

IMPLEMENTASI SYARIAH GOVERNANCE SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP REPUTASI DAN KEPERCAYAAN BANK SYARIAH

Rahman El Junusi

IAIN Walisongo, Jl. Walisongo No 3-5 IAIN Walisongo Semarang
e-mail: rahmanelyunusi@yahoo.co.id

Abstract: *Syariah banking is currently growing rapidly and become part of financial life in the Islamic world. However, there are two important realities to observe in the life of Islamic Banking in Indonesia. First, Islamic banks are faced with a market share that has not met the target by 5 percent. Second, compliance of Islamic banking to Islamic principles was decline. Therefore, it is needed a strategy of development through the implementation of syariah governance. Syariah Governance implementation is expected to have an impact on reputation and customer confidence which in turn can increase the market share of syariah banks. Based on this background, the research problem is how the implementation of syariah governance and its impact on the reputation and confidence in Islamic banks. This research object is Muamalat banks operating in Central Java (Semarang, Solo, Purwokerto). The research sample is 200 respondents using the techniques of analytical judgment. Measurement instrument using 1-5 Likert scale, from strongly disagree (STS) untill Strongly Agree (SS). Firth to know implementation of Shariah governance, it is used a quantitative descriptive analysis using the average (mean). Second, to examine the effect of the implementation of Shariah governance to reputation and customer confidence in Islamic banks, it uses Structur Equation Model (SEM) with program AMOS 4.0 Engineering Structural Equation Modeling (SEM) which consists of two kinds of technical analysis, the goodness of fit and regression weight on the SEM to assess the suitability of the model estimation based on measuring the level of significance of some of the goodness of fit good and bad in a model, so the degree of the model accuracy is determined by the cut-off value.*

This research concluded that calculations of total assessment on the implementation of Shariah Governance Islamic bank (Bank Muamalat)

showed an average score of 3.427 in good categories. It shows that shariah compliance is a indicator giving biggest contribution in the implementation of Islamic governance. Compliance to sharia is the main factor to customer in establishing partnerships with syariah banks and deciding to retain syariah banks.

الملخص: تطوّرت المصارف الإسلامية حالياً تطوّراً سريعاً، وأصبحت جزءاً من النظام المالي في العالم الإسلامي. وثمة ظاهرتان لا بد من الدقة في النظر إليهما في مسير المصارف الإسلامية في إندونيسيا هما (1) لم تصل هي إلى حصة السوق 5 (خمسة) في المائة، (2) بدأ ظهور ضعف الالتزام بالضوابط الشرعية. لذا نحتاج الآن إلى استراتيجية التطوير عن طريق تطبيق الالتزام بالضوابط الشرعية. يرحى من هذا التطبيق التأثير على سمعة وثقة المجتمع والزبون فيهما ترقّت حصة سوق المصارف الإسلامية. من هذه الخلفية فنكون مشكلة البحث هي كيف تطبيق الالتزام بالضوابط الشرعية وتأثيره على السمعة والثقة بالمصارف الإسلامية. أما موضوع هذا البحث هو بنك معاملات في حارة الوسطى (في سمارانج، و سولو، وفورواركرون). وعينة هذا البحث 200 مستجيب عن طريق *analytical judgement*. أما قياس الأداة فبمقياس ليكرت 1-5، بين غير الموافقين جداً والموافقين جداً. ولمعرفة تطبيق الالتزام بالشرعية يستخدم التحليل الوصفي الكمي تعادل. ولاختبار مدى تأثير الالتزام بالشرعية على سمعة وثقة الزبون بالمصارف الإسلامية يستخدم سيم (SEM) برنامج أموس 4.0 (AMOS). وأسلوب سيم (SEM) يتركّب من نوعي التحليل، هما (Goodness of fit) و (regression weight) في سيم (SEM) لمعرفة المناسبة في طراز التقدير على أساس مستوى قياس المعزى من Goodness of fit حيره وشره في طراز واحد. ولذا فإنّ درجة الضغط في الطراز بقادرها *the cut-off value*. استخلص هذا البحث أن احصاء مجموع تطبيق الالتزام بالشرعية في بنك معاملات يدل على المعدل 3.427 بتقدير جيد. يدل هذا على أن الالتزام بالشرعية مؤسّر ذو أكبر الاسهام في تطبيق الالتزام بالشرعية. وهذا الالتزام كعامل أساسي للزبون في عقد الصلة والتعاون بالمصارف الإسلامية والانضباط باختيار هذه المصارف الإسلامية.

