Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 5 No. 1 Oktober 2016

ISSN **: 2503-4413,** Hal 30 - 39

**LOYALITAS NASABAHBANK SYARIAH**

**PENDEKATAN KARAKTERISTIK**

**Oleh :**

**Ropi Marlina. SE., M.E.Sy**

**STIE Dr. Khez Muttaqien Prodi Akuntansi**

**Email:** **ropimarlina@gmail.com**

**Juliana. S.Pd., M.E.Sy**

**STIE Dr. Khez Muttaqien Prodi Akuntansi-**

**Prodi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam UPI**

**Email: juliansigit87@gmail.com**

**Abstrak**

Fenomena pertumbuhan Bank Syariah yang pesat di Indonesia tidak sebanding dengan *market share*. Salah satu aspek penting mengenai bank syariah adalah loyalitas nasabah. Tulisan ini memaparkan hasil studi lapangan dengan menyebarkan kuisioner kepada para nasabah BNI Syariah terkait loyalitas nasabah terhadap bank syariah melalui pendekatan karakteristik responden. Adapun responden yang diteliti pada penelitian ini terdiri dari nasabah kantor cabang pembantu Geger Kalong Girang Bandung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey eksplanatori, yaitu metode dengan pendekatan mengungkap fakta-fakta baru di lapangan. Secara umum, dalam penelitian ini mengungkap terkait karakteristik responden yang paling loyal penilaiannya terhadap bank syariah.

**LATAR BELAKANG**

Perkembangan pesat ekonomi dan keuangan Islam merupakan trend global. Lebih 75 negara mengelola *asset* sekitar USD 822 miliar, dengan laju pertumbuhan 28,6% di tahun 2009.Estimasi volume industri keuangan syariah secara global: menguasai sekitar 1% dari total aset keuangan global dengan pertumbuhan rata-rata tahunan sebesar 20% sejak tahun 2000. Seiring dengan berkembangnya asset Perbankan Islam maka berkembang pula pusat-pusat keuangan Islam di berbagai kawasan, seperti Bahrain, Inggris, Malaysia, Hongkong, Singapura, Iran, Pakistan termasuk diantaranya di Indonesia.

 Berdirinya Lembaga Keuangan Syariah khususnya Bank Syariah sesungguhnya merupakan usaha untuk menerapkan Syariat Islam secara bertahap dan parsial dengan maksud mengatasi kelemahan umat ini dalam bidang ekonomi dan kesejahteraannya. Keberhasilan dan kelanggengan Bank berdasarkan syariah ini sangat diharapkan oleh umat Islam dalam merealisasikan tujuan-tujuannya, diantaranya mampu memfasilitasi umat Islam dalam bermuamalah dengan menerapkan prinsip-prinsip syariah dan mampu mendorong roda perekonomian di sektor riil. Oleh karena itu, dukungan umat Islam sangat diperlukan untuk merealisasikan tujuannya.

Akan tetapi menurut Euis Amalia (2013) meskipun pertumbuhan perbankan syariah saat ini sangat tinggi namun belum mencapai target yang diharapakan yaitu market share 5%. Salah satu kendalanya yaitu karena faktor SDM, baik minimnya jumlah SDM perbankan syariah maupun kualitasnya yang masih rendah. Menurut Agustianto bahwa Bank Indonesia selalu menyampaikan banyaknya indikasi pelanggaran syariah yang dilakukan oleh lembaga keuangan syariah dalam praktek operasionalnya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan BI (2014) mengenai preferensi masyarakat ditemukan adanya keraguan masyarakat terhadap kepatuhan syariah oleh bank syariah. Dalam pokok-pokok penelitian Bank Indonesia tersebut salah satunya menyebutkan bahwa nasabah yang telah menggunakan jasa Bank Syariah sebagian memiliki kecenderungan untuk berhenti menjadi nasabah antara lain karena kualitas pelayanan yang kurang baik dan atau keraguaan akan konsistensi penerapan prinsip syariah. Kualiatas pelayanan meruapakan salah satu indikator untuk mengukur kepuasan nasabah. Nasabah akan merasa puas jika setelah menggunakan jasa tersebut, ternyata kualitasnya baik. Menurut Irawan handi (2003), kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atas performance atas jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapannya terlampaui. Sedangkan Fornell, C. (1992), mengungkapkan bahwa kepuasan nasabah merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas nasabah. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan nasabah yang tinggi, yakni selain dapat meningkatkan loyalitas nasabah tapi juga dapat mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis.Selain itu, 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 reputasi dan kepercayaan masyarakat pada bank syariah hal ini juga akan berdampak pada loyalitas masyarakat menggunakan jasa bank syariah.

