

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Loyalitas**

##### **1. Pengertian**

Menurut Rangkuti sebagaimana dikutip Tuti Supriyatmini, loyalitas pelanggan merupakan kesetiaan pelanggan terhadap perusahaan yang telah menyediakan barang atau jasa kepadanya.<sup>12</sup> Loyalitas adalah keputusan pelanggan untuk secara suka rela terus berlangganan dengan perusahaan tertentu dalam jangka waktu yang lama.<sup>13</sup> Jadi loyalitas merupakan kesetiaan pelanggan terhadap perusahaan secara sukarela dalam bentuk keputusan untuk berlangganan dalam jangka waktu yang lama.

Loyalitas merupakan komitmen mendalam secara psikologis untuk melakukan pembelian ulang dimasa mendatang. Berbeda dengan pembelian ulang biasa, dalam konsep ini pembelian ulang produk dilakukan atas dorongan komitmen yang sangat mendalam. Menurut Oliver seperti dikutip oleh Gunarto Suhardi, loyalitas merupakan komitmen mendalam secara psikologis untuk melakukan pembelian ulang dimasa mendatang meskipun terdapat tawaran menarik dari pesaing untuk berpindah merek.<sup>14</sup> Loyalitas konsumen terdiri dari 4 tahap yakni:

---

<sup>12</sup> Tuti Supriyatmini, *Skripsi Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah pada BMT Anda Semarang*, (Semarang: Universitas Negeri Semarang, Fakultas Ilmu Sosial, 2005), hal. 38

<sup>13</sup> Christoper H Lovelock dan Lauren K Wright, *Manajemen.....*, hal. 133

<sup>14</sup> Gunarto Suhardi, *KINERJA Jurnal Bisnis Ekonomi Pengaruh Atribut Produk yang Dipertimbangkan dalam Pemilihan Produk Deposito Perbankan terhadap Kepercayaan dan Dampaknya pada Loyalitas Nasabah*, (Yogyakarta: Universitas Atma Jaya, Vol.12, No.1, Februari 2008), hal. 100

a. *Cognitively Loyal*

Tahap dimana konsumen memiliki pengetahuan langsung maupun tidak langsung terhadap merek, manfaatnya, dan dilanjutkan dengan melakukan pembelian berdasarkan keyakinan akan superioritas yang ditawarkan.

b. *Affectively Loyal*

Sikap *favorable* konsumen terhadap merek yang merupakan hasil konfirmasi berulang dari harapannya selama tahap *cognitively loyal* berlangsung.

c. *Conatively Loyal*

Intensi membeli ulang sangat kuat dan memiliki keterlibatan tinggi yang merupakan dorongan motivasi.

d. *Action Loyal*

Loyalitas yang bertahan tidak saja karena motivasi yang kuat semata namun telah menjadi suatu keinginan untuk mengatasi segala hambatan yang menghalangi konsumen membeli merek tertentu.<sup>15</sup>

Sedangkan menurut Sutisna seperti dikutip Tony Wijaya, loyalitas konsumen dapat dikelompokkan menjadi 2 bagian yaitu:

a. *Brand Loyalty*

Loyalitas merek dapat didefinisikan sebagai sikap menyenangkan terhadap suatu merek yang dipresentasikan dalam pembelian yang konsisten terhadap merek itu sepanjang waktu.

---

<sup>15</sup> *Ibid.*, hal. 101

b. *Store Loyalty*

Loyalitas konsumen dalam mengunjungi suatu toko dimana konsumen biasa membeli merek produk yang diinginkan, sehingga pelanggan/konsumen enggan berpindah ke toko lain.<sup>16</sup>

Selain itu, terdapat dua dimensi pada *customer loyalty* (loyalitas konsumen), yaitu perilaku dan sikap. Dimensi perilaku mengacu pada perilaku konsumen dalam pembelian ulang, sedangkan dimensi sikap mengacu pada intensitas membeli dan merekomendasikan kepada orang lain tentang suatu produk dan jasa. Menurut Bowen dan Shiang-lih seperti dikutip Eni Andari *et al*, secara umum terdapat tiga pendekatan untuk mengukur loyalitas, yaitu:

- a. Pengukuran berperilaku yaitu perilaku pembelian ulang dipertimbangkan sebagai indikator loyalitas.
- b. Pengukuran sikap. Pendekatan ini berkaitan dengan rasa loyalitas, keterikatan dan kesetiaan, yang ditunjukkan dengan merekomendasikan kepada orang lain.
- c. Pendekatan gabungan yaitu pendekatan yang merekomendasikan kedua dimensi di atas.<sup>17</sup>

Seperti loyalitas konsumen pada umumnya, Loyalitas yang terjadi pada nasabah merupakan kesetiaan nasabah terhadap penyedia jasa yang telah memberikan pelayanan kepadanya. Menurut Rangkuti sebagaimana dikutip

---

<sup>16</sup> Toni Wijaya, *Pengaruh Kepuasan pada Penanganan Keluhan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Konsumen Natasha Skin Care*, (Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. XIV, No.1, Maret 2008), hal. 59

<sup>17</sup> Eni Andari et al, *Jurnal Ekonomi JAVANISI Peran Customer Satisfaction dan Image terhadap Customer Loyalty pada Industri Perhotelan di Yogyakarta*, (Yogyakarta: Universitas Janabadra, Vol.11, No.3, Desember 2008), hal. 229

Tuti Supriyatmini loyalitas disini dapat diukur dengan menggunakan tiga indikator yaitu:

- a. *Repeat*, yaitu apabila nasabah membutuhkan barang atau jasa yang disediakan oleh penyedia jasa yang bersangkutan.
- b. *Retention*, yaitu nasabah tidak terpengaruh jasa yang diberikan oleh pihak lain.
- c. *Refferal*, yaitu apabila jasa yang diterima memuaskan, maka nasabah akan memberitahukan kepada pihak lain, dan sebaliknya apabila ada ketidakpuasan atas pelayanan yang diterima ia tidak akan bicara kepada pihak lain, tapi justru akan memberitahukan layanan yang kurang memuaskan tersebut kepada pihak penyedia dana.<sup>18</sup>

## 2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas

Terdapat beberapa aspek yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Menurut Zikmund dalam Vanessa Gaffar, mengungkapkan bahwa aspek-aspek yang mempengaruhi loyalitas tersebut adalah:

- a. *Satisfaction* (kepuasan)

Perbandingan antara harapan sebelum melakukan pembelian dengan kinerja yang dirasakan.

