



PENGARUH AL-HURRIYAH, AL-MUSAWAH, AL-'ADALAH PADA BANK SYARIAH INDONESIA TERHADAP LOYALITAS NASABAH KOTA MEDAN (STUDI KASUS BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR CABANG MUCHTAR BASRI MEDAN)

Dewi Sundari Tanjung¹⁾, Erlyanti²⁾, Suci Ramadhani³⁾

^{1), 2), 3)} Universitas Alwasliyah Medan

¹⁾sundaritanjung94@gmail.com, ²⁾erlyantisauhan@gmail.com, ³⁾suciramni2121@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh Al-Hurriyah, Al-Musawah, Al-'Adalah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Medan Cabang Mukhtar Basri . Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat kota yang mejadi nasabah pada bank syariah cabang Muchtar Basri yang aktif melakukan transaksi keuangan. Penentuan sampel berdasarkan kemudahan (*convenience sampling*). *Convenience sampling* berarti unit sampel yang ditarik mudah dihubungii, tidak menyusahkan, mudah untuk mengukur, dan bersifat kooperatif sehingga peneliti memiliki kebebasan dan kemudahan untuk memilih siapa saja untuk dijadikan sampel penelitian, sebagai sampel untuk penelitian ini diambil 100 orang nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Muchtar Basri yang ada di kota Medan. Metode Penelitian data yang digunakan adalah Analiisis Linier berganda, Temuan peneliian ini adalah sebagai berikut : Berdasarkan hasil ujian t bahwa Al-Hurriyah / Kebebasan mempunyai nilai t_{hitung} 2,066 dengan signifikan $< 0,05$ yaitu 0,041. Nilai t_{hitung} menunjukkan lebih besar dari nilai t_{tabel} 2, 066 $> 1,660$, artnya variabel Al-Hurriyah / Kebebasan berpengaruh (+) signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Nasabah, Al-Musawah / Persamaan mempunyai nilai t_{hitung} 2,031 dengan signifikan $< 0,05$ yaitu 0,043. Nilai t_{hitung} menunjukkan lebih besar dari nilai t_{tabel} 2,031 $> 1,660$, artinya variabel Al-Musawah / Persamaan berpengaruh (+) signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Nasabah , Al-'Adalah / Keadilan mempunyai nilai t_{hitung} 2,219 dengan signifikan $< 0,05$ yaitu 0,028. Nilai t_{hitung} menunjukkan lebih besar dari nilai t_{tabel} 2,219 $> 1,660$, artinya variabel Al-'Adalah / Keadilan berpengaruh (+) signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Nasabah,.

Kunci Kunci : Al-Hurriyah, Al-Musawah, Al-'Adalah, Loyalotas Nasabah

Abstract (English)

This research aims to analyze the influence of Al-Hurriyah, Al-Musawah, Al-'Adalah on Customer Loyalty of Bank Syariah Indonesia Medan City Mukhtar Basri Branch. The population in this research is city residents who are customers at the Muchtar Basri branch of the sharia bank who actively carry out financial transactions. Determination of samples based on convenience (*convenience sampling*). *Convenience sampling* means that the sample units drawn are easy to contact, not troublesome, easy to measure, and are cooperative so that the researcher has the freedom and convenience to choose anyone to be used as a research sample. As a sample for this research, 100 customers of Bank Syariah Indonesia, Muchtar Basri Branch were taken. in the city of Medan. The data research method used is multiple linear analysis. The findings of this research are as follows: Based on the results of the t test, Al-Hurriyah / Freedom has a t-count value of 2.066 with a significance < 0.05 , namely 0.041. The tcount value shows that it is greater than the ttable value 2, 066 > 1.660 , meaning that the variable Al-Hurriyah / Freedom has a partially

significant (+) effect on Customer Loyalty, Al-Musawah / Equation has a tcount value of 2.031 with a significance < 0.05, namely 0.043. The tcount value shows that it is greater than the ttable value of 2.031 > 1.660, meaning that the Al-Musawah / Equation variable has a partially significant (+) effect on Customer Loyalty, Al-'Adalah / Justice has a tcount value of 2.219 with a significance <0.05, namely 0.028. The tcount value shows that it is greater than the ttable value of 2.219 > 1.660, meaning that the Al-'Adalah / Justice variable has a partially significant (+) effect on Customer Loyalty.

