

IMPLIKASI SHARIAH GOVERNANCE TERHADAP REPUTASI DAN KEPERCAYAAN BANK SYARIAH

Siti Maria Wardayati

Universitas Jember

e-mail: maria_unej@yahoo.co.id

Abstract

The object of this study is Bank Muamalat Indonesia in Central Java, while the number of samples used was 200 respondents using purposive sampling techniques. The techniques of analysis used descriptive analysis and SEM analysis with the help of AMOS. The results of computational data show that the implementation of sharia government that consists of 6 (six) indicators, namely: transparency, accountability, responsibility, independency, justice and shariah compliance has shown good results. Shariah compliance is an indicator of the dominant Islamic government, while responsibility and justice is an indicator of weak governance in explaining sharia. Implementation of shariah governance significant effect on the reputation and customer confidence in Islamic banks.

Objek dari kajian ini adalah Bank Muamalat Indonesia di Jawa Tengah dengan jumlah sampel sebanyak 200 responden dan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah deskriptif dan SEM dengan bantuan AMOS. Hasil penghitungan data menunjukkan bahwa implementasi *shariah governance* meliputi enam indikator yaitu transparansi, akuntabilitas, pertanggungjawaban, independensi, keadilan, dan *shariah compliance* telah menunjukkan hasil baik. *Shariah compliance* merupakan indikator *islamic government* yang dominan, sementara pertanggung jawaban dan keadilan merupakan indikator lemah untuk menjelaskan *shariah governance*. Implementasi *shariah governance* memiliki pengaruh yang signifikan pada reputasi dan kepercayaan pelanggan terhadap perbankan syariah.

Keywords: shariah governance, reputasi, kepercayaan,
Bank Muamalat Indonesia

A. Pendahuluan

Kehadiran perbankan syariah di Indonesia dengan diawali berdirinya Bank Muamalat Indonesia, telah menjadi tonggak penting dalam kehidupan perbankan syariah di Indonesia. Bank Muamalat Indonesia membuktikan mampu bertahan dalam kondisi perekonomian yang sangat parah, saat krisis ekonomi yang memporakporandakan banyak bank-bank konvensional, sehingga harus masuk dalam program rekapitalisasi pemerintah dan bahkan harus dilikuidasi. Fenomena ini menjadi penggugah kesadaran bahwa konsep perbankan syariah bukan sebuah konsep yang hanya mampu berdiri di tingkat konsep saja namun telah mampu membuktikan di tataran praktek.

Perkembangan bank syariah hingga bulan Desember 2010 mencapai 11 BUS, 23 UUS, dan 150 BPRS dengan jaringan kantor sebanyak 1.625 kantor. KP/UU Tabel 1 dan 2 menunjukkan perkembangan terakhir indikasi-indikasi perbankan syariah. Perkembangan aset perbankan syariah meningkat sangat signifikan dari akhir tahun 2009 sampai dengan akhir tahun 2010 sebesar lebih dari 33,37%. Penghimpunan dana dan pembiayaan mencapai peningkatan sebesar 41,84 dan 22,74%. Jika dilihat dari rasio pembiayaan yang disalurkan dengan besarnya dana pihak ketiga (DPK) yang dinyatakan dengan nilai *Financing to Deposit Ratio* (FDR), maka bank syariah memiliki rata-rata FDR sebesar 97,65%. Perkembangan dan kinerja bank syariah di Indonesia dapat dijelaskan pada tabel 1 dan 2.

Tabel 1.
Perkembangan Bank Syariah Indonesia Tahun 2005 - 2010

Tahun	2005 KP/UUS	2006 KP/UUS	2007 KP/UUS	2008 KP/UUS	2009 KP/UUS	2010 KP/UUS
BUS	3	3	3	5	6	11
UUS	19	20	25	27	25	23
BPRS	92	105	114	131	139	150

Sumber: BI, Statistik Perbankan Syariah, Desember 2010

Keterangan:

BUS = Bank Umum Syariah

UUS = Unit Usaha Syariah

BPRS = Bank Pembiayaan Rakyat Syariah

Tabel 2.
Indikator Kinerja Utama Perbankan Syariah
(dalam Miliar Rupiah)

Tahun	2006	2007	2008	2009	2010
Aset	28.722	36.537	49.555	66.090	97.159
DPK	20.672	28.011	36.852	52.271	76.036
Pembiayaan	20.445	27.944	38.198	46.886	68.181
FDR	98,90%	99,76%	103,65%	89,70%	89,67%
NPF	4,75%	4,07%	3,95%	4,01%	3,02%

Sumber: BI, *Statistik Perbankan Syariah*, Desember 2010

Perkembangan perbankan syariah yang begitu cepat tidak diimbangi dengan peningkatan *market share*-nya, karena salah satu indikatornya terletak pada *market share* masih sekitar 3% dari total *market share* perbankan yang ada di Indonesia. Demikian juga di Jawa Tengah, pada tahun 2010 perbankan syariah mengalami pertumbuhan aset mencapai 51,45% dari posisi akhir tahun sebelumnya. Namun demikian, dari pangsa pasar perbankan syariah dibandingkan total aset perbankan di Jawa Tengah hanya sebesar 3,79% dari total aset perbankan Jawa Tengah sebesar Rp. 110 triliun.

Namun demikian, pengembangan perbankan syariah di Jawa Tengah masih memiliki potensi yang sangat besar, hal ini dikarenakan: *pertama*, jumlah penduduk Jawa Tengah yang memiliki rekening di bank hanya sebesar 6.321.876 (19,52%) dari total sebesar 32.380.687 jiwa penduduk provinsi Jawa Tengah (Sensus Penduduk 2010). *Kedua*, jumlah penduduk Jawa Tengah yang merupakan provinsi terpadat ke-4 di Indonesia, juga didukung dengan kondisi sosio-religius masyarakat Jawa Tengah yang didominasi oleh penduduk Muslim, yakni sebesar 87,21% (Statistik Jawa Tengah, 2010). Provinsi ini juga memiliki jumlah angkatan kerja yang besar yakni 47% dari total penduduk dengan sektor utama antara lain di sektor pertanian (42,34%), sektor perdagangan (20,91%), sektor industri (15,71%) dan sektor jasa (10,98%).¹ Kondisi dimaksud, menunjukkan besarnya potensi pengembangan perbankan syariah di Jawa Tengah yang sampai saat ini belum seluruhnya dapat dikerjakan oleh industri perbankan syariah secara optimal, sehingga

¹ <http://www.indonesia.go.id>

perbankan syariah dituntut mengembangkan strategi dan implementasi taktis untuk menggarap potensi pasar yang ada.

