tercermin dari penerapan imbalan atas bagi-hasil dan pengambilan margin keuntungan yang disepakati bersama antara bank dengan nasabah.
- Prinsip kemitraan/kesederajatan, bank syariah menempatkan nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana, maupun bank pada kedudukan sama/berimbang sederajat antara nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana maupun bank mitra usaha. Hal ini tercermin dalam hak, kewajiban, risiko, dan keuntungan yang berimbang antara nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana maupun bank. Dalam hal ini bank berfungsi sebagai *intermediary institution* melalui skim pembayaran yang dimilikinya.
- Prinsip ketentraman, produk-produk bank syariah telah sesuai dengan prinsip dan kaidah muamalah Islam, antara lain tidak adanya unsur riba serta penerapan zakat harta. Dengan demikian,

nasabah akan merasakan ketentraman lahir maupun batin.

- Prinsip transparansi/keterbukaan, melalui laporan keuangan bank yang terbuka secara berkesinambungan, nasabah dapat mengetahui tingkat keamanan dana dan kualitas manajemen bank.
 - Prinsip universalitas, bank dalam mendukung operasionalnya tidak membedakan suku, agama, ras, golongan agama dalam masyarakat dengan prinsip Islam sebagai Rakhmatan lil' alamin.
 - Tidak ribawi (*non usurious*).
 - Laba yang wajar (*legitimate profit*).
- Menurut Machmud dan Rukmana (2010), secara filosofis bank syariah adalah bank yang aktivitasnya meninggalkan masalah riba. Dengan demikian, penghindaran bunga yang dianggap riba merupakan salah satu tantangan yang dihadapi dunia Islam saat ini.

Berangkat dari beberapa kelemahan sistem perbankan konvensional tersebut, maka perbankan syariah diharapkan mendapatkan kebebasan dalam mengembangkan produk sendiri sesuai dengan teori perbankan syariah. Jika kebebasan ini dapat diwujudkan, secara ideal akan memberikan manfaat, yaitu:

- Terpeliharanya aspek keadilan bagi-hasil untuk yang bertransaksi.
- Lebih menguntungkan dibandingkan perbankan konvensional.
- Dapat memelihara kestabilan nilai tukar, karena berdasarkan transaksi yang riil.
- Transparansi menjadi sifat yang melekat (*Inheren*).
- Memperluas aplikasi syariah dalam kehidupan muslim.

Bank Indonesia telah membuat kebijakan untuk pengembangan Bank Syariah di Indonesia dengan Program Akselerasi Pengembangan Bank Syariah (PAPBS), untuk mencapai *market share* perbankan syariah sebesar 5% dari total aset seluruh perbankan di Indonesia pada akhir tahun 2008 dengan tetap mempertahankan prinsip kehati-hatian (*prudent banking*) dan kepatuhan terhadap prinsip syariah. Kebijakan dimaksud lebih difokuskan pada pencapaian target kuantitatif melalui terobosan paket kebijakan dan program inisiatif yang dapat memberikan

perubahan pertumbuhan aset bank secara signifikan dalam jangka pendek.

Sasaran dan kebijakan program akselerasi tersebut adalah mendorong pertumbuhan dari sisi *supply* dan *demand*, memperkuat permodalan, manajemen dan Sumber Daya Insani, mengoptimalkan peranan pemerintah serta melibatkan *stakeholder* perbankan syariah untuk berperan aktif dalam program akselerasi sesuai dengan kompetensinya masing-masing.

Upaya kongkrit kebijakan tersebut, tercakup dalam enam pilar program akselerasi pengembangan perbankan syariah yang dilaksanakan Bank Indonesia, antara lain:

- Penguatan kelembagaan bank syariah
- Pengembangan produk bank syariah
- Intensifikasi edukasi publik dan aliansi mitra strategis
- Peningkatan peran pemerintah dan penguatan kerangka hukum bank syariah
- Penguatan SDI (Sumber Daya Insani) bank syariah
- Penguatan pengawasan bank syariah.

Machmud dan Rukmana (2010) berpendapat bahwa, meskipun adanya dukungan pemerintah, kebijakan Bank Indonesia dan Fatwa MUI, tetapi peranan perbankan syariah dalam perekonomian nasional, relatif masih sangat kecil. Hal ini dikarenakan adanya beberapa kendala, yaitu:

- Peraturan perbankan berlaku belum sepenuhnya mengakomodasi operasional bank syariah.
- Rendahnya pemahaman masyarakat terhadap kegiatan operasional bank syariah. Hal ini disebabkan oleh pandangan yang belum tegas mengenai bunga dari para ulama dan kurangnya perhatian ulama dalam kegiatan ekonomi syariah.
- Sosialisasi belum dilakukan secara optimal.
- Jaringan kantor bank syariah masih terbatas
- Sumber daya manusia yang memiliki keahlian mengenai bank syariah masih terbatas.
- Persaingan produk perbankan konvensional sangat baik sehingga mempersulit bank syariah dalam memperluas segmen pasar.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa sistem ekonomi dalam Islam tidak hanya didasari oleh Undang-Undang Pemerintah, tetapi juga ajaran-ajaran Islam yang terkandung dalam kitab suci

Al-Qu'ran dan diterangkan dalam syariah Islam. Pada awal berdirinya bank syariah di MUI banyak masalah dan tantangan, baik masalah ekonomi maupun masalah perbankan. Penghindaran bunga yang dianggap riba merupakan salah satu tantangan dunia Islam dewasa ini. Oleh karena itulah mekanisme perbankan bebas bunga yang disebut dengan bank syariah didirikan atas dasar alasan filosofis maupun praktek. Kedepannya bank syariah dapat lebih besar dalam mengambil peranan dalam perekonomian nasional.

Pemilihan masyarakat terhadap bank syariah tidak hanya berdasarkan alasan agama saja, seperti penelitian Naseer, *et. al.* (1999), yang tercantum pada Tabel 2. Nantinya bank syariah diupayakan ke depan dipilih oleh masyarakat karena pelayanan yang baik dan bagi-hasil sesuai dengan azas keadilan.

Perbankan syariah yang bergerak di bidang jasa dan pelayanan, dituntut untuk terus melakukan perbaikan dalam memberikan pelayanan terbaik pada nasabah. Perbankan syariah harus memberikan pelayanan yang *personalized* dan *profesional*, sehingga kepuasan nasabah dapat dipenuhi, hal ini diperlukan agar dapat bersaing dengan perbankan konvensional.

Kepuasan nasabah perlu diperhatikan, agar perbankan syariah dapat tetap eksis dan berkompetisi dalam dunia perbankan yang tingkat persaingannya semakin tinggi. Nasabah yang kepuasannya terpenuhi akan menciptakan tingkat loyalitas yang tinggi.

Loyalitas nasabah ditentukan oleh kegunaan dari barang atau jasa yang dikehendaki dan diharapkan

nasabah, sehingga jaminan kualitas dan nilai menjadi prioritas. Nasabah akan merasa loyal dan puas jika kualitas pelayanan yang diberikan oleh perbankan syariah dilakukan dengan baik dan bagi-hasil yang diharapkan sesuai azas keadilan yang layak.