- b. *Emotional Bonding* (ikatan emosi)

Dimana konsumen dapat terpengaruh oleh sebuah merek yang memiliki daya tarik tersendiri sehingga konsumen dapat diidentifikasi dalam sebuah

---

<sup>18</sup> Supriyatmini, *Skripsi Pengaruh Persepsi...*, hal. 40-41



merek, karena sebuah merek dapat mencerminkan karakteristik konsumen tersebut. Ikatan yang tercipta dari sebuah merek ialah ketika konsumen merasakan ikatan yang kuat dengan konsumen lain yang menggunakan produk atau jasa yang sama.

c. *Trust* (kepercayaan)

Komponen ketiga yang memiliki keterkaitan dengan *emotional bonding* (ikatan emosi) yaitu kemauan seseorang untuk mempercayakan perusahaan atau sebuah merek untuk melakukan atau menjalankan sebuah fungsi.

d. *Choice Reduction and Habit* (kemudahan)

Yaitu jika dibenak konsumen akan merasa nyaman dengan sebuah merek ketika situasi mereka melakukan transaksi memberikan kemudahan. Bagian dari loyalitas konsumen seperti pembelian produk secara teratur dapat disadari pada akumulasi pengalaman setiap saat. Dengan pengulangan yang sederhana (kemudahan) kita akan lebih mengenal merek, toko, perusahaan.

e. *History With The Company* (pengalaman terhadap perusahaan)

Yaitu sebuah pengalaman seseorang pada perusahaan dapat membentuk perilaku. Ketika kita mendapatkan pelayanan yang baik dari perusahaan, maka kita akan mengulangi perilaku kita pada perusahaan tersebut.<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> Vanessa Gaffar, *CRM dan MPR Hotel*, (Bandung: Alfabeta, 2007), hal. 71-72

## B. *Good Corporate Governance* (GCG)

### 1. Pengertian

*Corporate governance* adalah pengaturan dan hubungan institusional yang mengarahkan dan mengendalikan suatu perusahaan. *Corporate governance* dapat dikatakan sebuah sistem, proses, dan seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara berbagai pihak yang berkepentingan (*stakeholders*). Sedangkan *Forum for Corporate Governance in Indonesia* (FCGI) mengartikan *corporate governance* sebagai seperangkat aturan yang menetapkan ikatan antara pemangku kepentingan, pengelola, pihak kreditur, pemerintah, karyawan serta para pemegang kepentingan internal dan eksternal lainnya.<sup>20</sup> Secara umum *corporate governance* terkait dengan sistem mekanisme hubungan yang mengatur dan menciptakan insentif yang pas diantara para pihak yang mempunyai kepentingan pada suatu perusahaan agar perusahaan dimaksud dapat mencapai tujuan-tujuan usahanya secara optimal.<sup>21</sup>

Istilah *corporate governance* pertama kali diperkenalkan oleh Cadbury Commtte tahun 1992. Definisi *Good Corporate Governance* menurut Cadbury Commttee yang dikutip oleh Adrian Sutedi adalah mengarahkan dan mengendalikan perusahaan agar tercapai keseimbangan antara kekuatan dan kewenangan perusahaan.<sup>22</sup> Sedangkan menurut Muh. Arief Effendi GCG adalah seperangkat sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan

---

<sup>20</sup> Adrian Sutedi, *Good Corporate Governance Teori dan Implementasi*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2011), hal. 41

<sup>21</sup> Azhar Maksum, *Pidator Pengukuhan Guru Besar: Tinjauan atas Good Corporate Governance di Indonesia*, (Medan: Fakultas Ekonomi Universitas Sumatra Utara, 2005), hal. 8

<sup>22</sup> *Ibid.*, hal. 1

untuk menciptakan nilai tambah (*value added*) bagi para pemangku kepentingan.<sup>23</sup>

*Good corporate governance* pada industri perbankan menjadi lebih penting untuk masa sekarang dan masa yang akan datang, mempertimbangkan risiko dan tantangan yang dihadapi oleh industri perbankan akan semakin meningkat. *Good corporate governance* juga berarti suatu proses dan struktur yang digunakan untuk mengarahkan dan mengelola bisnis dan akuntabilitas perusahaan dengan tujuan utama mempertinggi nilai saham dalam jangka panjang dengan tetap memperhatikan kepentingan *stakeholder* lain.

Terlebih bagi perbankan syariah yang operasionalnya berdasarkan prinsip-prinsip Islam sebagai lembaga kepercayaan masyarakat yang menaruh dananya pada perbankan syariah untuk tetap menjaga kepercayaan masyarakat dan meningkatkan nilai-nilai pada perbankan syariah tersebut.

Dari beberapa pengertian yang telah dipaparkan dapat ditarik kesimpulan bahwa *good corporate governance* adalah sebuah sistem dan peraturan yang digunakan untuk mengatur dan menetapkan hubungan antara berbagai pihak yang berkepentingan dalam perusahaan dalam hal ini perbankan agar tetap mendorong upaya menciptakan industri perbankan yang aman, sehat, dan kuat.

## **2. Prinsip-prinsip *Good Corporate Governance***

Dalam kaidah *good corporate governance* perbankan Indonesia yang dibuat oleh Komite Nasional Kebijakan *Corporate Governance* terkandung lima prinsip dalam pelaksanaan *good corporate governance*<sup>24</sup>, yaitu:

---

<sup>23</sup> Muh. Arief Effendi, *The Power of Good Corporate Governance...*, hal. 2

a. Keterbukaan (*transparency*)

Prinsip keterbukaan adalah meningkatkan keterbukaan (*disclosure*) dalam penyediaan informasi yang material dan relevan serta transparansi dalam prosedur penetapan keputusan oleh manajemen. Prinsip ini menekankan bahwa keterbukaan harus diterapkan disetiap aspek perusahaan yang berkaitan dengan kepentingan publik ataupun pemegang saham. *Transparency* dalam GCG adalah bentuk pengelolaan secara umum dan pengungkapan fakta yang akurat serta tepat waktu kepada *stakeholders*. Dalam hal ini bank harus mengungkapkan informasi secara tepat waktu, memadai, jelas, cermat, dan dapat diperbandingkan serta mudah diakses oleh *stakeholders* sesuai dengan haknya. Informasi yang harus diungkapkan meliputi tapi tidak terbatas pada hal-hal yang berkaitan dengan visi, misi, sasaran usaha, dan strategi perusahaan, kondisi keuangan, susunan dan kompensasi pengurus, pemegang saham pengendali, *cross shareholding*, pejabat eksekutif, pengelola resiko, sistem pengawasan dan pengendalian internal, status kepatuhan, sistem dan pelaksanaan *good corporate governance*, serta kejadian penting yang dapat mempengaruhi bank.

b. Akuntabilitas (*accountability*)

Adalah kejelasan fungsi dan implementasi pertanggungjawaban unit bank sehingga tata kelolanya berjalan secara efektif. Prinsip akuntabilitas merupakan suatu bentuk pertanggungjawaban atas pengelolaan dan

---

<sup>24</sup> Muh. Arief Efendi, *The Power of Good Corporate Governance...*, hal. 99

pengendalian sumber daya dan pelaksanaan kebijakan, termasuk keberhasilan atau kegagalan dalam perwujudan misi untuk mencapai visi perusahaan. Bank harus memiliki ukuran kinerja dari semua jajaran bank berdasarkan ukuran-ukuran yang disepakati konsisten dengan nilai perusahaan, sasaran usaha, dan strategi bank serta memiliki *reward and punishment system*.

c. Pertanggungjawaban (*responsibility*)

Prinsip ini menyesuaikan pengelolaan Bank dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan prinsip-prinsip pengelolaan bank yang sehat. Hal ini menekankan mengenai pentingnya pengelolaan perusahaan yang dilakukan dengan baik dan tidak bertentangan dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Untuk menjaga usahanya, bank harus berprinsip pada prinsip kehati-hatian (*prudential banking practices*) dan menjamin dilaksanakannya ketentuan yang berlaku. Bank harus bertindak sebagai perusahaan yang baik termasuk peduli terhadap lingkungan dan melaksanakan tanggung jawab sosial.

d. Independensi (*independency*)

Bank harus mencegah terjadinya dominasi yang tidak wajar oleh *stakeholders* manapun dan tidak terhasut oleh kepentingan sepihak serta bebas dari benturan kepentingan (*conflict of interest*). Bank dalam mengambil keputusan harus obyektif dan bebas dari segala tekanan dari pihak manapun.

e. Kewajaran (*fairness*)

Dalam prinsip ini setiap keputusan yang diambil senantiasa memperhatikan kepentingan pemegang saham mayoritas dan memberikan perlindungan kepada pemegang saham minoritas dan *stakeholders* lainnya dari rekayasa dan transaksi yang bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Bank harus memberikan kesempatan kepada seluruh *stakeholders* untuk memberikan masukan dan menyampaikan pendapat bagi kepentingan bank serta mempunyai akses terhadap informasi sesuai dengan prinsip keterbukaan.