Beragam upaya dan strategi telah dilakukan oleh para pelaku bisnis perbankan syariah untuk memperbesar tingkat pertumbuhan perbankan syariah di Jawa Tengah, mulai dari upaya sosialisasi, promosi produk, *direct marketing*, *sponsorship* hingga kemitraan strategis dengan lembaga-lembaga terkait, namun belum menunjukkan hasil yang optimal karena *market share* bank syariah masih di bawah 5% dari pansa pasar nasional. Berdasarkan hasil penelitian ada beberapa faktor yang menyebabkan *market share* perbankan syariah tidak tercapai antara lain: (1) pemahaman masyarakat yang belum tepat terhadap operasional perbankan syariah; (2) keterbatasan kualitas sumber daya; (3) kurang inovatif dalam mengembangkan produk berbasis syariah. Selain itu belum dimplementasikannya *good corporate governance* (GCG) pada perbankan syariah. Menurut hasil penelitian IRTI menunjukkan pelaksanaan GCG belum terlaksana dengan baik di perbankan syariah diberbagai negara. Penerapan GCG terbukti di dalam penelitian di beberapa lembaga keuangan syariah di dunia Muslim dapat meningkatkan reputasi dan kepercayaan masyarakat kepada bank syariah. Menurut Chapra, kegagalan dalam penerapan prinsip syariah akan membuat nasabah pindah ke bank lain sebesar 85%.² Oleh karena itu penerapan GCG dan penerapan prinsip-prinsip syariah atau dengan istilah *shariah governance* menjadi keharusan bagi perbankan syariah dalam upaya memperbaiki reputasi dan kepercayaan pada perbankan syariah, serta melindungi kepentingan *stakeholders* dalam rangka mencitrakan sistem perbankan syariah yang sehat dan terpercaya.

Perbedaan implementasi GCG pada perbankan syariah dan konvensional terletak pada *shariah compliance* yaitu kepatuhan pada syariah. Sedangkan prinsip-prinsip transparansi, kejujuran, kehati-hatian, kedisiplinan merupakan prinsip universal yang juga terdapat dalam aturan GCG konvensional. Hasil penelitian Idat menunjukkan bahwa terjadi penurunan kepatuhan bank syariah terhadap prinsip syariah.³ Berdasarkan survey dan penelitian menge-

² Chapra, M.U. and Ahmed, H., "Corporate Governance in Islamic Financial Institutions," *Occasional Paper* No. 6, (Jeddah: Islamic Research & Training Institute/Islamic Development Bank, 2002), pp. 58-67.

³ Dhani Gunawan Idat, *Bank dan Lembaga Keuangan Indonesia*, (Bandung: Jemmars, 2003), h. 46.

nai preferensi masyarakat yang dilakukan oleh Bank Indonesia bekerja sama dengan lembaga penelitian perguruan tinggi ditemukan adanya keraguan masyarakat terhadap kepatuhan syariah oleh bank syariah. Komplain yang sering muncul adalah aspek pemenuhan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah (*shariah compliance*).

Salah satu pilar penting dalam pengembangan bank syariah adalah *shariah compliance*. Pilar inilah yang menjadi pembeda utama antara bank syariah dengan bank konvensional. Untuk menjamin teraplikasinya prinsip-prinsip syariah di lembaga perbankan, diperlukan pengawasan syariah yang diperankan oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS). Dalam pokok-pokok hasil penelitian Bank Indonesia menyatakan bahwa nasabah yang menggunakan jasa bank syariah, sebagian memiliki kecenderungan untuk berhenti menjadi nasabah antara lain karena keraguan akan konsistensi penerapan prinsip syariah. Kepatuhan dan kesesuaian bank syariah terhadap prinsip syariah sering dipertanyakan oleh para nasabah. Secara implisit hal tersebut menunjukkan bahwa praktik perbankan syariah selama ini kurang memperhatikan prinsip-prinsip syariah, salah satu penyebab reputasi dan kepercayaan masyarakat pada bank syariah hal ini juga akan berdampak pada loyalitas masyarakat menggunakan jasa bank syariah. Peningkatan reputasi dan kepercayaan nasabah dapat digunakan sebagai indikator keberhasilan perkembangan bank syariah dan sekaligus sebagai prediksi keberhasilan bank syariah di masa yang akan datang dalam rangka meningkatkan *market share*-nya.

Berdasarkan kondisi-kondisi yang telah diuraikan, dapat diperoleh gambaran latar belakang atas permasalahan pada *market share* serta penurunan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah pada bank syariah maka dengan mengimplementasikan *shariah governance* akan berdampak pada peningkatan reputasi dan kepercayaan pada bank syariah yang pada akhirnya akan meningkatkan *market share* bank syariah. Oleh karena itu tujuan antara lain: (1) Memberikan pemahaman bagi regulator dan pelaku industri perbankan syariah tentang implementasi *shariah governance* pada bank syariah serta implikasinya terhadap reputasi dan kepercayaan nasabah; (2) Memberikan dasar pertimbangan dalam rangka perumusan langkah strategi untuk menyempurnakan kebijakan pengembangan oleh Bank Indonesia maupun strategi penguasaan pasar oleh masing-masing bank syariah di Jawa Tengah.

Penelitian ini bersifat analisis kuantitatif atas dasar persepsi nasabah bank syariah di Jawa Tengah, adapun bank syariah yang menjadi objek penelitian adalah Bank Muamalat. Populasi penelitian adalah seluruh nasabah Bank Muamalat yang di Jawa Tengah. Sampel penelitian adalah sebagian dari populasi, dalam penelitian ini jumlah responden sebanyak 200 orang dengan memperhitungkan representasi analisis data populasi dan kelayakan kemampuan peneliti. Adapun penentuan sampel penelitian menggunakan metode *purposive sample* yang ditujukan kepada masyarakat yang pernah/ sedang menggunakan produk atau jasa Bank Muamalat dengan mengambil latar belakang responden yang beragam dari sisi tingkat pendidikan, usia, jenis kelamin serta tingkat penghasilan. Sebaran domisili responden akan ditentukan berdasarkan *analytical judgement* terhadap kota-kota di Jawa Tengah yang telah terdapat kantor Bank Muamalat dan dipertimbangkan dapat mewakili karakteristik populasi Jawa Tengah yakni 3 (tiga) kota antara lain: Semarang, Solo dan Purwokerto.

Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner sebagai instrumen penelitian, dengan menggunakan skala *Likert 1-5*. Adapun teknik analisis yang digunakan adalah: *pertama*, untuk mengetahui implementasi *shariah governance* digunakan analisis diskriptif kuantitatif. *Kedua*, untuk menguji pengaruh implementasi *shariah governance* terhadap reputasi dan kepercayaan nasabah pada bank syariah menggunakan *Structure Equation Model (SEM)* dengan program AMOS 4.0

B. *Shariah Governance*

Istilah *shariah governance* dalam penelitian ini dikembangkan dari konsep *good corporate governance* dan *shariah compliance*. *Good Corporate Governance (GCG)* adalah pengaturan dan hubungan institusional yang mengarahkan dan mengendalikan suatu perusahaan.⁴ Ketentuan pasal 1 angka 6 Peraturan Bank Indonesia Nomor 8/4/PBI/2006 tentang Pelaksanaan *Good Corporate Governance* bagi Bank Umum, yaitu: "*Good corporate governance* adalah suatu tata kelola bank yang menerapkan prinsip-prinsip keterbukaan (*transparency*), akuntabilitas (*accountability*), pertanggungjawaban (*responsibility*), independensi

⁴ Mervin K. Lewis dan Latifa M. Algaud, *Perbankan Syariah Prinsip Praktek Prospek*, (Jakarta: Serambi Ilmu Semesta, 2001), h. 200.

