

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kerangka Teori

2.1.1. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)

Menurut undang-undang nomor 21 tahun 2008 pasal 1 nomor 9 tentang perbankan syariah, Bank Pembiayaan Rakyat Syariah adalah “bank syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran”. Dalam pelaksanaannya BPRS harus menggunakan prinsip syariah yang menurut Peraturan Bank Indonesia (PBI) nomor 11/23/PBI/2009 tentang Bank Pembiayaan Rakyat Syariah pasal 1 nomor 5 adalah “prinsip hukum islam dalam kegiatan perbankan syariah berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia”. Sedangkan prinsip syariah berdasarkan UU nomor 10 tahun 1988 adalah

Aturan perjanjian berdasarkan hukum islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah, antara lain pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharabah*), pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (*musyarakah*), prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (*murabahah*), atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (*ijarah*), atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (*ijarah wa iqtina*)¹

¹ Lihat Undang-Undang Nomor 10 tahun 1988

Kegiatan usaha yang dapat dilakukan oleh suatu BPRS menurut pasal 27 SK DIR BI 32/36/1999 adalah sebagai berikut:

1. Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, meliputi:
 - a. Tabungan berdasarkan prinsip *wadi'ah* atau *mudharabah*
 - b. Deposito berjangka berdasarkan prinsip *mudharabah*
 - c. Bentuk lain berdasarkan prinsip *wadi'ah* atau *mudharabah*
2. Melakukan penyaluran dana melalui:
 - a. Transaksi jual beli berdasarkan prinsip *murabahah*, *istishna*, *ijarah*, *salam*, dan jual beli lainnya
 - b. Pembiayaan bagi hasil berdasarkan prinsip *mudharabah*, *musyarakah*, dan bagi hasil lainnya
 - c. Pembiayaan lainnya berdasarkan prinsip *rahn* dan *qardh*
3. Melakukan kegiatan lain yang lazim dilakukan bank sepanjang disetujui oleh Dewan Syariah Nasional.²

Selain kegiatan usaha tersebut, pasal 28 menentukan bahwa BPRS dapat pula bertindak sebagai lembaga *baitul mal*, yaitu menerima dana yang berasal dari *zakat*, *infaq*, *shadaqah*, *waqaf*, *hibah*, atau dana sosial lainnya dan menyalurkan semua itu kepada yang berhak dalam bentuk santunan dan *qardhul hasan* (pinjaman kebajikan). Dalam SK DIR Bank Indonesia 32/34/1999, kegiatan BPRS lebih terbatas dibandingkan dengan kegiatan BUS. BPRS tidak diperkenankan untuk melakukan kegiatan usaha menerima dana simpanan dalam bentuk giro.³

² Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Islam dan Kedudukannya dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia*, Jakarta: PT Temprint, 1999, hlm. 168.

³ *Ibid*, hlm. 169.

2.1.2. *Good Corporate Governance*

"*Corporate governance* adalah pengaturan dan hubungan institusional yang mengarahkan dan mengendalikan suatu perusahaan".⁴ Menurut Moh. Wahyudin Zarkasyi *corporate governance* adalah "suatu sistem, proses, dan seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara berbagai pihak yang berkepentingan (*stakeholder*)".⁵ Sedangkan *Forum for Corporate Governance in Indonesia* (FCGI) mendefinisikan *corporate governance* sebagai "seperangkat peraturan yang menetapkan hubungan antara pemangku kepentingan, pengurus, pihak kreditur, pemerintah, karyawan serta para pemegang kepentingan internal dan eksternal lainnya".⁶

Dari beberapa pengertian yang telah dipaparkan dapat ditarik kesimpulan bahwa *corporate governance* adalah sebuah sistem dan peraturan yang digunakan untuk mengatur dan menetapkan hubungan antara berbagai pihak yang berkepentingan dalam perusahaan.

2.1.2.1. Prinsip-prinsip *Good Corporate Governance*

Dalam pedoman *good corporate governance* perbankan Indonesia yang dikeluarkan oleh KNKCG Terdapat 5 prinsip dalam pelaksanaan *good corporate governance*, yaitu :

1. Keterbukaan (*transparency*)

⁴ Mervin K. Lewis & Latifa M. Algaoud, *Perbankan Syariah Prinsip, Praktik, dan Prospek*, Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta, 2001, hlm. 210.