Untuk mengatasi persaingan, Bank Syariah dituntut untuk tampil dengan peningkatan kualitas layanan yang baik dan prinsip bagi-hasil yang layak dan inovatif sehingga kepuasan nasabah terpenuhi dan memiliki rasa loyalitas yang tinggi. Hal ini yang akan menjadi titik tolak dalam penelitian ini.

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini, adalah sebagai berikut:

- Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keadilan pada nasabah bank syariah di propinsi Riau.
- Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah bank syariah di propinsi Riau.
- Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah bank syariah di propinsi Riau.
- Untuk menganalisis pengaruh keadilan terhadap kepuasan nasabah bank syariah di propinsi Riau.
- Untuk menganalisis pengaruh keadilan terhadap loyalitas nasabah bank syariah di propinsi Riau.
- Untuk menganalisis pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah bank syariah di propinsi Riau.

Tabel 2. Pilihan Masyarakat terhadap Bank Syariah

Label Alasan	Rangking	Sangat Setuju		Setuju		Tidak Tahu		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju	
		Frekuensi	%	Frekuensi	%	Frekuensi	%	Frekuensi	%	Frekuensi	%
Bank Reputasi	1	43	20.9	107	51.9	7	3.4	14	6.8	2	1.0
Hanya Alasan Agama	2	82	39.8	63	30.6	8	3.9	21	10.2	2	1.0
Fasilitas Yg. Sama Syariah dan Konv.	3	46	22.3	88	42.7	18	8.7	18	8.7	3	1.5
Kerahasiaan Bank	4	39	18.9	92	44.7	17	8.3	20	9.7	5	2.4
Alasan Agama dan Keuntungan	5	40	19.4	86	41.7	21	10.2	20	9.7	8	3.9
Personil Bank Yang Bersahabat	6	13	6.3	105	51.0	30	14.6	18	8.7	5	2.4
Manajemen Bank	7	22	10.7	93	45.1	43	20.9	12	5.8	3	1.5
Fasilitas Yang Ditawarkan Bank	8	11	5.3	102	49.5	22	10.7	28	13.6	9	4.4
Efektivitas Bank Dalam Bertransaksi	9	12	5.8	95	46.1	25	12.1	27	13.1	12	5.8
Kepercayaan pada pengurus Bank Syariah	10	35	17.0	70	34.0	51	24.8	14	6.8	3	1.5
Kualitas Saran dari Personal Bank	11	16	7.8	86	41.7	27	13.1	41	19.9	5	2.4
Lokasi Bank	12	26	12.6	72	35.0	26	12.6	36	18.4	9	4.4
Kepercayaan pd direktur sbg badan pengurus	13	23	11.2	71	34.5	63	30.6	13	6.3	2	1.0
Saran dari teman	14	10	4.9	63	30.6	30	14.6	57	27.7	12	5.8
Alasan Keuntungan Saja (ROI)	15	13	6.3	47	22.8	29	14.1	63	30.6	20	9.7
Saran dari keluarga	16	11	5.3	47	22.8	41	19.9	52	30.1	11	5.3
Pelayanan yang kurang	17	11	5.3	43	20.9	61	29.6	42	20.4	14	6.8

Sumber : Naser *et. al.* (1999, hal 144).

Manfaat Teoritis

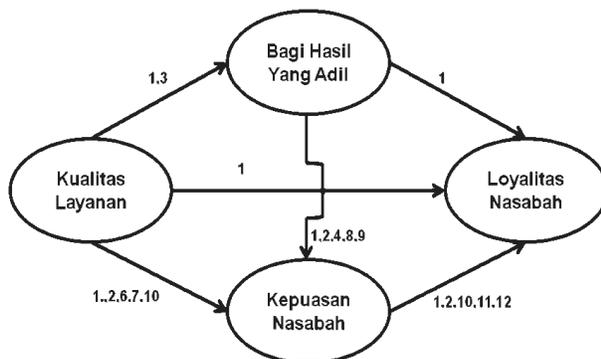
- Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperkaya ilmu manajemen pemasaran, khususnya dalam teori SERVQUAL berbasis syariah.
- Hasil penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan model keterkaitan antara kualitas pelayanan, keadilan, kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah.

Manfaat Praktis

- Hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan dalam merumuskan strategi perusahaan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan yang maksimal guna menjaga loyalitas nasabah bank syariah.
- Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi dan referensi bagi pemerintah dalam hal membuat kebijakan undang-undang, membuat regulasi dan pengawasan bank syariah, sehingga dapat mendukung perkembangan bank syariah ke depan.
- Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan untuk mengembangkan penelitian disektor jasa lainnya.

Kerangka Konseptual

Berdasarkan pada pemikiran yang di uraikan di atas, maka kerangka konseptual penelitian digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

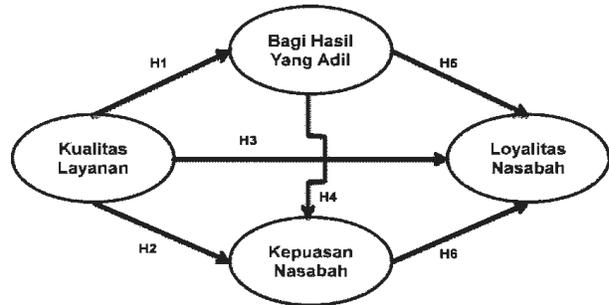
Sumber:

- | | |
|---------------------|---------------------------------|
| 1. Ti Bei (2001) | 7. Hellier (2003) |
| 2. Wijayanti (2008) | 8. Zhang (2001) |
| 3. Lee (2001) | 9. Parasuraman, et, al., (1988) |
| 4. Soenarmi (2005) | 10. Soderlund (1998) |
| 5. Kolter (2006) | 11. Aydin dan Ozer (2005) |
| 6. Tjipto (2005) | 12. Qowi (1999) |

Hipotesis Penelitian

Bagian ini menggambarkan model hipotesis dari pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah, dengan bagi-hasil yang adil dan kepuasan nasabah sebagai *intervening variable*.

Perumusan dan pengembangan hipotesis penelitian didasarkan pada model penelitian yang telah digambarkan sebelumnya dan atas kajian teori serta penelitian terdahulu yang terkait dalam penelitian ini.



