

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Bank Muamalat Indonesia Tbk

1. Sejarah

PT. Bank Muamalat, Tbk. Didirikan pada tahun 1412 H atau tahun 1991 M. Diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Pemerintah Indonesia. Dan melalui kegiatan operasinya pada tanggal 27 syawal 1412 H, atau tanggal 1 Mei 1992 M, dengan dukungan *eksponen* Ikatan Cendekiawan Muslim Se-Indonesia (ICMI) dan beberapa pengusaha muslim, pendirian Bank Muamalat juga menerima dukungan masyarakat, terbukti dari dokumen pendirian saham perseroan senilai Rp 84 miliar pada saat penandatanganan akta pendirian perseroan. Selanjutnya pada acara silaturahmi pendirian di Istana Bogor diperoleh tambahan komitmen dan masyarakat Jawa Barat yang turut menanam modal senilai Rp 106 miliar (Buletin Ekonomika dan Bisnis Islam. *Potret Perbankan Syariah Di Indonesia*. Edisi: IV/VII)

Pada tanggal 27 Oktober 1994, hanya dua tahun setelah didirikan, Bank Muamalat berhasil menyandang predikat sebagai Bank Devisa. Pengakuan ini semakin memperkuat posisi perseroan sebagai bank syariah pertama dan terkemuka di Indonesia dengan beragam jasa maupun produk yang terus dikembangkan. Pada akhir tahun 90an, Indonesia dilanda krisis moneter yang memporak-porandakan sebagian besar perekonomian Asia Tenggara. Sektor perbankan nasional tergelung oleh kredit macet disegmen korporasi, Bank Muamalat pun terimbas dampak krisis. Di tahun 1998 rasio pembayaran macet (NPF) mencapai lebih dari 60%, perseroan mencatat rugi sebesar Rp 105 miliar. Ekuitas mencapai titik terendah, yaitu Rp 39,3 miliar, kurang sepertiga modal setor awal.

Dalam upaya memperkuat permodalannya, Bank Muamalat mencari pemodal yang potensial dan ditanggapi secara positif oleh *Islamic Development Bank* (IDB) yang berkedudukan di Jeddah, Arab Saudi. Pada Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) tanggal 1 Juni 1999 IDB secara resmi menjadi salah satu pemegang saham Bank Muamalat oleh karenanya kurun waktu antara tahun 1999 dan 2002 merupakan masa – masa yang penuh tantangan sekaligus keberhasilan bagi Bank Muamalat. Dalam kurun waktu tersebut Bank Muamalat berhasil membalikkan kondisi dari rugi menjadi laba berkat upaya dan dedikasi setiap kru Bank Muamalat. Ditunjang oleh kepemimpinan yang kuat, strategi pengembangan usaha yang tepat serta ketepatan terhadap pelaksanaan perbankan syariah secara

Melalui masa-masa yang sulit ini Bank Muamalat berhasil bangkit dari keterpurukan. Diawali dari pengangkatan kepengurusan baru di mana seluruh anggota direksi diangkat dalam tubuh Muamalat, Bank Muamalat kemudian menggelar rencana kerja lima tahun dengan penekanan pada :

- 1) Restruksasi aset dan program efisiensi.
- 2) Tidak mengandalkan setoran modal tambahan.
- 3) Tidak melakukan PHK satupun terhadap sumber daya insani yang ada dan dalam pemangkasan biaya, tidak memotong hak kru Muamalat sedikitpun.
- 4) Pemulihan kepercayaan dan rasa percaya diri kru Muamalat menjadi prioritas utama ditahun pertama kepengurusan direksi baru.
- 5) Peletakkan landasan usaha baru dengan menegakkan disiplin kerja Bank Muamalat sebagai agenda utama ditahun kedua.
- 6) Pembangunan tonggak-tonggak usaha dengan menciptakan serta menumbuhkan peluang usaha menjadi sasaran Bank Muamalat pada tahun ketiga dan seterusnya.