Sedangkan dalam Peraturan Bank Indonesia (PBI) nomor 11/33/PBI/2009 tentang pelaksanaan *good corporate governance* pada Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS) menyebutkan bahwa pelaksanaan *good corporate governance* bank harus berlandaskan pada lima prinsip tersebut<sup>25</sup>. Pertama, transparansi yaitu keterbukaan dalam mengemukakan informasi yang material dan relevan serta keterbukaan dalam proses pengambilan keputusan. Kedua, akuntabilitas yaitu kejelasan fungsi dan pelaksanaan pertanggungjawaban organ bank sehingga pengelolaannya berjalan secara efektif. Ketiga, pertanggungjawaban yaitu kesesuaian pengelolaan bank dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan prinsip-prinsip pengelolaan bank yang sehat. Keempat, profesional yaitu memiliki kompetensi, maupun bertindak obyektif dan bebas dari pengaruh/tekanan dari pihak manapun (*independen*) serta memiliki komitmen

---

<sup>25</sup> Peraturan Bank Indonesia No. 11/33/PBI/2009 *tentang Pelaksanaan Good Corporate Governance Pada Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah*

yang tinggi untuk mengembangkan bank syariah. Kelima, kewajiban yaitu keadilan dan kesetaraan dalam memenuhi hak-hak *stakeholders* berdasarkan perjanjian dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Inti kelima prinsip yang dikeluarkan BI dengan prinsip yang dikeluarkan KNKCG di atas hampir sama, hanya ada sedikit perbedaan dalam penggunaan kata pada prinsip nomor empat, yaitu prinsip yang dikeluarkan BI menggunakan kata *profesional*.

Perbedaan penerapan *good corporate governance* pada perbankan syariah dan konvensional terletak pada kepatuhan pada prinsip syariah. Kajian Grais dan Pellegrini seperti yang dikutip oleh Mal An Abdullah menunjukkan bahwa karakteristik dari misi bank-bank syariah salah satunya berfokus pada kepatuhan terhadap prinsip syariah. Kategori penting dan paling banyak dipahami dalam kepatuhan syariah adalah menjaga perilaku bisnis keuangan agar tidak melanggar larangan *riba* dan *gharar*. Dalam PBI nomor 11/33/PBI/2009 menyebutkan bahwa bank syariah harus memenuhi prinsip syariah ini. Karena jika terjadi ketidaksesuaian antara tata kelola bank dengan prinsip syariah akan berpotensi menimbulkan berbagai risiko terutama risiko reputasi bagi industri perbankan syariah.

Ada beberapa dalil dari ayat suci Al-Quran maupun Hadist yang digunakan untuk mendukung penerapan *good corporate governance* pada bank syariah yaitu:

a. Keterbukaan (*transparency*)

Berdasarkan prinsip syariah yang ditegaskan dalam surat Al-Baqarah/2:282 yang artinya “...*Dan transparankanlah (persaksikanlah) jika kalian saling berinteraksi...*”<sup>26</sup> dan berdasarkan hadits yang menyatakan “...*barang siapa melakukan ghisyy (menyembunyikan informasi yang diperlukan dalam transaksi) bukan termasuk umat kami*”, maka semua transaksi harus dilakukan secara transparan. Transparansi mengandung unsur pengungkapan (*disclosure*) dan penyediaan informasi yang memadai dan mudah diakses oleh *stakeholders*. Transparansi diperlukan agar pelaku bisnis syariah menjalankan bisnis secara obyektif dan sehat. Pelaku bisnis syariah harus mengambil inisiatif untuk mengungkapkan tidak hanya masalah yang disyaratkan oleh peraturan perundangan, tapi juga hal yang penting untuk mengambil keputusan yang sesuai dengan ketentuan syariah.

b. Akuntabilitas (*accountability*)

Akuntabilitas merupakan asas penting dalam bisnis syariah sebagaimana tercermin dalam surat Al-Isra/17:84 yang artinya “*Katakanlah setiap entitas bekerja sesuai dengan posisinya dan Tuhan kalian yang lebih mengetahui siapa yang paling benar jalannya diantara kalian*”.<sup>27</sup> Dan dalam Al-Isra ayat 36 yang artinya “...*Dan janganlah kamu berbuat sesuatu tanpa pengetahuan atasnya, sesungguhnya pendengaran, penglihatan dan hati,*

---

<sup>26</sup> KEMENAG “QS. Al-Baqarah/2:282”, diakses dari <https://quran.kemenag.go.id/sura/2>, pada tanggal 28 Desember 2020 pukul 19.15

<sup>27</sup> KEMENAG “QS. Al-Isra’/17:84”, diakses dari <https://quran.kemenag.go.id/sura/17>, pada tanggal 28 Desember 2020 pukul 19.20



*semua itu akan dimintai pertanggungjawaban*".<sup>28</sup> Tanggung jawab atas perbuatan manusia dilakukan baik di dunia maupun di akhirat, yang semuanya direkam dalam catatan yang akan dicermati nanti, sebagaimana firman Allah Swt dalam surat Al-Isra/17:14 yang artinya "*Bacalah kitabmu (laporan pertanggungjawabanmu), cukuplah dirimu sendiri pada hari ini sebagai penghitung atas dirimu*".<sup>29</sup> Akuntabilitas mengandung unsur kejelasan fungsi dalam organisasi dan cara mempertanggungjawabkannya. Pelaku bisnis syariah harus dapat mempertanggungjawabkan kinerjanya secara transparan dan wajar. Untuk itu bisnis syariah harus dikelola secara benar, terukur, dan sesuai dengan kepentingan pelaku bisnis syariah dengan tetap memperhitungkan *stakeholders* dan masyarakat pada umumnya. Akuntabilitas merupakan prasyarat yang diperlukan untuk mencapai kinerja yang berkesinambungan.

c. Pertanggungjawaban (*responsibility*)

Dalam hubungannya dengan prinsip responsibilitas, pelaku bisnis syariah harus mematuhi peraturan perundang-undangan dan ketentuan bisnis syariah, serta melaksanakan tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan, sebagaimana firman Nya dalam surat An-Nisa'/4:59: yang artinya "*Wahai orang-orang yang beriman! Taatilah Allah dan taatilah Rasul (Muhammad), dan Ulil Amri (pemegang kekuasaan) di antara*

---

<sup>28</sup> KEMENAG "QS. Al-Isra'/17:36", diakses dari <https://quran.kemenag.go.id/sura/17>, pada tanggal 28 Desember 2020 pukul 19.25

<sup>29</sup> KEMENAG "QS. Al-Isra'/17:14", diakses dari <https://quran.kemenag.go.id/sura/17>, pada tanggal 28 Desember 2020 pukul 19.30