Gambar 2. Hipotesis Penelitian

METODE

Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif (*positivist*). Pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang bekerja dengan angka, datanya berwujud bilangan, dianalisis dengan menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan atau menguji hipotesis penelitian yang bersifat spesifik dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel tertentu mempengaruhi variabel lain (Creswell, 2002). Pendekatan kuantitatif mendasarkan kajian pada prinsip rasional empirik sehingga sebelum melakukan penelitian para peneliti sudah menyediakan permasalahan dan hipotesis untuk diuji berdasarkan atas kriteria-kriteria yang ditetapkan serta alat analisis yang digunakan.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian *explanatory*, yaitu penelitian yang dilakukan dengan maksud menjelaskan (*explanatory*) hubungan antar variabel melalui pengujian hipotesis dan pengumpulan datanya dilakukan dengan cara survey untuk memperoleh informasi yang faktual dengan cara mendistribusikan kuisioner kepada nasabah sesuai dengan sampel yang diambil dari populasi nasabah bank syariah.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi menurut Sugiyono (2008) adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek / subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Populasi sasaran dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah yang berada di Kotamadya Pekanbaru Propinsi Riau. Pemilihan Kotamadya Pekanbaru dengan pertimbangan bahwa semua Bank Syariah beroperasi di Kotamadya Pekanbaru dan kantornya telah berdiri lebih dari 3 tahun, Jumlah kantor Cabang Utama Bank Syariah ada sebanyak 9 (sembilan) di antaranya: Bank Muamalat, Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, Bank Riau Syariah, BTN Syariah, BRI Syariah, Bank Mega Syariah, Bank Niaga Syariah, dan Bank Permata Syariah.

Total populasi dalam penelitian adalah jumlah nasabah Bank Syariah Propinsi Riau berjumlah yaitu 19.006 (Bank Indonesia, Pekanbaru, 2009).

Penentuan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini didasarkan atas pendapat dari Slovin (Umar, 2002), karena jumlah nasabah yang memiliki rekening tabungan di bank syariah sudah ditetapkan.. Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masuk, dapat ditolerir mulai 1 – 10 persen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

α = persentase kelonggaran ketidaktelitian (presisi) karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir.

Dengan menggunakan presisi 5% dan jumlah seluruh nasabah Bank Syariah yang memiliki rekening tabungan di Propinsi Riau yaitu 19.006, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{19.006}{1 + 19.006 \times (0,05)^2} = 392$$

SEM (*Structural Equation Model*) sebagai alat analisis yang dipergunakan menghendaki jumlah sampel sekitar 100–200 agar hasilnya dapat diestimasi dan diinterpretasi. Hair, *et al.* (1998) mengemukakan bahwa ukuran sampel yang sesuai antara 100–200, bila sampel lebih dari 400 maka metode menjadi sangat sensitif sehingga sulit untuk *goodness of fit* yang baik.

Berdasarkan pertimbangan tersebut, maka jumlah sampel penelitian ini ditetapkan sebesar 392 responden dan hal ini telah mencukupi untuk digunakan dalam penelitian, karena menurut pendapat Roscoe (Sekaran, 2000), bahwa ukuran sampel lebih besar dari 30 dan kurang dari 500 telah mencukupi untuk digunakan dalam penelitian.

Cara penyebaran kuesioner adalah kuesioner diisi nasabah bank syariah dan dilakukan di lokasi penelitian di kantor bank syariah Dalam pemilihan nasabah yang menjadi sampel adalah:

- Nasabah yang telah memiliki tabungan di bank syariah
- Telah menjadi nasabah minimal 6 (enam) bulan
- Sudah pernah menerima bagi-hasil minimal 6 (enam) kali.

Proporsi penyebaran kuesioner pada setiap Kantor Cabang Bank Syariah dilakukan berdasarkan perkiraan jumlah sampel yang diberikan, karena pihak bank syariah enggan memberikan informasi yang sebenarnya mengenai jumlah nasabah. Jumlah sampel yang diberikan untuk 2 (dua) bank yaitu Bank Muamalat dan Bank Syariah Mandiri lebih banyak dari pada bank-bank syariah lainnya, karena kedua bank syariah tersebut pelopor bank syariah di Pekanbaru dan sudah beroperasi lebih dari 10 tahun.

Pengambilan sampel dilakukan pada bulan Juni 2011 hingga bulan Agustus 2011. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *judgment sampling* yang merupakan bagian dari *Non Probability Sampling*.

Dari hasil penyebaran total kuisisioner sebanyak 392 yang disebarkan kepada responden, yang kembali kepada peneliti sebanyak 281 kuisisioner, Dari 281 kuisisioner yang kembali kepada peneliti, setelah dilakukan verifikasi kelayakan data responden dan isi pernyataan kuisisioner sebanyak 214 kuisisioner yang layak untuk diolah lebih lanjut.

HASIL

Pengujian terhadap hipotesis dilakukan melalui pengujian koefisien jalur pada model persamaan struktural. Tabel 2 menyajikan hasil uji hipotesis dengan melihat nilai *p value*. Jika nilai *p value* lebih kecil dari 0.05 maka hubungan antar variabel signifikan.

Tabel 2. Hasil Pengujian Hipotesis

Variabel Independen	Variabel Dependen	Koefisien Jalur	P-Value	Keterangan
Kualitas Layanan	Keadilan	0,649	0,000	Significant
Keadilan	Kepuasan Nasabah	0,391	0,000	Significant
Kualitas Layanan	Kepuasan Nasabah	0,610	0,011	Significant
Kualitas Layanan	Loyalitas Pelanggan	0,334	0,000	Significant
Kepuasan Nasabah	Loyalitas Pelanggan	0,619	0,000	Significant
Keadilan	Loyalitas Pelanggan	-0,002	0,978	No..Significant

(Sumber: Data primer diolah (2010))

*significant at level 0,05 (two-tiled)

Pengujian hipotesis H_1 sampai H_6 dilakukan menggunakan *t-test* dengan tingkat signifikansi alpha 5% terhadap *regression weight/loading factor/coefisien* λ . Uji ini dilakukan untuk menolak atau menerima H_0 , dimana koefisien $\lambda_i = 0$ (bobot regresi variabel independen terhadap variabel dependen tidak diterima), dengan demikian: $H_0 : \lambda_i = 0$ (tidak diterima) dan $H_a : \lambda_i > 0$ (diterima secara signifikan).

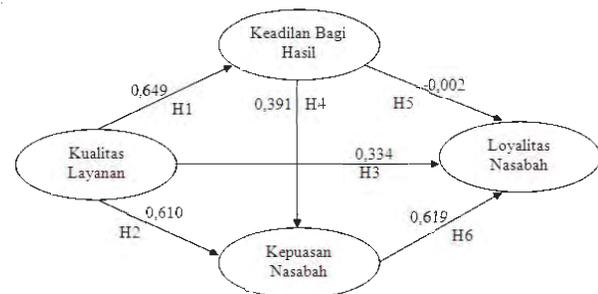
Ketentuan uji *regression weight* dalam SEM, untuk dapat menerima/menolak H_0 didasarkan pada perbandingan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} dimana t_{hitung} identik dengan CR (*critical ratio*) yang diuji dengan nilai probabilitas atau *p* (Ferdinand, 2002), dengan ketentuan:

- Jika $p < 0,05$ maka H_0 ditolak, berarti ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.
- Jika $p > 0,05$ maka H_0 diterima, berarti tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Pengujian hipotesis dalam model penelitian ini adalah dengan uji *t* dan menggunakan perbandingan nilai *critical ratio* (t_{hitung}) dengan tingkat signifikansi 5% (alpha 0,05). H_0 diterima jika nilai probabilitas (*p*) $> 0,05$ berarti pengaruh jalur antar konstruk tidak signifikan. H_a diterima jika $p < 0,05$.