(*independency*), dan kewajaran (*fairness*).” *Forum for Corporate Governance in Indonesia* (FCGI) mendefinisikan *corporate governance* sebagai “seperangkat peraturan yang menetapkan hubungan antara pemangku kepentingan, pengurus, pihak kreditur, pemerintah, karyawan serta para pemegang kepentingan internal dan eksternal lainnya.”⁵

Dari beberapa pengertian yang telah dipaparkan dapat ditarik kesimpulan bahwa *corporate governance* adalah sebuah sistem dan peraturan yang digunakan untuk mengatur dan menetapkan hubungan antara berbagai pihak yang berkepentingan dalam perusahaan. Dalam pedoman *good corporate governance* perbankan Indonesia yang dikeluarkan oleh KNKCG Terdapat 5 prinsip dalam pelaksanaan *good corporate governance*, yaitu: (1) keterbukaan (*transparency*); (2) akuntabilitas (*accountability*); (3) tanggung jawab (*responsibility*); (4) independensi (*independency*) dan (4) keadilan (*fairness*).

Corporate governance merupakan konsep yang diajukan demi peningkatan kinerja perusahaan melalui supervisi atau monitoring kinerja manajemen dan menjamin akuntabilitas manajemen terhadap *stakeholders* dengan mendasarkan pada kerangka peraturan. Tercapainya pengelolaan perusahaan yang lebih transparan bagi semua pengguna laporan keuangan merupakan tujuan dari konsep ini. Oleh karena itu apabila konsep ini diterapkan dengan baik maka diharapkan pertumbuhan ekonomi akan terus meningkat seiring kinerja dengan transparansi pengelolaan perusahaan yang makin baik dan nantinya menguntungkan banyak pihak. *Corporate governance* merupakan sebuah sistem yang memberikan perlindungan efektif bagi pemegang saham dan kreditor sehingga mereka yakin akan memperoleh *return* atas investasinya dengan benar.

Perkembangan perbankan syariah dan lembaga keuangan syariah lainnya yang signifikan di Indonesia patut diapresiasi. Dengan disahkannya RUU perbankan syariah menjadi Undang-undang, diharapkan menjadi titik tumpu percepatan perkembangan lembaga keuangan syariah di Indonesia, sehingga mampu mendorong peningkatan perekonomian umat Islam. Diskusi tentang produk dan instrumen investasi sering digali, namun ada satu hal yang penting bagi perkembangan perbankan syariah atau lembaga keuangan

⁵ Sony Devano, dan Siti Kurni Rahayu, *Perpajakan: Konsep, Teori, dan Isu*, (Jakarta: Satu, 2006), h. 34.

lainnya adalah pelaksanaan *Good Corporate Governance* dalam tubuh institusi syariah. Apakah dengan mengusung nama perbankan syariah, atau lembaga keuangan syariah maka secara otomatis menjamin telah dapat mengimplementasikan *Good Corporate Governance* dalam lembaganya. Data menunjukkan lain. Sebuah studi penelitian tentang pelaksanaan *Corporate Governance* yang dilakukan oleh IRTI di perbankan syariah diberbagai negara menunjukkan pelaksanaan *Good Corporate Governance* belum terlaksana dengan baik. Penerapan *Good Corporate Governance* terbukti di dalam penelitian di beberapa lembaga keuangan syariah di dunia Muslim dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat kepada bank syariah. Kegagalan dalam penerapan prinsip syariah akan membuat nasabah pindah ke bank lain sebesar 85%.⁶ Angka ini cukup signifikan bagi para manajer bank syariah agar lebih berhati-hati terhadap pelaksanaan prinsip syariah.

Adapun *shariah compliance* adalah ketaatan bank syariah terhadap prinsip-prinsip syariah. Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam, artinya bank dalam beroperasinya mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam khususnya menyangkut tata-cara bermuamalat secara Islam.⁷ Prinsip utama bank syariah tercermin dalam produk-produk yang dihasilkannya bebas bunga dengan menggunakan prinsip bagi hasil.

Temuan menarik dari penelitian Chapra dan Ahmed (2002) juga menandakan hal ini, dimana sejumlah 288 nasabah (62%) responden dari 463 nasabah yang terlibat dalam survei tata kelola (GCG) yang dilakukannya (berasal dari 14 bank syariah di Bahrain, Bangladesh dan Sudan) menjawab akan memindahkan dananya ke bank syariah yang lain jika ditengarai terjadi "pelanggaran syariah" dalam operasional bank syariah. Hal ini menunjukkan bahwa aspek kepatuhan terhadap prinsip syariah amat signifikan mempengaruhi perilaku nasabah dalam memilih bank syariah.⁸

Dalam ajaran Islam, kelima prinsip-prinsip pokok GCG di atas sesuai dengan norma dan nilai islami dalam aktivitas dan kehidupan seorang Muslim. Islam sangat intens mengajarkan diterapkannya prinsip '*adalah* (ke-

⁶ Chapra and Ahmed, "Corporate Governance"

⁷ Muhammad Syafei Antonio, *Bank Syariah bagi Banker dan Praktisi Keuangan*, (Jakarta: Tazkia Institute, 2001).

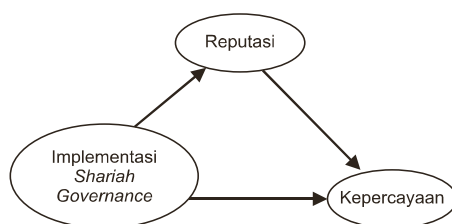
⁸ Chapra and Ahmed, "Corporate Governance"

adilan), *tawazun* (keseimbangan), *mas'ūliyah* (akuntabilitas), *akhlāq* (moral), *siddīq* (kejujuran), *amānah* (pemenuhan kepercayaan), *faṭānah* (kecerdasan), *tablīgh* (transparansi, keterbukaan), *hurriyyah* (independensi dan kebebasan yang bertanggung jawab), *ihsān* (profesional), *wasāṭan* (kewajaran), *ghīrah* (militansi syariah), *idārah* (pengelolaan), *khilāfah* (kepemimpinan), *'aqīdah* (keimanan), *ijābiyyah* (berfikir positif), *raqabah* (pengawasan), *qirā'ah* dan *ilāh* (organisasi yang terus belajar dan selalu melakukan perbaikan).

Tuntutan pemenuhan prinsip syariah (*shariah compliance*), bila dirujuk pada sejarah perkembangan bank syariah, alasan pokok dari keberadaan perbankan syariah adalah munculnya kesadaran masyarakat Muslim yang ingin menjalankan seluruh aktivitas keuangannya berdasarkan al-Qur'an dan Sunnah. Oleh karena itulah jaminan mengenai pemenuhan terhadap syariah (*shariah compliance*) dari seluruh aktivitas pengelolaan dana nasabah oleh bank syariah merupakan hal yang sangat penting dalam kegiatan usaha bank syariah. Karena berdasarkan hasil penelitian Chapra dan Ahmed (2002) juga menandakan hal ini, dimana sejumlah 288 nasabah (62%) responden dari 463 nasabah yang terlibat dalam survei tata kelola (GCG) yang dilakukannya (berasal dari 14 bank syariah di Bahrain, Bangladesh dan Sudan) menjawab akan memindahkan dananya ke bank syariah yang lain jika ditengarai terjadi "pelanggaran syariah" dalam operasional bank syariah. Hal ini menunjukkan bahwa aspek kepatuhan terhadap prinsip syariah amat signifikan mempengaruhi perilaku nasabah dalam memilih bank syariah. Oleh karena itu penerapan *shariah governance* bank syariah merupakan keharusan hal ini diharapkan dapat meningkatnya reputasi dan kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah.