*kamu....*”<sup>30</sup> Dengan pertanggungjawaban ini maka entitas bisnis syariah dapat terpelihara kesinambungannya dalam jangka panjang dan mendapat pengakuan sebagai pelaku bisnis yang baik.

d. Independensi (*independency*)

Dalam hubungannya dengan prinsip independensi bisnis syariah harus dikelola secara independen sehingga masing-masing pihak tidak boleh saling mendominasi dan tidak dapat diintervensi oleh pihak manapun. Independensi terkait dengan konsistensi atau sikap istiqomah yaitu tetap berpegang teguh pada kebenaran meskipun harus menghadapi risiko. Independensi merupakan karakter manusia yang bijak (*ulul al bab*) yang dalam Al Quran disebutkan sebanyak 16 kali, yang diantaranya adalah *“Mereka yang mendengarkan perkataan lalu mengikuti apa yang paling baik di antaranya. Mereka itulah orang-orang yang telah diberi petunjuk oleh Allah dan mereka itulah orang-orang yang mempunyai akal sehat.”* (Az-Zumar/39:18).<sup>31</sup>

e. Kewajaran (*fairness*)

Kewajaran mengandung unsur kesamaan perlakuan dan kesempatan. Allah Swt berfirman dalam surat Al-Ma'idah/5:8, yang artinya: *“Wahai orang-orang yang beriman! Jadilah kamu sebagai penegak keadilan karena Allah, (ketika) menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah kebencianmu terhadap suatu kaum mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah.*

---

<sup>30</sup> KEMENAG “QS. An-Nisa’/4:59”, diakses dari <https://quran.kemenag.go.id/sura/4>, pada tanggal 28 Desember 2020 pukul 19.35

<sup>31</sup> KEMENAG “QS. Az-Zumar/39:18”, diakses dari <https://quran.kemenag.go.id/sura/39>, pada tanggal 28 Desember 2020 pukul 19.40

*Karena adil itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah Mahateliti terhadap apa yang kamu kerjakan”.*<sup>32</sup> *Fairness* atau kewajaran merupakan salah satu manifestasi adil dalam dunia bisnis. Setiap keputusan bisnis, baik dalam skala individu maupun lembaga, hendaklah dilakukan sesuai kewajaran dan kesetaraan sesuai apa yang biasa berlaku, dan tidak diputuskan berdasarkan suka atau tidak suka.<sup>33</sup>

### **3. Manfaat Penerapan *Good Corporate Governance***

*Good Corporate governance* merupakan konsep yang diajukan demi peningkatan kinerja perusahaan melalui monitoring kinerja manajemen dan menjamin akuntabilitas manajemen terhadap *stakeholders* dengan mendasarkan pada kerangka peraturan. Tercapainya pengelolaan perusahaan yang lebih transparan bagi semua pengguna laporan keuangan merupakan tujuan dari konsep ini. Oleh karena itu apabila konsep ini diterapkan dengan baik maka diharapkan pertumbuhan ekonomi akan terus meningkat seiring kinerja dengan transparansi pengelolaan perusahaan yang semakin baik dan nantinya menguntungkan banyak pihak. *Good Corporate Governance* merupakan sebuah sistem yang memberikan perlindungan efektif bagi pemegang saham dan kreditor sehingga mereka yakin akan memperoleh *return* atas investasinya dengan benar. *Good Corporate Governance* juga membantu menciptakan lingkungan kondusif demi terciptanya pertumbuhan yang efisien dan *sustainable* di sektor perusahaan. Pelaksanaan *good corporate governance*

---

<sup>32</sup> KEMENAG “QS. Al-Ma’idah/5:8”, diakses dari <https://quran.kemenag.go.id/sura/5>, pada tanggal 28 Desember 2020 pukul 19.45

<sup>33</sup> Arshinta Putri Batari, *Skripsi Implementasi GCG dalam Pengelolaan Dana Simpanan Studi di Bank Rakyat Indonesia KC Malang*, (Malang: Central Library UIN Maliki Malang, 2017), hal. 26

(GCG) diperlukan untuk membangun kepercayaan masyarakat dan dunia internasional. Sehingga penerapannya sangat penting bagi perbankan yang ingin berkembang dengan baik dan sehat.

Penerapan GCG berdasarkan standar yang ditetapkan regulasi atau *best practice* secara konsisten dan dibarengi perbaikan berkelanjutan, akan memberikan manfaat yang sangat besar bagi BNI Syariah, yaitu:

- a. Perusahaan akan memiliki pondasi dan mekanisme tata kelola perusahaan yang kokoh yaitu dalam hal kecukupan struktur dan infrastruktur tata kelola perusahaan yang berkualitas sehingga dihasilkan proses tata kelola dan *outcome* yang memuaskan. Hal ini ditunjukkan melalui proses pengambilan keputusan yang lebih baik (transparan, obyektif, dan mengikuti prosedur internal juga peraturan perundang-undangan), berkurangnya potensi benturan kepentingan, *fraud*, dan tindakan KKN (Korupsi, Kolusi, dan Nepotisme), kegiatan operasional yang berjalan efektif serta kinerja perusahaan yang secara umum meningkat. Selain itu, penegakan prinsip-prinsip GCG juga dalam rangka mewujudkan bank yang *sustainable*.
- b. Meningkatnya nilai perusahaan (*corporate value*) yang ditunjukkan dengan peningkatan kinerja keuangan sehingga memberikan kepuasan kepada pemegang saham. Kepercayaan pemegang saham yang tinggi akan menghasilkan hubungan yang saling bersinergi dan harmonis sehingga akan berpengaruh positif terhadap perkembangan BNI Syariah ke depan.
- c. Membentuk citra yang baik bagi BNI Syariah sebagai salah satu Bank Syariah di Indonesia. Dengan citra yang baik tentunya akan meningkatkan

kepercayaan bagi nasabah, investor, dan mitra bisnis untuk meningkatkan kerja sama dengan BNI Syariah. Selain itu secara tidak langsung BNI Syariah akan berkontribusi terhadap kemajuan perbankan syariah di Indonesia.

d. Melaksanakan bisnis secara islami yang mendorong:

- Kesadaran dan komitmen untuk meningkatkan ketakwaan, manfaat, dan keberkahan dalam berbisnis.
- Pengambilan keputusan bisnis didasarkan pada nilai akhlaq Islam dan kepatuhan terhadap peraturan perundangan.
- Kestinambungan entitas bisnis syariah melalui pengelolaan yang didasarkan pada praktik-praktik bisnis dengan karakter dan sifat-sifat Rasulullah Saw.
- Pemberdayaan fungsi dan kemandirian masing-masing organ kelembagaan dari entitas bisnis syariah yang bersangkutan.
- Kesadaran dan tanggung jawab sosial terhadap kemaslahatan umat manusia dan kelestarian lingkungan.
- Optimalisasi nilai bisnis syariah bagi pemangku kepentingan.
- Pengembangan ekonomi Islam secara kuantitas maupun kualitas serta kemanfaatan yang universal.<sup>34</sup>

### **C. Kajian Penelitian Terdahulu**

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Indra<sup>35</sup>, dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh GCG terhadap kinerja dan risiko

---

<sup>34</sup> *Laporan Pelaksanaan GCG PT Bank BNI Syariah Tahun Buku 2017*, (Jakarta: BNI Syariah), hal. 16

pembiayaan BUS. Penelitian tersebut menggunakan data *self assessment* yang dilakukan oleh masing-masing bank yang berupa nilai komposit dari perhitungan GCG. Pemilihan sampel dilakukan pada BUS yang terdaftar dalam Direktori Perbankan Indonesia pada tahun 2010-2014 dan tetap beroperasi hingga akhir tahun 2014. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dan bersifat *explanatory research* yang bertujuan untuk mencari hubungan kausalitas antar variabel dengan pendekatan *paradigm positivist*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Bank Umum Syariah (BUS) di Indonesia yang berjumlah 12 (dua belas). Sampel diambil dengan metode *purposive sampling*.