Abstrak: Perbankan syariah saat ini berkembang pesat dan menjadi bagian dari kehidupan keuangan di dunia Islam. Akan tetapi ada dua realitas yang penting untuk dicermati dalam kehidupan Perbankan Islam di Indonesia. Pertama, bank-bank Islam belum mencapai pangsa pasar sebesar 5 persen. Kedua, terjadi penurunan kepatuhan perbankan Islam terhadap prinsip syariah. Oleh karena itu diperlukan strategi pengembangan melalui implementasi syariah governance. Implementasi Syariah Governance diharapkan berdampak pada reputasi

dan kepercayaan nasabah yang pada gilirannya dapat meningkatkan pangsa pasar bank syariah. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka permasalahan penelitian adalah bagaimana implementasi syariah governance serta dampaknya terhadap reputasi dan kepercayaan pada bank syariah. Obyek penelitian ini adalah bank Muamalat yang beroperasi di Jawa Tengah (Kota Semarang, Solo, Purwokerto). Adapun sampel penelitian sebesar 200 responden dengan menggunakan teknik analytical judgement. Pengukuran instrumen menggunakan skala Likert 1-5, dari sangat tidak setuju (STS), sampai yang sangat setuju (SS). Untuk mengetahui implementasi syariah governance digunakan analisis diskriptif kuantitatif dengan menggunakan rata-rata (mean) Kedua, untuk menguji pengaruh implementasi syariah governance terhadap reputasi dan kepercayaan nasabah pada bank syariah digunakan Structur Equation Model (SEM) dengan program AMOS 4.0 Teknik Structural Equation Modeling (SEM) yang terdiri dari dua macam teknis analisis, yaitu goodness of fit dan regression weight pada SEM untuk menilai kesesuaian model estimasi berdasarkan tingkat pengukuran signifikansi dari beberapa goodness of fit baik buruknya dalam suatu model, maka derajat ketepatan model ditentukan oleh cut off value. Penelitian ini menyimpulkan bahwa perhitungan total penilaian implementasi syariah governance pada bank syariah (bank Muamalat) menunjukkan skor rata-rata 3,427 dengan katagori baik. Hal ini menunjukkan kepatuhan syariah merupakan indikator yang memberi kontribusi terbesar dalam implementasi syariah governance. Ketaatan terhadap syariah merupakan faktor utama nasabah dalam menjalin kemitraan dengan bank syariah dan memutuskan untuk tetap mempertahankan bank syariah.

Keywords: Bank Syariah, Syariah governance, kepatuhan syariah, reputasi, kepercayaan

PENDAHULUAN

Kehadiran perbankan syariah di Indonesia dengan diawali berdirinya Bank Muamalat Indonesia, telah menjadi tonggak penting dalam kehidupan perbankan syariah di Indonesia. Bank Muamalat 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 perbankan syariah di Indonesia menggembirakan. Sepanjang tahun 2010, perbankan syariah tumbuh dengan volume usaha yang tinggi, yaitu sebesar 43,99% meningkat dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya, yaitu sebesar 26,55% dengan pertumbuhan dana yang dihimpun maupun pembiayaan yang juga relatif tinggi dibandingkan periode yang sama tahun 2009. Secara umum efektifitas fungsi intermediasi perbankan syariah tetap terjaga seiring pertumbuhan dana yang dihimpun maupun pembiayaan yang relatif tinggi dibandingkan perbankan nasional, serta penyediaan akses jaringan yang meningkat dan menjangkau kebutuhan masyarakat secara lebih luas sehingga masih memiliki fundamental yang cukup kuat untuk memanfaatkan potensi membaiknya perekonomian nasional. Sampai dengan triwulan III 2010, jumlah bank yang melakukan kegiatan usaha syariah meningkat seiring dengan munculnya pemain-pemain baru baik dalam bentuk Bank Umum Syariah (BUS) maupun Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). BUS yang pada akhir tahun 2009 berjumlah 6 BUS bertambah 4 BUS dimana 2 BUS merupakan hasil konversi Bank Umum Konvensional dan 2 BUS hasil *spin off* Unit Usaha Syariahnya (UUS) sehingga jumlah UUS di tahun 2010 ini berkurang menjadi 23 UUS. Perkembangan kelembagaan bank syariah di Indonesia dapat dilihat pada tabel 1

Tabel 1 Perkembangan Kelembagaan Bank Syariah di Indonesia

Kelompok Bank	2007	2008	2009	2010
Bank Umum Syariah	3	5	6	10
Unit Usaha Syariah	26	27	25	23
Jumlah Kantor BUS & UUS	597	713	924	1388
Jumlah Layanan Syariah	1195	1470	1667	1140

Sumber : Bank Indonesia diolah

Di Jawa Tengah, tingkat perkembangan perbankan syariah mengalami pertumbuhan yang relatif tinggi, walaupun sebenarnya masih terdapat potensi pengembangan yang lebih besar dari tingkat pertumbuhan saat ini. Pada akhir tahun 2010, tingkat pertumbuhan aset perbankan syariah Jawa Tengah 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 Rp110 trilyun.