Tabel 5.14 diatas menyajikan hasil uji hipotesis dengan melihat nilai *p value*. Jika nilai *p value* lebih kecil dari 0.05 maka hubungan antar variabel signifikan. Model hubungan antar variabel dependen dan variabel independen disajikan pada Gambar 3.

Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai *critical ratio* (CR) pada lima jalur hubungan memperlihatkan hasil



Gambar 3. Model hubungan antar variabel dependen dan variabel independen

yang lebih besar dari t_{tabel} yang berarti bahwa antar variabel berpengaruh signifikan sementara satu jalur lainnya menunjukkan nilai CR yang kurang dari tabel dan tidak signifikan. Interpretasi dari Tabel 2 dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Pengujian hipotesis (H1) dengan model persamaan struktural menghasilkan koefisien jalur pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap Keadilan Bagi-hasil dengan $P = 0,000$ (kecil dari nilai alpha 0,05) dan nilai *critical ratio* ($t_{hitung} = 9,127$) dengan nilai koefisien *standardized* sebesar 0.649. Hasil ini memberikan arti bahwa semakin baik kualitas pelayanan akan semakin meningkatkan nilai keadilan dalam bagi-hasil, Bank syariah yang memberikan kualitas pelayanan yang baik, maka nilai bagi-hasil pun dapat meningkat. Nasabah tidak memikirkan harga

- bagi-hasil lagi, karena sudah mendapatkan pelayanan yang optimal dari bank syariah.
- Pengujian hipotesis (H2) dengan model persamaan struktural menghasilkan koefisien jalur pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dengan $P = 0.000$ (lebih kecil dari nilai alpha 0,05) dan nilai *critical ratio* ($t_{hitung} = 8.564$) serta nilai koefisien *standardized* sebesar 0.610. Hasil ini memberikan arti bahwa semakin baik kualitas pelayanan akan semakin meningkatkan kepuasan nasabah.
 - Pengujian hipotesis (H3) dengan model persamaan struktural menghasilkan koefisien jalur pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap nilai loyalitas nasabah dengan probabilitas 0,011 (lebih kecil dari nilai alpha 0,05) dan nilai *critical ratio* ($t_{hitung} = 2.534$) serta nilai koefisien *standardized* sebesar 0.334. Hasil ini memberikan arti bahwa semakin baik kualitas pelayanan akan semakin meningkatkan loyalitas nasabah. Kualitas pelayanan yang baik yang diberikan oleh bank syariah, akan menyebabkan nasabah loyal terhadap bank syariah dan akan menjadikan bank syariah adalah pilihan yang utama.
 - Pengujian hipotesis (H4) dengan model persamaan struktural menghasilkan koefisien jalur pengaruh Keadilan Bagi-hasil terhadap kepuasan nasabah dengan probabilitas 0,000 (lebih kecil dari nilai alpha 0,05) dan nilai *critical ratio* ($t_{hitung} = 5,987$) serta nilai koefisien *standardized* sebesar 0,391. Hasil ini memberikan arti semakin adil bagi-hasil yang diberikan oleh bank syariah maka nasabah akan semakin puas.
 - Pengujian hipotesis (H5) dengan model persamaan struktural menghasilkan koefisien jalur pengaruh langsung Keadilan Bagi-hasil terhadap loyalitas nasabah dengan probabilitas 0,978 (lebih besar dari nilai alpha 0,05 dan bahkan pada nilai alpha = 0.10) dan nilai *critical ratio* ($t_{hitung} = -.028$) serta nilai koefisien *standardized* sebesar -0.002. Hasil ini memberikan arti bahwa semakin adil bagi-hasil yang diberikan, maka tidak semakin loyal nasabah bank syariah, karena masih dapat berpindah ke bank konvensional.
 - Pengujian hipotesis (H6) dengan model persamaan struktural menghasilkan koefisien jalur pengaruh langsung kepuasan nasabah terhadap loyalitas

nasabah dengan probabilitas 0,000 (lebih kecil dari nilai alpha 0,05) dan nilai *critical ratio* ($t_{hitung} = 3.573$) serta nilai koefisien *standardized* sebesar 0.619. Hasil ini memberikan arti bahwa semakin merasa puas nasabah bank syariah maka loyalitas nasabah bank syariah semakin loyal dan bank syariah menjadi pilihan yang utama.

PEMBAHASAN

Pembahasan dilakukan dengan mempertimbangkan berbagai teori dan penelitian empiris sebelumnya yang terkait dengan penelitian ini. Pada bagian akhir pembahasan akan disajikan kontribusi penelitian dan keterbatasan dari penelitian ini.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keadilan

Hasil analisis bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Keadilan. Nasabah yang sudah mendapatkan pelayanan yang baik dan berkualitas dari bank syariah, tentunya akan merasa bagi-hasil yang diberikan sudah sesuai dengan yang diharapkan. Nasabah akan merasa senang atas bagi-hasil yang diberikan dan tidak akan berpengaruh terhadap besarnya bagi-hasil yang diberikan oleh bank syariah. Bagi-hasil yang diberikan bank syariah lebih mahal bila dibandingkan dengan bunga yang diberikan pada bank konvensional, tetapi nasabah tetap memilih bagi-hasil yang diberikan oleh bank syariah, karena kualitas pelayanan yang diberikan bank syariah di Provinsi Riau makin lebih baik, dan hal ini sesuai dengan perkembangan nasabah yang semakin meningkat setiap tahunnya. Hasil ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ti Bei (2001) yang menyatakan bahwa seberapa keras seorang manajer untuk meningkatkan kualitas pelayanan, tetapi bagi konsumen produk dan harga adalah hal penting. Meskipun kualitas pelayanan yang diberikan bank syariah sangat baik, kalau bagi-hasil yang diberikan bank syariah lebih tinggi dari bank konvensional, maka nasabah akan tetap memilih bank konvensional.

Penelitian ini mendukung penelitian Wijayanti (2008), bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap harga yang diberikan. Kualitas pelayanan yang diberikan bank syariah lebih baik,

maka bagi-hasil yang diberikan dapat lebih tinggi dibandingkan bunga pada bank konvensional.

Faktor-faktor yang menyebabkan nasabah memilih bank syariah di provinsi Riau adalah:

- bank syariah letaknya cukup strategis, mudah dijangkau dan pada umumnya di jalan protokol di kawasan perkantoran dan perdagangan.
- bank syariah sudah memberikan kecepatan dan kemampuan dalam pelayanan.nasabah,
- bank syariah sudah memberikan informasi yang benar dan memberikan pelayanan yang akurat, cepat dan mudah kepada nasabahnya,
- bank syariah sudah memberikan keramahan, kesopanan dan keamanan rahasia nasabah.
- bank syariah sudah peduli terhadap nasabah dan selalu memperhatikan keluhan nasabah.
- bank syariah sudah berdasarkan syariat agama Islam, karena akan terhindar dari riba.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil analisis bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Nasabah yang sudah mendapatkan pelayanan yang baik dan berkualitas dari bank syariah, tentunya akan merasa puas terhadap pelayanan bank syariah. Nasabah yang merasa puas terhadap bank syariah, akan berbagi rasa dan pengalaman kepada orang lain dan hal ini akan menjadi referensi yang menguntungkan bagi bank syariah. Kepuasan nasabah (*satisfaction*) adalah salah satu tujuan yang harus tetap dipertahankan oleh bank syariah untuk menghadapi tantangan yang dinamis dalam bidang jasa perbankan, terutama menghadapi pesaing dengan bank konvensional.

