

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. *Good Corporate Governance*

a. Definisi *Good Corporate Governance*

Governance yang terjemahannya adalah pengaturan yang dalam konteks *Good Corporate Governance* ada yang menyebut tata pamong. *Corporate Governance* dapat didefinisikan sebagai suatu proses dan struktur yang digunakan oleh organ perusahaan (Pemegang Saham, Pemilik Modal, Komisionaris atau Dewan Pengawas, Direksi) untuk meningkatkan usaha dan akuntabilitas perusahaan dengan tetap memperhatikan kepentingan *stakeholders* lainnya, berlandaskan peraturan perundang-undangan dan nilai-nilai etika.²⁰

Komite Cadbury mendefinisikan *Good Corporate Governance*:

“Prinsip yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan agar mencapai keseimbangan antara kekuatan serta kewenangan perusahaan dalam memberikan pertanggungjawabannya kepada para *shareholders* khususnya, dan *stakeholders* pada umumnya.”²¹

Good Corporate Governance menurut *Forum for Corporate governance in Indonesia/FCGI* adalah:

²⁰ Adrian Sutedi, *Good Corporate Governance*, ... hlm. 1

²¹ Mas Achmad Daniri, *Lead By GCG*, (Jakarta: Gagasan Bisnis Indonesia, 2014), hlm. 7

“Seperangkat aturan yang mengatur hubungan antara pemegang, pengurus (pengelola) perusahaan, pihak kreditur, pemerintah, karyawan, serta para pemegang kepentingan internal dan eksternal lainnya yang berkaitan dengan hak-hak dan kewajiban mereka atau dengan kata lain suatu sistem yang mengendalikan perusahaan. Tujuan *Corporate governance* adalah untuk menciptakan nilai tambah bagi semua pihak yang berkepentingan.”²²

Good Corporate Governance menurut Bank Dunia (BEI NEWS, 2004):

“*Good Corporate Governance is a blend of law, regulation, and appropriate voluntary private sector practices which enable a corporation to attract financial and human capital, perform effectively and thereby perpetuate it self by generating long term economic value for its shareholders and society as a whole.*” (*Good Corporate Governance* adalah aturan, standar, dan organisasi di bidang ekonomi yang mengatur perilaku pemilik perusahaan, direktur dan manager serta perincian dan penjabaran tugas dan wewenang serta pertanggungjawaban kepada investor (pemegang saham dan kreditur).”²³

Menurut Noensi, seorang pakar *Good Corporate Governance* dari Indo Consult mendefinisikan *Good Corporate Governance* :

“*Good Corporate Governance* adalah menjalankan dan mengembangkan perusahaan dengan bersih, patuh terhadap hukum yang berlaku dan peduli terhadap lingkungan yang dilandasi nilai-nilai sosial budaya yang tinggi.”²⁴

Menurut Syahkroza *Good Corporate Governance*:

“Merupakan suatu mekanisme tata kelola organisasi secara baik dalam melakukan pengelolaan sumber daya organisasi secara efisien, efektif, ekonomis ataupun produktif dengan prinsip - prinsip terbuka (*transparency*), akuntabilitas (*accountability*), pertanggungjawaban (*responsibility*), independen (*independency*) dan adil (*fairness*) dalam rangka mencapai tujuan organisasi.”²⁵

²²Sedarmayanti, *Good Governance & Good Corporate Governance*, (Bandung: PT. Mandar Maju, 2012), hlm. 52-53

²³Rachmadi Usman, *Aspek Hukum Perbankan di Indonesia*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2012), hlm. 243

²⁴Adrian Sutedi, *Good Corporate Governance*, ... hlm. 1

²⁵Ahmad Ifham Solihin, *Buku Pintar Ekonomi Syariah*, ... hlm. 292

Dari beberapa pendapat dari para ahli mengenai *Good Corporate Governance* merupakan suatu pola hubungan yang mengatur antara pemilik, pengelola, dan pihak yang berkepentingan lainnya demi terciptanya suatu nilai tambah dan keberlangsungan usaha berdasarkan etika dan norma yang berlaku.

Sistem tata kelola organisasi perusahaan yang baik menuntut dibangun dan dijalankannya prinsip-prinsip tata kelola perusahaan (*Corporate Governance*) dalam proses manajerial perusahaan. Dengan mengenal prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* yang berlaku secara universal diharapkan perusahaan dapat hidup secara berkelanjutan dan memberikan manfaat bagi para *stakeholders*.

b. Prinsip-prinsip *Good Corporate Governance*

Dalam kaitan tumbuhnya kesadaran akan pentingnya *Good Corporate Governance*, maka OECD (*Organization for Economic and Development*) telah mengembangkan prinsip *Good Corporate Governance* dan dapat diterapkan secara luwes sesuai keadaan, budaya, dan tradisi masing-masing negara. Prinsip-prinsip dasar *Good Corporate Governance* antara lain:

1) *Fairness* (Kewajaran)

Perlakuan sama terhadap pemegang saham, terutama kepada saham minoritas dan pemegang saham asing, dengan

keterbukaan informasi yang penting serta melarang pembagian untuk pihak sendiri dan perdagangan saham orang dalam.

2) *Disclosure & Transparency* (Transparansi)

Hak pemegang saham, yang harus diberi informasi benar dan tepat waktu mengenai perusahaan, dapat berperan serta dalam pengambilan keputusan mengenai perubahan mendasar atas perusahaan dan memperoleh bagian keuntungan perusahaan. Pengungkapan yang akurat dan tepat waktu serta transparansi mengenai semua hal penting bagi kinerja perusahaan, kepemilikan, serta pemegang kepentingan.

3) *Accountability* (Akuntabilitas)

Tanggung jawab manajemen melalui pengawasan efektif berdasarkan keseimbangan kekuasaan antara manajer, pemegang saham, dewan komisaris, dan auditor, merupakan bentuk pertanggungjawaban manajemen kepada perusahaan dan pemegang saham.

4) *Responsibility* (Tanggung Jawab)

Peran pemegang saham harus diakui sebagaimana ditetapkan oleh hukum dan kerja sama yang aktif antara perusahaan serta pemegang kepentingan dalam menciptakan kekayaan, lapangan kerja dan perusahaan yang sehat dari aspek keuangan.²⁶

²⁶ Sedarmayanti, *Good Governance & Good Corporate Governance*,..., hlm. 56-57

Dalam pedoman *Good Corporate Governance* Perbankan Indonesia yang dikeluarkan oleh Komite Nasional Kebijakan *Good Corporate Governance* disebutkan bahwa *Good Corporate Governance* mengandung lima prinsip utama yaitu:

- 1) Akuntabilitas (*accountability*) berarti tuntutan agar manajemen perusahaan memiliki kemampuan *answerability*, yaitu kemampuan untuk merespons pertanyaan *stakeholders* atas berbagai *corporate action* yang mereka lakukan.
- 2) Keterbukaan (*transparency*) adalah ketersediaan informasi yang akurat, relevan dan mudah dimengerti yang diperoleh secara *low-cost* sehingga *stakeholders* dapat mengambil keputusan secara tepat.
- 3) Tanggung jawab (*responsibility*) yakni memastikan bahwa bank dikelola secara hati-hati sesuai dengan hukum dan peraturan perundang-undangan yang berlaku, termasuk menetapkan manajemen risiko dan pengendalian yang sesuai.
- 4) Independensi (*independency*) adalah bertindak hanya untuk kepentingan bank dan tidak dipengaruhi aktivitas yang mengarah pada timbulnya *conflict of interest*.
- 5) Kewajaran (*fairness*) yaitu menjamin perlindungan hak-hak para pemegang saham, manajemen, dan karyawan bank, nasabah serta *stakeholders* lainnya.²⁷