Reputasi bank syariah dapat menunjukkan seberapa jauh bank syariah dipercaya oleh masyarakat (Doney dan Joseph, 1997). Reputasi memegang peran yang penting dalam menjalin hubungan kemitraan antara bank syariah dengan nasabah. Reputasi menjadi dasar penilaian dalam menentukan apakah suatu perusahaan layak untuk dijadikan mitra kerjasama. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ganesan (1994) menemukan pengaruh positif antara reputasi dengan kepercayaan yang pada akhirnya akan mengarah pada terciptanya hubungan jangka panjang antara bank dengan nasabah. Hasil penelitian Saxton (1997) menunjukkan hasil bahwa reputasi berhubungan positif dengan kepercayaan.

Penelitian ini berangkat dari perkembangan bank syariah yang cukup pesat tidak diikuti oleh *market share*-nya, sehingga diperlukan suatu strategi untuk meningkatkan *market share* bank syariah dengan mengimplementasikan *shariah governance* yang merupakan perpaduan antara GCG yang universal dengan implementasi terhadap prinsip-prinsip syariah (*shariah compliance*) dapat meningkatkan reputasi dan kepercayaan nasabah bank syariah. Oleh karena itu kerangka pemikiran teoritis penelitian dapat dijelaskan pada gambar 1.



Gambar 1.
Kerangka Pemikiran Teoritis

C. Implementasi *Shariah Governance*

Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap implementasi *shariah governance* pada Bank Muamalat yang terdiri dari indikator: *accountability*, *responsibility*, *independency*, *fairness* dan *shariah compliance* dapat dilihat dari nilai rata-rata dari masing-masing indikator yang dikategorikan berdasarkan pada tabel 3 berikut:

Tabel 3.
Kategorisasi Implementasi *Shariah Governance* pada Bank Muamalat

Nomor	Interval	Kategori
1	1,00 – 1,80	Sangat Tidak Baik
2	1,80 – 2,60	Tidak Baik
3	2,60 – 3,40	Cukup Baik
4	3,40 – 4,20	Baik
5	4,20 – 5,00	Sangat Baik

Sumber: Dikembangkan untuk penelitian.

Hasil analisis data tentang implementasi *shariah governance* pada Bank Muamalat untuk masing-masing indikator berdasarkan persepsi responden dapat diuraikan pada tabel 4 berikut:

Tabel 4.
Perhitungan Rata-rata Penilaian Responden terhadap Implementasi *Shariah Governance* pada Bank Muamalat

No	Instrumen	Rata-rata	Kategori
<i>Transparancy</i>			
1	Kemudahan akses informasi layanan	3,33	Cukup baik
2	Penyampaian informasi layanan jelas	3,38	Cukup baik
3	Penyampaian informasi layanan tepat waktu dan memadai	3,39	Cukup baik
<i>Accountability</i>			
4	Penyampaian informasi layanan akurat	3,37	Cukup baik
5	Kelengkapan informasi layanan	3,35	Cukup baik
6	Kebijakan yang diambil Bank Muamalat di informasikan ke public	3,29	Cukup baik
7	Kebijakan Bank Muamalat konsisten dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku	3,42	Baik
<i>Responsibility</i>			
8	Bank muamalat taat pada peraturan perundang-undangan yang berlaku	3,42	Baik
9	Bank muamat peduli akan masyarakat dan lingkungan sekitar	3,02	Cukup baik
10	Bank muamalat bertanggungjawab pada layanana yang diberikan pada nasabah	3,23	Cukup baik
<i>Independency</i>			
11	Bank muamalat melindungi semua kepentingan nasabah	3,44	Baik
12	Bank muamalat selalu bersikap objektif dalam pengambilan keputusan	3,41	Baik
<i>Fairness</i>			
13	Semua kepentingan nasabah diperlakukan sama	3,43	Baik
14	Bank muamalat memberikan kesempatan untuk memberikan masukan ataupun kritikan (keluhan)	3,02	Cukup baik
15	Keluhan nasabah ditindaklanjuti oleh Bank Muamalat	3,01	Cukup baik
<i>Shariah Compliance</i>			
16	Tidak ada riba, gharar, meisir dalam transaksi	4,33	Sangat baik
17	Menjalankan bisnis berbasis pada keuntungan yang halal	4,21	Sangat baik

18	Menjalankan amanah yang dipercaya oleh nasabah	4,09	Baik
19	Pengelolaan zakat, infaq dan shadaqah yang amanah	4,17	Baik

Sumber: Data penelitian diolah.

Berdasarkan tabel 4 hasil pengukuran indikator-indikator di atas menunjukkan bahwa sebagian besar indikator menunjukkan *kategori baik*. Indikator yang paling dominan terhadap implementasi *shariah governance* pada Bank Muamalat dapat dijelaskan pada tabel 5.

Tabel 5.
Perhitungan Total Penilaian Implementasi *Shariah Governance* pada Masing-masing Indikator

No	Item	Rata-rata	Kategori
1	<i>Transparancy</i>	3,367	Cukup baik
2	<i>Accountability</i>	3,357	Cukup baik
3	<i>Responsibility</i>	3,223	Cukup baik
4	<i>Indepency</i>	3,425	Baik
5	<i>Fairness</i>	3,153	Baik
6	<i>Shariah compliance</i>	4,200	Baik
Total <i>Shariah governance</i>		3,454	Baik

Sumber: Data penelitian diolah.

Berdasarkan perhitungan total penilaian implementasi *shariah governance* pada Bank Muamalat pada tabel 5 menunjukkan skor rata-rata 3,454 dengan kategori **baik**. Dari masing-masing indikator, menunjukkan *shariah compliance* merupakan indikator yang memberi kontribusi terbesar dalam implementasi *shariah governance* pada Bank Muamalat yang meliputi: produk/layanan Bank Muamalat mengandung unsur riba; *gharar*; *maysir*; menjalankan bisnis berbasis pada keuntungan yang halal, menjalankan amanah yang dipercaya oleh nasabah, DPS berperan efektif dalam mengawasi produk/ layanan Bank Muamalat dan pengelolaan zakat, infaq dan shadaqah yang amanah. Sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa prinsip-prinsip Bank Muamalat telah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Hal ini menunjukkan bahwa responden merupakan nasabah emosional. Oleh karena itu operasionalisasi bank syariah berprinsip pada syariah sehingga produk dan layanan Bank Muamalat berdasarkan prinsip-prinsip syariah merupakan keunggulan bagi bank syariah dalam mengembangkan produk dan layanannya. Produk dan

layanan yang kuat berkualitas, teruji, dan bernilai tinggi terbukti tidak hanya sukses mengalahkan hitungan-hitungan rasional, tetapi juga canggih mengolah sisi-sisi emosional nasabah yang notabene merupakan nasabah emosional dimana nasabah dalam melakukan kemitraan memandang prinsip-prinsip syariah yang ada pada produk dan layanan merupakan alasan utama mengapa nasabah memilih bank syariah sebagai mitra usaha mereka.

Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Bank Indonesia yang bekerja sama dengan Perguruan Tinggi tentang *preference* masyarakat terhadap bank syariah, ternyata seberapa besar masyarakat melakukan kemitraan karena produk bank syariah berdasarkan prinsip syariah (tidak mengandung *riba*, *maysir*, *gharar*). Oleh karena itu produk dan layanan bank syariah dapat memiliki nilai tinggi karena ada *brand building activity* yang bukan sekadar berdasarkan emosional nasabah, tetapi merupakan segala macam usaha dan kemudahan yang melekat pada produk dan layanan bank syariah untuk memperkuat reputasi bank syariah yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepercayaan nasabah.

Hasil penelitian ini, diperkuat oleh hasil-hasil penelitian terdahulu mengenai faktor-faktor yang membuat masyarakat menggunakan jasa bank syariah. Ada beberapa pertimbangan responden di dalam memilih jasa bank syariah dan pertimbangan paling dominan yaitu: faktor keyakinan bahwa bunga bank bertentangan dengan agama, diikuti oleh keramahan petugas serta persepsi bahwa berurusan dengan bank syariah lebih cepat dan mudah. Ketiga pertimbangan di atas lebih diminati konsumen dibandingkan dengan pertimbangan terhadap faktor reputasi dan *image* bank. Nampak bahwa aspek-aspek emosional keagamaan yang dominan terhadap responden melakukan kemitraan dengan bank syariah. Hal ini dapat mengindikasikan bahwa nasabah bank syariah cenderung melihat produk bank bukanlah sesuatu yang “unik karena berkarakteristik syariah.”

Hasil penelitian terdahulu juga mendukung pendapat bahwa perilaku nasabah bank syariah sangat dipengaruhi oleh sikap dan persepsi mereka. Hasil survey yang dilakukan Tim Penelitian dan Pengembangan Bank Syariah menunjukkan bahwa persepsi bunga dari sudut pandang agama dapat dibedakan menjadi tiga pendapat: (1) bertentangan dengan ajaran agama; (2) tidak bertentangan dengan ajaran agama; (3) tidak tahu/ragu-ragu, survey di Jawa Barat (2001) menunjukkan indikasi bahwa 62% responden menyatakan

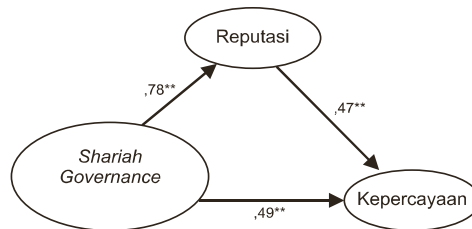
bertentangan dengan ajaran agama, sementara 22% diantara responden menyatakan tidak bertentangan dan sisanya (16%) menyatakan tidak tahu/ragu-ragu. Sedangkan hasil penelitian Bank Indonesia tahun 2001 di Sumatera Barat menunjukkan bahwa 20% masyarakat menyatakan bunga itu haram, 39% menyatakan tidak tahu/ragu-ragu, dan sisanya 41% menyatakan bahwa bunga itu tidak haram. Untuk tingkatan internasional, penelitian tentang perilaku nasabah Islamic Bank di Bahrain menemukan bahwa keputusan nasabah dalam memilih bank syariah lebih didorong oleh faktor keagamaan melalui dukungan masyarakat pada ketaatan perbankan terhadap prinsip-prinsip Islam. Penelitian tentang persepsi konsumen di Malaysia menemukan bahwa persepsi konsumen terhadap bank syariah terdiri terdiri dari beberapa dimensi; pengetahuan terhadap perbankan Islam, peranan konsumen dalam memilih produk perbankan telah dilakukan,

Dalam implementasi *shariah governance* indikator yang lemah adalah *fairness* yang meliputi Bank Muamalat member perlakuan yang sama. Bank Muamalat memberikan kesempatan untuk memberikan masukan ataupun kritikan (keluhan) dan keluhan nasabah cepat ditindaklanjuti menunjukkan total skor rata-rata terendah, yaitu 3,153 dengan kategori **cukup baik**, Sedangkan rata-rata skor *responsibility* adalah 2,333 yang meliputi: Bank Muamalat peduli lingkungan sekitar; Bank Muamat peduli terhadap masyarakat sekitar serta Bank Muamalat bertanggungjawab pada layanana yang diberikan pada nasabah menunjukkan total skor rata-rata terendah. Oleh karena itu Bank Muamalat dalam rangka meningkatkan implementasi *shariah governace* harus meperhatikan dimensi *fairness* terutama meningkatkan pelayanan dengan memperhatikan keluhan nasabah dan keluhan-keluhan nasabah ditindaklanjuti dengan cepat dan tepat agar nasabah merasa pusa dan termotivasi menggunakan layanan bank syariah secar terus-menerus. Demikian juga dalam hal *responsibility* terutama terhadap lingkungan maupun masyarakat sekitar dengan cara lebih aktif dalam membantu kaum *du'afā'* terutama meningkatkan penyaluran dana *Qard hasan* dalam upaya meningkatkan taraf hidup umat. Hal ini akan menjaga image bahwa bank syariah tidak hanya dalam tataran filosofisnya saja yaitu membantu kaun *du'afā'*, namun prakteknya jauh dari kenyataan yang dipentingkan hanya *profit oriented*-nya saja dengan mengabaikan aspek sosialnya. Oleh karena itu aspek *capacity social responsibility* perlu mendapat perhatian yang besar dari bank syariah agar reputasi dan

kepercayaan masyarakat pada bank syariah, hal ini dapat mengakibatkan *market share* bank syariah meningkat.

D. Pengaruh Implementasi *Shariah Governance* terhadap Reputasi dan Kepercayaan Bank Syariah

Untuk mengetahui pengaruh implementasi *shariah governance* terhadap reputasi dan kepercayaan pada bank syariah menggunakan teknik analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) yang terdiri dari dua macam teknis analisis, yaitu *Goodness of fit* dan *regression weight* dengan bantuan program AMOS dapat dijelaskan pada gambar 2 dan tabel 6 dan 7.



Gambar 2.
Full Model Penelitian

Tabel 6.
Hasil *Regression Weights*

Hubungan antar Variabel		Estimate	S.E.	C.R.
Reputasi	<-- <i>Shariah_Governance</i>	0,819	0,114	7,187
Kepercayaan	<-- Reputasi	0,392	0,139	2,818
Kepercayaan	<-- <i>Shariah_Governance</i>	0,427	0,141	3,039

Sumber: Data penelitian diolah.

Pada tabel 6 tersebut dapat diketahui bahwa nilai CR sudah memenuhi kriteria, yaitu di atas di atas 1,96 atau taraf signifikan pada level 5% (0,05). Adapun hasil uji *goodness of fit measure* untuk keseluruhan model disajikan pada tabel 7.

Table 7.
Hasil *Goodness of Fit Index*

<i>Goodness of Fit Index</i>	<i>Cut off Value</i>	Hasil <i>Cut off Value</i>	Keterangan
Chi square	Diharapkan nilai terkecil	63,383	Marginal
Significant probability	≥ 0,05	0,114	Diterima
RMSEA	≤ 0,08	0,044	Diterima
GFI	≥ 0,90	0,928	Diterima
AGFI	≥ 0,90	0,890	Ditolak
CMIN/DF	≤ 2,00	1,243	Diterima
TLI	≥ 0,95	0,977	Diterima
CFI	≥ 0,94	0,982	Diterima

Sumber: Data penelitian diolah.