Tulisan ini memaparkan hasil studi lapangan dengan menyebarkan kuisioner kepada para nasabah BNI Syariah terkait preperensi loyalitas nasabah terhadap bank syariah melalui pendekatan karakteristik responden. Adapun responden yang diteliti pada penelitian ini terdiri dari nasabah kantor cabang pembantu Geger Kalong Girang Bandung. Jumlah sampel penelitian ini sebanyak 122 nasabah. Gambaran umum mengenai nasabah BNI Syariah kantor kas cabang Geger Kalong Girang Kota Bandung pada penelitian ini akan diuraikan melalui data tentang jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, pernah pesantren, dan lama menjadi nasabah BNI Syariah.

Nilai rata-rata variabel berdasarkan data ordinal memiliki arti bahwa, semakin besar nilai koefisien berarti responden memiliki penilaian yang semakin positif (bagus) terhadap variabel tersebut. Hal ini berhubungan dengan pemberian skor kuisioner, dimana skor jawaban yang semakin besar akan semakin bernilai positif.

Dalam penelitian ini penulis membagi tiga kriteria yaitu rendah, sedang dan tinggi. Hal ini didasarkan pada skor tertinggi dikurangi skor terendah kemudian di bagi tiga. Dengan demikian akan diperoleh skor 22 yang kemudian dijadikan patokan untuk mengukur interval nilai dari skor terbesar sebanyak 125 (hasil dari 5 dikalikan dengan jumlah soal sebanyak 25 butir soal) yang diestimasikan. Dari hasil perhitungan oleh penulis akan jadikan sebagai patokan bahwa skor di bawah 81 dikatakan rendah. Kemudian skor antara 81-103 dijadikan kriteria sedang, selanjutanya diatas skor 104 oleh penulis dijadikan patokan skor tinggi.

**KAJIAN PUSTAKA**

**Pengertian Loyalitas Nasabah**

Terdapat beberapa pengertian terkait dengan loyalitas nasabah. Berikut adalah beberapa pengertian yang dikemukakan berbagai pakar, diantaranya:

Menurut Utami Cristya Widhia, (2006) Loyalitas adalah kesetian pelanggan untuk berbelanja di lokasi tertentu. Beberapa dasar untuk memepertahankan keunggulan bersaing juga membantu menarik perhatian dan memepertahankan pelanggan yang loyal.

Griffin (2002) menyatakan bahwa *loyality is defined as non random purchase expressed over time by some decision making unit*. Lebih lanjut Griffin menyatakan keuntungan-keuntungan yang diperoleh perusahan apabila memiliki pelanggang yang loyal adalah sebagai berikut:

1. Mengurangi biaya pemasaran (karena biaya untuk menarik konsumen lebih mahal)
2. Mengurangi biaya transaksi
3. Mengurangi biaya turn over konsumen
4. Meningkatkan penjualan silang yang akan memperbesa pasngsa pasar perusahaan
5. Word of mouth yang lebih postif dengan asumsi bahwa konsumen yang loyal yaitu konsumen yang merasa puas
6. Mengurangi biaya kegagalan

Sedangkan menurut Tjipto, (2002) loyalitas nasabah didefinisikan sebagai perilaku yang muncul dari kombinasi kepuasan dan rasa memiliki nasabah sehingga dapat menghasilkan keuntungan nyata perbankan syariah. Menurut Tjipto loyalitas disini dapat diukur dengan 3 indikator, yaitu:

a. Repeat, yaitu apabila nasabah membutuhkan barang atau jasa akan kembali menggunakan jasa yang disediakan oleh penyedia jasa yang bersangkutan.

b. Retention, yaitu ia tidak terpengaruh jasa yang ditawarkan oleh pihak lain.

c. Referal, apabila jasa yang diterima memuaskan, maka nasabah akan memberiitahukan kepada pihak lain, dan sebaliknya apabila ada ketidakpuasan nasabah akan memberitahukan kepada pihak lain.

Hal yang sama disebutkan oleh Griffin (2002) berpendapat bahwa karakteristik pelanggan loyal adalah meliputi *repeat purchase* yaitu pernbelian ulang*, purchase across Product Line* yaitu pembelian jenis barang yang berbeda dari produsen yang sama, Referal, dan Retention.

Menurut Gale (1994) bahwa persepsi konsumen terhadap nilai atas kualitas yang ditawarkan relatif lebih tinggi dari pesaing akan mempengaruhi tingkat loyalitas konsumen, semakin tinggi persepsi nilai yang dirasakan oleh pelanggan, maka semakin besar kemungkinan terjadinya hubungan (transaksi). Dan hubungan yang diinginkan adalah hubungan yang bersifat jangka panjang, sebab usaha dan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan diyakini akan jauh besar apabila harus menarik pelanggan baru atau pelanggan yang sudah maninggalkan perusahaan, daripada mempertahankannya.