²⁷ Ahmad Ifham Solihin, *Buku Pintar Ekonomi Syariah...* hlm. 293-294

Semua prinsip *Good Corporate Governance* di atas bertujuan dan diciptakan untuk dapat melindungi kepentingan semua pihak yang berkepentingan (*stakeholders*). Struktur Tata Kelola Perbankan (*Governance Structure of Banking*) dapat diterapkan dengan adanya beberapa kriteria meliputi pemegang saham, dewan komisiaris, direksi, auditor dan komite audit, *compliance officer*, sekretaris perusahaan, Dewan Pengawas Syariah dan *stakeholders*.²⁸

Dalam ajaran Islam, prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* tersebut sesuai dengan norma dan nilai Islami dalam aktivitas dan kehidupan seorang muslim. Islam sangat *intens* mengajarkan diterapkannya prinsip ‘*adalah* (keadilan), *tawazun* (keseimbangan), *mas’uliah* (akuntabilitas), *akhlaq* (moral), *shiddiq* (kejujuran), *amanah* (pemenuhan kepercayaan), *fathanah* (kecerdasan), *tabligh* (transparansi, keterbukaan), *hurriyah* (independensi dan kebebasan yang bertanggung jawab), *ihsan* (professional), *wasathan* (kewajaran), *ghirah* (militasi syariah), *idarah* (pengelolaan), *khilafah* (kepemimpinan), *aqidah* (keimanan), *ijabiyah* (berfikir positif), *rabaqah* (pengawasan),

²⁸ Yusriati Nur Farida dkk, *Pengaruh Penerapan Corporate Governance Terhadap Timbulnya Earnings Management dalam Menilai Kinerja Keuangan pada Perusahaan Perbankan Di Indonesia*, Jurnal Bisnis dan Akuntansi Vol. 12, No, 2, Agustus 2010, dalam eprints.ums.ac.id/25795/23/02._NASKAH_PUBLIKASI_ILMIAH.pdf, diakses 8 November 2015

qiraah dan *ishlah* (organisasi yang terus belajar dan selalu melakukan perbaikan).²⁹

c. Tujuan Pelaksanaan *Good Corporate Governance*

Sementara itu tujuan perbankan syariah melaksanakan *Good Corporate Governance* antara lain sebagai berikut:

- 1) Mewujudkan tata kelola industri perbankan syariah yang berlandaskan pada transparansi, akuntabilitas, pertanggung jawaban, professional, dan kewajaran.
- 2) Membangun industri perbankan yang sehat dan tangguh
- 3) Memenuhi prinsip syariah, sehingga reputasi industri perbankan syariah tetap terjaga.
- 4) Meningkatkan perlindungan seluruh pihak yang memiliki kepentingan secara langsung maupun tidak langsung terhadap kegiatan usaha dan kelangsungan usaha perbankan syariah (*stakeholders*).
- 5) Meningkatkan kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku serta nilai-nilai etika yang berlaku secara umum pada industri perbankan syariah.
- 6) Dalam rangka melakukan *check and balance* di antara kelembagaan perbankan syariah.
- 7) Dalam rangka perbaikan dan peningkatan kualitas pelaksanaan *Good Corporate Governance* melalui *self*

²⁹ Muhammad, *Manajemen Keuangan Syariah: Analisis Fiqh & Keuangan*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2014), hlm. 651-652

assessment secara komprehensif terhadap kecukupan pelaksanaan *Good Corporate Governance*, sehingga dapat dilakukan perbaikan yang diperlukan.³⁰

d. Pelaksanaan Prinsip-Prinsip *Good Corporate Governance*

1) Prinsip *Transparency* (Transparansi)

Penyediaan informasi yang memadai, akurat, dan tepat waktu kepada stakeholders harus dilakukan oleh perusahaan agar dapat dikatakan transparan. Pengungkapan yang memadai sangat diperlukan oleh investor dalam kemampuannya untuk membuat keputusan terhadap risiko dan keuntungan dari investasinya. Pengungkapan masalah yang khusus berhubungan dengan kompleksnya organisasi dari konglomerat. Kurangnya pernyataan keuangan yang menyeluruh menyulitkan pihak luar untuk menentukan apakah perusahaan tersebut memiliki utang yang menumpuk dalam tingkat yang mengkhawatirkan. Kurangnya informasi akan membatasi kemampuan investor untuk memperkirakan nilai dan risiko dan pertambahan modal. Intinya, perusahaan harus meningkatkan kualitas, kuantitas, dan frekuensi dari pelaporan keuangan. Pengurangan dari kegiatan curang seperti manipulasi laporan, pengakuan pajak yang salah dan penerapan dari prinsip-prinsip pelaporan yang cacat, kesemuanya adalah masalah krusial untuk menyakinkan bahwa penegelolaan

³⁰ Rachmat Usmadi, *Aspek Hukum Perbankan Syariah di Indonesia*, ...hlm. 256-257.

perusahaan dapat dipertahankan. Pelaksanaan menyeluruh dengan syarat-syarat pemeriksaan dan pelaporan yang sesuai hukum akan meningkatkan kejujuran dan pengungkapan.³¹

Menurut M. Umer Chapra dan Tariqullah sebagaimana dikutip oleh Usanti, menegaskan bahwa transparansi pada bank ditunjukkan dengan penyediaan informasi yang benar tentang pentingnya variabel keuangan, lembaga lain, dan faktor administrasi yang mempengaruhi kredibilitas bank. Hal ini tidak hanya penting untuk menjaga kepentingan pemilik dana dan pihak lain, tetapi juga masalah stabilitas sistem. Konsep berbagi risiko (*risk sharing*) dari pembiayaan syariah harus ditingkatkan karena pihak pemegang saham dan deposan investasi harus dapat mengawasi operasional bank sehingga dapat meningkatkan kedisiplinan. Selain itu bank juga harus meningkatkan transparansi dan daya saingnya melalui *disclosure* kualitas modal, standar akuntansi, pengelolaan risiko, dan kecukupan modal.³²

2) Prinsip *Accountability* (Akuntabilitas)

Perusahaan harus dapat mempertanggung jawabkan kinerjanya secara transparan dan wajar. Untuk itu perusahaan harus dikelola secara benar, terukur dan sesuai dengan kepentingan perusahaan dengan tetap memperhitungkan kepentingan pemegang saham dan

³¹ Adrian Sutedi, *Good Corporate Governance*, ... hlm.11

³² Trisadini P. Usanti dan Abdul Shomad, *Transaksi Bank Syariah*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2013), hlm. 82

pemangku kepentingan lain. Akuntabilitas merupakan prasyarat yang diperlukan untuk mencapai kinerja yang berkesinambungan.