⁵ Moh. Wahyudin Zarkasyi, *op.cit*, hlm. 7.

⁶ Sony Warsono, et al. *Corporate Governance Concept and Model*, Yogyakarta: Center for Corporate Governance Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Gadjah Mada, 2009, hlm. 4-5.

- Bank harus mengungkapkan informasi secara tepat waktu, memadai, jelas, akurat, dan dapat diperbandingkan serta mudah diakses oleh *stakeholder* sesuai dengan haknya.
- Informasi yang harus diungkapkan meliputi tapi tidak terbatas pada hal-hal yang bertalian dengan visi, misi, sasaran usaha, dan strategi perusahaan, kondisi keuangan, susunan dan kompensasi pengurus, pemegang saham pengendali, *cross shareholding*, pejabat eksekutif, pengelola resiko (*risk management*), sistem pengawasan dan pengendalian internal, status kepatuhan, sistem dan pelaksanaan *good corporate governance*, serta kejadian penting yang dapat mempengaruhi bank.
- Prinsip keterbukaan yang dianut oleh bank tidak mengurangi kewajiban untuk memenuhi ketentuan rahasia bank sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, rahasia jabatan dan hak-hak pribadi.
- Kebijakan bank harus tertulis dan dikomunikasikan kepada pihak yang berkepentingan (*stakeholder*) dan yang berhak memperoleh informasi tentang kebijakan tersebut.

2. Akuntabilitas (*accountability*)

- Bank harus menetapkan tanggung jawab yang jelas dari masing-masing organ organisasi yang selaras dengan visi, misi, sasaran usaha, dan strategi perusahaan.
- Bank harus meyakini bahwa semua organ organisasi bank mempunyai kompetensi sesuai dengan tanggung jawabnya dan memahami perannya dalam pelaksanaan *good corporate governance*
- Bank harus memastikan terdapatnya *check and balance system* dalam pengelolaan bank.
- 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*

3. Tanggung Jawab (*responsibility*)

- Untuk menjaga usahanya, bank harus berprinsip pada prinsip kehati-hatian (*prudential banking practices*) dan menjamin dilaksanakannya ketentuan yang berlaku
- Bank harus bertindak sebagai *good corporate citizen* (perusahaan yang baik) termasuk peduli terhadap lingkungan dan melaksanakan tanggung jawab sosial.

4. Independensi (*independency*)

- Bank harus menghindari terjadinya dominasi yang tidak wajar oleh *stakeholder* manapun dan tidak terpengaruh oleh kepentingan sepihak serta bebas dari benturan kepentingan.
- Bank dalam mengambil keputusan harus obyektif dan bebas dari segala tekanan dari pihak manapun.

5. Kewajaran (*fairness*)

- Bank harus senantiasa memperhatikan kepentingan seluruh *stakeholder* berdasarkan azas kesetaraan dan kewajaran.
- Bank harus memberikan kesempatan kepada seluruh *stakeholder* untuk memberikan masukan dan menyampaikan pendapat bagi kepentingan bank serta mempunyai akses terhadap informasi sesuai dengan prinsip keterbukaan.⁷

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 dalam pelaksanaan *good corporate governance* bank harus berlandaskan pada lima prinsip tersebut. 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, professional yaitu memiliki kompetensi, mampu bertindak obyektif dan bebas dari

⁷ KNKCG, *op.cit*, hlm. 3-4.

pengaruh/tekanan dari pihak manapun (independen) serta memiliki komitmen yang tinggi untuk mengembangkan bank syariah. Kelima, kewajaran 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 *professional*.

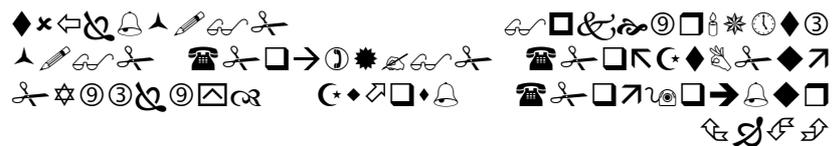
Perbedaan penerapan *good corporate governance* pada perbankan syariah dan konvensional terletak pada kepatuhan pada prinsip syariah. Kajian Grais dan Pellegrini seperti dikutip Mal An Abdullah menunjukkan bahwa karakteristik dari misi bank-bank syariah salah satunya berfokus pada kepatuhan terhadap prinsip syariah. Kategori penting dan paling banyak dipahami dalam kepatuhan syariah adalah menjaga perilaku bisnis keuangan agar tidak melanggar larangan *riba* dan *gharar*.⁸ 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.