Di sisi lain, potensi pengembangan perbankan syariah di Jawa Tengah yang sangat besar menuntut adanya sejumlah strategi dan implementasi taktis untuk menggarap potensi pasar yang ada. Secara demografis, selain jumlah penduduk Jawa Tengah yang merupakan provinsi terpadat ke-4 di Indonesia, Jawa Tengah juga didukung dengan kondisi sosio-religius masyarakat Jawa Tengah yang didominasi oleh penduduk muslim, yakni sebesar 87,21%. 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%) (www.indonesia.go.id). Kondisi itu menunjukkan besarnya potensi pengembangan perbankan syariah di Jawa Tengah yang sampai saat ini belum seluruhnya dapat dikerjakan oleh industri perbankan syariah secara optimal.

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, berbagai upaya tersebut belum menunjukkan hasil yang optimal karena *market share* bank syariah masih dibawah 5% dari pangsa 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, serta (3) kurang inovatif dalam mengembangkan produk berbasis syariah. Selain itu, belum diimplementasikannya *good corporate governance* (GCG) pada perbankan syariah juga berpengaruh pada tidak tercapainya *market share* tersebut. Selain itu, hasil penelitian IRTI

menunjukkan bahwa pelaksanaan *GCG* belum terlaksana dengan baik di perbankan syariah di berbagai 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 Capra, kegagalan dalam penerapan prinsip syariah akan membuat nasabah pindah ke bank lain sebesar 85%.¹ Oleh karena itu, penerapan *GCG* dan penerapan prinsip-prinsip syariah (*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, dan kedisiplinan merupakan prinsip universal yang juga terdapat dalam aturan *GCG* konvensional. Hasil penelitian Idat menunjukkan bahwa terjadi penurunan kepatuhan Bank Syariah terhadap prinsip syariah.² Berdasarkan survey dan penelitian mengenai preferensi masyarakat yang dilakukan oleh Bank Indonesia bekerja sama dengan lembaga penelitian perguruan tinggi, ditemukan adanya keraguan masyarakat terhadap kepatuhan syariah oleh Bank Syariah. 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). Pokok-pokok hasil penelitian Bank Indonesia menyatakan bahwa sebagian nasabah yang menggunakan jasa Bank Syariah memiliki kecenderungan untuk berhenti menjadi nasabah antara lain karena keraguan akan konsistensi penerapan prinsip syariah. Kepatuhan dan kesesuaian Bank terhadap prinsip syariah sering dipertanyakan oleh para nasabah. Secara

1 M. Umer Chapra and Habib Ahmed, "Corporate Governance in Islamic Financial Institutions." Occasional Paper No. 6, (Islamic Research and Training Institute/Islamic Development Bank, Jeddah (2002) 12-13.

2 Dhani Gunawan Idat, "Trend Bank Syariah: Penurunan Terhadap Kepatuhan Prinsip Syariah," *Media Akuntansi*, Edisi 33 (Mei 2002), 30-31.

Implisit hal tersebut menunjukkan bahwa praktik perbankan syariah selama ini kurang memperhatikan prinsip-prinsip syariah. Padahal, reputasi bank syariah dan kepercayaan masyarakat pada bank syariah akan berdampak pada loyalitas masyarakat dalam 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* dan penurunan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah pada bank syariah. Dengan mengimplementasikan *shariah governance*, hal itu akan berdampak pada peningkatan reputasi dan kepercayaan pada bank syariah yang pada akhirnya akan meningkatkan *market share* bank syariah. Oleh karena itu, tujuan tulisan ini adalah untuk mengetahui implementasi *shariah governance* serta implikasinya terhadap reputasi dan kepercayaan pada bank Syariah.

SHARIAH GOVERNANCE

Istilah *shariah governance* dalam penelitian ini dikembangkan dari konsep *good corporate governance* (GCG) dan *shariah compliance*. Prinsip-prinsip GCG merupakan prinsip universal, sedangkan *shariah compliance* merupakan prinsip-prinsip operasional pada bank syariah. GCG adalah pengaturan dan hubungan institusional yang mengarahkan dan mengendalikan suatu perusahaan”.³ 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 (*independency*), dan kewajaran (*fairness*). Dalam pedoman GCG Perbankan Indonesia yang dikeluarkan oleh Komite Nasional Kebijakan Corporate Governance (KNKCG), terdapat 5 prinsip dalam pelaksanaan *good corporate governance*, yaitu: (1) keterbukaan (*transparency*); (2) Akuntabilitas (*accountability*); (3) Tanggung Jawab (*responsibility*); (4) Independensi (*independency*) dan (5) Keadilan (*fairness*).