Perusahaan harus menetapkan rincian tugas dan tanggung jawab masing-masing organ perusahaan dan semua karyawan secara jelas dan selaras dengan visi, misi, nilai-nilai perusahaan (*corporate values*), dan strategi perusahaan. Perusahaan harus meyakini bahwa semua organ perusahaan dan semua karyawan mempunyai kemampuan sesuai dengan tugas, tanggung jawab, dan perannya dalam pelaksanaan *Good Corporate Governance*. Perusahaan harus memastikan adanya sistem pengendalian internal yang efektif dalam pengelolaan perusahaan. Perusahaan harus memiliki ukuran kinerja untuk semua jajaran perusahaan konsisten dengan sasaran usaha perusahaan, serta memiliki sistem penghargaan dan sanksi (*reward and punishment system*). Dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya, setiap organ perusahaan dan semua karyawan harus berpegang pada etika bisnis dan pedoman perilaku (*code of conduct*) yang telah disepakati.³³

3) Prinsip *Responsibilitas* (Tanggung Jawab)

Perusahaan harus mematuhi peraturan perundang-undangan serta melaksanakan tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sehingga dapat terpelihara kesinambungan usaha dalam

³³ KNKG, Pedoman Umum Good Corporate Governance Indonesia 2006, hlm.6

jangka panjang dan mendapat pengakuan sebagai *good corporate citizen*.

Organ perusahaan harus berpegang pada prinsip kehati-hatian dan memastikan kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan, anggaran dasar dan peraturan perusahaan (*by-laws*). Perusahaan harus melaksanakan tanggung jawab sosial dengan antara lain peduli terhadap masyarakat dan kelestarian lingkungan terutama di sekitar perusahaan dengan membuat perencanaan dan pelaksanaan yang memadai.³⁴

4) Prinsip *Independency* (Independen)

Untuk melancarkan pelaksanaan asas *Good Corporate Governance*, perusahaan harus dikelola secara independen sehingga masing-masing organ perusahaan tidak saling mendominasi dan tidak dapat diintervensi oleh pihak lain.

Masing-masing organ perusahaan harus menghindari terjadinya dominasi oleh pihak manapun, tidak terpengaruh oleh kepentingan tertentu, bebas dari benturan kepentingan (*conflict of interest*) dan dari segala pengaruh atau tekanan, sehingga pengambilan keputusan dapat dilakukan secara obyektif. Masing-masing organ perusahaan harus melaksanakan fungsi dan tugasnya sesuai dengan anggaran dasar dan peraturan perundang-undangan,

³⁴ *Ibid*, hlm.6

tidak saling mendominasi dan atau melempar tanggung jawab antara satu dengan yang lain.³⁵

5) Prinsip *Fairness* (Kewajaran)

Dalam melaksanakan kegiatannya, perusahaan harus senantiasa memperhatikan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya berdasarkan asas kewajaran dan kesetaraan. Perusahaan harus memberikan kesempatan kepada pemangku kepentingan untuk memberikan masukan dan menyampaikan pendapat bagi kepentingan perusahaan serta membuka akses terhadap informasi sesuai dengan prinsip transparansi dalam lingkup kedudukan masing-masing.

Perusahaan harus memberikan perlakuan yang setara dan wajar kepada pemangku kepentingan sesuai dengan manfaat dan kontribusi yang diberikan kepada perusahaan. Perusahaan harus memberikan kesempatan yang sama dalam penerimaan karyawan, berkarir dan melaksanakan tugasnya secara profesional tanpa membedakan suku, agama, ras, golongan, gender, dan kondisi fisik.³⁶

Bank syariah sebagai lembaga intermediasi, fungsi sosial, mitra nasabah, dan lembaga amanah dalam melaksanakan kegiatan usahanya bank syariah harus menganut prinsip transparansi/keterbukaan (*transparency*), memiliki ukuran kinerja dari semua jajaran bank syariah

³⁵ *Ibid*, hlm. 6

³⁶ *Ibid*, hlm. 7

berdasarkan ukuran-ukuran yang konsisten dengan *corporate values*, sasaran usaha dan strategi bank sebagai pencerminan akuntabilitas bank (*accountability*), berpegang pada *prudential banking practices* dan menjamin dilaksanakannya ketentuan yang berlaku sebagai wujud tanggung jawab bank syariah (*responsibility*), objektif dan bebas dari tekanan pihak manapun dalam pengambilan keputusan (*independen*), serta senantiasa memperhatikan kepentingan seluruh *stakeholders* berdasarkan asas kesetaraan dan kewajaran (*fairnees*).³⁷

2. *Sharia Compliance/ Kepatuhan Penerapan Prinsip-Prinsip Syariah*

a. Definisi *Sharia Compliance*

Sharia Compliance adalah ketaatan bank syariah terhadap prinsip-prinsip syariah. Bank Syariah adalah merupakan lembaga keuangan yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam, artinya bank dalam beroperasinya mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam khususnya menyangkut tata-cara bermuamalat secara Islam.³⁸ Yang dimaksud kepatuhan pada prinsip-prinsip syariah, yakni lembaga keuangan tersebut telah menerapkan prinsip-prinsip syariah.

Penerapan merupakan praktek atau pelaksanaan sedangkan prinsip adalah suatu dasar, azas, kebenaran yang menjadi pokok

³⁷ Trisadini P. Usanti dan Abdul Shomad, *Transaksi Bank Syariah, ...* hlm. 79

³⁸ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Bagi Banker dan Praktisi Keuangan, ..* hlm. 12

dasar berfikir.³⁹ Sementara itu syariah berasal dari kata *syara'a* yang secara bahasa berarti jalan menuju sumber air, ini dapat pula diartikan sebagai jalan ke arah sumber pokok kehidupan. Sedang secara istilah syariah bermakna perundang-undangan yang diturunkan oleh Allah SWT melalui Rasulullah Muhammad SAW untuk seluruh umat manusia baik yang menyangkut masalah ibadah, akhlak, makanan, minuman, pakaian maupun muamlaah (interaksi sesama manusia dalam aspek kehidupan) guna meraih kebahagiaan di dunia dan di akhirat.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa *sharia compliance*/kepatuhan penerapan prinsip-prinsip syariah pada perbankan syariah adalah pelaksanaan pedoman-pedoman operasional bisnis sehari-hari dengan berlandaskan nilai-nilai syariah, dalam hal ini yang terkait dengan bisnis perbankan. Perbankan syariah adalah perbankan yang beroperasi sesuai prinsip-prinsip syariah Islam dan bank yang beroperasi mengacu pada ketentuan Al Qur'an dan Al Hadits.⁴⁰

b. Prinsip Prinsip Syariah dalam Lembaga keuangan Syariah

Dalam hukum positif di Indonesia sudah ada regulasi yang mengatur bahwa perbankan syariah wajib menjalankan prinsip-prinsip syariah, hal ini tertuang pada UU No. 21 Tahun 2008 Dalam

³⁹ EM Zul Fajri dan Ratu Aprilia Senja, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Edisi Revisi, (Semarang: Difa Publishers, 2008), hlm. 671

⁴⁰ Karnaen Perwataatmadja dan Muhammad Syafi'i Antonio, *Apa dan Bagaimana Bank Syariah*, (Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1992), hlm. 3

Pasal 1 angka 12 UU No. 21 Tahun 2008 dijelaskan mengenai prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah. Berdasarkan ketentuan ini, maka apa itu prinsip syariah dan syaratnya berpedoman pada berbagai fatwa yang dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional- Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) yang terkait dengan perbankan syariah.

Penegasan prinsip-prinsip syariah juga tertuang pada Undang-Undang No 21 tahun 2008 pasal 2 antara lain: Perbankan Syariah dalam melakukan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah, demokrasi ekonomi, dan prinsip kehati-hatian.