⁸ Mal An Abdullah, *op.cit*, 51.

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

1. Keterbukaan (*transparency*)

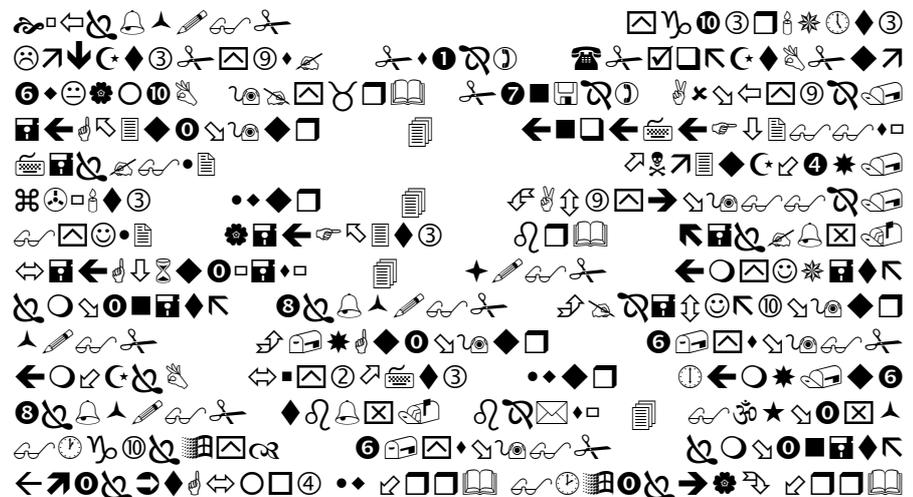
Dengan diharuskannya Bank mengungkapkan informasi secara tepat waktu, memadai, jelas, akurat, dan dapat diperbandingkan serta mudah diakses oleh *stakeholder* sesuai dengan haknya tentunya harus diiringi kebenaran atas informasi tersebut, seperti firman Allah dalam surat Al-Ahzab ayat 70 yaitu :



Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar”.⁹

2. Akuntabilitas (*accountability*)

Adapun firman Allah yang mengenai akuntabilitas terdapat pada surat Al-Baqarah ayat 282 yaitu :



⁹ DEPAG RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, Semarang: CV. Asy Syifa', 1998, hlm. 341.

*Allah dan lebih menguatkan persaksian dan lebih dekat kepada tidak (menimbulkan) keraguanmu. (Tulislah mu'amalahmu itu), kecuali jika mu'amalah itu perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, maka tidak ada dosa bagi kamu, (jika) kamu tidak menulisnya. Dan persaksikanlah apabila kamu berjual beli; dan janganlah penulis dan saksi saling sulit menyulitkan. Jika kamu lakukan (yang demikian), maka sesungguhnya hal itu adalah suatu kefasikan pada dirimu. dan bertakwalah kepada Allah; Allah mengajarmu; dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu”.*¹⁰

3. Tanggung Jawab (*responsibility*)

Sebagai sebuah lembaga yang fungsinya menghimpun dan menyalurkan dana dari masyarakat tentunya bank memiliki tanggung jawab atas amanat yang dipercayakan oleh masyarakat kepadanya.

Diriwayatkan dari shahabat Ibnu Umar bahwasannya Nabi shallallahu alaihi wa sallam bersabda:

كُلُّكُمْ رَاعٍ وَكُلُّكُمْ مَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ وَالْأَمِيرُ رَاعٍ وَالرَّجُلُ رَاعٍ عَلَى أَهْلِ بَيْتِهِ وَالْمَرْأَةُ رَاعِيَةٌ عَلَى بَيْتِ زَوْجِهَا وَوَلَدُهُ فَكُلُّكُمْ رَاعٍ وَكُلُّكُمْ مَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ

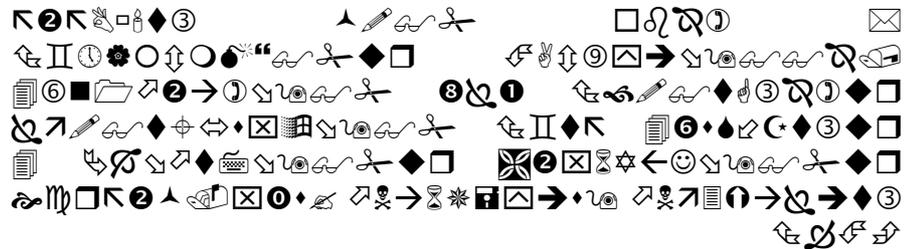
Artinya : ” Kalian semua adalah pemimpin dan kalian akan diminta pertanggung-jawaban atas kepemimpinan kalian. Seorang penguasa adalah pemimpin, seorang suami adalah seorang pemimpin keluarganya, seorang istri adalah pemimpin bagi rumah sang suami serta anaknya. Maka kalian semua adalah pemimpin yang akan dimintai pertanggung-jawaban atas kepemimpinan kalian.” [H.R. al-Bukhari dan Muslim]

4. Independensi (*independency*)

Bank harus obyektif dan bebas dari segala tekanan dari pihak manapun dalam setiap pengambilan keputusan maupun tindakan agar hak dari setiap organ yang ada didalam bank tersebut dapat

¹⁰ *Ibid*, hlm. 37.

terpenuhi semua sesuai dengan semestinya. Seperti firman Allah dalam surat Al-Nahl ayat 90 yaitu :



Artinya:”Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran”.¹¹

5. Kewajaran (*fairness*)

Adanya keharusan bank agar harus memberikan kesempatan kepada seluruh *stakeholder* untuk memberikan masukan dan menyampaikan pendapat bagi kepentingan bank menjelaskan bahwa adanya musyawarah antara pihak bank dengan seluruh *stakeholders* sehingga jika adanya suatu masalah yang dirasakan dapat disampaikan langsung kepada bank. Melakukan sikap yang lembut dan bermusyawarah dengan mereka dapat membuat mereka mendekat dan tidak akan menjauh. Seperti firman Allah dalam surat Ali Imran ayat 159 yaitu :



¹¹ *Ibid*, hlm. 221.



Artinya : ”Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”.¹²

2.1.2.2. Manfaat Penerapan *Good Corporate Governance*

Corporate governance merupakan konsep yang diajukan demi peningkatan kinerja perusahaan melalui supervisi atau monitoring kinerja manajemen dan menjamin akuntabilitas manajemen terhadap *stakeholder* dengan mendasarkan pada kerangka peraturan. 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. *Corporate governance* merupakan sebuah sistem yang memberikan perlindungan efektif bagi pemegang

¹² *Ibid*, hlm. 56.

saham dan kreditor sehingga mereka yakin akan memperoleh *return* atas investasinya dengan benar. *Corporate governance* juga membantu menciptakan lingkungan kondusif demi terciptanya pertumbuhan yang efisien dan *sustainable* di sektor perusahaan.¹³

Pelaksanaan *good corporate governance* (GCG) diperlukan untuk membangun kepercayaan masyarakat dan dunia internasional. Sehingga penerapannya sangat penting bagi perbankan yang ingin berkembang dengan baik dan sehat.¹⁴

2.1.2.3. Penerapan *Good Corporate Governance* pada Perbankan

Ketentuan *good corporate governance* dalam perbankan secara umum telah diatur dalam undang-undang No. 10 tahun 1998 yang meliputi *governance structure*, *governance process*, dan *governance outcome*. *Governance structure* terdiri dari : pertama, uji kelayakan dan kepatuhan (*fit and proper test*). Dalam rangka untuk meningkatkan kompetensi dan integritas manajemen perbankan, uji ini dilakukan terhadap pemilik, pemegang saham pengendali, dewan komisaris, direksi dan pejabat eksekutif bank. Kedua, independensi manajemen bank, yaitu para anggota dewan komisaris dan direksi tidak boleh memiliki hubungan kekerabatan ataupun hubungan finansial dengan dewan direksi dan dewan komisaris atau menjadi pemegang saham pengendali

¹³ MARIHOT NASUTION dan DODDY SETIAWAN, *Pengaruh Corporate Governance terhadap Manajemen Laba di Industri Perbankan Indonesia*, Jurnal SNA (Simposium Nasional Akuntansi) X, Makassar, 2007, hlm. 2.