Dari penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa hasil uji *direct* menunjukkan tidak terdapat pengaruh antara GCG terhadap kinerja bank syariah. Sebaliknya pengaruh GCG terhadap NPF menunjukkan hasil negatif dan signifikan. Pengaruh NPF terhadap kinerja bank syariah menunjukkan hasil negatif dan signifikan. Hasil uji *indirect* menunjukkan bahwa NPF mampu memediasi pengaruh GCG terhadap kinerja bank syariah. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa penerapan GCG yang baik dapat meminimalisir kredit macet atau risiko pembiayaan pada bank. Walaupun penerapan GCG sudah dilaksanakan sesuai dengan prinsip-prinsip ternyata belum dapat menjamin kinerja.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Indra adalah menggunakan variabel independen *Good Corporate Governance* (GCG). Sedangkan perbedaannya adalah peneliti menggunakan variabel dependen loyalitas nasabah, sedangkan Indra menggunakan variabel dependen pertama *Non*

---

<sup>35</sup> Indra Siswanti, *Implementasi Good Corporate Governance Pada Kinerja Bank Syariah*, (Jakarta: Jurnal Akuntansi Multiparadigma Vol. 7, 2016), hal. 319

*Performing Financing* (NPF) dan variabel dependen kedua adalah *Return on Aset* (ROA).

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi<sup>36</sup>, bertujuan untuk mengetahui kualitas penerapan GCG pada bank umum syariah di Indonesia secara parsial berpengaruh terhadap kinerja keuangan yang diukur dengan rasio CAR, NPF, ROA, ROE, NIM, FDR, dan BOPO pada Bank Umum Syariah di Indonesia. Menurut metodenya, penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian eksplanatif asosiatif, dimana hubungan antar variabel tersebut dirumuskan dalam hipotesis penelitian yang akan diuji kebenarannya. Populasi dalam penelitian ini adalah Bank Umum Syariah yang beroperasi dalam kurun waktu tahun 2010 sampai 2015. Diperoleh 10 sampel penelitian dari 11 populasi bank umum syariah yang ada di Indonesia. Penelitian ini menggunakan data sekunder dari laporan tahunan dan laporan pelaksanaan *good corporate governance* bank umum syariah yang telah dipublikasikan secara resmi oleh masing-masing bank.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas penerapan GCG pada BUS telah sesuai dengan 11 indikator yang telah ditetapkan oleh Bank Indonesia. Secara parsial, kualitas penerapan GCG berpengaruh positif signifikan terhadap CAR, NPF, dan BOPO, berpengaruh negatif signifikan terhadap ROA dan ROE, serta tidak berpengaruh terhadap NIM dan FDR.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Pratiwi adalah menggunakan variabel independen penerapan *Good Corporate Governance* (GCG). Sedangkan perbedaannya adalah terletak pada fokus peneliti yakni terfokus pada satu bank

---

<sup>36</sup> Angrum Pratiwi, *Pengaruh Kualitas Penerapan Good Corporate Governance terhadap Kinerja Keuangan pada Bank Umum Syariah di Indonesia Periode 2010-2015*, (Samarinda: Al-Tijary Jurnal Ekonomi & Bisnis Islam Vol. 2, 2016), hal. 73

umum syariah sedangkan Pratiwi menggunakan 10 sampel. Perbedaannya lagi penelitian ini menggunakan variabel dependen loyalitas nasabah sedangkan penelitian Pratiwi menggunakan variabel dependen yaitu rasio CAR, NPF, ROA, ROE, NIM, FDR, dan BOPO.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Tania dan Susanti<sup>37</sup>, yang bertujuan untuk menganalisis tata kelola perusahaan pada perbankan syariah di Indonesia khususnya pada independensi Dewan Komisaris. Sehingga penelitian ini dapat mengetahui praktik tata kelola perusahaan khususnya independensi dewan komisaris dalam hal kepemilikan saham dan rangkap jabatan pada bank-bank syariah di Indonesia. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian ini mengambil sampel semua Bank Syariah di Indonesia yang telah *listing* di Bursa Efek Indonesia. Sampel berjumlah 11 bank syariah. Daya yang dipakai adalah laporan keuangan tahun 2015.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa, Dewan Komisaris pada sepuluh bank syariah di Indonesia memiliki saham di perusahaan tersebut atau perusahaan lain dan atau memiliki rangkap jabatan pada perusahaan lain. Hal tersebut membuktikan bahwa mayoritas Dewan Komisaris pada Bank Syariah di Indonesia belum independen. Hal ini disebabkan oleh tidak adanya standar sebagai ukuran keindependensian dewan direksi dan dewan komisaris yang dapat menyebabkan konflik kepentingan dan keputusan yang diambil mungkin tidak dapat mewakili kepentingan terbaik dari investor.

---

<sup>37</sup> Atika Lusi Tania, Liana Dewi Susanti, *Analisis Good Corporate Governance Pada Bank Syariah Analisis Independensi Dewan Komisaris pada Bank Syariah di Indonesia*, (Lampung: Jurnal Hukum & Ekonomi Syariah Vol. 5 IAIN Metro, 2017), hal. 205



Persamaan penelitian ini dengan penelitian Tania dan Susanti adalah menggunakan variabel independen *Good Corporate Governance* (GCG). Sedangkan perbedaannya adalah peneliti menggunakan variabel dependen loyalitas nasabah, sedangkan Indra menggunakan variabel dependen Dewan Komisaris yang ada di 11 sampel Bank Syariah terpilih.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Ferdyant,dkk<sup>38</sup>, bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas penerapan *good corporate governance* dan risiko pembiayaan terhadap profitabilitas Bank Umum Syariah di Indonesia. Objek dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa laporan keuangan yang diterbitkan oleh Bank Indonesia dan laporan tahunan GCG tahun 2010-2013 yang diperoleh dari sepuluh Bank Umum Syariah dengan jumlah sampel 39 Bank Umum Syariah. Metode yang digunakan adalah metode korelasional.

Dari penelitian ini menghasilkan bahwa, hasil uji-T SPSS menunjukkan bahwa kualitas penerapan GCG berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas perbankan syariah. *Non Performing Finance* (NPF) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas perbankan syariah. Sedangkan hasil uji-F SPSS menunjukkan penerapan GCG dan kualitas *Non Performing Finance* (NPF) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas perbankan syariah.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Ferdyant, dkk adalah menggunakan salah satu variabel independennya yakni *Good Corporate*

---

<sup>38</sup> Ferly Ferdyant, dkk, *Pengaruh Kualitas Penerapan Good Corporate Governance dan Risiko Pembiayaan terhadap Profitabilitas Perbankan Syariah*, (Jakarta: Jurnal Dinamika Akuntansi & Bisnis Vol. 1, 2014), hal. 146

*Governance* (GCG). Sedangkan perbedaannya adalah peneliti menambahkan variabel independennya dengan risiko pembiayaan, lalu menggunakan variabel dependen profitabilitas perbankan syariah. Selain itu, sampel penelitian yang digunakan adalah 10 bank dan 11 bank umum syariah.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Kartika<sup>39</sup>, bertujuan untuk menganalisis pengaruh penerapan GCG oleh dewan komisaris, dewan direksi, komite-komite, dan dewan pengawas syariah terhadap kinerja perbankan syariah yang diukur dengan profitabilitas *Net Profit Margin* (NPM) pada Bank Umum Syariah di Indonesia pada tahun 2010-2013. Pengumpulan data menggunakan data sekunder yang diperoleh dari web objek penelitian. Yang menjadi populasi dalam penelitian tersebut adalah Bank Umum Syariah yang terdapat di Indonesia pada tahun 2010-2013.