Prinsip syariah yang dimaksud adalah sesuai dengan penjelasan pasal 2 UU No 21 tahun 2008 yaitu: kegiatan usaha yang berazaskan prinsip syariah, antara lain, adalah kegiatan usaha yang tidak mengandung unsur:

- 1). Riba, yaitu penambahan pendapatan secara tidak sah (batil) antara lain dalam transaksi pertukaran barang sejenis yang tidak sama kualitas kuantitas, dan waktu penyerahan (*fadl*), atau dalam transaksi pinjam meminjam yang mempersyaratkan nasabah penerima fasilitas mengembalikan dana yang diterima melebihi pokok pinjaman karena berjalannya waktu (*nasi'ah*)
- 2) *Maisir*, yaitu transaksi yang digantungkan kepada suatu keadaan yang tidak pasti dan bersifat untung-untungan.

3) *Gharar*, yaitu transaksi yang objeknya tidak jelas, tidak dimiliki, tidak diketahui keberadaannya, atau tidak dapat diserahkan pada saat transaksi dilakukan kecuali diatur dalam syariah.

4) Haram, yaitu transaksi yang objeknya dilarang dalam syariah.

5) Zalim, yaitu transaksi yang menimbulkan ketidakadilan bagi pihak lainnya.

Yang dimaksud dengan “demografi ekonomi” adalah kegiatan ekonomi syariah yang mengandung nilai keadilan, kebersamaan, pemerataan, dan kemanfaatan.

Yang dimaksud dengan prinsip kehati-hatian adalah pedoman pengelolaan bank yang wajib dianut guna mewujudkan perbankan yang sehat, kuat, dan efisien sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.⁴¹

Menurut Solihin, transaksi syariah berasaskan pada lima prinsip yakni:⁴²

- a) persaudaraan (*ukhuwah*),
 - b) keadilan (*‘adalah*),
 - c) kemaslahatan (*maslahah*),
 - d) keseimbangan (*tawazun*),
 - e) universalisme (*syumuliyah*).
- 1) Prinsip persaudaraan esensinya merupakan nilai universal yang menata interaksi sosial dan harmonisasi kepentingan para pihak

⁴¹Undang-undang Perbankan Syariah No. 21 tahun 2008

⁴² Ahmad Ifham Solihin, *Buku Pintar Ekonomi Syariah*, ... hlm.102-103

untuk kemanfaatan secara umum dengan semangat saling tolong menolong. Transaksi syariah menjunjung nilai kebersamaan dalam memperoleh manfaat (*sharing economics*), sehingga seseorang tidak boleh mendapat keuntungan di atas kerugian orang lain. *Ukhuwah* dalam transaksi syariah berdasarkan prinsip saling mengenal (*ta'aruf*), saling memahami (*tafahum*), saling menolong (*ta'awun*), saling menjamin (*takaful*), saling bersinergi dan beraliansi (*tahalul*).

- 2) Prinsip keadilan (*'adalah*) esensinya menempatkan sesuatu hanya pada tempatnya dan memberikan sesuatu hanya pada yang berhak serta memperlakukan sesuatu sesuai dengan posisinya. Keadilan dalam Islam memiliki implikasi sebagai berikut:⁴³

1. Keadilan sosial

Islam menganggap umat manusia sebagai suatu keluarga. Karena semua anggota keluarga ini mempunyai derajat yang sama dihadapan Allah. Hukum Allah tidak membedakan kaya dan yang miskin, demikian juga tidak membedakan hitam dan putih. Secara sosial, nilai yang membedakan satu dengan yang lain adalah ketaqwaan, ketulusan hati, kemampuan dan pelayanan pada manusia.

⁴³ Majid Khudori, *Teologi Keadilan Perspektif Islam*, (Surabaya: Risalah Gusti, 1999), hlm. 56

2. Keadilan ekonomi

Konsep persaudaraan dan perlakuan yang sama bagi setiap individu dalam masyarakat dan dihadapan hukum harus diimbangi oleh keadilan ekonomi. Tanpa pengimbangan tersebut, keadilan sosial kehilangan makna. Dengan keadilan ekonomi, setiap individu akan mendapatkan haknya sesuai dengan kontribusi masing-masing kepada masyarakat. Setiap individu pun harus terbebaskan dari eksploitasi individu lainnya. Islam dengan tegas melarang seorang muslim merugikan orang lain.

Implementasi keadilan dalam kegiatan usaha berupa aturan prinsip muamalah yang melarang adanya unsur:

- a) Riba merupakan unsur bunga dalam segala bentuk dan jenisnya, baik riba *nasiah* maupun *fadl*.

Esensi riba adalah setiap tambahan pada pokok piutang yang dipersyaratkan dalam transaksi pinjam meminjam serta derivasinya dan transaksi tidak tunai lainnya, dan setiap tambahan yang dipersyaratkan dalam transaksi pertukaran antara barang-barang ribawi termasuk pertukaran uang yang sejenis secara tunai maupun tangguh dan tidak sejenis secara tunai.

- b) Kezaliman merupakan unsur yang merugikan diri sendiri, orang lain, maupun lingkungan.

Esensi kezaliman adalah menempatkan sesuatu tidak pada tempatnya, memberikan sesuatu tidak sesuai ukurannya, kualitas, dan temponya, mengambil sesuatu bukan miliknya dan melakukan sesuatu tidak sesuai posisinya. Kezaliman dapat menimbulkan kemudharatan bagi masyarakat secara keseluruhan, bukan hanya sebagian atau membawa kemudharatan bagi satu pihak yang melakukan transaksi.

- c) *Maysir* merupakan unsur judi dan spekulatif.

Esensi *maysir* adalah setiap transaksi bersifat spekulatif dan tidak berkaitan dengan produktivitasnya serta bersifat perjudian/*gambling*.

- d) *Gharar* merupakan unsur ketidakjelasan.

Esensi *gharar* adalah setiap transaksi yang berpotensi merugikan salah satu pihak karena mengandung unsur ketidakjelasan akad. Bentuk-bentuk *gharar* antara lain tidak adanya kepastian penjual untuk menyerahkan obyek akad pada waktu akad, baik obyek akad itu sudah ada maupun belum ada. Menjual sesuatu yang belum berada di bawah penguasaan penjual. Tidak adanya kepastian kriteria kualitas dan kuantitas barang maupun jasa. Adanya unsur eksploitasi salah satu pihak karena informasi kurang atau dimanipulasi atas yang ditransaksikan.

- e) Haram merupakan unsur barang maupun jasa serta aktivitas operasional yang terkait.

Esensi haram adalah segala sesuatu yang dilarang oleh Al Qur'an maupun As Sunnah.

- 3) Prinsip kemaslahatan (*maslahah*) esensinya merupakan segala bentuk kebaikan dan manfaat yang berdimensi duniawi dan ukhrawi, material dan spiritual, individual dan kolektif. Kemaslahatan yang diakui harus memenuhi dua unsur yakni kepatuhan syariah (halal) serta bermanfaat dan membawa kebaikan (*thayib*) dalam semua aspek secara keseluruhan yang tidak menimbulkan kemudharatan. Transaksi syariah yang dianggap bermaslahat harus memenuhi secara keseluruhan unsur-unsur yang menjadi tujuan ketetapan syariah (*maqasid syariah*) yaitu berupa pemeliharaan terhadap agama, akal, keturunan, nafs, harta benda.
- 4) Prinsip keseimbangan (*tawazun*) esensinya meliputi keseimbangan aspek material dan spiritual, aspek privat dan publik, sektor keuangan dan sektor riil, bisnis dan sosial, dan keseimbangan aspek pemanfaatan dan pelestarian. Transaksi syariah tidak hanya menekankan pada maksimalisasi keuntungan perusahaan semata untuk kepentingan pemilik. Sehingga manfaat yang didapatkan tidak hanya difokuskan pada pemegang saham saja, akan tetapi pada semua pihak yang dapat merasakan manfaat dari adanya suatu kegiatan ekonomi.