¹⁴ KNKCG, *op.cit*, hlm. 1.

di perusahaan lain. Ketiga, dalam standar penerapan fungsi internal audit bank publik, bank diwajibkan menunjuk direktur kepatuhan yang nantinya akan bertanggung jawab atas segala kepatuhan bank terhadap peraturan yang ada. Sedangkan mengenai *governance outcome*, BI telah mengeluarkan beberapa peraturan antara lain transparansi mengenai kondisi keuangan bank dan peningkatan peran auditor eksternal. Bank diwajibkan untuk mengungkapkan *non performing loan* (NPL), pelaporan laporan keuangan oleh manajemen resiko, pemegang saham dan afiliasinya.¹⁵

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

2.1.3. Loyalitas

¹⁵ Thomas S. Kaihatu, *Good Corporate Governance dan Penerapannya di Indonesia*, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Surabaya: Universitas Kristen Petra, Vol.8, No.1, Maret 2006, hlm. 6-7.

Menurut Rangkuti sebagaimana dikutip Tuti Supriyatmini, "loyalitas pelanggan merupakan kesetiaan pelanggan terhadap perusahaan yang telah menyediakan barang atau jasa kepadanya".¹⁶ Sedangkan menurut Lovelock dan K. Wright, loyalitas adalah "keputusan pelanggan untuk secara sukarela terus berlangganan dengan perusahaan tertentu dalam jangka waktu yang lama".¹⁷ 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 meskipun terdapat tawaran menarik dari pesaing untuk berpindah merek (Oliver (1999), Bloemer & Marthens (1995)). Menurut Oliver seperti dikutip Gunarto Suhardi, loyalitas konsumen terdiri dari 4 tahap yakni:

1. *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.

2. *Affectively Loyal*

¹⁶ Tuti Supriyatmini, *Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah pada BMT Anda Semarang*, Skripsi, Semarang: Universitas Negeri Semarang, Fakultas Ilmu Sosial, 2005, hlm. 38.

¹⁷ Christopher H. Lovelock dan Lauren K. Wright, *loc.cit.*

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

3. *Conatively Loyal*

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

4. *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.¹⁸

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

1. *Brand Loyalty*

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

2. *Store Loyalty*

Loyalitas konsumen dalam mengunjungi suatu toko dimana konsumen biasa membeli merek produk yang diinginkan, sehingga pelanggan/konsumen enggan berpindah ketoko lain.¹⁹

¹⁸ Gunarto Suhardi, *Pengaruh Atribut Produk yang Dipertimbangkan dalam Pemilihan Produk Deposito Perbankan terhadap Kepercayaan dan Dampaknya pada Loyalitas Nasabah*, KINERJA Jurnal Bisnis dan Ekonomi, Yogyakarta: Universitas Atma Jaya, Vol. 12, No. 1, Februari 2008, hlm. 101.

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 and Shiang-lih seperti dikutip Eni Andari et al, secara umum terdapat tiga pendekatan untuk mengukur loyalitas, yaitu :

1. Pengukuran keperilakuan yaitu perilaku pembelian ulang dipertimbangkan sebagai indikator loyalitas.
2. Pengukuran sikap. Pendekatan ini berkaitan dengan rasa loyalitas, keterikatan dan kesetiaan, yang ditunjukkan dengan merekomendasikan kepada orang lain.
3. Pendekatan gabungan yaitu pendekatan yang merekomendasikan kedua dimensi di atas.²⁰

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 Tuti Supriyatmini loyalitas disini dapat diukur dengan menggunakan 3 indikator yaitu :

¹⁹ Tony 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, hlm. 59.

²⁰ Eni Andari et al. *Peran Customer Satisfaction dan Image terhadap Customer Loyalty pada Industri Perhotelan di Yogyakarta*, Jurnal Ekonomi JAVANISI, Yogyakarta: Universitas Janabadra, Vol. 11, No.3, Desember 2008, hlm. 229.