Kunci Kunci : Al-Hurriyah, Al-Musawah, Al-'Adalah, Loyalitas Nasabah

PENDAHULUAN

Perbankan syariah sebagai bagian dari sistem perbankan nasional pada awalnya dilandasi oleh ketentuan Undang-Undang Perbankan yang berlaku secara nasional, yaitu Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 yang kemudian diubah dengan Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan. Kemudian pada tahun 2008 terdapat undang-undang khusus perbankan syariah, yaitu Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Sutan Remy (2018: 433), Akad syariah yang dibuat antara bank (Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah) dan nasabah tidak boleh berisi syarat-syarat dan ketentuan-ketentuan yang bertentangan dengan prinsip syariah. Sesuai dengan asas hukum perjanjian, sebagaimana dimuat dalam KUH Perdata, suatu perjanjian tidak boleh antara lain, bertentangan dengan undang-undang. Apabila isi suatu perjanjian bertentangan dengan undang-undang, maka perjanjian tersebut atau ketentuan (pasal atau ayat) yang bertentangan dengan undang-undang menjadi batal demi hukum. Dalam suatu perjanjian atau ketentuan dalam perjanjian menjadi batal demi hukum, maka konsekuensi hukumnya ialah bahwa perjanjian atau ketentuan yang bertentangan dengan undang-undang tersebut dianggap tidak pernah ada. Maka jelaslah bahwa, setiap aktivitas perbankan yang dijalankan oleh bank syariah yang ada di Indonesia harus selalu berada pada jalur prinsip-prinsip syariah. Prinsip-prinsip (asas-asas) syariah adalah berdasarkan sumber-sumber hukum Islam. Sumber hukum Islam tersebut terdiri

dari sumber hukum primer yaitu, Al- Qur'an dan Al-Hadits dan sumber hukum sekunder yaitu, ijma' (konsensus para ulama), qiyas (penalaran/reasoning secara analogis) dan ijtihad (penalaran hukum secara mandiri).

Faturrahman (2019:7) bahwa perbankan syariah harus mampu menerapkan nilai-nilai ke-Islaman di dalam prosedur dan mekanisme kerjanya. Nilai-nilai Islam yang berasal dari prinsip-prinsip (asas-asas) syariah tersebut tentunya tidak hanya menjadi simbol saja, akan tetapi harus teraplikasi secara nyata dalam setiap aktivitas perbankan syariah, baik itu pada level karyawan terendah sampai pada level tingkat manajerial puncak bahkan sampai pada nasabah bank syariah itu sendiri. Sehingga perbankan syariah dapat senantiasa berada dalam koridor nilai-nilai Islam guna mencapai pengembangan ke arah yang lebih baik lagi.

Nilai-nilai Islam yang perlu diterapkan dalam aktivitas perbankan syariah berdasarkan hukum perjanjian Islam antara lain, al-hurriyah (kebebasan), al-musawah (persamaan atau kesetaraan), al-'adalah (keadilan), ash-shidq (kebenaran dan kejujuran), al-ridha (kerelaan), al-kitabah (tertulis). Al-hurriyah (kebebasan) merupakan prinsip dasar dalam hukum perjanjian Islam, dimana para pihak bebas membuat suatu perjanjian atau akad (*freedom of making contract*). Almusawah (persamaan atau kesetaraan) merupakan asas yang mengatur bahwa para pihak mempunyai kedudukan yang sama (*bargaining position*) dalam menentukan term and condition dari suatu akad/perjanjian. Al-'adalah (keadilan)

merupakan asas yang mengatur bahwa dalam suatu perjanjian/akad setiap pihak harus melakukan yang benar dalam pengungkapan kehendak, keadaan dan memenuhi semua kewajiban. Al-ridha (kerelaan) merupakan asas yang menyatakan bahwa, segala transaksi yang dilakukan harus atas dasar kerelaan antara masing-masing pihak dan tidak boleh ada unsur paksaan, tekanan, penipuan dan misstatement. Ash-shidq (kebenaran dan kejujuran) merupakan asas yang mengatur bahwa dalam perjanjian/akad setiap pihak harus berlaku jujur dan benar. Al-kitabah (tertulis) merupakan asas yang mengatur bahwa setiap perjanjian/akad hendaknya dibuat secara tertulis guna pembuktian di kemudian hari.