³ Mervin K. Lewis dan Latifa M. Algaud, *Perbankan Syariah Prinsip Praktek Prospek* (Jakarta: PT. Scrambi Ilmu Semesta, 2001), 200.

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 *'adālah* (keadilan), *tawāzun* (keseimbangan), *mas'ūliyyah* (akuntabilitas), *akhlaq* (moral), *ṣiddīq* (kejujuran), *amānah* (pemenuhan kepercayaan), *faṭānah* (kecerdasan), *tablīgh* (transparansi, keterbukaan), *hurriyyah* (independensi dan kebebasan yang bertanggung jawab), *iḥsān* (profesional), *wasāṭan* (kewajaran), *ghīrah* (militansi syariah, militansi syariah), *idārah* (pengelolaan), *khilāfah* (kepemimpinan), *'aqidah* (keimanan), *ṭjābiyyah* (berfikir positif), *raqābah* (pengawasan), *qirā'ah* dan *iṣlāh* (organisasi yang terus belajar dan selalu melakukan perbaikan).

Dalam perbankan syariah, penerapan GCG telah diatur oleh Bank Indonesia melalui dikeluarkannya Peraturan Bank Indonesia (PBI) No. 11/33/PBI/2009. PBI ini dikeluarkan karena adanya keinginan dari BI untuk membangun industri perbankan syariah yang sehat dan tangguh serta adanya upaya untuk melindungi kepentingan stakeholders dan meningkatkan kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku secara umum pada perbankan syariah. Dalam setiap kegiatan usahanya, bank diwajibkan melaksanakan GCG sebagaimana tercantum dalam PBI pasal 2 ayat 1, yang berbunyi "Bank wajib melaksanakan *good corporate governance* dalam setiap kegiatan usahanya pada seluruh tingkatan atau jenjang organisasi".

GCG merupakan konsep yang diajukan demi peningkatan kinerja perusahaan melalui supervisi atau monitoring kinerja manajemen dan menjamin akuntabilitas manajemen terhadap *stakeholder* dengan mendasarkan pada kerangka peraturan. GCG juga membantu menciptakan lingkungan kondusif demi terciptanya pertumbuhan yang efisien dan *sustainable* di sektor perusahaan. Pelaksanaan GCG sangat diperlukan untuk membangun kepercayaan masyarakat dan dunia internasional, sehingga penerapannya sangatlah penting bagi perbankan yang ingin berkembang dengan baik dan sehat. Tercapainya pengelolaan bank syariah yang lebih transparan bagi semua pengguna laporan keuangan merupakan tujuan dari GCG.

Sedangkan *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.⁴ Tuntutan Pemenuhan Prinsip Syariah (*shariah compliance*), bila dirujuk pada sejarah perkembangan bank syariah, menjadi penting karena 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. Hasil penelitian Chapra & Ahmad 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.⁵ 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 dan hal ini diharapkan dapat meningkatnya reputasi dan kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah.

Reputasi bank syariah dapat menunjukkan seberapa jauh bank syariah dipercaya oleh masyarakat.⁶ 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 menemukan pengaruh positif antara reputasi dengan kepercayaan yang pada akhirnya akan mengarah pada terciptanya hubungan jangka panjang antara bank dengan nasabah.⁷ Sementara, hasil penelitian Saxton menunjukkan hasil bahwa reputasi berhubungan positif dengan kepercayaan.⁸

4 Muhammad Antonio Syaifei, *Bank Syariah Bagi Banker Dan Praktisi Keuangan* (Jakarta Tazkia Institute, 1999), 12.

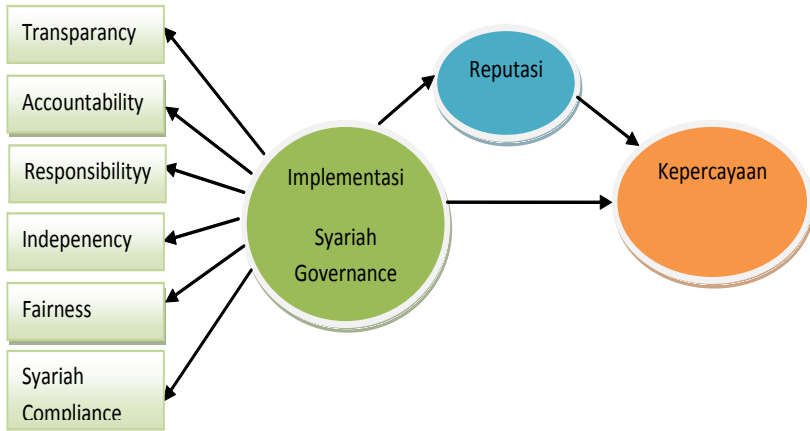
5 M. Umer Chapra and Habib Ahmed. "Corporate Governance in Islamic Financial Institutions." Occasional Paper No. 6 (Islamic Research and Training Institute/ Islamic Development Bank, Jeddah (2002), 12-13.