Contoh implementasi dalam Bank syariah menempatkan nasabah penyimpanan dana, nasabah pengguna dana, maupun Bank pada kedudukan yang sama dan sederajat. Hal ini tercermin dalam hak, kewajiban, risiko, dan keuntungan yang berimbang antara nasabah penyimpanan dana, nasabah pengguna dana, maupun Bank. Dengan sistem bagi hasil yang diterapkannya, bank syariah mensyaratkan adanya kemitraan nasabah harus *sharing the profit and the risk* secara bersama-sama.⁴⁴

- 5) Prinsip universalisme (*syumuliah*) esensinya dapat dilakukan oleh, dengan, dan untuk semua pihak yang berkepentingan tanpa membedakan suku, agama, ras dan golongan, sesuai dengan semangat kerahmatan semesta. Transaksi syariah terikat dengan nilai-nilai etis meliputi aktivitas sektor keuangan dan sektor riil yang dilakukan secara koheren tanpa dikotomi sehingga keberadaan dan nilai uang mencerminkan cerminan aktivitas investasi dan perdagangan.⁴⁵

3. Kepuasan Nasabah

a. Definisi kepuasan nasabah

Tujuan utama strategi pemasaran yang dijalankan sebuah bank adalah untuk meningkatkan jumlah nasabahnya, baik secara kuantitas maupun kualitas. Secara kuantitas artinya jumlah nasabah bertambah cukup signifikan dari waktu ke waktu, sedangkan secara kualitas artinya nasabah yang didapat merupakan nasabah yang produktif yang

⁴⁴ Muhammad, *Bank Syari'ah Problem dan Prospek Perkembangan di Indonesia*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2005), hlm. 78-79

⁴⁵ Ahmad Ifham Sholihin, *Buku Pintar Ekonomi Syariah*, ...hlm.102-103

mampu memberikan laba bagi bank tersebut. Untuk mencapai tujuan tersebut, dapat dilakukan dengan berbagai cara dan salah satunya adalah melalui kepuasan nasabah.

Kata kepuasan atau *satisfaction* berasal dari bahasa latin “*satis*” yang artinya cukup baik atau memadai dan “*facio*” yang artinya melakukan atau membuat. Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai.⁴⁶ Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja suatu jasa dan harapan-harapannya.⁴⁷ Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau jasa yang ia rasakan dengan harapannya.⁴⁸

Kepuasan menurut Engel:

Kepuasan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan nasabah, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan.⁴⁹

Kepuasan menurut Philip Kotler: “Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk/jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan.”⁵⁰

Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja

⁴⁶ Fandi Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Malang: Bayu Media, 2005), hlm.349

⁴⁷ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Indeks, 2004), hlm.42

⁴⁸ Herry Sutanto, dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hlm. 39

⁴⁹ James F. Engel, et.al, *Perilaku konsumen*, alih bahasa FX Budiyanoto, (Jakarta: Binarupa Aksara, 1992), hlm. 11

⁵⁰ Philip Kotler, *Marketing Manajemen*, (New Jersey: Prentice Hall, 2000), hlm. 36

yang dirasakan (*perceived performance*) dan harapan (*expectations*). Jika kinerja dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Kalau kinerja sesuai harapan maka pelanggan puas, jika kinerja melampaui harapan, maka pelanggan akan sangat puas, senang atau bahagia.⁵¹

Harapan pelanggan diyakini mampu mempengaruhi peranan yang besar dalam menentukan kualitas produk (barang dan jasa) dan kepuasan nasabah. Umumnya faktor-faktor yang menentukan harapan pelanggan meliputi kebutuhan pribadi, pengalaman masa lampau, rekomendasi dari mulut ke mulut, dan iklan.⁵²

Untuk dapat menciptakan kepuasan para pelanggan, manajemen perusahaan harus mengetahui hal-hal yang menyebabkan terciptanya kepuasan pelanggan.⁵³ Dikarenakan dengan terciptanya kepuasan nasabah, dapat meningkatkan hubungan kemitraan antara lembaga keuangan dengan nasabah yang pada akhirnya bisa menciptakan loyalitas nasabah sehingga mampu meningkatkan reputasi lembaga keuangan syariah.

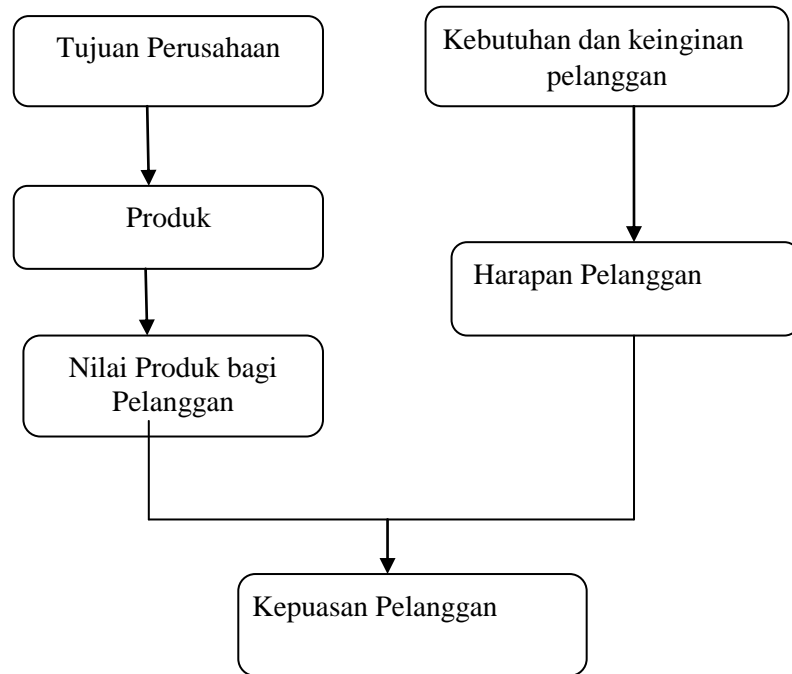
Dari definisi-definisi di atas dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa kepuasan adalah perbedaan yang terjadi antara harapan dengan kenyataan yang ada atas kinerja suatu produk atau jasa yang telah konsumen nikmati. Konsep kepuasan pelanggan dapat dilihat pada gambar.

⁵¹Murti Sunarti, *Manajemen Pemasaran Bank Edisi Revisi*, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2002), hlm. 226

⁵²Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1995), hlm. 30

⁵³A. Usmara, *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Amara Books, 2003), hlm. 94

Gambar 2.1
Konsep Kepuasan Pelanggan



Sumber: Fandy Tjiptono⁵⁴

Dari bagan di atas bisa ditarik suatu kesimpulan bahwa tujuan suatu perusahaan dalam hal ini kaitannya adalah Bank, menciptakan suatu produk bagi nasabahnya. Produk yang diciptakan harus bisa memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah, sehingga nasabah puas karena harapan yang diinginkan dari suatu produk tersebut telah dipenuhi oleh bank.

b. Teori dan Model Kepuasan Pelanggan

Teori dan model kepuasan pelanggan sangat beragam, ada beberapa konsep atau model yang dijumpai dan digunakan yakni sebagai berikut⁵⁵:

1) Teori ekonomi mikro

⁵⁴ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1995), hlm. 28

⁵⁵ *Ibid*, hlm 33-37

Dalam teori ekonomi, dasar yang digunakan oleh seseorang konsumen dalam melakukan alokasi sumber daya yang langka adalah kondisi di mana perbandingan antara kegunaan marginal dan harga masing-masing produk menjadi sama. Dalam pasar yang tidak terdiferensiasi, semua konsumen akan membayar harga yang sama, dan individu yang sebenarnya bersedia membayar harga yang lebih tinggi akan meraih manfaat subjektif yang disebut surplus konsumen. Surplus konsumen pada hakikatnya merupakan perbedaan antara kepuasan yang diperoleh seseorang dalam mengonsumsi sejumlah barang dengan pembayaran yang harus dibuat untuk memperoleh barang tersebut. Jadi berdasarkan teori ini, surplus konsumen mencerminkan kepuasan pelanggan, dimana semakin besar surplus konsumen, maka semakin besar pula kepuasan pelanggan dan sebaliknya.