Hasil penelitian ini mendukung pendapat Kotler (2006) dan penelitian Andreassen dan Linsdstad (1998), Tjiptono (2005), Parasuraman, et.a.(1988) bahwa kualitas jasa (pelayanan) harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan, dan hubungan tersebut secara teoritis dan empiris adalah positif. Penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Hellier (2003) dan Powpaka (1996) bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (nasabah). Nasabah yang merasa puas adalah nasabah yang mendapatkan *value* dari produk-produk bank syariah,

value dari Keadilan Bagi-hasil sesuai yang diharapkan, *value* dari kualitas pelayanan dan *value* dari sistem atau sesuatu yang bersifat emosi keagamaan yaitu terhindar dari riba.

Penentuan *value* nasabah untuk *tangible* adalah tempat, penampilan dan sarana.bank syariah. Persepsi nasabah bank syariah telah merasa puas dengan *Mean* = 3.66 (Tabel 5.4), karena letak bank syariah cukup strategis, mudah dijangkau dan pada umumnya di jalan protokol di kawasan perkantoran dan perdagangan. Apabila letaknya tidak strategis, seperti Bank Permata Syariah, yang letaknya tidak strategis dan dekat dengan kawasan panti pijat, akan berpengaruh terhadap persepsi kepuasan nasabah. Hal ini sudah diantisipasi oleh pihak Bank Permata Syariah untuk alokasi kantor pada tahun depan.

Penampilan, sarana dan prasarana juga memegang peranan penting untuk kepuasan nasabah. Nasabah yang tingkat keagamaannya tinggi, akan segan datang ke bank syariah karena penampilan karyawan wanita bank syariah tidak berjilbab dan masih digabungnya pelayan bank syariah dengan bank konvensional sehingga masih ada unsur "riba".

Penentuan *value* nasabah untuk dimensi *responsiveness* adalah harapan nasabah terhadap kecepatan dan kemampuan memberikan pelayanan yang dilakukan oleh bank syariah. *Responsiveness* adalah dimensi kualitas pelayanan yang paling dinamis, karena harapan pelanggan terhadap kecepatan akan berubah dari waktu ke waktu. Sekarang nasabah dalam mengambil uang tidak perlu lagi mengantri di bank, karena dapat diambil melalui ATM yang waktunya 24 jam dan tidak tergantung jam kerja bank.

Persepsi nasabah bank syariah telah merasa puas untuk *responsiveness* dengan *Mean* = 3.83 (Tabel 5.4), karena bank syariah sudah memberikan kecepatan dan kemampuan dalam pelayanan. Salah satu contoh realistik yang dilakukan bank syariah adalah (a) tersedianya ATM, (b) sudah menawarkan *phone banking* dan *internet banking* dan (c) sudah dibangunnya *call center* untuk mempermudah akses hubungan dan menerima keluhan nasabah.

Penentuan *value* nasabah untuk dimensi *reliability* adalah memberikan pelayanan yang akurat dan kecepatan serta kemudahan dalam memberikan pelayanan. Persepsi nasabah bank syariah telah merasa puas untuk *reliability* dengan *Mean* = 3.74 (Tabel

5.4), karena bank syariah sudah memberikan informasi yang benar dan memberikan pelayanan yang akurat, cepat dan mudah kepada nasabahnya. Bank syariah dikatakan tidak *reliable* bila bank tidak menepati janjinya sesuai informasi yang diberikan. Nasabah akan tidak puas bila dalam waktu proses kredit untuk pembiayaan, waktunya melebihi dari waktu yang dijanjikannya. Nasabah mengeluh karena proses kredit dijanjikan 1 minggu ternyata setelah lewat waktu tidak ada proses persetujuannya. Nasabah tidak puas karena ada kesalahan dalam pendebitan angsuran bagi-hasil, dimana angsuran yang didebet tidak sesuai dengan jadwal angsuran pada waktu akad kredit ditandatangani.

Agar kualitas pelayanan terjaga dan bank syariah disebut bank yang *realible*, maka bank syariah perlu melakukan hal-hal sebagai berikut : (a) dibuat *team work* semua lini untuk mentaati prosedur yang berlaku sehingga "*no mistake*", (b) memotivasi karyawan agar belajar dari kesalahan, (c) memberikan pelatihan dan training yang terus menerus dan (d) mempersiapkan infrastruktur yang memadai.

Penentuan *value* nasabah untuk dimensi *assurance* adalah memberikan keramahan, kompetensi, kredibilitas dan keamanan (Irawan, 2002). Hal ini berhubungan dengan perilaku staf *front-line* dalam menanamkan rasa percaya dan keyakinan pada nasabah bank syariah. Persepsi nasabah bank syariah telah merasa puas untuk *assurance* dengan *Mean* = 4.09 (Tabel 5.4), Nilai ini adalah nilai yang tertinggi dari deskripsi skor rata-rata variabel kualitas pelayanan, karena bank syariah sudah memberikan keramahan, kesopanan dan keamanan rahasia nasabah.

Karyawan bank syariah *di front line* sudah membuat nasabah bank syariah puas, karena sangat ramah. Ramah adalah salah satu aspek kualitas pelayanan yang paling mudah diukur. Ramah berarti banyak senyum dan bersikap sopan. Selain ramah karyawan bank syariah juga mempunyai kompetensi dalam bidangnya sehingga mempunyai kemampuan untuk melayani semua kebutuhan nasabah.

Kepuasan nasabah juga sudah terpenuhi, karena bank syariah mempunyai reputasi dan keamanan. Nasabah yakin bahwa bank syariah mempunyai reputasi dan keamanan yang baik, dimana jujur dalam bertransaksi karena sesuai dengan syariat ajaran agama Islam.

Penentuan *value* nasabah untuk dimensi *empathi* adalah memberikan kepedulian kepada nasabah dan selalu memperhatikan keluhan nasabah. Pelayanan yang *emphati*, memang sangat memerlukan sentuhan pribadi. Tetapi harus dicatat, bahwa sentuhan pribadi dapat menjadi maksimal, kalau mempunyai sistem database yang efektif. Persepsi nasabah bank syariah telah merasa puas untuk *empathi* dengan *Mean* = 3.97 (Tabel 5.4), karena bank syariah sudah peduli terhadap nasabah dan selalu memperhatikan keluhan nasabah.