Dengan pengaplikasian nilai-nilai Islam dalam setiap aktivitas perbankan syariah yaitu perjanjian akad yang dibuat antara bank syariah dengan nasabahnya, akan sangat mendukung proses perkembangan perbankan syariah ke depannya.

Loyalitas nasabah bank syariah tentunya tidak terlepas dari tingkat kepuasan nasabah terhadap produk dan pelayanan yang diberikan bank syariah kepada para nasabahnya. Nasabah yang merasa puas terhadap produk dan pelayanan yang diberikan bank syariah, tentunya akan membeli ulang produk tersebut. Pembelian ulang yang terus menerus dari produk yang sama menunjukkan loyalitas nasabah terhadap produk tersebut Saidani (2019:2301).

Loyalitas nasabah terhadap produk ini sangat diharapkan bank syariah untuk meningkatkan volume dana pihak ketiga di samping adanya penambahan nasabah baru yang potensial. Dari sisi produknya jika kita amati dengan jelas bahwa mulai dari jenis, akad, deposito dan giro, perbankan syariah di Indonesia memiliki banyak persamaan. Akan tetapi yang membedakannya adalah bagaimana suatu bank syariah tersebut bisa memberikan keunggulan-keunggulan

tersendiri bagi produk-produk yang mereka miliki, disamping itu bank-bank syariah juga harus tanggap dan berupaya untuk memenuhi kebutuhan para nasabahnya melalui pelayanan yang prima agar mampu bersaing dengan baik.

Adapun Tantangan yang dihadapi tentunya tidak ringan bagi perbankan syariah di Indonesia. Sebelum berusaha untuk memenuhi kebutuhan para nasabahnya, bank syariah terlebih dahulu harus bekerja keras untuk memahami dan memberikan informasi yang sangat jelas akan produk-produk yang mereka pasarkan dan tawarkan kepada para nasabah sembari pihak bank syariah juga berusaha untuk menciptakan keunggulan kompetitif. Perilaku nasabah pasca pembelian akan berpengaruh besar jika nasabah merasa puas atas manfaat dari jasa perbankan syariah, dimana nasabah tersebut akan melakukan penggunaan jasa perbankan syariah kembali (menjadi nasabah yang loyal). Menurut Basri A (2019: 18) Loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku

Masyarakat akan merasa lebih nyaman jika telah memahami dengan baik tentang perbankan syariah untuk menggunakan produk perbankan syariah yang tidak berdasarkan bunga dari pada produk perbankan konvensional yang berbasis bunga. Peningkatan jumlah jaringan kantor perbankan syariah di Indonesia belum sepenuhnya mampu menggambarkan tingginya minat masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah. Semakin banyaknya masyarakat sebagai nasabah percaya untuk menempatkan dananya dalam perbankan syariah maka semakin tinggi rasa percaya kepercayaan nilai yang dapat membangun satu bentuk loyalitas nasabah terhadap perbankan syariah.

Jika dilihat dari penghimpunan dana pihak ketiga antara perbankan syariah dengan perbankan konvensional adanya perbedaan hal ini menunjukkan bahwa, perkembangan perbankan syariah di Indonesia belum dapat laju berkembang dengan kecepatan yang baik. Hal ini menjadi motivasi dan pekerjaan yang harus dituntaskan dengan cepat bagi perbankan syariah untuk menganalisis penyebab dari perbedaan tersebut.

Data Badan Pusat Statistik, kota Medan sebagai ibu kota provinsi Sumatera Utara pada tahun 2020 memiliki jumlah penduduk $\pm 2.524.321$ jiwa dengan kepadatan penduduk berkisar ± 9.522 jiwa/km². Dengan jumlah penduduk yang cukup besar tentunya memberikan peluang besar bagi perkembangan perbankan syariah di kota Medan.

Jika dibandingkan kota-kota besar lainnya di Indonesia seperti Jakarta, Surabaya dan Bandung dengan total pembiayaan dan dana pihak ketiga yang berada di atas kisaran Rp. 20 triliun, maka statistik total pembiayaan dan dana pihak ketiga perbankan syariah untuk wilayah kota Medan masih berada di bawah.