2. Kegiatan usaha

Adapun kegiatan usaha Bank Muamalat Indonesia Tbk, sesuai dengan UU No. 21 tahun 2008 pasal 21 meliputi (Hasan, 2009: 274):

- a. Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk:
 - 1) Simpanan, berupa tabungan atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan akad *wadi'ah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
 - 2) Investasi, berupa deposito atau tabungan bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
- b. Menyalurkan dana kepada masyarakat dalam bentuk:
 - 1) Pembiayaan bagi hasil berdasarkan akad *mudharabah* atau akad *musyarakah*.
 - 2) Pembiayaan berdasarkan akad *murabaha*, *salam*, atau *istishna*.
 - 3) Pembiayaan berdasarkan akad *qardh*.
 - 4) Pembiayaan penyewaan barang, rumah, dan lain-lain berdasarkan prinsip *ijarah*, dan *ijarah muntahiyah bittamlik*.
 - 5) Pengambilan utang piutang berdasarkan akad *hiwalah*.
 - 6) Menempatkan dana pada bank syariah lain dalam bentuk titipan berdasarkan akad *wadi'ah* atau investasi berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip

- 7) Memindahkan uang, baik untuk kepentingan sendiri maupun untuk kepentingan nasabah melalui rekening Bank Muamalat Indonesia, yang ada di bank umum syariah, dan bank umum konvensional.
- 8) Menyediakan produk atau melakukan kegiatan usaha bank syariah lainnya yang sesuai dengan prinsip syariah berdasarkan persetujuan Bank Indonesia.

3. Larangan Usaha

Selain itu juga terdapat larangan kegiatan bagi Bank Muamalat Indonesia sesuai yang tercantum dalam UU No. 21 pasal 24, tahun 2008 yaitu (Hasan, 2009: 276):

- a. Melakukan kegiatan usaha yang bertentangan dengan prinsip syariah
- b. Melakukan kegiatan usaha dalam valuta asing, kecuali penukaran uang asing dengan izin Bank Indonesia.
- c. Melakukan kegiatan usaha perasuransian, kecuali sebagai agen pemasaran produk asuransi syariah.
- d. Melakukan penyertaan modal, kecuali pada lembaga yang dibentuk untuk menanggulangi kesulitan likuiditas Bank Muamalat Indonesia.
- e. Melakukan usaha lain di luar kegiatan usaha sebagaimana yang di maksud dalam pasal 21.

B. Gambaran Umum Responden

1. Jenis Kelamin Responden

Untuk mengetahui identitas responden, dalam penelitian ini akan dijelaskan tentang jenis kelamin responden yang diambil dari sampel sebanyak 350 orang nasabah pada PT. Bank Muamalat Tbk Cabang Yogyakarta, yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.1

Jenis Kelamin Responden

Jenis kelamin	Jumlah	Prosentase
Laki-laki	201	57,4
Perempuan	149	42,6

Jumlah	350	100
--------	-----	-----

Sumber : Data primer yang diolah, tahun 2012

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa jumlah responden sebanyak 350 orang terdiri dari 201 orang atau 57,4 % adalah laki-laki dan 149 orang atau 42,6 % adalah perempuan. Data ini di peroleh dari beberapa titik yang memungkinkan untuk pengambilan sampel.

2. Tingkat Pendidikan Responden

Penggolongan responden menurut tingkat pendidikan dikelompokkan dalam tabel 4.2 berikut ini.

Tabel 4.2
Tingkat Pendidikan Responden

No.	Pendidikan	Frekuensi	Presentase
1.	SLTP/Sederajat	5	1,4
2.	SLTA/Sederajat	109	31,1
3.	Diploma	49	14,0
4.	S1	138	39,4
5.	S2	35	10,0
6.	Lain – lain	14	4,0
Jumlah		350	100

Sumber : Data primer yang diolah, tahun 2012

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa dari 350 responden, sebagian besar berpendidikan perguruan tinggi/akademik, yaitu sebanyak 222 responden atau 63,4%. Berdasarkan penjelasan di atas memberikan indikasi bahwa rata-rata pendidikan responden adalah tinggi karena

sebagian besar mereka adalah masyarakat kota yang sudah maju dalam berpikir dan sudah terbiasa menggunakan jasa perbankan.