Bank syariah sudah memanjakan nasabahnya dengan mengetahui semua kebutuhan nasabah, dengan dibuatnya ruang khusus prioritas yang semua transaksi perbankan nasabah diselesaikan dengan cepat dan tanpa harus antri. Dimensi *emphati* adalah dimensi yang memberikan peluang besar untuk memberikan pelayanan yang bersifat "surprise". Sesuatu yang tidak diharapkan nasabah, ternyata diberikan oleh bank syariah. Banyak cara untuk menyenangkan nasabah, salah satu cara dengan memberikan hadiah saat "anak atau orang tua" nasabah ulang tahun.

Pelayanan yang beremphati akan mudah diciptakan, kalau bank syariah mengerti kebutuhan spesifik nasabah dan menyimpannya dalam data base nasabah. Hal ini perlu dilakukan terutama untuk nasabah-nasabah prioritas atau kelompok nasabah "*the haves*".

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah

Hasil analisis bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah. Nasabah yang sudah mendapatkan pelayanan yang baik dan berkualitas dari bank syariah, tentunya akan merasa loyal terhadap bank syariah. Nasabah yang merasa loyal terhadap bank syariah, akan tetap setia kepada bank syariah dan tidak akan berpindah ke bank konvensional, akan menjadikan bank syariah sebagai pilihan utama. Hal ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Ti Bei (2001).

Nasabah bank syariah yang loyal akan memberikan informasi yang baik kepada orang tentang pelayanan bank syariah yang tidak kalah dengan bank konvensional. Selain itu juga mempunyai hubungan

emosional, bahwa dengan menjadi nasabah bank syariah sudah mendapat pahala karena berdasarkan syariat Islam dan terhindar dari transaksi yang mengandung unsur riba.

Pengaruh Keadilan terhadap Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah ditentukan oleh persepsi nasabah atas *performance* jasa dalam memenuhi harapan nasabah. Nasabah akan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau nasabah akan merasa sangat puas jika harapan nasabah terlampaui.

Berdasarkan studi literatur ada lima *driver* utama kepuasan nasabah (pelanggan), yaitu kualitas produk, harga, *service quality*, emotional dan kemudahan (Irawan, 2002). Salah satu kualitas produk bank syariah adalah bagi-hasil. Bagi-hasil yang diberikan bank syariah harus sesuai dengan harapan yang diinginkan nasabah. Nasabah akan merasa puas apabila harapan bagi-hasil sesuai dengan keinginan. Nasabah merasa tidak puas bila bagi-hasil yang diberikan bank syariah tidak adil, karena jauh lebih tinggi dibandingkan bank konvensional. Dengan kata lain bagi-hasil harus mempunyai *performance* yang baik, agar nasabah bank syariah dapat kepuasannya terpenuhi.

Dengan adanya tingkat persaingan yang tinggi dengan bank konvensional, memanjakan nasabah dengan pelayanan saja tidak cukup, tetapi perlu didukung dengan produk-produk bank syariah yang sesuai dengan keinginan nasabah. Bagi-hasil yang sesuai dengan harapan adalah bagian dari produk bank syariah yang berupaya untuk membuat nasabah puas dalam hal pembiayaan. Kepuasan yang baik akan membuat nasabah tetap loyal terhadap bank syariah.

Nasabah bank syariah merasa puas terhadap bagi-hasil dalam pembiayaan konstruksi perumahan, dimana nasabah membayar bagi-hasil kepada bank setelah rumah yang dibangun sudah jadi dan terjual, baik penjualan melalui pembelian tunai atau kredit. Bank syariah lebih *reliable* dibandingkan bank konvensional, dimana nasabah sudah harus membayar bunga setiap bulannya, meskipun pendapatan dari penjualan rumah belum diterima.

Agar nasabah bank syariah puas, maka bagi-hasilpun harus *reability* salah satu contoh adalah kelonggaran dalam pembayaran kewajiban. Apabila

nasabah mengalami masalah dalam usahanya, sehingga tidak dapat membayar angsuran, maka bagi-hasilpun dapat ditangguhkan sampai nasabah mempunyai kemampuan untuk membayar angsuran kembali. Hal ini yang disebut dengan *reability* untuk bagi-hasil.

Nasabah bank syariah merasa puas, karena besar bagi-hasil bank syariah ditetapkan berdasarkan tingkat resiko pengembalian dana. Makin lama jangka panjang waktu yang diberikan, nasabah akan dikenakan bagi-hasil yang lebih tinggi, karena tingkat resiko yang lebih tinggi. Makin pendek jangka waktu kredit yang diberikan, nasabah akan dikenakan bagi-hasil yang lebih rendah karena tingkat resiko yang lebih rendah. Hal ini membuktikan bahwa bagi-hasil bank syariah sudah menerapkan *feature* (fitur) yang relatif heterogen. Bagi pelaku bisnis, sesuatu yang heterogen biasanya memberikan peluang yang lebih besar dalam menciptakan keunggulan bersaing.

Bank syariah perlu menerapkan strategi segmentasi yang jelas. Fitur yang berlebihan dikemudian, dapat mengakibatkan bagi-hasil yang ditetapkan lebih tinggi dibandingkan dengan bank konvensional, hal ini dapat membuat nasabah tidak puas terhadap total kepuasan kepada bank syariah.

Agar nasabah bank syariah merasa puas maka besarnya bagi-hasil yang ditetapkan dapat menyamai tingkat suku bunga yang diberikan bank konvensional. Dan besarnya bagi-hasil harus konsisten, tidak membedakan antar nasabah, kecuali yang membedakan karena faktor resiko.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan Ti Bei (2001), Wijayanti (2008), Zang (2001), bahwa harga yang sesuai harapan konsumen secara signifikan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Bagi-hasil yang diberikan bank syariah sesuai dengan harapan nasabah, akan menjadikan nasabah bank syariah puas.

Pengaruh Keadilan terhadap Loyalitas Nasabah

Hasil analisis bahwa Keadilan Bagi-hasil tidak berpengaruh secara terhadap loyalitas nasabah. Nasabah yang merasa bagi-hasil yang diberikan oleh bank syariah sudah sesuai dengan harapannya, belum tentu akan tetap loyal kepada bank syariah. Hal ini terjadi karena nasabah bank syariah ditawarkan bagi-hasil atau tingkat bunga kredit yang lebih rendah pada

bank konvensional sehingga nasabah akan berpindah ke bank konvensional.

Penelitian ini berbeda dengan Ti Bei (2001), bahwa harga yang sesuai harapan akan menjadikan pelanggan loyal kepada perusahaan. Bagi-hasil yang sudah sesuai, akan menjadikan nasabah bank syariah menjadi loyal. Bagi-hasil yang diberikan bank syariah sudah sesuai dengan syariat Islam dan faktor agama juga merupakan faktor penyebab loyalitas nasabah kepada bank syariah (Gerrald dan Cumingham, 1997), tetapi dalam penelitian ini bertolak belakang, dimana bagi-hasil yang sesuai dengan harapan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah. Bagi-hasil tidak berpengaruh terhadap loyalitas, artinya berapapun bagi-hasil tidak akan mempengaruhi loyalitas.