Dari beberapa uraian di atas, maka penulis merasa perlu mengangkat permasalahan tersebut ke dalam sebuah penelitian yang berjudul “ Pengaruh Al-hurriyah, Al-Musawah, Al-‘Adalah Pada Bank Syariah Indonesia Terhadap Loyalitas Nasabah Kota Medan (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Muchtar Basri Medan)

METODE PENELITIAN

Dalam penyusunan penelitian menggunakan penelitian secara kuantitatif, dengan populasi seluruh nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Medan sedangkan sampel berdasarkan kemudahan (*convenience sampling*). *Convenience sampling* berarti unit sampel yang ditarik mudah dihubungi, tidak menyusahkan, mudah untuk mengukur, dan bersifat kooperatif sehingga peneliti memiliki kebebasan dan kemudahan untuk

memilih siapa saja untuk dijadikan sampel penelitian. Sebagai sampel untuk penelitian ini diambil 100 orang nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Muchtar Basri yang ada di kota Medan. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan berupa angket yaitu angket tertutup. Dimana instrumen penelitian menggunakan software SPSS sebab menggunakan analisis regresi linear berganda dengan melakukan uji validitas dan reliabilitas. Adapun teknik analisa data yang digunakan yaitu uji asumsi klasik berupa uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas serta uji linieritas. Dalam penelitian ini analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat, yaitu Pengaruh Al-hurriyah (X1) dan Al-Musawah (X2), Al-‘Adalah terhadap Loyalitasb nasabah (Y). (Sugiyono, 2022, p. 12) Adapun rumus regresi linier berganda adalah sebagai berikut:
$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil uji parsial (uji statistik t) sebagai berikut:

Variabel Al-Hurriyah / Kebebasan diperoleh nilai t_{hitung} 2,066 dengan signifikan $< 0,05$ yaitu 0,041 dapat disimpulkan Al Hurriyah / Kebebasan berpengaruh (+) signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah di Kota Medan. Kesimpulan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Munawaroh (2016). Nilai koefisien regresi Al-Hurriyah / Kebebasan sebesar 0.133 yang menunjukkan bahwa besar kecilnya pengaruh Al-Hurriyah / Kebebasan terhadap loyalitas nasabah ditentukan oleh factor- faktor eksternal lainnya seperti As-Sidqh/ Kejujuran, Al-Ridha / Kerelaan, Al-Kitabah / Tertulis. Al-Hurriyah / Kebebasan memiliki hubungan yang positif dan beriringan dengan loyalitas nasabah, jika bank syariah meningkatkan nilai Al-Hurriyah / Kebebasan maka loyalitas nasabah akan meningkat. Dalam hal nilai Al-Hurriyah / Kebebasan erat kaitannya dengan variasi produk, biaya

administrasi yang terjangkau dan akad yang sesuai dengan syariah. Bank syariah Indonesia dalam hal ini mewujudkan dengan produk yang bervariasi, biaya administrasi yang terjangkau dan akad yang berlandaskan syariat islam.

Variabel Al-Musawah / Persamaan diperoleh nilai t_{hitung} 2,031 dengan signifikan $< 0,05$ yaitu 0,043 dapat disimpulkan Al-Musawah / Persamaan berpengaruh (+) signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah di Kota Medan. Kesimpulan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Besse Alfira Anugrah (2018). Nilai koefisien regresi Al-Musawah / Persamaan sebesar 0.229 yang menunjukkan bahwa besar kecilnya pengaruh Al-Musawah / Persamaan terhadap loyalitas nasabah ditentukan oleh factor-faktor eksternal lainnya seperti As-Sidqh/ Kejujuran. Al-Musawah / Persamaan memiliki hubungan yang positif dan beriringan loyalitas nasabah jika bank syariah meningkatkan nilai Al-Musawah / Persamaan maka loyalitas nasabah akan meningkat. Dalam hal nilai Al-Musawah / Persamaan erat kaitannya dengan sikap profesional karyawan dan pelayanan yang tepat waktu. Bank syariah Indonesia dalam hal ini mewujudkan nilai Al-Musawah / Persamaan dengan berusaha sebaik mungkin meningkatkan profesionalitas dan perbaikan pelayanan kepada nasabah.