Pada tabel 6 dan 7 dapat disimpulkan bahwa model penelitian yang dibangun dapat diterima, baik secara *regression weigth* maupun *goodness of fit*. Jadi dapat disimpulkan bahwa implementasi *shariah governance* berpengaruh signifikan terhadap reputasi dan kepercayaan bank syariah, dan implementasi *shariah governance* berpengaruh terhadap reputasi lebih besar dari daripada pengaruh implementasi *shariah governance* terhadap kepercayaan bank syariah karena reputasi merupakan salah satu yang membentuk kepercayaan nasabah pada bank syariah. Secara model implementasi *shariah governance* berpengaruh langsung terhadap reputasi, sedangkan berpengaruh langsung dan tidak langsung terhadap kepercayaan pada bank syariah.

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan, maka selanjutnya akan dilakukan pembahasan terhadap hasil analisis tersebut. Pembahasan dibuat dengan melihat hubungan kausalitas yang terjadi sebagai pembuktian hipotesis yang diangkat dalam penelitian ini. Teori-teori ataupun hasil penelitian empirik yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya akan digunakan dalam melakukan pembahasan hasil penelitian, apakah teori atau hasil penelitian empirik tersebut mendukung atau bertentangan dengan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian yang dimiliki oleh penelitian ini.

Hasil implementasi *shariah governance* pada Bank Muamalat menunjukkan skor rata-rata sebesar 3,427, hal ini berarti pelaksanaan GCG Bank Muamalat adalah baik. Berdasarkan laporan GCG Bank Muamalat berdasarkan penilaian BI dari tahun 2007 s.d. 2010, menunjukkan bahwa Bank Muamalat termasuk bank yang memiliki Tata Kelola Baik/Memadai. Hal ini dibuktikan dengan beberapa prestasi yang diraih oleh Bank Muamalat antara lain: Indonesia Bank Loyalty Award (IBLA) 2010 (*The Best of "Indonesian Bank Loyalty Champion," Category Saving Account, Islamic Banking*); Info Bank Golden Trophy 2009 (Peringkat Sangat Bagus Atas Kinerja Keuangan 2004-2008); ABFI Banking Award 2009 (*BMI Best Performance Bank* Kategori Bank Umum Syariah dan UUS); Alpha Southeast Asia Awards 2009 (*Best Islamic Finance House In Indonesia*); Bisnis Indonesia Banking (Efficiency Award 2009); IBLA 2009, Indonesia Bank Loyalty Award 2008 (*BMI as The Best of Indonesian Bank Loyalty Champion, Category Sharia Banking*) serta masih banyak prestasi yang diraih oleh Bank Muamalat.

Tujuan diimplementasikan *shariah governance* di bank syariah adalah dalam rangka menciptakan kemaslahatan bank syariah dan ekonomi umat dan bangsa di masa depan. Atribut syariah memang terlalu sakral bagi pejuang dan da'i ekonomi syariah. Yang lebih penting adalah mempertahankan image sebagai bank yang mengaplikasikan prinsip syariah. Jika masyarakat melihat bahwa bank syariah tidak sesuai syariah maka masyarakat akan berargumentasi bahwa bank syariah sama saja dengan bank konvensional maka akan berakibat fatal, karena akan meruntuhkan reputasi dan kepercayaan pada bank syariah. Jika bank syariah tercemar oleh penyimpangan dalam atribut syariahnya serta masalah keuangan yang menyebabkan runtuhnya salah satu bank syariah, maka reputasi bank syariah secara menyeluruh akan tergores. Karena reputasi bank syariah sebagian besar dibangun dari nilai-nilai keislaman. Oleh karena itu jangan sampai terjadi risiko reputasi pada bank syariah karena risiko reputasi itu tidak hanya akan merobohkan *image* bank syariah tersebut tetapi juga industri perbankan syariah secara keseluruhan. Oleh implementasi *shariah governance* berpengaruh terhadap reputasi bank syariah, jika *shariah governance* terutama *shariah compliance* diimplementasikan dengan baik akan meningkatkan reputasi bank syariah, bahkan sebuah penelitian menyatakan 84% responden setingkat presiden direktur industri keuangan dalam lima tahun terakhir fokus pada pengelolaan risiko reputasinya. Oleh karena itu penerapan *shariah governance* pada

bank syariah sudah merupakan tuntutan syariah dan dakwah dalam upaya meningkatkan reputasi bank syariah.

Pelaksanaan *shariah governance* pada industri perbankan syariah harus berlandaskan kepada enam prinsip dasar. *Pertama*, transparansi (*transparancy*), yaitu keterbukaan dalam mengemukakan informasi yang material dan relevan serta keterbukaan dalam proses pengambilan keputusan. *Kedua*, akuntabilitas (*accountability*) yaitu kejelasan fungsi dan pelaksanaan pertanggungjawaban organisasi bank sehingga pengelolaannya berjalan secara efektif. *Ketiga*, pertanggungjawaban (*responsibility*) yaitu kesesuaian pengelolaan bank dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan prinsip-prinsip pengelolaan bank yang sehat. *Keempat*, independen yaitu memiliki kompetensi, mampu bertindak objektif, dan bebas dari pengaruh/tekanan dari pihak manapun (*independen*) serta memiliki komitmen yang tinggi untuk mengembangkan bank syariah. *Kelima*, kewajaran (*fairness*) yaitu keadilan dan kesetaraan dalam memenuhi hak-hak *stakeholders* berdasarkan perjanjian dan peraturan perundang-undangan yang berlaku, dan *keenam*, *shariah compliance* yaitu kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah.

Dari keenam prinsip, *shariah compliance* merupakan indikator yang paling berpengaruh dalam implementasi *shariah governance* sehingga dalam penerapan *shariah governance*, para pengelola bank syariah harus benar benar merujuk kepada kepatuhan pada prinsip-prinsip dan nilai-nilai syariah, karena perbankan syariah merupakan lembaga intermediasi yang amat membutuhkan kepercayaan masyarakat agar dipercaya seluruh *stakeholders*. Disinilah pentingnya peranan Dewan Pengawas Syariah (DPS) dalam menjaga *shariah compliance* yang berkaitan erat dengan pengelolaan perusahaan dari sisi kebenaran syariah, dan hal ini akan menjadi sangat penting ketika perusahaan akan mengeluarkan produk-produk perbankannya. Sehingga bisa kita simpulkan, selain tata kelola yang baik dari sisi manajemen perusahaan, tata kelola pengawasan dan pengembangan yang dilakukan oleh DPS menjadi tolak ukur mendasar dalam kesuksesan penerapan *shariah governance* pada bank syariah.