Nasabah yang sudah mendapat pembiayaan dari bank syariah dan sudah ditetapkan bagi-hasilnya, sebelum jatuh waktu akan dilunasi karena perlu untuk pengembangan usaha akan menjadi tidak puas karena dikenakan pokok pelunasan sebesar akad awal, karena bank syariah menetapkan konsep jual beli, sehingga pelunasan sesuai dengan akad jual beli. Hal ini menjadi tidak fleksibel bila dibandingkan dengan bank konvensional.

Nasabah yang sudah mendapat pembiayaanpun akan tidak loyal kepada bank syariah, karena akan ditawarkan *take over* oleh bank konvensional dengan *free* biaya provisi dan *free* administrasi serta bunga yang dibawah dari bagi-hasil yang diberikan oleh bank syariah.

Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah

Hasil analisis bahwa kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Nasabah bank syariah yang puas akan pelayanan yang diberikan akan dapat mempertahankan loyalitas nasabah terhadap bank syariah dan akan menjadikan bank syariah pilihan utama.

Penelitian ini mendukung pendapat Assael (1995), bahwa dengan terciptanya kepuasan nasabah yang optimal akan mendorong terciptanya loyalitas dibenak nasabah. Loyalitas nasabah dipandang sebagai kekuatan hubungan antara relatif seseorang dan bisnis berulang. Hal ini berbeda dengan pendapat Soderlund (1998), bahwa hubungan kepuasan dengan

loyalitas tidak bersifat linear. Sejumlah pelanggan yang mengekspresikan kepuasan masih juga berpindah merek, dan sejumlah pelanggan yang tidak puas justru tidak berpindah merek.

Bank syariah perlu mempertahankan loyalitas nasabah, karena itu perlu tetap membina hubungan yang baik dengan nasabah dan tetap mempertahankan kepuasan nasabah dengan memberikan kualitas pelayanan yang prima. Karena perasaan puas dapat berkembang dinamis, hari ini nasabah puas dengan layanan, bagi-hasil dan produk bank syariah, tetapi besok dapat berubah karena bank konvensional memberikan pelayanan yang lebih baik, bunga yang lebih murah dan produk yang inovatif.

Kepuasan yang dirasakan nasabah dapat membangun rasa loyal terhadap bank syariah. Kepuasan nasabah tersebut terjadi bank syariah memiliki beragam produk yang memenuhi kebutuhan nasabah untuk dana talangan haji, karena dengan membuka tabungan hanya membayar administrasi tabungan haji dan biaya akad dana talangan haji, nasabah sudah dapat untuk 1 (satu) kursi porsi haji. Hal ini sangat memuaskan nasabah karena nasabah sudah yakin akan berangkat haji berdasarkan *waiting list* yang ditetapkan oleh Departemen Agama, karena kalau tanpa dana talang haji, nasabah harus terkumpul dulu sampai mencukupi untuk syarat setoran ONH (Ongkos Naik Haji), jadi nasabah puas karena dapat lebih cepat dalam menunggu nomor *waiting list*.

Nasabah puas pada bank syariah, karena adanya bimbingan ilmu manasik haji yang dilakukan oleh bank syariah untuk semua nasabah yang setoran ONHnya melalui bank syariah. Hal ini akan membuat loyal nasabah dan akan mengajak kepada yang lainnya untuk membuka tabungan haji, pembayaran ONH dan memakai dana talangan haji.

Hasil penelitian ditemukan bahwa loyalitas nasabah bank syariah dibangun melalui kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Nasabah yang mendapatkan pelayanan yang baik akan merasa puas dan akan tetap loyal terhadap bank syariah. Sementara itu, Keadilan Bagi-hasil yang sesuai dengan yang diharapkan akan membuat nasabah merasa puas, tetapi Keadilan Bagi-hasil tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Meskipun bagi-hasil yang diberikan oleh bank syariah sudah baik, tetapi nasabah bank syariah tetap tidak loyal dan dapat berpindah ke bank konvensional, hal

ini disebabkan bagi-hasil yang dilakukan bank syariah masih kurang memuaskan bila dikonversi bunga dengan bank konvensional.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan tujuan penelitian, analisis terhadap hubungan antar variabel serta pengujian hipotesis dapat ditarik beberapa kesimpulan penelitian sebagai berikut:

- Perkembangan bank syariah di Propinsi Riau sebenarnya mengalami perkembangan yang baik, tetapi bila dibandingkan dengan bank konvensional belum memuaskan karena masih berkisar dibawah 5% *market share*. Hal ini disebabkan rendahnya loyalitas nasabah bank syariah di mana hanya 22% nasabah bank syariah yang sudah diatas 3 tahun dan jauh berbeda dengan nasabah bank konvensional yang sangat loyal yaitu 63,6% yang sudah diatas 3 tahun.
- Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, yang mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan sangat penting dalam jasa perbankan khususnya bank syariah. Kualitas pelayanan yang dipertimbangkan nasabah adalah keramahan, kesopanan dan keamanan rahasia nasabah. Layanan bank syariah yang ramah, murah senyum dan berpakaian sopan serta berjilbab membuat nasabah puas dan merasa aman bertransaksi di bank syariah, karena bank syariah mempunyai reputasi dan keamanan yang baik, jujur dalam bertransaksi dan sesuai dengan ajaran syariah islam.
- Keadilan dalam bagi-hasil tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Meskipun bagi-hasil yang diberikan oleh bank syariah sudah baik dan sesuai yang diharapkan, tetapi nasabah bank syariah tidak loyal dan dapat berpindah ke bank konvensional untuk *take over* karena ditawarkan bagi-hasil atau tingkat bunga yang lebih rendah, *free provisi* dan *free administrasi*, sehingga keadilan bagi-hasil tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas. Nasabah bank syariah "multi" loyal karena 46,3% juga menjadi nasabah bank konvensional 28,5% menjadi

nasabah di 2 bank konvensional dan 25,4% menjadi nasabah lebih dari 2 bank konvensional.