1. *Repeat*, yaitu apabila nasabah membutuhkan barang atau jasa yang disediakan oleh penyedia jasa yang bersangkutan.
2. *Retention*, yaitu nasabah tidak terpengaruh jasa yang diberikan oleh pihak lain.
3. *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.²¹

2.2. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian yaitu Sam'ani dengan judul pengaruh *good corporate governance* dan *leverage* terhadap kinerja keuangan pada perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2004-2007 menunjukkan bahwa *corporate governance* mempunyai hubungan yang positif dan signifikan terhadap kinerja dan secara umum hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan perbankan di Indonesia sudah mulai menerapkan *good corporate governance* dalam upaya meningkatkan kinerja perusahaan serta untuk melindungi kepentingan para principal.

Sedangkan berdasarkan Rudi Isnanta dengan judul pengaruh *good corporate governance* dan struktur kepemilikan terhadap manajemen laba dan kinerja keuangan, menyatakan bahwa *good corporate governance* mempunyai hubungan dan pengaruh yang signifikan positif terhadap kinerja keuangan.

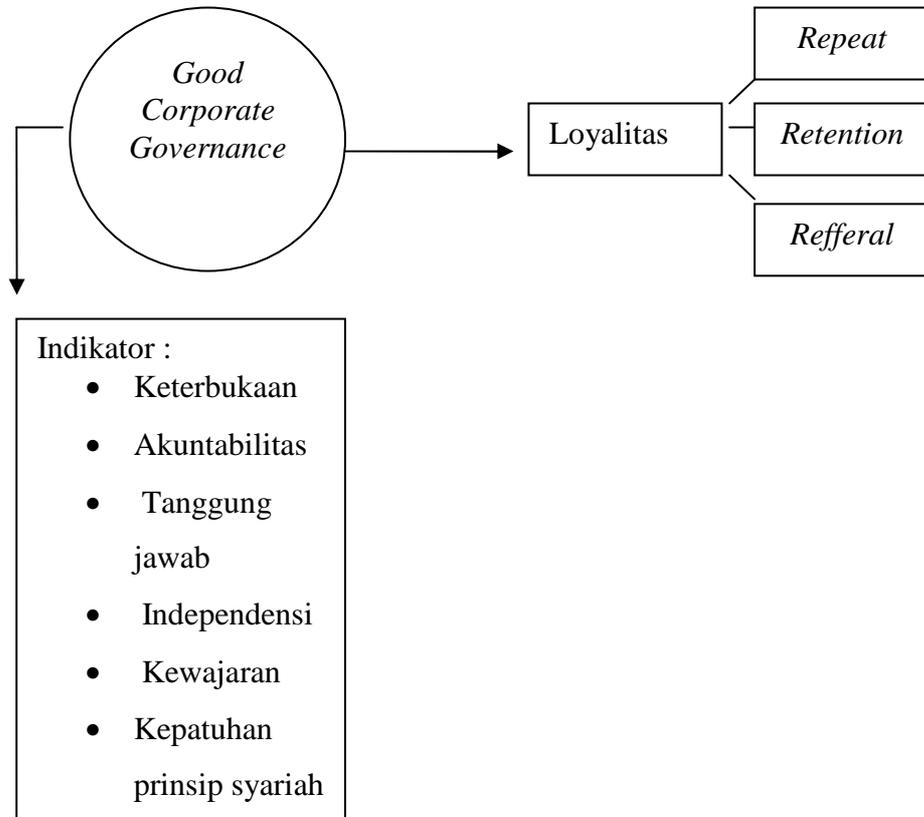
²¹ Tuti Supriyatmini, *op.cit*, hlm. 40-41.

2.3. Kerangka Pemikiran Teoritik

Dari berbagai teori yang telah di uraikan di atas dapat ditarik menjadi sebuah kerangka pikir yang mana variabel X adalah *good corporate governance* (keterbukaan, akuntabilitas, tanggung jawab, independensi dan kewajaran) karena pada bank syariah maka variabel X ditambah kepatuhan prinsip syariah, dan variabel Y adalah loyalitas (*repeat, retention, dan refferal*)

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

Gambar 2.1: kerangka pikir penelitian



2.4. Hipotesis Penelitian

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

H1 : Penerapan *good corporate governance* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BPRS ARTHA MAS ABADI PATI.