2) Perspektif psikologi dari kepuasan pelanggan

Berdasarkan perspektif psikologi, terdapat dua model kepuasan pelanggan, yaitu model kognitif dan afektif. Model kognitif didasarkan pada perbedaan antara suatu kumpulan dari kombinasi atribut yang dipandang ideal untuk individu dan persepsinya tentang kombinasi dari atribut yang sebenarnya. Jadi kepuasan pelanggan dalam model kognitif ini mengukur perbedaan antara apa yang ingin diwujudkan oleh pelanggan dalam membeli suatu produk/jasa dan apa yang sesungguhnya ditawarkan oleh

perusahaan. Sedangkan model afektif lebih dititikberatkan pada tingkat aspirasi, perilaku belajar, emosi, perasaan spesifik (apresiasi, kepuasan, keengganan, dan lain-lain), suasana hati, dan lain-lain. Maksud dari fokus ini adalah agar dapat dijelaskan dan diukur tingkat kepuasan dalam suatu kurun waktu.

3) Perspektif *Total Quality Management* (TQM)

Total Quality Management (TQM) merupakan suatu pendekatan dalam menjalankan bisnis yang mencoba untuk memaksimalkan daya saing organisasi melalui perbaikan secara berkesinambungan atas produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungannya. Sistem TQM berlandaskan pada usaha mengangkat mutu sebagai strategi usaha dan berorientasi pada kepuasan pelanggan dengan melibatkan seluruh anggota organisasi.

c. Cara memantau kepuasan nasabah

Bank harus melakukan pemantauan kepuasan pelanggan atau nasabah agar selalu terjalin hubungan kenasabahan yang memuaskan. Beberapa metode untuk memantau kepuasan nasabah tersebut adalah:

1) Sistem keluhan dan saran

Bank harus menyediakan kotak saran di tempat yang mudah dijangkau oleh nasabah. Lebih baik lagi, bagi nasabah yang ingin memberikan saran telah disediakan formulir sehingga nasabah tinggal mengisi.

2) Survei kepuasan nasabah

Tingkat keluhan nasabah belum mencerminkan ukuran kepuasan nasabah. Bank yang responsive mengukur kepuasan nasabah dengan mengadakan survei berkala atau mengirim daftar pertanyaan atau juga, menelpon para nasabah baru untuk mendengar reaksi mereka terhadap kinerja bank dan kinerja bank pesaing.

3) Pembelanja hantu (*Ghost Shopper*)

Bank dapat mengirimkan petugas untuk berpura-pura menjadi nasabah bank pesaing dan kemudian membandingkan layanan bank pesaing dengan layanan bank sendiri.

4) Nasabah yang sudah tidak membeli lagi

Apabila bank kehilangan nasabah maka bank harus berupaya untuk mengetahui mengapa mereka tidak loyal lagi kepada bank. Selain melakukan wawancara, bank perlu pula memantau tingkat kehilangan nasabah, yang apabila meningkat maka berarti bank gagal dalam memelihara kepuasan nasabah.⁵⁶

Sementara itu, menurut Richard F. Gerson untuk melakukan pengukuran kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan cara:

- 1) Mempelajari persepsi pelanggan terhadap jasa yang ditawarkan
- 2) Menentukan kebutuhan, keinginan, persyaratan, dan harapan pelanggan
- 3) Menutup segala kesenjangan yang ada

⁵⁶ Murti Sunarti, *Manajemen Pemasaran Bank Edisi Revisi,...*, hlm. 228-229

- 4) Memeriksa apakah peningkatan mutu pelayanan dan kepuasan pelanggan sesuai harapan atau tidak
- 5) Dengan mengukur peningkatan kinerja apakah membawa peningkatan laba
- 6) Mempelajari bagaimana akan melakukan sesuatu dan apa yang harus dilakukan kemudian
- 7) Menerapkan proses perbaikan yang berkesinambungan secara terus-menerus.⁵⁷

Kepuasan nasabah secara umum tergambar pada dua bentuk pelayanan, yaitu⁵⁸:

- 1) Material, meliputi gedung yang megah; *lay out* ruangan yang tertata rapi; ruangan tunggu yang bersih dan nyaman; ruang toilet yang bersih; ruang mushola yang bersih dan nyaman; penampilan pegawai yang baik; mesin ATM yang selalu *online* dan rapi; sarana dan prasarana yang lengkap.
- 2) Immaterial, meliputi ramah, sopan, tanggap dan akrab; pelayanan yang hangat; merasa dihormati dan dihargai; merasa senang dan puas.

d. Cara mengevaluasi kepuasan nasabah

Sementara itu menurut Pasuraman dalam Fandy Tjiptono, untuk mengevaluasi jasa yang bersifat *intangibile*, konsumen/nasabah umumnya menggunakan beberapa atribut sebagai berikut:

⁵⁷ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT. Rajawali Pers, 2014). hlm. 266-267

⁵⁸ Herry Buchory dan Djasmin Saladin, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank*, (Bandung: Linda Karya, 2006), hal. 115-116

1) Bukti langsung (*tangibles*)

Kemampuan suatu lembaga dalam mewujudkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik lembaga yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (contoh: gedung, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi).

2) Keandalan (*reability*)

Kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan. Dimensi ini menunjukkan kemampuan lembaga untuk memberikan pelayanan secara akurat, handal, dan bertanggung jawab sesuai yang dijanjikan dan terpercaya, contohnya ketepatan waktu dan kecepatan dalam melayani nasabah.

3) Daya tanggap (*responsiveness*)

Keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap serta mendengar dan mengatasi keluhan dari konsumen. Setiap keluhan dari konsumen harus langsung diberikan umpan balik, untuk mencegah ketidakpuasan konsumen.

4) Jaminan (*assurance*)

Berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen. Serta mencakup kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko dan keragu-raguan.