6 Patricia M Doney, dan Joseph P. Cannon, "An Examination of the Nature of Trust in Buyer-Seller Relationship", *Journal of Marketing*, Vol. 61 (April, 1997), 35-51.

7 Shankar Ganesan, "Determinants of Long-term Orientation in Buyer-Seller Relationship", *Journal of Marketing*, No.58 (April, 1994), 1-19.

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

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*) agar dapat meningkatkan reputasi dan kepercayaan nasabah bank syariah. Oleh karena itu kerangka pemikiran teoritis dapat dijelaskan pada gambar 1



Gambar 1 Kerangka Pemikiran Teoritis

METODE PENELITIAN

Obyek penelitian ini adalah bank Muamalat yang beroperasi di Jawa Tengah (Kota Semarang, Solo, Purwokerto). Adapun sampel penelitian sebesar 200 responden dengan menggunakan teknik *analitical judgement*. Pengukuran instrumen menggunakan skala *Likert* 1-5. Responden diminta untuk menyatakan setuju atau tidak setuju terhadap pernyataan yang diajukan peneliti atas dasar persepsi masing-masing responden. Jawaban terdiri dari lima pilihan, yakni: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Berpendapat (TB), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Adapun teknik analisis yang digunakan adalah: *Pertama*, untuk mengetahui implementasi *shariah governance* digunakan analisis diskriptif kuantitatif dengan menggunakan rata-rata (*mean*) dan dikategorikan seperti pada tabel 2.

Tabel 2 Kategorisasi Implementasi *Shariah Governance* Pada Bank Muamalat

<i>Nomor</i>	<i>Interval</i>	<i>Kategori</i>
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

Kedua, untuk menguji pengaruh implementasi *shariah governance* terhadap reputasi dan kepercayaan nasabah pada bank syariah menggunakan Struktur Equation Model (SEM) dengan program AMOS 4.0 Teknik *Structural Equation Modeling* (SEM) yang terdiri dari dua macam teknis analisis, yaitu *Goodness of Fit* dan *Regression Weight* pada SEM untuk menilai kesesuaian model estimasi berdasarkan tingkat pengukuran (*measurement*) signifikansi dari beberapa *goodness of fit*, baik buruknya dalam suatu model. Derajat ketepatan model ditentukan oleh *cut off valuenya*.

HASIL PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan kepada 200 responden yang merupakan nasabah Bank Muamalat selama 6 bulan terakhir yang menggunakan layanan Bank Muamalat. Dari 200 reponden dapat dikemukakan profil nasabah bank Syariah berdasarkan pendidikan, pekerjaan, produk yang sering digunakan serta lama menjadi nasabah yang dapat dijelaskan pada tabel berikut :

Tabel 3 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frequency	Persen
Pelajar/Mahasiswa	23	11,5
PNS, TNI/POLRI	22	11
Swasta	46	23
Wiraswsata	83	41,5
Lainnya	26	13
Total	200	100

Sumber: data penelitian diolah

Tabel 4 Jumlah Responden
Berdasarkan Produk Yang Sering Digunakan

Produk	Frequency	Persen
Tabungan	73	36,5
Giro Wadiah	17	8,5
Deposito	22	11
Pembiayaan	53	26,5
Investasi	11	5,5
Lainnya	24	12
Total	200	100

Sumber: data penelitian diolah

Tabel 5 Jumlah Responden
Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah Bank Muamalat

Lama Menjadi Nasabah (Tahun)	Frequency	Persen
< 1	18	9
1 s/d 2	35	17,5
3 s/d 4	46	23
5 s/d 6	42	21
7 s/d 8	36	18
< 8	23	11,5
Total	200	100

Sumber: data penelitian diolah

1. Implementasi Syariah Governance Pada Bank Muamalat

Hasil analisis data tentang implementasi *syariah governance* pada Bank Muamalat untuk masing-masing dimensi berdasarkan persepsi responden dapat diuraikan pada tabel 6 berikut:

Tabel 6 Perhitungan Rata-Rata Penilaian Responden terhadap
Implementasi *Syariah Governance* Pada Bank Muamalat