- Loyalitas nasabah bank syariah perlu ditingkatkan dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang baik yang diterima dan dirasakan nasabah akan memberikan kepuasan nasabah. Nasabah yang merasa puas adalah nasabah yang mendapat value dari produk-produk bank syariah, *value* dari bagi-hasil yang adil sesuai yang diharapkan, *value* dari kualitas pelayanan dan *value* dari sistem atau sesuatu yang bersifat emosi keagamaan yaitu terhindar dari riba. Nasabah yang merasa kepuasannya terpenuhi akan meningkatkan hubungan jangka panjang dan akan tetap loyal kepada bank syariah. Loyalitas dalam hal ini adalah nasabah akan tetap memanfaatkan ulang jasa bank, memberikan informasi kepada orang lain dan akan menjadikan bank syariah sebagai pilihan utama.
- Keadilan dalam bagi-hasil yang sesuai akan meningkatkan kepuasan nasabah bank syariah. Keadilan dalam bagi-hasil yang sesuai dengan harapan dapat membuat nasabah puas terhadap bank syariah. Bagi-hasil harus *realibility* dalam kelonggaran cara pembayaran dan besarnya bagi-hasil berdasarkan tingkat resiko. Agar nasabah merasa puas, maka besarnya bagi-hasil yang ditetapkan dapat menyamai tingkat suku bunga yang diberikan bank konvensional dan besarnya harus konsisten serta tidak membedakan antar nasabah, kecuali yang membedakan karena faktor resiko.
- Nasabah yang puas akan meningkatkan hubungan jangka panjang dengan tetap melanjutkan menjadi nasabah bank syariah dan akan merekomendasikan kepada orang lain. Nasabah yang puas akan menghasilkan loyalitas dan akan tetap setia menjadikan bank syariah sebagai pilihan utama. Kepuasan nasabah terhadap bank syariah karena memiliki produk dana talangan haji dan adanya pelatihan ilmu manasik haji. Bank syariah perlu mempertahankan loyalitas nasabah dengan tetap membina hubungan yang baik dan mempertahankan kepuasan nasabah dengan memberikan kualitas pelayanan yang prima, karena perasaan puas dapat berkembang secara dinamis.

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan sebelumnya dapat dikemukakan beberapa saran sebagai berikut:

- Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa jasa bank syariah harus lebih meningkatkan kualitas pelayanan dan keadilan dalam bagi-hasil sesuai dengan yang diharapkan nasabah, sehingga nasabah akan puas dan akan tetap loyal kepada bank syariah dan tidak akan berpindah ke bank konvensional.
- Bank syariah harus lebih memperhatikan letak gedung yang strategis dan mudah dijangkau atau mempunyai gedung terpisah dari bank konvensional dan lebih memperhatikan sarana dan prasarana, sehingga dapat bersaing dengan bank konvensional.
- Bank syariah harus lebih memperhitungkan keadilan dalam pola bagi-hasil yang ditetapkan harus sesuai dengan harapan nasabah. Dan besarnya bagi-hasil harus konsisten, tidak membedakan antar nasabah, kecuali yang membedakan karena faktor resiko.
- Penelitian ini tidak mengungkapkan pola keadilan dalam bagi-hasil berlandaskan asumsi prinsip syariah Islam. Apakah asumsi ini benar dilakukan bank syariah perlu penelitian lebih lanjut.

DAFTAR RUJUKAN

- Abdul, Q., Otman, and Lynn, O. 1999. "Adopting and Measuring Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banks : A Case Study in Kuwait Finance House", *International Journal of Islamic Financial Services*, Vol 3. No.1.
- Andreassen, and Lindenstad. 1998. *The effect of corporate image in the formation of customer loyalty*, J. Serv. Res, pp. 82–92.
- Arifin, Z. Memahami. 2007. *Bank Syariah: Lingkup, Peluang, Tantangan dan Prospek*. Jakarta: AlvaBet.
- Arifin, Z. Memahami. 2007. *Manajemen Resiko pada Bank Syariah*. Jakarta: AlvaBet.
- Assael, H. 1987. *Consumer Behavior and Marketing Action*, 3rd ed. Boston: Kent.
- Aydin, S., and Ozer, G. 2005. *National Customer Satisfaction Indices: A Implementation in the Turkish Mobile Telephone Market, Marketing Intelligence & Planning*, Vol23, No.5.
- Creswell, J.W. 2002. *Educational research: planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research*. Upper Research, N.J.: Merrill.
- Ferdinand, A. 2002. Marketing Strategy Making: Proses dan Agenda Penelitian. *Jurnal Sain Pemasaran Indonesia*, Vol I, No. 1. pp.1–22.
- Gerrard, P., dan J. Barton, C. 1997. *Islamic Banking: a Study in Singapore. International Journal of Bank Marketing*, Vol 15 No. 6.
- Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatharn, R.L., and Black, W.C. 1995. *Multivariate Data Analysis with Readings*, Fourth ed., Prentice Hall: New Jersey.
- Hellier, P.K., Geursen, Gus, M., Carr, Rodney, A., Rickard, J.A. 2003. *Customer Repurchase Intention A General Structural Equation Model, European Journal of Marketing*, Vol.37, No 11/12.
- Hilman, I., dkk. 2003. *Perbankan Syariah Masa Depan*. Jakarta: Senayan Abadi Publishing.
- Irawan, H. 2002. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Kotler, P. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas. PT Indeks.
- Lee, J., Lee, J., Feick, L. 2001. *The Impact Of Switching Costs On The Customer Satisfaction-Loyalty Link: Mobile Phone Service In France, Journal Of Services Marketing*, Vol.15, No.1
- Machmud, A., dan Rukmana. 2010, *Bank Syariah: Teori, Kebijakan, dan Studi Empiris di Indonesia*. Erlangga, 2010
- Naser, K., Ahmad, J., Khalid al-Khatib. 1999. *Islamic Bank: a study of Customer Satisfaction and Preferences in Jordan. International Journal of Bank Marketing*. Vo 17 No.3.
- Parasuraman, A., Zeithaml, Valerie, A., Berry, Leonard, L. 1985. *A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research, Journal of Marketing*, Vol.49.
- _____. 1988. "SERQUAL: A Multiple-Item Scale for Marketing Consumer Perception of Service," *Journal of Retailing*, 64 (Spring), 12–40.
- Purnomo. 2000. *Kualitas Jasa dan Upaya Penciptaan Nilai Pelanggan*, Modus, Vol 13 (1).
- Powpaka, S.1996. The role of outcome quality as a determinant of overall service quality in different categories of service industries: an empirical investigation, *Journal of Service Marketing*, Vol 10.PP. 5–25.
- Rivai, V., & Arifin, A. 2010. *Islamic Banking: Sebuah Teori Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sekaran, U. 2006, *Research Methods For Business (Metodologi Penelitian untuk Bisnis)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Soderlund, M. 1998. *Customer Satisfaction And Its Consequences on Customer Behavior Revisited, International Journal of Service Industries Management*, Vol.9, No.2.

- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Administrasi*. Cet.ke-16. Bandung: Alfabeta.
- Skha, C. 2001. *Potensi Peran Bank Indonesia dalam Pengembangan Industri Perbankan Syariah Nasional*. Jakarta.
- Soenarmi. 2005. *Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Meminjam pada Bank Umum Syari'ah di Jawa Timur*, Disertasi, Program Pasca sarjana Universitas Brawijaya Malang.
- Ti Bei, Lien Ching chio, Yu. 2001. *An Integrated Model For The effect of Perceived Product, Perceived Service Quality and Perveiced Price Fairnes on Consumer gat's Faction and Loyalty*.
- Tjiptono, F. 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang: Banyumedia Publishing.
- Umar, H. 2002. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen* (Edisi 7). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wijayanti, A. 2008. *Strategi Meningkatkan Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan* Thesis, Fakultas Pasca Sarjana, Universitas Diponegoro.
- Zhang, Q. 2001. *Quality Dimensions, Perspectives and Practices: A Mapping Analysis, International Journal of Quality & Reliability Management, Vol 18 No 7*.