Dari penelitian tersebut menghasilkan bahwa tidak ada pengaruh nyata antara dewan komisaris dan DPS terhadap kinerja perbankan. Tetapi terdapat pengaruh yang nyata antara dewan direksi dan komite-komite terhadap kinerja perbankan.

Persamaan penelitian ini dengan Kartika adalah menggunakan variabel independen *Good Corporate Governance* (GCG). Sedangkan perbedaannya adalah peneliti menggunakan variabel dependen profitabilitas yang diukur dengan *Net Profit Margin* (NPM) serta objek penelitian menggunakan empat BUS.

---

<sup>39</sup> Ika Kartika, *Pengaruh Penerapan Good Corporate Governance Oleh Dewan Komisaris, Dewan Direksi, Komite-Komite, dan Dewan Pengawas Syariah terhadap Kinerja Perbankan Pada Bank Umum Syariah di Indonesia Tahun 2010-2013*, (Jakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2014), hal. 92

Keenam, penelitian yang dilakukan oleh Arika, dkk<sup>40</sup>, bertujuan untuk mengkaji penerapan *good corporate governance* pada bank umum sebelum dan sesudah berlakunya Peraturan Bank Indonesia Nomor 8/4/PBI/2006 tentang Pelaksanaan *Good Corporate Governance* Bagi Bank Umum. Penelitian ini didasarkan pada rasio CAMELS untuk menilai kinerja bank. Rasio ini dipilih karena bisa memberikan hasil secara menyeluruh dan ukuran kinerja yang komprehensif dalam mengukur tingkat kesehatannya.

Hasil penelitian tersebut menggambarkan efektivitas Bank Indonesia sebagai regulator dalam memberikan pedoman penerapan *corporate governance* pada PBI. Hasil penelitian tersebut juga mengungkapkan adanya dorongan bagi industri perbankan Indonesia untuk mendorong penerapan GCG agar peringkat dan kinerjanya meningkat.

Persamaan penelitian ini dengan Arika, dkk, adalah sama-sama menggunakan *Good Corporate Governance* (GCG) dalam memilih variabel independennya. Sedangkan perbedaannya adalah peneliti menggunakan Bank Umum di Indonesia dalam memilih variabel dependennya serta menggunakan rasio CAMELS untuk mengukur kinerja bank.

Ketujuh, penelitian yang dilakukan oleh Astrid dan Amanita<sup>41</sup>, bertujuan untuk mengetahui pengaruh Dewan Komisaris Independen, Dewan Direksi, Komite Audit, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, dan Ukuran

---

<sup>40</sup> Arika Artiningsih, dkk, *Corporate Governance Implementation And Performance Assesment Using The CGCG's UGM Rating Model: Commercial Banks In Indonesia*, (Yogyakarta: Journal of Indonesian Economy and Business Vo.26, 2011), hal. 219

<sup>41</sup> Astri Aprianingsih dan Amanita Novi Yushita, *Pengaruh Penerapan Good Corporate Governance, Struktur Kepemilikan, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan*, (Yogyakarta: Jurnal Profita Edisi 4, 2016), hal. 1

Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan Perbankan yang terdaftar di BEI periode 2011-2014. Populasi penelitian tersebut adalah perusahaan perbankan dengan pemilihan sampel melalui metode *purposive sampling* sejumlah 30 perusahaan yang memenuhi kriteria sebagai sampel penelitian. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear sederhana dan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Dewan Komisaris, Dewan Direksi, Komite Audit, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, dan Ukuran Perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap Kinerja Keuangan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Astrid adalah menggunakan variabel independen *Good Corporate Governance* (GCG). Sedangkan perbedaannya adalah peneliti menggunakan tiga variabel independen selain GCG, yakni struktur kepemilikan dan ukuran perusahaan. Untuk variabel dependen menggunakan kinerja keuangan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2011-2014 sejumlah 30 sampel perbankan.

Kedelapan, penelitian yang dilakukan oleh Agus, dkk<sup>42</sup>, bertujuan untuk mempelajari hubungan antara GCG dengan kinerja bank menggunakan pendekatan BSC (*Balanced Scorecard*). Metode penelitian yang digunakan adalah metode *explanatory survey* dengan mengambil 65 objek penelitian dalam bentuk data primer maupun data sekunder, menggunakan kuesioner yang akan diolah melalui analisis regresi liner berganda menggunakan SPSS. Populasi yang diambil

---

<sup>42</sup> Agus Supriyatna, dkk, *Good Corporate Governance and Bank Performance: A Balanced Scorecard Approach*, (Bandung: Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Vol.6, 2018), hal. 481

berasal dari seluruh pimpinan cabang pada seluruh kantor cabang Bank BJB berjumlah sebanyak 65 pegawai.

Penelitian tersebut menunjukkan bahwa GCG mempunyai pengaruh terhadap kinerja Bank BJB. Jika diimplementasikan dengan baik, maka GCG akan menjadi salah satu komponen yang berpengaruh terhadap kinerja bank khususnya dalam meningkatkan pencapaian BSC.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan Agus, dkk, adalah menggunakan variabel independen *Good Corporate Governance* (GCG). Sedangkan perbedaannya terdapat pada pemilihan variabel dependen, yakni menggunakan variabel kinerja BSC (*Balanced Scorecard*).

Kesembilan, penelitian yang dilakukan oleh Vincentius dan Juniarti<sup>43</sup>, bertujuan untuk menguji pengaruh penerapan *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2007-2011. Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk semua jenis industri yang memenuhi kriteria yang diterapkan dalam penelitian sejumlah 37 sampel perusahaan. Penelitian tersebut menggunakan data kuantitatif. Untuk menguji hipotesis menggunakan analisis regresi berganda linear.

Hasil penelitian tersebut membuktikan bahwa *market share* tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan mempunyai pengaruh negatif tapi tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

---

<sup>43</sup> Vincentius Randy dan Juniarti, *Pengaruh Penerapan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Yang Terdaftar di BEI 2007-2011*, (Surabaya: Bussiness Accounting Review Vol.1 No.2, 2013), hal. 306

Sektor Industri berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Sedangkan GCG mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Vincentius dan Juniarti adalah menggunakan variabel independen penerapan *Good Corporate Governance* (GCG). Sedangkan perbedaannya adalah terletak pada variabel dependen yang memilih Nilai Perusahaan dalam menguji pengaruh GCG.