No	Instrumen	Rata-rata	Kategori
Transparancy			
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
Accountability			
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
Responsibility			
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
Independency			
11	Bank muamalat melindungi semua kepentingan nasabah	3,44	Baik
12	Bank muamalat selalu bersikap objektif dalam pengambilan keputusan	3,41	Baik
Fairness			
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
Syariah compliance			
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	DPS berperan efektif dalam mengawasi produk/ layanan bank muamalat	3,38	Cukup Baik
20	Pengelolaan zakat, infaq dan shadaqoh yang amanah	4,17	Baik

Berdasarkan tabel 6, hasil pengukuran indikator-indikator di atas menunjukkan bahwa sebagian besar indikator menunjukkan kategori baik. Untuk mengetahui indikator yang paling dominan terhadap implementasi *shariah governance* pada Bank Muamalat, dapat dijelaskan pada tabel 7.

Tabel 7 Perhitungan Total Penilaian Implementasi *Shariah Governance* pada Masing-Masing Indikator

No	Item	Rata-rata	Kategori
1	Transparancy	3,367	Cukup baik
2	Accountability	3,357	Cukup baik
3	Responsibility	3,223	Cukup baik
4	Independency	3,425	Baik
5	Fairness	3,153	Baik
6	Shariah compliance	4,036	Baik
Total Shariah Governance		3,427	Baik

Berdasarkan tabel 10, Perhitungan Total Penilaian Implementasi *Shariah Governance* pada Bank Muamalat menunjukkan skor rata-rata 3,427 dengan kategori **baik**. Dari masing-masing indikator, data menunjukkan bahwa *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; maisir; 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 shadaqoh 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 preferen masyarakat terhadap bank syariah. Ternyata sebagian besar masyarakat melakukan kemitraan karena produk bank syariah berdasarkan prinsip syariah (tidak mengandung riba, meisir, gharar). Oleh karena itu, produk dan layanan bank syariah dapat memiliki nilai tinggi karena ada *brand building activity* yang bukan sekedar 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 terkait faktor-faktor yang membuat masyarakat menggunakan jasa bank syariah. Ada beberapa pertimbangan responden di dalam memilih jasa bank syariah. 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 menjadi faktor yang dominan terhadap responden dalam 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) juga 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.⁹ 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.¹⁰ 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. Sementara, penelitian tentang persepsi konsumen di Malaysia menemukan bahwa persepsi konsumen terhadap bank syariah terdiri dari beberapa dimensi; pengetahuan terhadap perbankan Islam, dan peranan konsumen dalam memilih produk perbankan telah dilakukan.¹¹

Dalam implementasi *shariah governance*, indikator yang lemah adalah *fairness* yang meliputi Bank Muamalat memberi perlakuan yang sama, Bank Muamalat memberikan kesempatan untuk memberikan masukan ataupun kritikan (keluhan) dan keluhan nasabah cepat ditindaklanjuti. Indikator ini 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 Muamalat peduli akan masyarakat sekitar serta Bank Muamalat bertanggung jawab pada layanan yang diberikan pada nasabah. *Responsibility* ini menunjukkan total skor rata-rata terendah. Oleh karena itu, Bank Muamalat dalam rangka meningkatkan implementasi *shariah governace* harus meningkatkan dimensi *fairness*, terutama meningkatkan pelayanan dengan memperhatikan keluhan nasabah. Keluhan-keluhan nasabah ini hendaknya ditindaklanjuti dengan cepat dan tepat agar nasabah merasa puas dan termotivasi menggunakan layanan bank syariah secara terus-menerus. Demikian juga dalam hal *responsibility*, terutama terhadap lingkungan maupun masyarakat sekitar, dengan cara lebih aktif dalam membantu kaum *dhuafa* terutama meningkatkan penyaluran dana *qard hasan* dalam upaya meningkatkan taraf hidup umat. Hal ini menjaga *image* bahwa bank syariah hanya dalam tataran

9 Bank Indonesia, *Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat terhadap Bank Syariah di Jawa Barat* (Jakarta, Bank Indonesia, 2001).

10 Bank Indonesia. *Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat terhadap Bank Syariah di Sumatera Barat* (Jakarta, Bank Indonesia, 2001).