**PEMBAHASAN**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Distribusi responden nasabah BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Geger Kalong Bandung berdasarkan jenis kelamin, dapat dilihat dalam tabel berikut ini :

Tabel

Deskripsi Jenis Kelamin Responden

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Jenis kelamin | Frekuensi | Persentase |
| Laki-laki | 47 | 38,5% |
| Perempuan | 75 | 61,5% |
| Jumlah | 122 | 100% |

Sumber: data diolah dari hasil penelitian

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa dari seluruh responden yang menjadi objek sampel nasabah BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Geger Kalong Bandungyang berjumlah 122 orang responden, yang berjenis kelamin laki-laki adalah sebanyak 47 orang responden (38,5%), sedang yang berjenis kelamin perempuan adalah sebanyak 75 orang (61,5%).

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan didapat hasil bahwa nilai rata-rata nasabah BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Geger Kalong Bandung berdasarkan karakteristik jenis kelamin sebagai berikut; dari jumlah keseluruhan responden laki-laki sebesar 47 responden dan yang terkategori skor rendah sebanyak 3 responden dengan rata-rata 67,33, kategori skor sedang dari nasabah laki-laki sebanyak 34 responden dengan rata-rata 94,32. Hal ini menunjukkan kecenderungan nasabah yang loyal terhadap bank syariah dari 34 responden dengan skor rata-rata sebesar 94,32. Sedangkan skor tertinggi dari responden laki-laki sebanyak 10 orang dengan kecenderungan rata-rata nasabah yang loyal terhadap bank syariah sebesar 106,6. Adapun dengan responden perempuan, jumlah keseluruhan sebanyak 75 orang dengan rincian 1 responden termasuk kategori rendah dengan jumlah rata-rata skor sebesar 78. Hal ini berarti kecenderungan nasabah yang loyal terhadap bank syariah dari 1 responden dengan skor rata-rata sebesar 78. Sedangkan 48 orang masuk kategori sedang dengan jumlah rata-rata skor sebesar 94,17. Hal ini berarti kecenderungan nasabah yang loyal terhadap bank syariah dari 78 responden dengan skor rata-rata sebesar 94,17. Skor tertinggi dari responden Perempuan sebanyak 26 orang dengan kecenderungan rata-rata nasabah yang loyal terhadap bank syariah sebesar 108,08. Dengan demikian berdasarkan karateristik jenis kelamin responden, perempuan memiliki penilaian yang lebih positif (baik) terhadap loyalitas bank syariah.

**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Usia nasabah pada BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Geger Kalong Bandung yang pada penelitian ini disajikan pada tabel berikut:

Tabel Deskripsi Usia Responden

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Umur** | **Frekuensi** | **Persentase** |
| Di bawah 25 | 73 | 60% |
| 26-35 | 19 | 16% |
| 36-45 | 14 | 11% |
| 46-55 | 15 | 12% |
| Di atas 56  | 1 | 1% |
| Jumlah | 122 | 100% |

Sumber: data diolah dari hasil penelitian

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa dari seluruh responden yang menjadi objek sampel nasabah bank syariah yang berjumlah 122 orang responden, yang berusia kurang dari 25 tahun adalah sebanyak 73 orang responden (60%), 19 orang diantaranya (16%) berusia antara 26 – 35 tahun, 14 orang (11%) berusia antara 36–45 tahun, 15 orang (12%) berusia antara 46–55 tahun sedang sisanya yaitu 1 orang (1%) berusia lebih dari 56 tahun.