Kesepuluh, penelitian yang dilakukan oleh Andina<sup>44</sup>, bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap *financial distress* pada perusahaan-perusahaan sektor properti, *real estate*, dan konstruksi bangunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2013. Pada penelitian ini konsep *good corporate governance* diproksikan menggunakan indikator kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, komposisi dewan komisaris independen dan komite audit. Sampel dipilih secara *purposive* dan data yang diperoleh dianalisis menggunakan regresi logistik.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa komposisi dewan komisaris independen secara signifikan berpengaruh negatif terhadap *financial distress*. Sementara kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, dan komite audit, secara berturut-turut, berpengaruh negatif, positif dan positif terhadap *financial distress*, namun tidak signifikan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Andina adalah menggunakan variabel independen *Good Corporate Governance* (GCG). Sedangkan perbedaannya adalah peneliti menggunakan variabel dependen *financial distress*.

---

<sup>44</sup> Andina Nur Fathonah, *Pengaruh Penerapan Good Corporate Governance Terhadap Financial Distress*, (Bandung: Jurnal Ilmiah Akuntansi Vol.1 No.2, 2016), hal. 133

Sedangkan populasi yang diambil adalah perusahaan yang bergerak dalam industri perusahaan *property, real estate*, dan konstruksi bangunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2013.

Kesebelas, penelitian yang dilakukan oleh Umam<sup>45</sup>, bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penerapan *good corporate governance* terhadap loyalitas nasabah BPRS Artha Mas Abadi Pati. Dalam penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif dan sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Populasinya adalah para nasabah yang bertransaksi di BPRS Artha Mas Abadi Pati dengan pengambilan sampel menggunakan sampel random.

Hasil penelitian tersebut membuktikan bahwa penerapan *good corporate governance* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah BPRS Artha Mas Abadi Pati. Besar penerapan *good corporate governance* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BPRS Artha Mas Abadi Pati adalah 0,623.

Persamaan penelitian ini dengan Umam adalah variabel independen menggunakan *good corporate governance* dan variabel dependen menggunakan loyalitas nasabah. Sedangkan perbedaannya terletak pada pemilihan populasi dan sampel.

Keduabelas, penelitian yang dilakukan oleh Elwan<sup>46</sup>, bertujuan untuk menjelaskan pengaruh teknologi informasi dan akuntabilitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah BPRS Amanah Ummah. Penelitian tersebut menggunakan

---

<sup>45</sup> Mohammad Umam, *Pengaruh Penerapan Good Corporate Governance Terhadap Loyalitas Nasabah BPRS Artha Mandiri Abadi Pati*, (Semarang: IAIN Walisongo, 2011), hal. 40

<sup>46</sup> Tia Elwan, *Analisis Pengaruh Teknologi Informasi dan Akuntabilitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah PT BPRS Amanah Ummah Cabang Bogor*, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2016), hal. 120

pendekatan kuantitatif dengan sampel yang diambil menggunakan metode *judgement sampling*. Sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan metode survei dengan teknik kuesioer yang diberikan kepada responden.

Dari hasil penelitian tersebut terdapat pengaruh antara variabel teknologi informasi dan akuntabilitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah secara simultan. Dibuktikan dengan tingkat signifikansi yaitu  $0,003 < 0,05$  untuk variabel teknologi informasi dan  $0,000 < 0,05$  untuk variabel akuntabilitas pelayanan.

Persamaan penelitian ini dengan Elwan adalah salah satu variabel independen yang digunakan adalah akuntabilitas dan variabel dependen yang digunakan adalah loyalitas nasabah. Sedangkan perbedaannya terletak pada pemilihan lokasi, populasi dan sampel.

Ketigabelas, penelitian yang dilakukan oleh Rumadan, dkk.<sup>47</sup>, penelitian tersebut dilakukan untuk menganalisis pengaruh implementasi syariah *governance* terhadap loyalitas nasabah. Populasi dalam penelitian tersebut adalah seluruh nasabah Bank Syariah yang terdaftar di kota Malang. Teknik pengambilan sampel dengan cara memberikan kuesioner dan metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda.

Dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa secara simultan transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, kemandirian, keadilan dan syariah *compliance* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Secara parsial akuntabilitas, responsibilitas, kemandirian, keadilan, syariah *compliance* berpengaruh terhadap

---

<sup>47</sup> Rumadan, Rukmiati, dkk., *Pengaruh Implementasi Syariah Governance Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Perbankan Syariah Yang Terdaftar di Kota Malang)*, (Malang: Universitas Islam Malang, 2018), hal. 49



loyalitas nasabah. Sedangkan transparansi tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Persamaan penelitian ini dengan Rumadan, dkk., adalah menggunakan variabel independen *good corporate governance* yakni transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, kemandirian, keadilan dan syariah *compliance* dan variabel dependennya menggunakan loyalitas nasabah. Perbedaannya terletak pada pemilihan sampel yakni nasabah perbankan yang terdaftar di Kota Malang.

Keempat belas, penelitian yang dilakukan oleh Inayah dan Zahrotul<sup>48</sup>, penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis hubungan antara kepercayaan, transparansi dan akuntabilitas terhadap loyalitas muzakki. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian *explanatory research* dan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Populasi yang di ambil adalah muzakki Badan Amil Zakat Kecamatan Tegalsari Kabupaten Banyuwangi.

Persamaan penelitian ini dengan Inayah dan Zahrotul adalah sama sama menggunakan variabel independen *good corporate governance* dan variabel dependennya menggunakan loyalitas nasabah. Perbedaannya terdapat pada pemilihan sampel yakni muzakki Badan Amil Zakat pada Kecamatan Tegalsari Kabupaten Banyuwangi. Dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Inayah dan Zahrotul menghasilkan bahwa terdapat hubungan antara variabel kepercayaan, transparansi, dan akuntabilitas dengan tingkat loyalitas muzakki dan bernilai signifikan.

---

<sup>48</sup> Nurul Inayah dan Zahrotul Muanisah, *Hubungan Kepercayaan, Transparansi, dan Akuntabilitas Terhadap Loyalitas Muzakki Pada Badan Amil Zakat (Studi Kasus di Kecamatan Tegalsari Banyuwangi)*, (Banyuwangi: Activa Jurnal Ekonomi Syariah, 2018), hal. 17

Kelima belas, penelitian yang dilakukan oleh Ravena<sup>49</sup>, penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui dan mengukur pengaruh secara simultan dan parsial variabel *good corporate governance* terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat KCP Curup. Jenis penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data menggunakan observasi, angket dan wawancara. Sumber data yang digunakan adalah nasabah pada Bank Muamalat KCP Curup.

Persamaan penelitian ini dengan yang dilakukan oleh Ravena adalah sama sama menggunakan variabel independen *good corporate governance* dan variabel dependennya menggunakan loyalitas nasabah. Perbedaannya terdapat pada pemilihan sampel yakni nasabah pada Bank Muamalat KCP Curup. Dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ravena menghasilkan bahwa secara simultan sistem *good corporate governance* mempengaruhi loyalitas nasabah pada Bank Muamalat KCP Curup. Sedangkan secara parsial terdapat variabel yang berpengaruh (variabel keterbukaan dan variabel kewajaran) dan tidak berpengaruh (variabel kewajaran, tanggung jawab, independen) terhadap loyalitas nasabah pada Bank Muamalat KCP Curup.