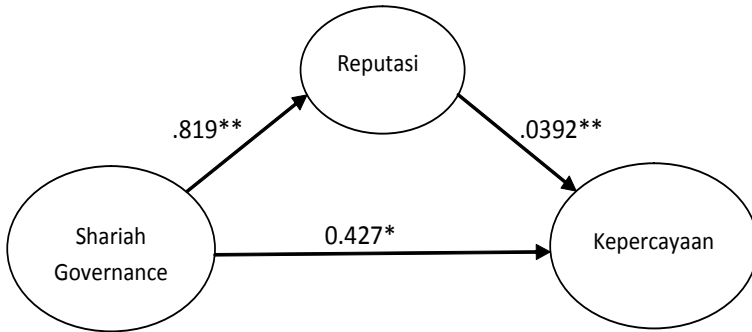
11 N. Ahmad dan S. Haron, "Perception of Malaysian Corporate Customers Toward Islamic Banking Products & Services", *International Journal of Islamic Financial Service*, Vol. 3 No. 4. (2001) 32-39.

filosofisnya saja, prakteknya jauh dari kenyataan. Oleh karena itu, aspek *corporate social responsibility* perlu mendapat perhatian yang besar dari bank syariah agar reputasi dan kepercayaan masyarakat pada bank syariah meningkat. Hal ini kemudian dapat mengakibatkan market share bank syariah meningkat.

2. Pengaruh Implementasi Shariah Governance Terhadap Reputasi Dan Kepercayaan Pada Bank Syariah

Untuk mengetahui pengaruh implementasi *shariah governance* terhadap reputasi dan kepercayaan pada bank syariah, teknik analisis menggunakan analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) yang terdiri dari dua macam teknis analisis, yaitu *Goodness of fit* dan *regression weight* dengan bantuan program AMOS yang hasilnya dapat dijelaskan pada gambar 2 dan tabel 8 dan 9.

Gambar 2 Full Model Penelitian



Tabel 8 Regression Weights

			Standar Estim.	SE.	CR
Reputasi	<--	Syariah_Governance	0.819	0.114	7.187
Kepercayaan	<--	Reputasi	0.392	0.139	2.818
Kepercayaan	<--	Syariah_Governance	0.427	0.141	3.039

Dari tabel 8 tersebut dapat diketahui bahwa nilai CR sudah memenuhi kriteria, yaitu diatas 2 pada taraf signifikan 1% dan nilai diatas 1,96 pada taraf signifikan 5% (0,05). Hasil uji *goodness of fit measure* untuk keseluruhan model disajikan pada tabel 9.

Table 9 Goodness of Fit Index

Goodness of Fit Index	Cut off Value	Hasil Cut off Value	Keterangan
<i>Chi square</i>	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

Dari Tabel 8 dan 9 dapat disimpulkan bahwa model penelitian yang dibangun dapat diterima, baik secara *regression weight* maupun *goodness of fit*. Jadi dapat disimpulkan bahwa implementasi *shariah governance* berpengaruh terhadap reputasi dan kepercayaan pada bank syariah, dan implementasi *shariah governance* berpengaruh lebih besar terhadap reputasi dari pada kepercayaan bank syariah, karena reputasi merupakan salah satu yang membentuk kepercayaan nasabah terhadap 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, data 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 & 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 berargumen bahwa bank syariah sama saja dengan bank konvensional. Hal ini tentu 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 terjadi, karena risiko reputasi itu tidak hanya akan merobohkan *image* bank syariah tersebut, tetapi juga industri perbankan syariah secara keseluruhan. Implementasi *shariah governance* memang berpengaruh terhadap reputasi bank syariah. Jika *shariah governance*, terutama *shariah compliance*, diimplementasikan dengan baik, maka hal itu 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 (*transparency*), 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 obyektif, 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. Hal ini penting 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 juga menjadi tolok 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 kerjasama dengan Ernst dan Young menyimpulkan bahwa peran DPS belum optimal.

Dilanggarnya *shariah compliance* akibat lemahnya pengawasan DPS memiliki dampak terhadap risk manajemen. 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. Oleh karena itulah, 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 (2007) tentang implementasi prinsip syariah pada perbankan syariah menunjukkan terdapat perbedaan pemahaman kesesuaian akad pembiayaan antara personel bank syariah dengan nasabah secara signifikan.¹² Sementara, dalam penelitian Azwar (2004), praktek penerapan prinsip syariah belum dilaksanakan secara komprehensif, sehingga hal ini mempengaruhi kepercayaan dan loyalitas terhadap bank syariah.¹³ Hasil penelitian IRTI menunjukkan pelaksanaan *good corporate governance* belum terlaksana dengan baik di perbankan syariah di berbagai 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 Capra, kegagalan dalam penerapan prinsip syariah akan membuat nasabah pindah ke bank lain sebesar 85%. Oleh karena itu, penerapan *good corporate governance* dan penerapan prinsip-prinsip syariah atau dengan istilah lain *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.

12 Muhammad Noer, "Implementasi Prinsip Syariah Pada perbankan Syariah Studi Investigasi di Kota Semarang", *Fokus Ekonomi* Vol 1 No 1 (April 2007), 36-45.

13 Azwar, *Penerapan Prinsip Syariah Dalam Operasional Perbankan Syariah*, Tesis, tidak dipublikasikan (Universitas Sumatera utara, 2004).