 Selain itu, berdasarkan hasil pengolahan penulis, didapati bahwa nilai rata-rata nasabah BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Geger Kalong Bandung berdasarkan karakteristik usia sebagai berikut; dari jumlah keseluruhan responden berdasarkan karakteristik usia 25 tahun ke bawah yang terkategori skor rendah dari nasabah sebanyak 2 responden dengan skor rata-rata 63,5. Hal ini menunjukan kecenderungan nasabah yang loyal terhadap bank syariah dari 2 responden dengan skor rata-rata sebesar 63,5. Skor sedang dari nasabah sebanyak 52 responden dengan skor rata-rata 93,96. Hal ini menunjukan kecenderungan nasabah yang loyal terhadap bank syariah dari 52 responden dengan skor rata-rata sebesar 93,96. Adapun skor tertingginya yaitu terdiri dari 19 responden dengan kecenderungan rata-rata nasabah yang loyal terhadap bank syariah sebesar 108,16. Selanjutnya dengan karateristik responden usia 26-35, jumlah keseluruhan sebanyak 19 responden dengan rincian 2 responden terkategori rendah dengan jumlah rata-rata skor sebesar 77. Hal ini berarti kecenderungan nasabah yang loyal terhadap bank syariah dari 2 responden dengan skor rata-rata sebesar 77. Kategori sedang 10 responden dengan jumlah rata-rata skor sebesar 95,4. Hal ini berarti kecenderungan nasabah yang loyal terhadap bank syariah dari 10 responden dengan skor rata-rata sebesar 94,5. Kemudian skor tertinggi dari responden berdasarkan karakteristik usia 26-35 sebanyak 7 responden dengan kecenderungan rata-rata nasabah yang loyal terhadap bank syariah sebesar 106,29. Sedangkan dengan karateristik responden usia 36-45 tahun, jumlah keseluruhan sebanyak 14 responden dengan rincian 1 responden terkategori rendah dengan jumlah rata-rata skor sebesar 74. Hal ini berarti kecenderungan nasabah yang loyal terhadap bank syariah dari 1 responden dengan skor rata-rata sebesar 74. Adapun 8 responden terkategori sedang dengan jumlah rata-rata skor sebesar 93,75. Hal ini berarti kecenderungan nasabah yang loyal terhadap bank syariah dari 8 responden dengan skor rata-rata sebesar 93,75. Kemudian skor tertinggi dari responden berdasarkan karakteristik usia 36-45 tahun sebanyak 5 responden dengan kecenderungan rata-rata nasabah yang loyal terhadap bank syariah sebesar 109,6. Selanjutnya dengan karateristik responden usia 46-55, jumlah keseluruhan sebanyak 15 responden dengan rincian 10 responden terkategori sedang dengan jumlah rata-rata skor sebesar 95,3. Hal ini berarti kecenderungan nasabah yang loyal terhadap bank syariah dari 10 responden terkategori sedang dengan skor rata-rata sebesar 95,3. Kemudian skor tertinggi dari responden berdasarkan karakteristik usia 46-55 sebanyak 5 responden dengan kecenderungan rata-rata nasabah yang loyal terhadap bank syariah sebesar 105,8. Selanjutnya dengan karateristik responden usia 56 ke atas, jumlah keseluruhan sebanyak 1 responden dengan kategori sedang dengan jumlah rata-rata skor sebesar 100. Hal ini berarti kecenderungan nasabah yang loyal terhadap bank syariah dari 1 responden terkategori sedang dengan skor rata-rata sebesar 100. Dengan demikian berdasarkan karateristik usia responden, usia 36-45 tahun memiliki penilaian yang lebih positif (baik) terhadap loyalitas bank syariah.

**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pendidikan**

Pendidikan nasabah pada BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Geger Kalong Bandung pada penelitian ini disajikan pada tabel berikut :

Tabel

Deskripsi Pendidikan Responden

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Pendidikan | Jumlah | Keterangan |
| Dibawah SMA | 6 |   |
| SMA/SMK/MAN | 66 |   |
| D1-D3 | 8 | Terdiri dari berbagai jurusan diantaranya: Bahasa Inggris, PGTK, Teknik mesin, Teknik komputer, Pendidikan  |
| S1 | 34 | Terdiri Dari Berbagai Jurusan Diantaranya:Manajemen Bisnis, Manajemen Perkantoran, Psikologi, Teknik industri, Manajemen, Film, Pendidikan agama Islam, Fisika, Pertanian, Matematika, Pendidikan ekonomi, Komputer, Pendidikan kimia, Teknik informatika, Adm. Bisnis, Hukum, Keperawatan, Pendidikan perusahaan, Bahasa Indonesia |
| S2 | 8 | Terdiri Dari Berbagai Jurusan Diantaranya: Manajemen Keuangan, Pendidikan Manajemen, Manajemen, Administrasi Negara, Kimia sistem lanjutan |
| S3 | 0 |   |

Sumber: data diolah dari hasil penelitian

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat 6 orang responden atau 5% di bawah lulusan SMA, 66 orang atau 54 % menempuh pendidikan hingga SMA/Sederajat, 8 orang atau 6,5% menempuh pendidikan D1-D3 dengan terdiri dari berbagai jurusan diantaranya; Bahasa Inggris, PGTK, Teknik mesin, Teknik komputer, dan Pendidikan, 34 orang atau 28% menempuh pendidikan S1 yang terdiri dari jurusan Manajemen Bisnis, Manajemen Perkantoran, Psikologi, Teknik industri, Manajemen, Film, Pendidikan agama Islam, Fisika, Pertanian, Matematika, Pendidikan ekonomi, Komputer, Pendidikan kimia, Teknik informatika, Adm. Bisnis, Hukum, Keperawatan, Pendidikan perusahaan. 8 orang atau 6,5% menempuh pendidikan S2 yang diri dari jurusan Manajemen Keuangan, Pendidikan Manajemen, Manajemen, Administrasi Negara, Kimia Sistem Lanjutan. Dari tabel 4.3 diatas, dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan di nasabah BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Geger Kalong Bandungsudah cukup tinggi.

