

Pengaruh Indikator Nilai-Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Pada *Baitul Maal Wa Tamwil*

Elda Andriani¹, Rahmat Kurnia²

Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar¹

Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang²

✉ Corresponding Author:

Nama: Rahmat Kurnia

E-mail: rahmatkurnia@uinib.ac.id

Abstract: *This study aims to explain and analyze the influence of indicators of Islamic values (al-hurriyah, al-musawah, al-'Jadi, as-shidq, ar-ridho and al-kitabah) on customer satisfaction at Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) in Tanah Datar District. This study used a quantitative approach using a questionnaire survey (questionnaire) as a data collection technique which was carried out by providing a set of questions or written statements to the respondents to answer. The scale used is the Likert scale. The population of this study are customers at PT. LKMS BMT Almabruk Batusangkar and KJKS BMT Al Makmur Cubadak in Tanah Datar Regency in 2020. The sampling technique uses non-probability sampling with the sample technique that the author uses, namely incidental sampling. A total of 98 questionnaires were distributed and the data obtained was analyzed using SmartPLS (Partial Least Square). Based on the results of the PLS analysis, not all indicators of Islamic values have an effect on customer satisfaction at Baitul Maal Wa Tamwil (BMT). There are four (4) indicators that have no effect, namely hurriyah, musawah, 'ada and shidq and only two (2) indicators that have an effect, namely ridho and kitabah.*

Keywords: *Islamic Values (Al-Hurriyah, Al-Musawah, Al-'Ada, As Shidq, Ar-Ridho And Al-Kitabah), Customer Satisfaction*

Abstrak: *Penelitian ini bertujuan untuk untuk menjelaskan dan menganalisis pengaruh indikator nilai-nilai Islam (al-hurriyah, al-musawah, al-'adalah, as-shidq, ar-ridho dan al-kitabah) terhadapkepuasan nasabah pada Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) di Kabupaten Tanah Datar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan survey kuisisioner (angket) sebagai teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Skala yang digunakan adalah skala likert. Populasi dari penelitian ini adalah nasabah pada PT. LKMS BMT Almabruk Batusangkar dan KJKS BMT Al Makmur Cubadak di Kabupaten Tanah Datar pada tahun 2020. Teknik pengambilan sampel menggunakan non probability sampling dengan teknik sampel yang penulis gunakan yaitu sampling insidental. Sebanyak 98 kuisisioner telah disebar dan data yang diperoleh dianalisa dengan menggunakan SmartPLS (Partial Least Square). Berdasarkan hasil analisa PLS, tidak seluruhnya indikator nilai-nilai Islam berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Baitul Maal Wa Tamwil (BMT). Terdapat empat (4) indikator yang tidak berpengaruh yaitu hurriyah, musawah, 'adalah dan shidq dan hanya ada dua (2) yang berpengaruh yaitu ridho dan kitabah.*

Kata Kunci: *Nilai-Nilai Islam (Al-Hurriyah, Al-Musawah, Al-'Adalah, As Shidq,Ar-Ridho Dan Al-Kitabah), Kepuasan Nasabah)*