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Metawa dkk., 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.¹⁴ Dalam pokok-pokok hasil penelitian Bank Indonesia, dinyatakan bahwa sebagian nasabah yang menggunakan jasa Bank Syariah memiliki kecenderungan untuk berhenti menjadi nasabah antara lain karena keraguan akan konsistensi penerapan prinsip syariah (BI, 2000). 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, dan menjadi 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 antara 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.¹⁵ Sementara, hasil penelitian Saxton menunjukkan bahwa reputasi berhubungan kepercayaan.¹⁶ Sedangkan Kepercayaan menjadi salah satu faktor penting dalam membangun hubungan kemitraan antar bank syariah dengan nasabah. Tanpa adanya kepercayaan, suatu hubungan kerjasama tidak 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 (1994) menambahkan pula, bahwa tingginya kepercayaan akan dapat berpengaruh terhadap menurunnya

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

15 *Ibid.*

16 *Ibid.*

kemungkinan untuk melakukan perpindahan terhadap bank lain.¹⁷ Dari hasil penelitian sebelumnya tersebut semuanya mendukung pada penelitian ini yang membuktikan bahwa implementasi *shariah governance* berpengaruh signifikan terhadap reputasi dan kepercayaan nasabah pada bank syariah.

PENUTUP

Implementasi menunjukkan bahwa *Shariah Governance* pada bank syariah (Bank Muamalat) sudah dilaksanakan dengan baik. Dari masing-masing indikator *shariah governance*, data 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.

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, yang menjadi 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 disimpulkan bahwa implementasi *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.

17 Morgan, Robert M. and Shelby D. Hunt. "The Commitment Trust Theory of Relationship Marketing", *Journal of Marketing* (Juli 58 (3): 2004) 20-38.

DAFTAR RUJUKAN

- Ahmad, N dan Haron, S. "Perception of Malaysian Corporate Customers Toward Islamic Banking Products & Services". *International Journal of Islamic Financial Service*. Vol. 3 No. 4 (2001).
- Antonio, Muhammad Syafiei. *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani Jakarta, 2001.
- Azwar. *Penerapan Prinsip Syariah Dalam Operasional Perbankan Syariah*. Tesis: Universitas Sumatera Utara, 2004.
- Bank Indonesia. *Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat terhadap Bank Syariah di Jawa Barat*. Jakarta, Bank Indonesia, 2001.
- Bank Indonesia. *Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat terhadap Bank Syariah di Sumatera Barat*. Jakarta, Bank Indonesia, 2001.
- Capra, M. Umer & Ahmed, Habib, "Corporate Governance in Islamic Financial Institutions." *Occasional Paper* No. 6, (Islamic Research and Training Institute/Islamic Development Bank, Jeddah (2002).
- Doney, Patricia M., dan Joseph P. Cannon. "An Examination of the Nature of Trust in Buyer-Seller Relationship". *Journal of Marketing*. Vol. 61. April, 1997.
- Ganesan, Shankar. "Determinants of Long-term Orientation in Buyer-Seller Relationship". *Journal of Marketing*, No.58 (April, 1994).
- Idat, Dhani Gunawan. "Trend Bank Syariah: Penurunan Terhadap Kepatuhan Prinsip Syariah". *Media Akuntansi*. Edisi 33 (Mei 2002).
- Lewis, Mervin K. dan Latifa M. Algaud. *Perbankan Syariah Prinsip Praktek Prospek*. Jakarta : PT. Serambi Ilmu Semesta, 2001.
- Metawa, S.A. & Almosawi, M, "Banking Behavior of Islamic Bank Customers: Perspectives and Implications", *The International Journal of Bank Marketing*. 1998. Vol. 16 (7).

- Morgan, Robert M. and Shelby D. Hunt. "The Commitment Trust Theory of Relationship Marketing", *Journal of Marketing*. (Jul 58 (3): 2004).
- Noer, Muhammad. "Implementasi Prinsip Syariah Pada perbankan Syariah Studi Investigasi di Kota Semarang". *Fokus Ekonomi*. Vol 1 No 1 (April 2007).
- Noer, Muhammad. "Implementasi Prinsip Syariah pada Bank Syariah di Kota Semarang". *Fokus Ekonomi* Vol 1 No 1 (April 2007).
- Saxton, Todd. "The Effects of Partner and Relationship Characteristic on Alliance Outcomes". *Academy of Management Journal*. Vol.40, No.2 (1997).
- Tsiros, Michael and Vikas Mittal. "Regret: A Model of Its Antecedents and Consequences in Consumer Decision Making". *Journal of Consumer Research*, Vol. 26 (2000).