Dari beberapa penelitian terdahulu di atas yang telah dipaparkan secara sekilas, dapat diketahui persamaan dan perbedaan tentang pengaruh penerapan *Good Corporate Governance* (GCG). Penelitian-penelitian yang telah dipaparkan di atas tidak sama persis dengan penelitian ini karena variabel yang berbeda dengan penelitian sebelumnya, indikator yang dipilih tidak seluruhnya sama, dan

---

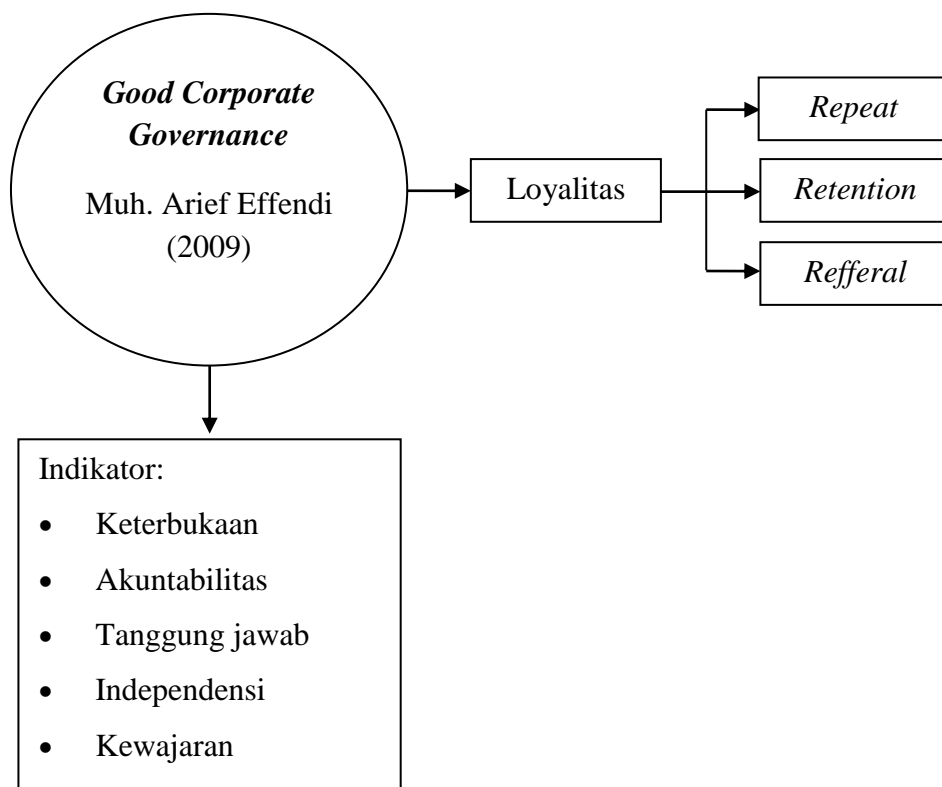
<sup>49</sup> Neneng Ravena, *Pengaruh Implementasi GCG (Good Corporate Governance) Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia KCP Curup*, (Curup: Skripsi Diterbitkan, 2019), hal. 90

dalam penelitian ini peneliti bermaksud mengkaji secara khusus pengaruh penerapan *good corporate governance* terhadap loyalitas nasabah (studi kasus pada PT Bank BNI Syariah KC Malang).

#### **D. Kerangka Konseptual**

Dari berbagai teori yang telah diuraikan di atas dapat ditarik menjadi sebuah kerangka konsep yang mana variabel X adalah *good corporate governance* (keterbukaan, akuntabilitas, pertanggungjawaban, independensi dan kewajaran) karena pada bank syariah dan variabel Y adalah loyalitas (*repeat, retention, dan referral*).

Dengan menerapkan prinsip-prinsip *good corporate governance* yang meliputi keterbukaan, akuntabilitas, pertanggungjawaban, independensi, kewajaran, dan kepatuhan prinsip syariah maka nasabah akan semakin loyal kepada bank. Dengan mengacu pada argumen tersebut maka terciptalah kerangka konsep seperti berikut ini.



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Konseptual**

Keterangan :

1. Variabel bebas (*variable independent*) adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab timbulnya variabel terikat. Variabel bebas dalam hal ini adalah *good corporate governance* yang selanjutnya dalam penelitian ini disebut (X)<sup>50</sup> dengan indikatornya adalah *transparency* (keterbukaan)<sup>51</sup>, *accountability* (akuntabilitas)<sup>52</sup>, *responsibility* (tanggung jawab)<sup>53</sup>, *independency* (independen/professional)<sup>54</sup>, dan *fairness* (kewajaran)<sup>55</sup>.

<sup>50</sup> Muh. Arief Effendi, *The Power of Good Corporate Governance...*, hal. 2

<sup>51</sup> *Ibid.*, hal. 4

<sup>52</sup> *Ibid.*, hal. 5

<sup>53</sup> *Ibid.*, hal. 5

<sup>54</sup> Adrian Sutedi, *Good Corporate Governance...*, hal. 88

<sup>55</sup> Muh. Arief Effendi, *The Power of Good Corporate Governance...*, hal. 5

2. Variabel terikat (*variable dependent*) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel dependen adalah loyalitas (Y).<sup>56</sup> Indikatornya adalah *repeat*, *retention*, dan *referral*.

## E. Hipotesis Penelitian

Adanya pengaruh antara penerapan *good corporate governance* terhadap loyalitas, maka hipotesis yang diajukan:

### 1. Hipotesis 1

H<sub>0</sub> : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara transparansi (*transparency*) terhadap loyalitas nasabah di Bank BNI Syariah KC Malang.

H<sub>1</sub> : Terdapat pengaruh signifikan antara transparansi (*transparency*) terhadap loyalitas nasabah di Bank BNI Syariah KC Malang.

### 2. Hipotesis 2

H<sub>0</sub> : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara akuntabilitas (*accountability*) terhadap loyalitas nasabah di Bank BNI Syariah KC Malang.

H<sub>2</sub> : Terdapat pengaruh signifikan antara akuntabilitas (*accountability*) terhadap loyalitas nasabah di Bank BNI Syariah KC Malang.

### 3. Hipotesis 3

H<sub>0</sub> : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara pertanggungjawaban (*responsibility*) terhadap loyalitas nasabah di Bank BNI Syariah KC Malang.

---

<sup>56</sup> Mohammad Umam, *Pengaruh Penerapan Good Corporate Governance...*, hal. 27

H<sub>3</sub> : Terdapat pengaruh signifikan antara pertanggungjawaban (*responsibility*) terhadap loyalitas nasabah di Bank BNI Syariah KC Malang.

4. Hipotesis 4

H<sub>0</sub> : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara independensi (*independency*) terhadap loyalitas nasabah di Bank BNI Syariah KC Malang.

H<sub>4</sub> : Terdapat pengaruh signifikan antara independensi (*independency*) terhadap loyalitas nasabah di Bank BNI Syariah KC Malang.

5. Hipotesis 5

H<sub>0</sub> : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara kewajaran (*fairness*) terhadap loyalitas nasabah di Bank BNI Syariah KC Malang.

H<sub>5</sub> : Terdapat pengaruh signifikan antara kewajaran (*fairness*) terhadap loyalitas nasabah di Bank BNI Syariah KC Malang.

6. Hipotesis 6

H<sub>0</sub> : Tidak terdapat pengaruh secara simultan penerapan sistem *good corporate governance* terhadap loyalitas nasabah di Bank BNI Syariah KC Malang.

H<sub>6</sub> : Terdapat pengaruh secara simultan penerapan sistem *good corporate governance* terhadap loyalitas nasabah di Bank BNI Syariah KC Malang.