1. PENDAHULUAN

Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) adalah lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan prinsip bagi hasil, menumbuhkan bisnis usaha mikro dan kecil dalam rangka mengangkat derajat dan martabat serta membela kepentingan kaum fakir dan miskin. Secara bahasa *baitul maal* berarti rumah dana dan *baitul tamwil* berarti rumah usaha. *Baitul maal* dikembangkan berdasarkan sejarah perkembangannya, pada era Nabi *Baitul Maal* berfungsi untuk mengumpulkan sekaligus mengelola dana sosial. Sedangkan *Baitul Tamwil* merupakan lembaga bisnis yang bermotif laba (Muhammad Ridwan, 2004, h. 126). Sebagai lembaga bisnis, legalitas *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) sebagai lembaga yang bergerak dalam perhimpunan dana masyarakat terbentur setatus hukum yang sulit. Sebagai lembaga yang bukan bank, usaha yang dilakukan oleh *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) lebih dekat kepada koperasi simpan pinjam. *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) sebagai lembaga keuangan mikro bergerak dalam kegiatan menghimpun dan menyalurkan oleh *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) ini dalam skala kecil, namun kegiatan usaha ini secara yuridis tampak berlawanan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang perbankan. Dimana aturan hukumnya mengikuti UU koperasi No 17 tahun 2012, meskipun sebenarnya konsep BMT lebih luas bagi masyarakat. BMT berdasarkan UUD 45 serta berlandaskan prinsip Islam, keterpaduan (*kaffah*), kekeluargaan atau koperasi, kebersamaan, kemandirian dan profesionalisme (Muhammad Ridwan, 2004, h. 139). Dalam Konsepnya, *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) secara konsisten menggunakan prinsip Islam sebagai landasan atau yang disebut dengan nilai-nilai Islam. Dalam perjalanannya secara tersirat *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) adalah lembaga syariah yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan tetapi juga sebagai lembaga dakwah yang mengedukasi masyarakat tentang bermuamalah menurut syariat Islam. Jika mengurai nilai Islam pada *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) secara khusus perlu adanya pemahaman nilai Islam secara sosio ekonomi, karena sesungguhnya jika berbicara mengenai nilai-nilai Islam, sebuah kajian yang universal (Verry Cahyono, 2018, h. 2-3).

Nilai-nilai Islam yang telah diterapkan dalam setiap aktivitas *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) yaitu perjanjian/akad yang dibuat oleh pihak *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT)

dengan nasabahnya. Penerapan yang baik dan benar akan mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menjadi nasabah atau tidaknya. Dengan adanya penerapan nilai-nilai Islam tersebut, kepercayaan nasabah akan meningkat untuk menempatkan dananya maupun untuk menggunakan fasilitas pembiayaan. Semakin banyak masyarakat menempatkan dananya atau menggunakan pembiayaan, itu menunjukkan masyarakat telah menjadi yang loyal pada *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT). Berbicara mengenai loyalitas nasabah, tentunya tidak terlepas dari tingkat kepuasan nasabah terhadap produk dan pelayanan yang diberikan *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) kepada nasabahnya (Munawaroh, 2019, h.5). Kabupaten Tanah Datar mempunyai 4 (empat) *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) yang masih aktif sampai sekarang yaitu PT. LKMS BMT Almabruk Batusangkar, KJKS BMT Ampek Jurai Lantai Batu Batusangkar, KJKS BMT Al Makmur Cubadak dan KJKS BMT Darussalam Simabur yang melaksanakan kegiatan *funding* dan *financing* dengan bertujuan untuk membangun perekonomian usaha mikro masyarakat Tanah Datar. Adapun jumlah nasabah pada *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) di Kabupaten Tanah Datar Tahun 2016-2020 dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1
Jumlah Nasabah pada *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) di Kabupaten Tanah Datar Tahun 2016-2020

PT. LKMS BMT Almabruk Batusangkar		
Tahun	Jumlah Nasabah	Pertumbuhan
2016	1.526	-
2017	1.905	379
2018	2.543	638
2019	2.873	330
2020	3.076	203
KJKS Al Makmur Cubadak		
Tahun	Jumlah Nasabah	Pertumbuhan
2016	564	-
2017	602	38
2018	835	233
2019	1.040	205
2020	1.188	148

Data: Jumlah Nasabah *Baitul Mal Wat Tamwil* (BMT) (diolah) 2020

Tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah nasabah pada *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) di Tanah Datar yang setiap tahunnya memiliki peningkatan. Terjadinya peningkatan jumlah