Selain itu, berdasarkan pengolahan data diketahui bahwa nilai rata-rata nasabah BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Geger Kalong Bandung berdasarkan karakteristik pendidikan sebagai berikut; dari jumlah keseluruhan responden berdasarkan karakteristik pendidikan SMA ke bawah berjumlah 72 responden, yang terkategori skor rendah dari nasabah sebanyak 2 responden dengan skor rata-rata 61,5. Hal ini menunjukan kecenderungan nasabah yang loyal terhadap bank syariah dari 2 responden dengan skor rata-rata sebesar 61,5. Adapun kategori skor sedang dari nasabah sebanyak 52 dengan skor rata-rata 93,81. Hal ini menunjukan kecenderungan nasabah yang loyal terhadap bank syariah dari 52 responden dengan skor rata-rata sebesar 93,81. Adapun skor tertingginya yaitu terdiri dari 18 responden dengan kecenderungan rata-rata nasabah yang loyal terhadap bank syariah sebesar 107,77. Selanjutnya dengan karateristik responden pendidikan D1-D3, jumlah keseluruhan sebanyak 8 responden dengan rincian 3 responden masuk terkategori sedang dengan jumlah rata-rata skor sebesar 91,67. Hal ini berarti kecenderungan nasabah yang loyal terhadap bank syariah dari 3 responden dengan skor rata-rata sebesar 91,67. Kemudian skor tertinggi dari responden berdasarkan karakteristik pendidikan sebanyak 5 responden dengan kecenderungan rata-rata nasabah yang loyal terhadap bank syariah sebesar 106.

Sedangkan dengan karateristik responden pendidikan S1 ke atas, jumlah keseluruhan sebanyak 42 responden dengan rincian 5 responden masuk terkategori rendah dengan jumlah rata-rata skor sebesar 92,4. Hal ini berarti kecenderungan nasabah yang loyal terhadap bank syariah dari 5 responden dengan skor rata-rata sebesar 92,4. Adapun 25 responden masuk terkategori sedang dengan jumlah rata-rata skor sebesar 95,16. Hal ini berarti kecenderungan nasabah yang loyal terhadap bank syariah dari 25 responden dengan skor rata-rata sebesar 95,16. Kemudian skor tertinggi dari responden berdasarkan karakteristik pendidikan S1 ke atas sebanyak 12 responden dengan kecenderungan rata-rata nasabah yang loyal terhadap bank syariah sebesar 108. Dengan demikian berdasarkan karateristik pendidikan S1 ke atas memiliki penilaian yang lebih positif (baik) terhadap loyalitas bank syariah.

**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan**

Hasil penelitian yang telah dilakukan ternyata dari 122 nasabah maka peneliti mengklasifikasikan menjadi 4, yaitu terdiri dari; PNS, Karyawan swasta, Wiraswasta/IRT dan Pelajar/mahasiswa, data lebih lengkapnya sebagai berikut:

Tabel

Deskripsi Jenis Pekerjaan Responden

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Pekerjaan | Jumlah | Keterangan |
| PNS | 15 | guru, BUMN |
| Karyawan | 30 | pabrik, guru honorer, perusahaan |
| Wiraswasta dan IRT | 27 | Kontraktor, pedagang kelontongan |
| pelajar/mahasiswa | 50 | jurusan PAI, ekonomi, komputer, fisika, kimia,  |

Sumber: data diolah dari hasil penelitian

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa dari seluruh responden yang menjadi objek sampel nasabah bank syariah yang berjumlah 122 orang responden, 15 yang memiliki pekerjaan sebagai pegawai negeri sipil (12%), 30 orang (25%) berprofesi sebagai karyawan swasta, 27 orang diantaranya (22%) bekerja sebagai wiraswasta, 50 orang (41%) adalah pelajar atau mahasiswa.

Berdasarkan pengolahan data yang dilakukan penulis, diketahui bahwa nilai rata-rata nasabah BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Geger Kalong Bandung berdasarkan karakteristik pekerjaan sebagai berikut; dari jumlah keseluruhan responden berdasarkan karakteristik pekerjaan Pelajar/ Mahasiswa yang terkategori skor sedang dari nasabah sebanyak 38 responden dengan skor rata-rata 93,84. Hal ini menunjukan kecenderungan nasabah yang loyal terhadap bank syariah dari 38 responden dengan skor rata-rata sebesar 93,84. Adapun skor tertingginya yaitu terdiri dari 11 responden dengan kecenderungan rata-rata nasabah yang loyal terhadap bank syariah sebesar 107,73 dan skor rendah 1 responden dengan nilai sebesar 49. Selanjutnya dengan karateristik responden pekerjaan Wiraswasta dan Ibu Rumah Tangga sebanyak 27 responden dengan rincian 18 responden masuk terkategori sedang dengan jumlah rata-rata skor sebesar 94,28. Sedangkan 8 responden terkategori tinggi dengan jumlah rata-rata skor sebesar 107,5 dan skor rendah 1 responden dengan nilai sebesar 74. Selanjutnya dengan karateristik responden pekerjaan Karyawan swasta sebanyak 29 responden dengan rincian 1 orang terkategori rendah yaitu sebesar 78. serta 17 responden masuk terkategori sedang dengan jumlah rata-rata skor sebesar 93,76 dan 22 responden terkategori tinggi dengan jumlah rata-rata skor sebesar 107,75. Dengan demikian berdasarkan karateristik pekerjaan, kategori karyawan swasta memiliki penilaian yang lebih positif (baik) terhadap loyalitas bank syariah.

**Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Nasabah**

Berdasarkan hasil penelitian, lama menjadi nasabah bank syariah terlihat dalam tabel berikut:

Tabel

Deskripsi Responden Lama menjadi Nasabah

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Lama menjadi nasabah | Frekuensi | Persen |
| Di bawah 2 thn | 93 | 76% |
| 2-5 tahun | 23 | 19% |
| lebih dari 5 tahun | 6 | 5% |

Sumber: data diolah dari hasil penelitian

Dari data di atas terlihat bahwa 93 orang atau 76% responden sudah menjadi nasabah BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Geger Kalong Bandung, antara 2-5 tahun 23 orang atau 19% responden sudah menjadi nasabah BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Geger Kalong Bandungdan sisanya yaitu 6 orang atau 5% responden responden sudah menjadi nasabah BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Geger Kalong Bandunglebih dari 5 tahun.

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan, diketahui bahwa nilai rata-rata nasabah BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Geger Kalong Bandung berdasarkan karakteristik lama menjadi nasabah sebagai berikut; dari jumlah keseluruhan responden lama menjadi nasabah di bawah 2 tahun adalah 93 responden dengan rincian 3 respoden yag terkategori skor rendah dengan rata-rata kecenderungan nasabah yang loyal terhadap bank syariah sebanyak 67,33. Adapun yang terkategori skor sedang sebanyak 64 responden dengan rata-rata 94,69. Hal ini menunjukan kecenderungan nasabah yang loyal terhadap bank syariah dari 64 responden dengan skor rata-rata sebesar 94,69. Sedangkan skor tertinggi dari responden dengan karateristik di bawah 2 tahun menjadi nasabah sebanyak 26 responden dengan kecenderungan rata-rata nasabah yang loyal terhadap bank syariah sebesar 107,96. Dari jumlah keseluruhan responden lama menjadi nasabah antara 2-5 tahun adalah 23 responden dengan rincian 1 respoden yag terkategori skor rendah dengan rata-rata kecenderungan nasabah yang loyal terhadap bank syariah sebanyak 78. Adapun yang terkategori skor sedang sebanyak 17 dengan rata-rata 95,12. Hal ini menunjukan kecenderungan nasabah yang loyal terhadap bank syariah dari 17 responden dengan skor rata-rata sebesar 95,12. Sedangkan skor tertinggi dari responden dengan karateristik lama menjadi nasabah sebanyak 5 responden dengan kecenderungan rata-rata nasabah yang loyal terhadap bank syariah sebesar 105,8. Adapun dengan responden lama menjadi nasabah diatas 5 tahun, jumlah keseluruhan sebanyak 6 responden dengan rincian 4 orang masuk kategori sedang dengan jumlah rata-rata skor sebesar 92,5. Hal ini berarti kecenderungan nasabah yang loyal terhadap bank syariah dari 5 responden dengan skor rata-rata sebesar 92,5. Sedangkan skor tertinggi dari responden nasabah diatas 5 tahun sebanyak 2 respnden dengan kecenderungan rata-rata nasabah yang loyal terhadap bank syariah sebesar 110. Dengan demikian berdasarkan karateristik lama menjadi nasabah, maka nasabah diatas 5 tahun memiliki penilaian yang lebih positif (baik) terhadap loyalitas bank syariah.

**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Pesantren**

Berdasarkan hasil penelitian, lama menjadi nasabah bank syariah terlihat dalam tabel berikut:

Tabel

Deskripsi pernah mengikutiPendidikan Pesantren

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Karakteristik | Frekuensi | Persentase |
| Pernah Pesantren | 34 | 28% |
| Tidak Pernah | 88 | 72% |
| Jumlah | 112 | 100% |

Sumber: data diolah dari hasil penelitian

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa dari seluruh responden yang menjadi objek sampel nasabah bank syariah yang berjumlah 122 orang responden, yang pernah mengikuti pendidikan pesantren adalah sebanyak 34 orang responden (28%), sedang yang tidak pernah adalah sebanyak 88 orang (72%).