5) Empati (*Empathy*)

Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para nasabah dengan berupaya memahami keinginan nasabah. Dimana suatu lembaga memiliki pengertian dan pengetahuan tentang nasabah, memahami kebutuhan nasabah secara spesifik, komunikasi yang baik. Bentuk perhatian kepada nasabah bermacam-macam sesuai dengan kondisi nasabah dan situasi keadaan yang ada.⁵⁹

Kepuasan seorang nasabah sangat berperan penting terhadap kelangsungan produk-produk yang diciptakan oleh perusahaan, hal ini menuntut perusahaan untuk lebih pintar dalam memberikan pelayanan yang berkualitas yang diinginkan oleh nasabah itu sendiri. Keinginan nasabah bank merupakan kebutuhan yang dibentuk oleh kultur dan kepribadian individu. Keinginan nasabah bank adalah sebagai berikut:

1. Ingin memperoleh pelayanan yang cepat.

⁵⁹Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*,...hlm. 29

2. Ingin agar bank dapat menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi.
3. Ingin memperoleh komitmen bank.
4. Ingin memperoleh pelayanan yang bermutu (cepat dan memuaskan).
5. Ingin memperoleh kepuasan nasabah atas layanan yang diberikan.
6. Ingin dihargai dan dihormati oleh seluruh karyawan bank.
7. Ingin memperoleh perhatian oleh seluruh karyawan bank.
8. Ingin memperoleh status.
9. Ingin memperoleh keamanan dari setiap transaksi yang berhubungan dengan bank.⁶⁰

Namun nasabah pun seringkali merasa tidak puas atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Sebab-sebab timbulnya ketidakpuasan pada nasabah:

1. Tidak sesuai antara manfaat dan hasil yang diharapkan dengan kenyataan atau apa yang didapat oleh konsumen.
2. Layanan selama proses menikmati jasa tidak memuaskan.
3. Perilaku personil atau karyawan perusahaan atau bank yang kurang memuaskan atau mengecewakan pelanggan.
4. Suasana dan kondisi fisik lingkungan yang tidak menunjang.

⁶⁰ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014), hlm. 61

5. Biaya terlalu tinggi, misalkan biaya administrasi bulanan yang terlalu tinggi di atas bank lain atau tingkat bagi hasil yang terlalu membebankan nasabah
6. Promosi iklan yang terlalu berlebihan, sehingga seringkali tidak sesuai dengan kenyataan.⁶¹

4. Bank Syariah

a. Sejarah bank syariah

Rintisan praktis perbankan Islam di Indonesia dimulai pada awal periode 1980-an, melalui diskusi-diskusi bertemakan bank Islam sebagai pilar ekonomi Islam. Tokoh yang terlibat diantaranya Karnaen A. Perwataatmadja, M Dawam Rahardjo, AM Saefuddin, dan M Amien Aziz. Pada tanggal 18-20 Agustus 1990, Majelis Ulama Indonesia (MUI) menyelenggarakan lokakarya bunga bank dan perbankan di Cisarua, Bogor, Jawa Barat. Hasil lokakarya tersebut dibahas dalam Musyawarah Nasional IV MUI di Jakarta 22-25 Agustus 1990, yang menghasilkan amanat bagi pembentukan kelompok kerja pendirian bank Islam di Indonesia (Tim Perbankan MUI).⁶²

Bank Islam atau selanjutnya disebut Bank Syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank syariah adalah lembaga keuangan yang kegiatan operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Quran dan Hadis Nabi SAW.

⁶¹ Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm.200

⁶²Veithzal Rivai dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking*. (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2010), hlm. 100

Dengan kata lain, Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam.⁶³

Untuk menghindari pengoperasian bank dengan sistem bunga, Bank Islam memperkenalkan prinsip-prinsip Muamalah Islam. Dengan kata lain, Bank Syariah lahir sebagai solusi alternatif terhadap persoalan pertentangan antara bunga bank dan riba. Riba merupakan pengambilan tambahan yang berlebihan.⁶⁴ Allah SWT mengingatkan hal tersebut dalam firman-Nya:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَأْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبٰطِلِ اِلَّا اَنْ
تَكُوْنَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اِلٰهَكُمْ
بِكُمْ رَحِيْمًا

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”. (an-Nisa’: 29)⁶⁵

⁶³ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta: UPP AMPYKPN, 2005), hlm. 13

⁶⁴ M. Syafi’i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), hlm. 37

⁶⁵ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al Qur’an dan Terjemahannya*, ...hlm. 107-108

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ
لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٣٠﴾

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan Riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan”. (Al-Imran: 130)⁶⁶

Bank Syariah menurut Karnaen Perwataatmadja Bank Syariah memiliki peran penting dalam sistem keuangan nasional, yakni dalam beberapa hal yang diantaranya, (a) Pengalihan aset, sumber dan yang diberikan untuk pembiayaan berasal dari pemilik dana selaku unit surplus, (b) Transaksi, bank memberikan layanan dan kemudahan kepada pelaku ekonomi untuk melakukan berbagai transaksi keuangan yang menyangkut barang dan jasa, (c) Likuiditas, bank juga berperan sebagai penjaga likuiditas masyarakat dengan adanya aliran dana dari unit surplus kepada unit defisit lewat mekanisme pengelolaan penghimpunan dan penyaluran dana masyarakat, (d) *Broker fo Business*, bank mempertemukan para pebisnis, terutama antar nasabah mereka sendiri sehingga mampu menjembatani informasi yang tidak simetris dan terjadi efisiensi biaya ekonomi terutama dalam praktik bisnisnya yang bervariasi.⁶⁷ Perbankan ikut serta menopang perekonomian negara, peran perbankan syariah sangat dibutuhkan untuk meningkatkan kesejahteraan umat, dengan tetap berorientasi pada profit dan *falah*.

⁶⁶ *Ibid*, hlm.84

⁶⁷ Ikatan Bankir Indonesia, *Bank Syariah*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), hlm. 51.

2. Operasional bank syariah

Pokok-pokok operasional bank syariah⁶⁸, meliputi:

- 1) Landasan hukum dalam operasional
 - a. Dewan Pengawas Syariah, setelah menerima laporan dari Direksi, terutama yang menyangkut produk-produk Bank Syariah segera mengadakan musyawarah dengan pimpinan ketuanya. Hasil atau keputusan-keputusannya dituangkan dalam fatwa Agama yang disampaikan kepada Direksi dengan tindakan kepada Komisaris.
 - b. Operasional Bank Syariah yang dipimpin oleh Direksi berlandaskan Fatwa Agama tersebut.
 - c. Produk-produk baru yang timbul dari Direksi, Komisaris, DPS, maupun masyarakat pada umumnya harus melalui Fatwa Agama dari DPS yang disampaikan kepada Direksi dengan tindakan kepada Komisaris.
 - d. Kebijakan Direksi yang tidak sesuai dengan Fatwa Agama, karena tidak mampu berlandaskan Fatwa Agama tersebut ataupun dengan alasan lain segera diambil oleh Komisaris untuk diadakan musyawarah bersama antara Direksi, DPS, dan Komisaris. Hasil keputusannya dijadikan Fatwa Agama dari DPS yang segera disampaikan kepada

⁶⁸ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah...* hlm. 159

Direksi dengan tindakan kepada Komisaris, DPS dan Komisaris mengawasi pelaksanaan Fatwa tersebut.

- 2) Untuk pertama kali, Direksi membuat Rencana Kerja/operasional dan membuat Anggaran yang disampaikan kepada Departemen Keuangan Jakarta di dalam permohonan ijin operasional. Setelah mendapatkan ijin operasional dari Departemen Keuangan, Bank Syariah boleh melakukan kegiatan atau operasioanal.

Kegiatan operasional Bank Syariah⁶⁹, antara lain:

- 1) Bidang pemasaran
 - a. Sebagai langkah awal bidang pemasaran membuat rencana target, baik untuk produk *funding* maupun produk *financing*. Dalam membuat target tersebut haruslah disesuaikan dengan rencana kerja operasioanal Bank Syariah yang dibuat oleh Direksi.
 - b. Kegiatan operasionalnya
 - a) Pemasaran produk dengan melalui bermacam-macam media pemasaran, baik media elektronik, cetak, pertemuan-pertemuan, pengajian-pengajian, khutbah jum'at, dan sebagainya.
 - b) Kegiatan *funding officer* dan anggotanya terutama dalam mobilisasi dana.