nasabah pada *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) di Tanah Datar tentunya terjadi atas dasar penerapan nilai-nilai syariah yang menjadi tolak ukur tingkat kepuasan nasabah. Berdasarkan hasil observasi penulis dengan beberapa responden dapat disimpulkan bahwa nasabah merasa puas terhadap *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) di Tanah Datar. Kepuasan nasabah merupakan indikator utama standar suatu fasilitas dan sebagai suatu ukuran mutu pelayanan yang diberikan. Kepuasan nasabah dapat dicapai melalui kinerja terbaik dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Pemberian pelayanan terbaik terjadi bila perusahaan mampu menjaga atau meningkatkan kualitas jasa atau pelayanan yang diberikan kepada nasabah. Oleh karena itu, setiap perusahaan atau usaha yang dijalankan harus dapat terus membaca apa yang menjadi kebutuhan nasabah guna mencapai tingkat kepuasan nasabah yang tinggi (Agus, 2018, h. 3). Dalam hal ini Islam sebagai solusi diterapkannya nilai-nilai Islam pada bank berbasis syariah, serta pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah yang tepat dalam penerapan nilai-nilai Islam pada bank Syariah khususnya pada *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) di Kabupaten Tanah Datar yang selain dijadikan oleh Allah sebagai penutup segala syari'at, juga sebagai sebuah tatanan kehidupan yang paripurna dan meliputi seluruh aspeknya. Islam adalah agama *rahmatan lil'alam* (menjadi rahmat bagi alam semesta). Setiap aspek kehidupan dalam Islam secara global telah mendapat pengaturan dari Allah (Khotibul Umam, 2016, h. 20).

2. KAJIAN PUSTAKA

a. *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT)

Secara *harfiah/lughawi* *Baitul Maal* berarti rumah dana dan *Baitul Tamwil* berarti rumah usaha. *Baitul Maal* dikembangkan berdasarkan sejarah perkembangannya, yakni dari masa Nabi sampai abad pertengahan perkembangan Islam. Dimana *Baitul Maal* berfungsi untuk mengumpulkan sekaligus mentasyarufkan dana sosial (Muhammad Ridwan, 2004, h. 126), seperti zakat, infaq dan sadaqah (A. Djazuli dan Yadi Janwari, 2002, h. 183). Sedangkan *Baitul Tamwil* merupakan lembaga bisnis yang bermotif laba (Muhammad Ridwan, 2004, h. 126) atau lembaga yang kegiatannya mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas usaha ekonomi pengusaha kecil bawah dan mikro dengan antara lain mendorong

kegiatan menabung dan pembiayaan usaha ekonomi (Muhammad, 2000, h. 114). *Baitul Mal wa Tamwil* (BMT) adalah balai usaha mandiri terpadu yang isinya berintikan *bayt al-mal wa al-tamwil* dengan kegiatan mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil bawah dan kecil dengan antara lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya. Selain itu, *Baitul Mal wa Tamwil* juga bisa menerima titipan zakat, infak dan sedekah, serta menyalurkannya sesuai dengan peraturan dan amanatnya.

b. Indikator Nilai-Nilai Islam

Prinsip nilai-nilai syariah yang ada pada setiap perusahaan atau bank yang berbasis syariah harus memiliki beberapa prinsip-prinsip sesuai dengan hukum islam sebagai titik acuan perusahaan. Berikut adalah beberapa indikator penerapan nilai-nilai syariah yang sesuai dengan hukum islam pada perusahaan di antaranya yaitu (Anshori, 2018):

Al-Hurriyah (Kebebasan): Yaitu suatu prinsip dasar dalam hukum perjanjian islam, dalam artian para pihak bebas membuat suatu perjanjian akad (*freedom of making contract*). Bebas dalam menentukan objek perjanjian dan bebas dalam menentukan dengan siapa ia akan membuat perjanjian, serta bebas menentukan bagaimana cara menentukan penyelesaian sengketa jika terjadi dikemudian hari. Dalam membuat hukum perjanjian tidak boleh ada unsure paksaan, kekhilafan, dan penipuan.

Al-Musawah (Persamaan atau Kesetaraan): Yaitu bahwa para pihak mempunyai kedudukan (*bargaining position*) yang sama, sehingga dalam menentukan *term and condition* dari suatu akad /perjanjian setiap pihak mempunyai kesetaraan atau kedudukan yang seimbang.

Al-'Adalah (Keadilan): Pelaksanaan asas ini dalam suatu perjanjian/akad menuntut para pihak untuk melakukan yang benar dalam mengungkapkan kehendak dan keadilan, memenuhi semua kewajibannya. Perjanjian harus senantiasa mendatangkan keuntungan yang adil dan seimbang, serta tidak boleh mendatangkan kerugian bagi salah satu pihak.