3. Pekerjaan Responden

Berdasarkan pekerjaan maka karakteristik responden digolongkan dalam Tabel 4.3 berikut ini :

Tabel 4.3
Pekerjaan responden

No	Pekerjaan	Jumlah responden	
		Dalam angka	prosentase
1	Pegawai negri	32	9,1
2	Pegawai swasta	85	24,3
3	wiraswasta	52	14,9
4	Pelajar/ mahasiswa	171	48,9
5	Lain-lain	10	2,9
Jumlah		350	100

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2012

Berdasarkan tabel 4.3 di atas dapat dijelaskan bahwa responden terbanyak adalah responden yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar atau mahasiswa yaitu berjumlah 171 orang responden atau sebesar 48,9 %.

Dan responden yang paling sedikit adalah responden yang memiliki

pekerjaan lain-lain seperti ibu rumah tangga, dll. Berdasarkan penjelasan

di atas memberikan indikasi bahwa rata-rata responden yang dipilih merupakan mereka yang berpendidikan, karena sebagian besar mereka adalah masyarakat kota yang sudah berpendidikan dan sudah terbiasa menggunakan jasa perbankan.

4. Pendapatan Responden

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat dideskripsikan karakteristik responden berdasarkan pendapatan dalam Tabel 4.4 sebagai berikut:

Tabel 4.4
Pendapatan responden

No	Pendapatan	Jumlah	Persentase
1	Di bawah 1 jt	157	44,9
2	Antara 1jt – 2,5 jt	119	34,0
3	Antara 2,51 - 5 jt	41	11,7
4	Di atas 5 jt	28	8,0
5	Lain-lain	5	1,4
	Jumlah	350	100

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2012

Berdasarkan Tabel 4.4 menunjukkan klasifikasi responden berdasarkan pendapatan dari jumlah 350 responden yang berhasil dihimpun. Jumlah responden yang paling banyak menjadi nasabah yaitu

mereka yang mempunyai pendapatan di bawah 1 juta, yakni sebanyak 157 orang atau 44,9 %. Yang kedua nasabah dengan pendapatan antara 1,1 – 2,5 juta dengan jumlah responden 119 orang atau 34,0 %. Dan responden yang paling sedikit adalah responden yang berpendapatan lain-lain yaitu sebanyak 5 orang responden atau sebanyak 1,4 %.

C. Uji Kualitas Instrumen

1. Uji Validitas

Untuk menguji valid dan tidaknya pertanyaan yang akan diajukan dengan menggunakan validitas pearson, indikator dikatakan valid bila nilai p value $< 0,05$ (signifikan). Berdasarkan hasil analisis diperoleh data sebagai berikut :

Tabel 4.5
Uji Validitas

Variabel	No. Pertanyaan	P Value	Keterangan
Promosi	X1.1	0.000	Valid
	X1.2	0.000	Valid
	X1.3	0.000	Valid
	X1.4	0.000	Valid
	X1.5	0.000	Valid
	X1.6	0.000	Valid

	X1.7	0.000	Valid
	X1.8	0.000	Valid
Hadiah	X2.1	0.000	Valid
	X2.2	0.000	Valid
	X2.3	0.000	Valid
	X2.4	0.000	Valid
	X2.5	0.000	Valid
	X2.6	0.000	Valid
	X2.7	0.000	Valid
	X2.8	0.000	Valid
Atribut syariah	X3.1	0.000	Valid
	X3.2	0.000	Valid
	X3.3	0.000	Valid
	X3.4	0.000	Valid
	X3.5	0.000	Valid
	X3.6	0.000	Valid
	X3.7	0.000	Valid
	X3.8	0.000	Valid

Loyalitas	Y1.1	0.000	Valid
	Y1.2	0.000	Valid
	Y1.3	0.000	Valid
	Y1.4	0.000	Valid
	Y1.5	0.000	Valid