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa nilai rata-rata nasabah BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Geger Kalong Bandung berdasarkan karakteristik pernah mengkuti pesantren sebagai berikut; dari jumlah keseluruhan responden yang pernah sebesar 34 responden dan yang terkategori skor sedang dari nasabah yang pernah sebanyak 22 responden dengan rata-rata 95,64. Hal ini menunjukan kecenderungan nasabah yang loyal terhadap bank syariah dari 34 responden dengan skor rata-rata sebesar 95,64. Sedangkan skor tertinggi sebanyak 11 orang dengan kecenderungan rata-rata nasabah yang loyal terhadap bank syariah sebesar 107,92. Adapun dengan responden yang tidak pernah pendidikan pesantren, jumlah keseluruhan sebanyak 88 orang dengan rincian 4 responden kategori rendah dengan kecenderungan rata-rata nasabah yang loyal terhadap bank syariah sebesar 70. Kategori sedang berjumlah 63 responden dengan jumlah rata-rata skor sebesar 94,32. Hal ini berarti kecenderungan nasabah yang loyal terhadap bank syariah dari 63 responden dengan skor rata-rata sebesar 94,32. Sedangkan skor tertinggi dari responden yang tidak pernah pesantren sebanyak 21 orang dengan kecenderungan rata-rata nasabah yang loyal terhadap bank syariah sebesar 107,71. Dengan demikian berdasarkan karateristik pendidikan pesantren, yang pernah mengikuti pesantren memiliki penilaian yang lebih positif (baik) terhadap loyalitas bank syariah.

Dengan demikian hasil penelitian ini memperkuat teori yang yang digunakan. Dengan kata lain penelitian yang dilakukan penulis secara umum sama dengan penelitian-penelitian sebelumnya yaitu sejalan dengan teori yang digunakan seperti dariTjipto (2002) menyebutkan loyalitas nasabah adalah perilaku yang muncul dari kombinasi kepuasan dan rasa memiliki nasabah sehingga dapat menghasilkan keuntungan nyata perbankan syariah.Serta teoriMenurut Selnes (2002) yang mnyatakan bahwa loyalitas dapat terbentuk apabila pelanggan merasa puas dengan merek atau tingkat layanan yang diterima dan berniat untuk terus melanjutkan hubungan.

Secara umum yang menarik dalam penlitian ini adalah responden kebanyakan mengenyam pendidikan rata-rata diatas SMA/SMK. Hal ini jelas berpengaruh karena pendidikan akan membentuk pola pikir seseorang dalam memutuskan pilihan terbaik terhadap sesuatu yang akan dia gunakan.

Menurut Harif (2007) Hasil pengujian *crosstab analysis* Bank Indonesia kerjasama dengan *Center for Banking Research* Universitas Andalas memperlihatkan bahwa terdapathubungan signifikan antara tingkatpendidikan, usia, dan jenis pekerjaandengan tipe bank yang dipilih olehresponden (*asymp.Sig* = 0.032). Dengandasar bahwa kelompok pendidikan tinggilebih didominasi oleh responden banksyariah, dapat dinyatakan bahwaresponden yang memilih bank syariahmemiliki tingkat pendidikan relatif lebihtinggi.

Secaraumum kelompok usia responden padabank syariah relatif lebih muda yaitu rata-rata 15-35 tahun,dimana frekuensi kelompok usia yangmendominasi berada pada kisaran umur15 hingga 35 tahun (sebanyak 92responden).

**KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis memberikan kesimpulan dan saran-saran sebagai berikut:

* 1. Berdasarkan karakteristik Jenis kelamin, laki-laki lebih positif pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah di BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Geger Kalong Girang Bandung. Hendak bagi BNI Syariah meningkat sosilasiasi tehadap nasabah perempuan. Hal itu di sebabkan masyarakat Bandung lebih di dominasi perempuan.
	2. Berdasarkan karakteristik usia nasabah diatas 36-45 lebih positif pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah di BNI Syariah Kantor CabangPembantuGeger Kalong Girang Bandung. Dari hasil penelitian ini hendakBNI Syariah menyasar pula segmen usia 25 kebawah dan usia 26-35.
	3. Berdasarkan karakteristik Pendidikan, nasabah berpendidikan di atas S1 lebih positif pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah di BNI Syariah Kantor CabangPembantuGeger Kalong Girang Bandung. Hendak bagi BNI Syariah meningkat sosilasiasi tehadap nasabah yang lainnya seperti menyisir kalanga pelajar atau lulusan di bawah SMA dan D3. Mengingat masyarakat kota Bandung yang berpendidikan di bawah SMA dan D1-D3 jumlahnya sangat banyak.
	4. Berdasarkan karakteristik Pekerjaan,Karyawan Swasta lebih positif pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah di BNI Syariah Kantor CabangPembantuGeger Kalong Girang Bandung di bandingkan dengan Wiraswasta, PNS dan Pelajar/mahasiswa. Hendaknya bagi BNI Syariah meningkat sosilasiasi tehadap nasabah yang lainnya terutama wiraswasta yang merupakan pasar potensial bagi BNI. Mengingat pertumbuhan wiraswasta di kota Bandung sangat tinggi.
	5. Berdasarkan karakteristik pernah mengikuti pendidikan pesantren, yang pernah mengikuti pesantren lebih positif pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah di BNI Syariah Kantor CabangPembantuGeger Kalong Girang Bandung. Hal ini berimplikasi pada pesantren sangat baik di jadikan sebagai pangsa pasar perbankan syariah. Namun demikian hendaknya bagi BNI Syariah meningkat sosilasiasi terhadap masyarakat non pesantren. Apalagi mayoritas masyarakat di kota Bandung heterogen,sehingga segmentasi masyarakat yang non pesantren lebih dominan.