Variabel Al-‘Adalah / Keadilan diperoleh nilai t_{hitung} 2,219 dengan signifikan $< 0,05$ yaitu 0,028 dapat disimpulkan Al-‘Adalah / Keadilan berpengaruh (+) signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah di Kota Medan. Kesimpulan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Achmad Taviv (2010). Nilai koefisien regresi Al-‘Adalah / Keadilan sebesar 0.161 yang menunjukkan bahwa besar kecilnya pengaruh Al-‘Adalah / Keadilan terhadap loyalitas nasabah ditentukan oleh faktor-faktor eksternal lainnya seperti kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Al-‘Adalah / Keadilan memiliki hubungan yang positif dan beriringan loyalitas nasabah jika bank syariah meningkatkan nilai Al-‘Adalah / Keadilan

maka loyalitas nasabah akan meningkat. Dalam hal nilai Al-‘Adalah / Keadilan erat kaitannya dengan transparansi atau kejelasan perhitungan bagi hasil yang menguntungkan bagi nasabah. Bank syariah Indonesia dalam hal ini mewujudkan dengan melampirkan laporan keuangan tiap bulannya pada laman website agar para nasabah dapat melihat secara terperinci hasil usaha bank syariah dan dapat pula memperhitungkan nilai bagi hasil yang mereka dapatkan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa :

- Secara parsial variabel Al-Hurriyah / Kebebasan berpengaruh (+) signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah di Kota Medan.
- Secara parsial Al-Musawah / Persamaan berpengaruh (+) signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah di Kota Medan.

Secara parsial Al-‘Adalah / Keadilan berpengaruh (+) signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah di Kota Medan..

REFERENSI

- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2019). *Service, Quality and Customer Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Wibowo, H. A., Fausi, & Moh. (2017). *Pelayanan Konsumen*. Yogyakarta: Parama Publishing.
- Basri, A. I. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Pengguna E-Banking. *Bisman (Bisnis Dan Manajemen. The Journal Of Business And Management*, 2(1), 1–18.
- Dewi Sundari. (2023). Analisis Peningkatan Usaha Bisnis Syariah Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Muslim Di Kota Medan. *Jurnal Ekonomi, Bisis Dan Manajemen*, 10(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.36987/ecobi.v10i1.3951>

- Fathurrahman, A. (2029). “Peranan Perbankan Syariah Terhadap Pengembangan Modal Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)”. *Http://Journal.Iain-Samarida.Ac.Id*, 5(1), 49–59.
- Mawey., D. (2018). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Bank SulutGo”. *Jurnal EMBA*, 6(3), 2302–1174.
- Saidani, D. (2019). “Analisis Pengaruh Kualitas Website Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Minat Pembelian Ulang Pada Pelanggan Shopee”. ”. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 10(2), 2301–8313.
- Sarker., D. (2019). . “Influence of Service Quality on Customer Satisfaction in Retail Banking (A Study on Some Private Commercial Banks in Bangladesh)”. *Journal Green UniversityReview*, 4(1), 2218–5283.
- Sawitri., D. (2019). “Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa dan Kualitas Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Purnama dimediasi oleh Kepercayaan. *Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 1(4), 2614–0462.
- Susilo. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen dengan Keputusan Berkunjung sebagai Variabel Intervening di Hotel Amanda Hills Bandungan”. ”. *Journal of Management*, 4(4), 2502–7689.
- Sutan Remy Sjahdeini, P. S. (2019). (*Produk-Produk Dan Aspek-Aspek Hukumnya*). Kencana.
- Syahputri. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt.Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Lubuk Pakam”. *Journal of Management Science (JMAS)*, 2(4), 2684–9747.
- Bank Indonesia, Cetak Biru Pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia, www.bi.go.id, diakses tanggal 15 April 2016.
- Munawaroh 2023. “Analysis of Factors of Islamic Values Influencing Interest in Saving With Trust as an Intervening Variable in Indonesian Sharia Bank: Case Study of Students in Medan City(Pp.2754-2763) Proceeding Medan International Conference Economics and Business.