Pelanggaran *shariah compliance* yang dibiarkan DPS atau luput dari pengawasan DPS, jelas akan merusak citra dan kredibilitas bank syariah di mata masyarakat, sehingga dapat menurunkan kepercayaan masyarakat kepada bank syariah. Untuk itulah peran DPS di bank syariah harus benar-

benar dioptimalkan, kualifikasi menjadi DPS harus diperketat, dan formalisasi perannya harus diwujudkan di bank syariah tersebut. Hasil penelitian Bank Indonesia bekerjasama dengan Ernst dan Young menyimpulkan bahwa peran DPS belum optimal. Dilanggarnya *shariah compliance* akibat lemahnya pengawasan DPS memiliki dampak terhadap *risk management*. Jenis manajemen risiko yang terkait erat dengan peran DPS adalah risiko reputasi yang selanjutnya berdampak pada *displaced commercial risk*, seperti risiko likuiditas dan risiko lainnya. Jika peran DPS tidak optimal dalam melakukan pengawasan syariah terhadap praktik syariah yang berakibat pada pelanggaran *shariah compliance*, maka citra dan kredibilitas bank syariah di mata masyarakat menjadi negatif, sehingga dapat menurunkan kepercayaan masyarakat kepada bank syariah. Sehingga implementasi *shariah governance* akan berpengaruh terhadap reputasi dan kepercayaan pada bank syariah, semakin baik implementasi *shariah governance* yang dilakukan bank syariah semakin baik reputasi bank syariah dan pada akhirnya akan meningkatkan kepercayaan nasabah pada bank syariah.

Penelitian yang dilakukan Muhammad Noer tentang implementasi prinsip syariah pada perbankan syariah menunjukkan terdapat perbedaan pemahaman kesesuaian akad pembiayaan antara personel bank syariah dengan nasabah secara signifikan.⁹ Dalam penelitian Rahman praktek penerapan prinsip syariah belum dilaksanakan secara kaffah hal ini mempengaruhi kepercayaan dan loyalitas masyarakat terhadap bank syariah.¹⁰ Menurut hasil penelitian IRTI menunjukkan pelaksanaan *good corporate governance* belum terlaksana dengan baik di perbankan syariah diberbagai negara. Penerapan *good corporate governance* terbukti di dalam penelitian di beberapa lembaga keuangan syariah di dunia Muslim dapat meningkatkan reputasi dan kepercayaan masyarakat kepada bank syariah. Menurut Chapra, kegagalan dalam penerapan prinsip syariah akan membuat nasabah pindah ke bank lain sebesar 85%.¹¹ Oleh karena itu penerapan *good corporate governance* dan penerapan prinsip-prinsip syariah atau dengan istilah

⁹ Muhammad Noer "Implementasi Prinsip Syari'ah pada Bank Syari'ah di Kota Semarang," Jurnal *Fokus Ekonomi*, Vol. 6, No. 1, 2007, Unnes, Semarang h. 25-38.

¹⁰ Rahman El-Junusi, "Pengaruh Atribut Produk, Religiusitas, Kepercayaan dan Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah," paper dalam ACIS IX, Solo, 2009, h. 68-76.

¹¹ Chapra and Ahmed, "Corporate Governance" p. 98.

shariah governance menjadi keharusan bagi perbankan syariah dalam upaya memperbaiki reputasi dan kepercayaan pada perbankan syariah, serta melindungi kepentingan *stakeholders* dalam rangka mencitrakan sistem perbankan syariah yang sehat.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu Metawa dan Almossawi¹²; Naser *et al.*,¹³ diketahui bahwa faktor utama nasabah mempertahankan hubungannya atau tetap loyal pada bank syariah adalah ketaatan mereka terhadap prinsip-prinsip syariah. Nasabah memutuskan untuk tetap mempertahankan bank syariah berkaitan dengan masalah keimanan dan keyakinan terhadap pengharaman riba bagi umat Islam. Dalam pokok-pokok hasil penelitian Bank Indonesia menyatakan bahwa nasabah yang menggunakan jasa bank syariah, sebagian memiliki kecenderungan untuk berhenti menjadi nasabah antara lain karena keraguan akan konsistensi penerapan prinsip syariah. Kepatuhan dan kesesuaian bank terhadap prinsip syariah sering dipertanyakan oleh para nasabah. Secara implisit hal tersebut menunjukkan bahwa praktik perbankan syariah selama ini kurang memperhatikan prinsip-prinsip syariah, salah satu penyebab rendahnya reputasi bank syariah. Reputasi dalam jangka panjang berakibat pada kepercayaan pada bank syariah.

Reputasi memegang peran yang penting dalam menjalin hubungan kerjasama antar bank syariah dengan nasabah. Reputasi menjadi dasar penilaian dalam menentukan apakah suatu bank syariah layak untuk dijadikan mitra kerjasama oleh nasabah. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ganesan menemukan pengaruh positif antara reputasi dengan kepercayaan yang pada akhirnya akan mengarah pada terciptanya hubungan kemitraan untuk jangka panjang.¹⁴ Hasil penelitian Saxton menunjukkan hasil bahwa reputasi berhubungan kepercayaan. Sedangkan kepercayaan menjadi salah satu faktor penting dalam membangun hubungan kemitraan antar bank syariah dengan nasabah.¹⁵ Tanpa adanya kepercayaan, suatu hubungan kerjasama tidak

¹² Metawa, S.A. and Almossawi, M., "Banking Behavior of Islamic Bank Customers: Perspectives and Implications," *The International Journal of Bank Marketing*, Vol. 16 (7), 1998, pp. 299-313.

¹³ Naser, K, Jamal A. and Khatib K., "Islamic Banking: A Study of Customer Satisfaction and Perferences in Jordan," *International Journal of Banking Marketing*, Vol. 17, No. 3, 1999, pp. 135-150.

¹⁴ Ganesan, S., "Determinants of Longterm Orientation in Buyer-Seller Relationship," *Journal Marketing* Vol. 58, 1994, pp. 1-19.

¹⁵ Saxton, Todd, "The Effects of Partner and Relationship Characteristic on Alliance Outcomes," *Academy of Management Journal*, Vol. 40, No. 2, 1997, pp. 443-461.

mungkin mampu bertahan dalam jangka waktu lama. Kepercayaan timbul sebagai hasil dari kehandalan dan integritas mitra yang ditunjukkan melalui berbagai sikap seperti konsistensi, kompeten, adil, bertanggung jawab, suka menolong dan memiliki kepedulian. Morgan dan Hunt menambahkan pula, bahwa tingginya kepercayaan akan dapat berpengaruh terhadap menurunnya kemungkinan untuk melakukan perpindahan terhadap bank lain.¹⁶ Oleh karena itu pada penelitian ini terbukti bahwa implementasi *shariah governance* berpengaruh signifikan terhadap reputasi dan kepercayaan nasabah pada bank syariah.

E. Kesimpulan

Implementasi menunjukkan bahwa *shariah governance* pada bank syariah (Bank Muamalat) sudah dilaksanakan dengan baik. Dari masing-masing indikator *shariah governance*, menunjukkan bahwa *shariah compliance* merupakan indikator yang memberi kontribusi terbesar. Ketaatan terhadap syariah merupakan faktor utama nasabah menjalin kemitraan dengan bank syariah, oleh karena itu nasabah memutuskan untuk tetap mempertahankan bank syariah berkaitan dengan masalah keyakinan terhadap ketaatan bank syariah pada prinsip-prinsip syariah dalam menjalankan usahanya. Dalam pokok-pokok hasil penelitian Bank Indonesia menyatakan bahwa nasabah yang menggunakan jasa bank syariah, sebagian memiliki kecenderungan untuk berhenti menjadi nasabah antara lain karena keraguan terhadap konsistensi penerapan prinsip syariah.