**DAFTAR PUSTAKA**

Agus Triyanta. (2009*). Implementasi Kepatuhan Syariah dalam Perbankan Islam (syariah) (studi perbandingan Antara malaysia dan indonesia).*Jurnal hukum no. Edisi khusus vol. 16 oktober 2009.

Ali, Hasan. 2007. 2007: *Tahun Pecepatan Industri Perbankan Syariah.* Website Pusat Komunikasi Ekonomi Syariah (PKES)

Antonio, Muhammad Syfe’i. (2001). *Bank Syariah Wacana Ulama dan Cendekiawan*. Bogor. Tazkia Institute.

Ascarya (2012) Makalah Seminar *“Urgensi Riset dalam Pengembangan Keilmuan Ekonomi Islam dan Bisnis Syariah”.* IAEI – STEI TAZKIA Bogor, 3 april 2013

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

Bank Indonesia. (2010). *Statistik Perbankan Syariah September 2010*. Jakarta. bank Indonesia.

\_\_\_\_\_. (2012). *Statistik Perbankan Syariah Maret 2012*. Jakarta. bank Indonesia.

\_\_\_\_\_. (2010). *Outlook Perbankan Syariah 2011*. Direktorat Perbankan Syariah. Jakarta.

\_\_\_\_\_. (2009). *Outlook Perbankan Syariah 2010*. Direktorat Perbankan Syariah. Jakarta.

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

Diah Dharmayanti, April 2006. ”*Analisis Dampak Service Performance dan Kepuasan Sebagai Moderating Variable Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Surabaya*”. *Jurnal ManajemenPemasaran.* Vol. 1 No. 1, : 41-42

Engel F James, Roger D. Blacwell and Paul W. Miniard, 1992, *Perilaku Konsumer :* Alih bahasa Budijanto, Binarupa Aksara, Jakarta.

Euis Amalia dan M Nur Rianto Al Arif. (2013). *Kesesuaian Pembelajaran Ekonomi Islam Di perguruan Tinggi dengan Kebutuhan SDM pada Industri Keuangan Syariah di Indonesia*. Jurnal Inferensi STAIN Salatiga, vol. 7 No. 1 Juni 2013.

Fornell, C. 1992. A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience. *Journal of Marketing***,** 56.

Griffin, jill (2002). *Custemer Loyality: How to earn it, how to keep it, Lexington books,* Avaenue of americas, , New York.

Harahap, S.S and Yswar Z. Basri, (2004). *Socio EconomicDisclousures in annual Report of Indonesia Bank: A Comparison of a Conventional Bank and an Islamic Bank.* Makalah Simposium Nasional Sistem Ekonomi Islam 2. Malang 28-29 Mei 2004.

Harif, (2007). Identifikasi faktor penentu keputusan konsumen dalam memilih jasa perbankan: Bank syariah vs bank konvensional, Hasil penelitian Bank Indonesia dan Center for Banking Resarch (CBR) Andalas University (tidak diterbiitkan).

Irawan handi (2003). *10 prinsip kepuasan pelanggan*. PT. Elex Media komputindo. Jakarta

Karim, Adiwarman. (2004). *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Kotler, Philip dan Armstrong, Gary (2000). *“Prinsip-prinsip pemasaran Jilid 1”,* EdisiDelapan, Erlangga, Jakarta

Kusnendi (2005). *Analisis jalur konsep dan aplikasi dengan program SPSS dan Lisrel. Bandung*. Program Studi Pendidikan Ekonomi UPI.

Muhammad Noer. (2007) “Implementasi Prinsip Syariah Pada perbankan Syariah Studi Investigasi di Kota Semarang”, *Fokus Ekonomi* Vol 1 No 1 (April 2007)

Nasim, Arim. (2010). *Pemahaman Manejer, Peran Dewan Pengawas Syariah, Kualitas Laporan Keuangan terhadap Loyalitas Nasabah serta Implikasinya terhadap Kinerja Keuangan Bank Syariah*. Bandung (Disertasi). Universitas Padjajaran (tidak diterbitkan).

Syahyuti. 2005. *Review dari sepuluh Penelitian Tentang Bank Syariah*.

Tjipto, Fandi (2002). *Service quality and satisfaction*. Cetakan pertama. Andi. Yogyakarta

Utami, Cristya Widhia, (2006) *Manejemen Riteil Strategi dan Implementasi Retail modern*. PT salemba empat. Jakarta.