Sumber : data primer yang diolah, tahun 2012

Dari hasil tabel diatas, dapat dijelaskan bahwa semua butir pertanyaan dinyatakan valid. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *pvalue* pada korelasi total skor sebesar 0,000 (signifikan), karena nilai *pvalue* < 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan adalah valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis *Cronbach's Alpha*. Suatu kuisioner dapat dikatakan reliabel apabila mempunyai alpha lebih dari 0,60. Hasil reliabilitas dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4.6
Uji Reliabilitas

No.	Indikator	Nilai r Alpha tabel	Nilai r Alpha hitung	Keterangan
1.	Promosi	0,6	0,822	Reliabel
2.	Hadiah	0,6	0,907	Reliabel

3.	Atribut syariah	0,6	0.888	Reliabel
4	Loyalitas	0,6	0,884	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah, tahun 2012

Berdasarkan Tabel 4.6 dapat diketahui bahwa masing-masing variabel yaitu variabel promosi, hadiah, atribut syariah dan loyalitas ternyata diperoleh nilai *cronbact alpha* lebih besar dari 0,6. Dengan demikian, maka hasil uji reliabilitas terhadap keseluruhan variabel adalah reliabel, dan bisa dilakukan langkah selanjutnya.

D. Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

1. Analisis Data

Berdasarkan perhitungan regresi berganda antara promosi, hadiah, dan atribut syariah terhadap loyalitas nasabah dengan dibantu program SPSS dalam proses penghitungannya dapat diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.7
Hasil Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1(constan)	2.259	1.284		1.759	.079
Promosi	.227	.044	.266	5.109	.000
Hadiah	.016	.028	.028	.564	.573
Atribut Syariah	.299	.036	.421	8.408	.000

Sumber : Data primer yang diolah, tahun 2012

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada tabel 4.7 maka diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$Y = 2,259 + 0,227 X_1 + 0,016 X_2 + 0,299 X_3 + e$$

Hasil persamaan regresi berganda tersebut di atas memberikan pengertian bahwa :

- Nilai konstanta sebesar 2,259, bernilai positif, dapat diartikan bahwa apabila variabel bebas (promosi, hadiah dan atribut syariah) konstan, maka loyalitas nasabah akan bernilai positif.
- b_1 (nilai koefisien regresi promosi) sebesar 0,227, bernilai positif, mempunyai arti bahwa jika promosi yang dilakukan bank Muamalat semakin baik (X_1) sedangkan variabel lain adalah tetap (konstan) maka loyalitas nasabah akan meningkat.
- b_2 (nilai koefisien regresi hadiah) sebesar 0,016, bernilai positif, mempunyai arti bahwa jika hadiah yang diberikan oleh bank Muamalat sudah baik (X_2) sedangkan variabel lain adalah tetap (konstan) maka loyalitas nasabah akan meningkat.

- d. b_3 (nilai koefisien regresi atribut syariah) sebesar 0,299, bernilai positif, mempunyai arti bahwa jika atribut syariah pada bank muamalat semakin baik (X_3) sedangkan variabel lain adalah tetap (konstan) maka loyalitas nasabah akan meningkat.
- e. Serta dari data diatas dapat diterangkan bahwa variabel yang paling berpengaruh terhadap loyalitas adalah variabel atribut syariah yaitu sebesar 0,299, sedangkan variabel yang memiliki pengaruh paling kecil diantara dua variabel lainnya yaitu variabel hadiah sebesar 0,016.

2. Pengujian Hipotesis

a. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel independen yaitu promosi, hadiah dan atribut syariah terhadap variabel dependen yaitu loyalitas nasabah.

1. Pengaruh Variabel Promosi Terhadap Loyalitas Nasabah.

Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh nilai *p value* pada variabel promosi sebesar 0,000 (signifikan), karena nilai *p value* < *alpha* (0,05), hal ini berarti bahwa variabel promosi secara individu berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di bank

2. Pengaruh Variabel Hadiah Terhadap Loyalitas Nasabah.

Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh nilai *p value* pada variabel hadiah sebesar 0,573 (tidak signifikan), karena nilai *p value* < *alpha* (0,05), hal ini berarti bahwa variabel hadiah secara individu tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di bank Muamalat.