⁶⁹ Ibid., hal. 159-162

- c. Operasionalisasi *Account Officer* (AO) atau pembina pembiayaan.
 - d. Operasionalisasi bagian *support* pembiayaan (BPS).
 - e. Operasionalisasi bagian administrasi pembiayaan.
 - f. Operasionalisasi bagian pengawasan pembiayaan.
- 2) Bidang operasional
- a. Service operasional
 - b. Teller/Kasir
 - c. Jasa nasabah
 - d. Bagian tata buku
- 3) Bidang umum
- a. Sekretariat
 - a) Surat menyurat
 - b) Arsip dan dokumen
 - b. Perbekalan
 - a) Inventarisi kebutuhan sesuai dengan anggaran
 - b) Belanja barang investasi dan biaya
 - c) Urusan inventaris dan penyusutannya (cadangan penyusutan)
 - c. Personalia
 - a) Daftar hadir karyawan, surat-surat ijin dan surat-surat tugas
 - b) Urusan gaji karyawan dan jaminan sosial

- c) Penyelenggaraan kartu pegawai dan data pegawai
- d) Kenaikan gaji dan pangkat
- e) Pendidikan dan pembinaan karyawan
- d. Bidang pengawasan
 - a) Pengawasan pemasaran
 - b) Pengawasan personil
 - c) Pengawasan umum

B. Penelitian Terdahulu

Sebagai acuan dalam penelitian ini, digunakan beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya yaitu sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan oleh Kuncaraningsih (2014), yang bertujuan untuk menguji pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap kepuasan Muzakki pada Badan Amil Zakat (BAZNAS) Kabupaten Sleman Yogyakarta. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan melakukan suvey kepada *muzakki* di area enam kantor SKPD Kabupaten Sleman yang berjumlah 130 sampel dari total populasi 1.300, dengan menggunakan kuosioner model skala Likert sebagai data primer, sedangkan observasi dan dokumentasi digunakan sebagai data sekunder. Variabel penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel independen *Good Corporate Governance* dan variabel dependen (kepuasan muzakki). Hasil penelitian ini dengan bantuan SPSS 16.00 *for windows*. Hasilnya *Good Corporate Governance* mempunyai pengaruh positif/ *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap kepuasan muzakki

dengan tingkat signifikansi sebesar 16,3%.⁷⁰ Perbedaan dengan penelitian ini adalah dengan menambahkan 1 variabel independen lagi yakni *sharia compliance* serta beda tempat penelitian yang digunakan.

Kajian penelitian oleh Elysabeth (2009), yang berjudul Pengaruh Penerapan *Good Corporate Governance* Terhadap Kepuasan Pasien Rumah Sakit Dr. Cipto Mangunkusumo Di Jakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan *Good Corporate Governance* yang terdiri dari transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, dan *fairness* secara simultan maupun parsial terhadap kepuasan pasien. Penelitian ini dilakukan pada rumah sakit Dr. Cipto Mangunkusono di Jakarta. Data yang digunakan adalah data primer berupa kuisisioner dengan menggunakan skala likert terhadap 350 responden yang menggunakan jasa rumah sakit. Analisis data dilakukan dengan uji kualitas data dan uji asumsi klasik. Model penelitian diestimasi dengan menggunakan persamaan regresi berganda dan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap terikat secara simultan dan parsial dengan menggunakan uji F dan uji t. Hasil pengujian menunjukkan bahwa data memenuhi uji kualitas data dan uji asumsi klasik. Hasil pengujian pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya menunjukkan bahwa secara simultan, prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* yaitu: transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, dan *fairness* memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap kepuasan pasien di rumah sakit sedangkan secara parsial

⁷⁰ Hana Septi Kurianingsih, Pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap kepuasan Muzakki Pada Badan Amil Zakat (BAZNAS) Kabupaten Sleman Yogyakarta, Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2014, diakses dari http://digilib.uin-suka.ac.id/15033/2/10240001_bab-i_iv-atau-v_daftar-pustaka.pdf, diakses pada 15 November 2015

prinsip transparansi, akuntabilitas, dan fairness memiliki pengaruh yang signifikan. Variabel yang paling dominan memiliki pengaruh signifikan adalah *fairness*. Nilai koefisien determinasi (R Square) diperoleh 69,40% hal ini berarti bahwa variabel-variabel bebas mampu menjelaskan variabel terikat, sedangkan sisanya sebesar 30,60% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.⁷¹ Perbedaan dengan penelitian ini adalah dengan menambahkan 1 sub variabel dalam *Good Corporate Governance* yakni independensi serta menambahkan *sharia compliance*. Obyek penelitiannya juga berbeda yakni di Bank Syariah.

Penelitian oleh Nurohmah, yang berjudul Analisis Pengaruh Prinsip-Prinsip *Good Corporate Governance* Terhadap Kepercayaan Nasabah Pada Bank Muamalat Kendal. Metode yang digunakan metode survai dengan teknik analisis regresi. Subyek penelitian sebanyak 95 responden. Pengumpulan data menggunakan angket. Variabel independenya antara lain transparansi, kemandirian, professional, akuntabilitas, pertanggungjawaban, kewajaran, sikap kepedulian. Sedangkan variabel dependennya kepercayaan nasabah. Hasilnya bahwa semua variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependennya. Sedangkan uji koefisien determinasi sebesar 98,6%.⁷² Perbedaan

⁷¹ Masniar Elysbeth, Pengaruh Penerapan Good Corporate Governance Terhadap Kepuasan Pasien Rumah Sakit Dr. Cipto Mangunkusumo Di Jakarta, Sekolah Pascasarjana Universitas Sumatera Utara, 2000, dalam <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/4040/3/09E01336.pdf.txt>, diakses pada 15 November 2015

⁷² Alif Nurohmah, *Analisis Pengaruh Prinsip-Prinsip Good Corporate Governance (GCG) Terhadap Kepercayaan Nasabah Pada Bank Muamalat Kendal*, dalam http://eprints.walisongo.ac.id/370/1/062411027_Coverdll.pdf, diakses 2 Januari 2016

penelitian ini dengan penelitian sebelumnya antara lain dengan adanya penambahan variabel *Sharia Compliance*.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Widyantoro (2015)⁷³, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan penerapan prinsip-prinsip syariah terhadap kepuasan nasabah LKS ASRI Tulungagung. Metode yang digunakan penelitian kuantitatif dengan menyebarkan angket sebanyak 40. Hasilnya menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan penerapan prinsip-prinsip syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dari hasil uji F bahwa variabel kualitas pelayanan dan prinsip-prinsip syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Terlihat dari $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($31,268 > 3,25$) maka menolak H_0 dan menerima H_a . Besaran variabel independen mempengaruhi variabel dependen sebesar 60.8% dan sisanya 39,2% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah menambahkan variabel *Good Corporate Governance* serta lokasi penelitiannya di lembaga keuangan berbentuk bank.

C. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel *Good Corporate Governance* dan *sharia compliance* merupakan variabel independennya, sedangkan variabel kepuasan nasabah menjadi variabel dependen.

⁷³ Dycky Widyantoro, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penerapan Prinsip-Prinsip Syariah terhadap Kepuasan Nasabah di Lembaga Keuangan Syariah (LKS) ASRI Tulungagung*, (Tulungagung: Skripsi Tidak diterbitkan, 2015)

Gambar 2.2
Kerangka Konseptual