Kepatuhan dan kesesuaian bank terhadap prinsip syariah sering dipertanyakan oleh para nasabah. Secara implisit hal tersebut menunjukkan bahwa praktik perbankan syariah selama ini kurang memperhatikan prinsip-prinsip syariah, salah satu penyebab rendahnya reputasi bank syariah. Reputasi memegang peran yang penting dalam menjalin hubungan kerjasama antar bank syariah dengan nasabah, dalam jangka panjang reputasi berdampak pada kepercayaan nasabah pada bank syariah. Peningkatan reputasi dan kepercayaan pada bank syariah merupakan salah satu indikator kinerja bank syariah dalam meningkatkan *market share*-nya, sehingga dapat di-

¹⁶ Morgan, Robert M. dan Shelby D. Hunt, "The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing," *Journal of Marketing*, Vol. 58, July, 1994, pp. 20-38.

simpulkan bahwa dengan mengimplementasikan *shariah governance* akan berpengaruh terhadap reputasi dan kepercayaan nasabah. Meningkatnya reputasi dan kepercayaan dalam jangka panjang akan meningkatkan loyalitas nasabah yang pada akhirnya akan meningkatkan *market share* bank syariah.

Dalam rangka implementasi *shariah governance* beberapa hal yang harus dipertimbangkan oleh bank syariah dalam rangka meningkatkan reputasi dan kepercayaan pada bank syariah: (1) *Shariah compliance* merupakan indikator yang sangat paling mempengaruhi reputasi dan kepercayaan bank syariah, sehingga bank syariah harus hati-hati menjalankan operasionalnya, namun dari beberapa indikator *shariah compliance* peran DPS merupakan indikator yang paling kecil menjelaskan *shariah compliance*. Persepsi responden terhadap peran DPS masih dirasakan belum optimal, karena masih ada bank syariah yang menjalankan operasionalnya mengabaikan prinsip-prinsip. Oleh karena itu bank syariah harus meningkatkan profesionalitas dan kapabilitas DPS dalam menjalankan tugas dalam menjaga ketaatan terhadap syariah; (2) Meningkatkan *responsibility*, karena indikator ini merupakan indikator yang paling kecil dalam menjelaskan *shariah governance*. Dengan meningkatkan pelayanan, respon terhadap nasabah dan lingkungan akan meningkatkan *responsibility* bank syariah yang pada akhirnya akan meningkatkan reputasi dan kepercayaan pada bank syariah; (3) Meningkatkan *fairness*, dengan memberi kesempatan pada nasabah menyampaikan keluhan, serta menindaklanjuti keluhan dengan cepat dan tepat serta kepentingan dan kebutuhan layanan harus mendapat perhatian bank syariah. Meningkatnya *fairness* akan meningkatkan reputasi dan kepercayaan pada bank syariah, pada akhirnya akan meningkatkan *market share* bank syariah dan (4) Meningkatkan transparansi dan akuntabilitas melalui kemudahan akses informasi, penyampaian informasi layanan yang jelas, tepat dan akurat sesuai kebutuhan nasabah serta kebijakan-kebijakan yang diambil mempertimbangkan kepentingan nasabah dan konsisten dengan Undang-undang yang berlaku. Itu semua dapat meningkatkan reputasi dan kepercayaan pada bank syariah.[w]

BIBLIOGRAFI

- Antonio, Muhammad Syafei, *Bank Syariah bagi Banker dan Praktisi Keuangan*, Jakarta: Tazkia Institute, 2001.
- Chapra, M.U. and Ahmed, H., "Corporate Governance in Islamic Financial Institutions," *Occasional Paper* No. 6, Jeddah: Islamic Research and Training Institute/Islamic Development Bank, 2002.
- Chapra, M. Umer, *Pengharaman Bunga Bank, Rasionalkah? Analisis Syar'i dan Ekonomi di Balik Pengharaman Bunga Bank*, Jakarta: SEBI, 2002.
- Chapra, M. Umer, *The Future of Economics*, edisi terjemah, Jakarta: SEBI, 2001.
- Chapra, M. Umer and Khan, Tariqullah, *Regulation and Supervision of Islamic Banks*. Jeddah: IRTI-IDB, 2000.
- Chapra, M. Umer, *Sistem Moneter Islam*, Jakarta: Gema Insani Press dan Tazkia Cendekia, 2000.
- Ganesan, S., "Determinants of Longterm Orientation in Buyer-Seller Relationship," *Journal Marketing* Vol. 58, 1994, pp. 1-19.
- Dhani Gunawan Idat, *Bank dan Lembaga Keuangan Indonesia*, Bandung: Jemmars, 2003.
- Heri Sudarsono, "Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi," *Jurnal Ekonisia*, FE UII, Yogyakarta, 2003.
- Ismail, *The Deferred of Exchange: al-Qur'an in Contrast with the Islamic Economist's Theory on Banking and Finance*, Kuala Lumpur: Institute of Islamic Understanding Malaysia (IKIM), 2002.
- Marihot Nasution dan Doddy Setiawan, "Pengaruh Corporate Governance terhadap Manajemen Laba di Industri Perbankan Indonesia," *Jurnal SNA (Simposium Nasional Akuntansi)*, Vol. X, Makassar, 2007.
- Mervin K. Lewis dan Latifa M. Algaud, *Perbankan Syariah Prinsip Praktek Prospek*, Jakarta: Serambi Ilmu Semesta, 2001.
- Metawa, S.A. & Almossawi, M., "Banking Behavior of Islamic Bank Customers: Perspectives and Implications," *The International Journal of Bank Marketing*, Vol. 16 (7), 1998, pp. 299-313.

- Morgan, Robert M. dan Shelby D. Hunt, "The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing," *Journal of Marketing*, Vol. 58, July, 1994, pp. 20-38
- Muhammad, *Kebijakan Fiskal dan Moneter dalam Ekonomi Islam*, Jakarta: Salemba Empat. Jakarta, 2002.
- Muhammad Noer, "Implementasi Prinsip Syariah pada Bank Syariah di Kota Semarang," *Fokus Ekonomi* Vol. 6 No. 1, Unnes, Semarang, 2007.
- Naser, K., Jamal A. and Khatib K., "Islamic Banking: a Study of Customer satisfaction and Perferences in Jordan," *International Journal of Banking Marketing*, Vol. 17 No. 3, 1999, pp. 135-150.
- Rahman El-Junusi, "Pengaruh Atribut Produk Islam, Komitmen Agama, Kualitas Jasa dan Kepercayaan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah (pada Bank Muamalat Kota Semarang), paper dipublikasikan pada acara The 9th Annual Conference on Islamic Studies (ACIS), Surakarta, 2009.
- Saxton, Todd, "The Effects of Partner and Relationship Characteristic on Alliance Outcomes," *Academy of Management Journal*, Vol. 40, No. 2, 1997, pp. 443-461.
- Sony Devano, dan Siti Kurni Rahayu, *Perpajakan: Konsep, Teori, dan Isu*, Jakarta: Satu, 2006.