3. Pengaruh Variabel Atribut Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah.

Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh nilai *p value* pada variabel atribut syariah sebesar 0,000 (signifikan), karena nilai *p value* < *alpha* (0,05), hal ini berarti bahwa variabel atribut syariah secara individu berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di bank Muamalat.

b. Uji F

Pengujian ini mengetahui ada atau tidaknya pengaruh promosi, hadiah dan atribut syariah secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, digunakan pengujian dengan uji F. Hasil pengolahan menggunakan program SPSS adalah sebagai berikut :

Tabel 4.8**Uji F**ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1625.968	3	541.989	68.681	.000 ^a
Residual	2730.420	346	7.891		
Total	4356.389	349			

a. Predictors: (Constant), Atribut Syariah, Hadiah, Promosi

b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat nilai *p value* pada uji F sebesar 0,000 (signifikan), karena nilai *p value* < *alpha* (0,05), hal ini berarti bahwa variabel independen berupa promosi, hadiah, dan atribut syariah secara serentak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu loyalitas nasabah. Dan untuk mengetahui besarnya nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai *adjusted R Square*, berikut ini adalah hasil koefisien determinasi.

Tabel 4.9
Uji Koefisien Determinasi

	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.611 ^a	.373	.368	2.809

a. Predictors: (Constant), Atribut Syariah, Hadiah, Promosi

b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa nilai koefisien determinasi adalah sebesar 0,368 yang menunjukkan bahwa antara variabel promosi, hadiah dan atribut syariah secara bersama-sama dapat menjelaskan loyalitas nasabah Bank Muamalat Yogyakarta dengan tingkat saling berpengaruhnya sebesar 36,8 %.

E. Pembahasan

Promosi berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah, dan apabila promosi semakin meningkat, yaitu seperti promosi yang dilakukan bank Muamalat kepada masyarakat sudah merata ke seluruh penjuru daerah, serta dapat menarik nasabah yang lain sehingga nasabah yang loyal terhadap bank bertambah. Hal ini mengindikasikan bahwa

promosi merupakan terobosan-terobosan yang senantiasa dikembangkan untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan. Pada industri perbankan promosi sangat dibutuhkan untuk meningkatkan kepercayaan nasabah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai *p value* pada variabel promosi sebesar 0,000 (signifikan), karena nilai *p value* < *alpha* (0,05), hal ini berarti bahwa variabel promosi secara individu berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di bank Muamalat.

Hadiah merupakan salah satu strategi yang jitu yang dilakukan bank Muamalat sudah cukup baik tetapi pengaruhnya tidak signifikan. Hal ini dapat dilihat dari nilai *p value* pada variabel hadiah sebesar 0,573 (tidak signifikan), karena nilai *p value* < *alpha* (0,05), hal ini berarti bahwa variabel hadiah secara individu tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di bank Muamalat.

Atribut syariah berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah, dan apabila atribut syariah pada bank Muamalat dijaga dengan baik maka akan meningkatkan loyalitas nasabah, dan sangat penting untuk menjaga loyalitas nasabah karena dalam penelitian ini atribut syariah berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dapat dilihat dari nilai *p value* pada variabel atribut syariah sebesar 0,000 (signifikan), karena nilai *p value* < *alpha* (0,05), hal ini berarti bahwa variabel atribut syariah secara individu berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di bank Muamalat.

Faktor yang paling dominan mempengaruhi loyalitas nasabah bank Muamalat adalah atribut syariah dengan nilai *standardized coefisient* yang paling tinggi sebesar 0,421, urutan kedua variabel promosi sebesar 0,266, dan hadiah sebesar 0,028. Atribut merupakan variabel dominan, sebab mayoritas penduduk Indonesia adalah beragama Islam khususnya di daerah Yogyakarta, apabila atribut syariah diterima oleh nasabah, maka nasabah akan merasa lebih nyaman untuk bertransaksi dengan bank Muamalat.