Al-Ridha (Kerelaan): Yaitu bahwa segala transaksi yang dilakukan harus atas dasar kerelaan antara masing-masing pihak, harus di dasarkan pada kesepakatan bebasdari para pihak dan tidak boleh ada unsur paksaan, tekanan, penipuan, dan *mis-statement*.

Ash-Shidq (Kebenaran dan Kejujuran: Yaitu bahwa di dalam Islam setiap orang dilarang melakukan kebohongan dan penipuan, karena dengan adanya penipuan/kebohongan sangat berpengaruh dalam keabsahan perjanjian/akad. Perjanjian yang di dalamnya mengandung unsur kebohongan/penipuan, memberikan hak kepada pihak lain untuk menghentikan proses pelaksanaan perjanjian tersebut.

Al-Kitabah (Tertulis): Yaitu bahwa setiap perjanjian hendaknya dibuat secara tertulis, lebih berkaitan demi kepentingan pembuktian jika dikemudain hari terjadi sengketa. suatuperjanjian atau akad yang dilakukan antara bank syariah dengan nasabah harus benar-benar berada dalam kebaikan bagi semua pihak. Bahkan dalam pembuatan perjanjian atau akad hendaknya juga disertai dengan adanya saksi-saksi. Berdasarkan paparan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam islam ketika seorang ingin membuat perjanjian/akad dengan pihak lain, disamping didasari dengan adanya kesepakatan maka harus juga dituangkan di dalam bentuk tertulis dan juga dihadirkan para saksi-saksi. Hal ini sangat penting, khususnya bagi akad-akad yang membutuhkan pengaturan yang kompleks seperti akad pemberian waqaf, akad ekspor-impor, dan sebagainya.

c. Indikator Pengukuran Kepuasan Nasabah

Menurut Kotler dalam Tjiptono (2014), menyatakan bahwa ada 6(enam) indikator dalam pengukuran kepuasan nasabah, yaitu:

Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (*Overall Customer Satisfaction*) : Kepuasan nasabah secara keseluruhan dapat diukur dengan cara menanyakan langsung kepada nasabah apakah mereka merasa puas dalam mendapatkan pelayanan di BMT. Misalnya menanyakan apakah nasabah puas terhadap pelayanan keseluruhan yang ada di BMT atau tidak. Dimensi Kualitas Pelanggan/Nasabah: Dimensi kualitas dapat dilakukan dengan memilah-milah kepuasan nasabah ke dalam beberapa komponen.

Pertama, melakukan identifikasi terhadap dimensi apa saja yang menjadi kunci kepuasan nasabah. Kedua, meminta kesediaan nasabah untuk menilai jasa BMT berdasarkan item-item spesifik yang telah disediakan, seperti kecepatan pelayanan, keramah tamahan karyawan, dan fasilitas fisik dari BMT tersebut. Ketiga, nasabah diminta untuk menentukan manakah dimensi yang paling penting dan dominan dalam menilai kepuasan nasabah. Konfirmasi Harapan (*Confirmation of Expectations*):

Konfirmasi harapan yang dimaksudkan ialah untuk mengevaluasi apakah pelayanan yang diberikan oleh BMT sudah sesuai dengan harapan sebelum nasabah melakukan transaksi di BMT. Niat Beli Ulang (*Repurchase Intention*): Kepuasan nasabah diukur dengan menanyakan langsung kepada nasabah apakah akan menggunakan jasa atau pelayanan di BMT tersebut di kemudian hari atau tidak menggunakan lagi.

Kesediaan Untuk Merekomendasi (*Willingness to Recommend*): Kepuasan nasabah juga dapat diukur dengan melihat kesediaan nasabah untuk merekomendasikan kepada orang lain agar mau menjadi nasabah di BMT tersebut. Ketidakpuasan Pelanggan/Nasabah (*Dissatisfaction Customer*): Aspek aspek yang sering dianalisa untuk mengetahui ketidakpuasan nasabah yaitu komplain, retur atau pengembalian produk, rekomendasi negatif kepada pihak lain dan nasabah yang beralih ke BMT lain. Maka dari itu, hendaknya BMT perlumenyediakan sarana untuk melakukan keluhan seperti adanya *customer service, call center* dan kotak saran.

3. METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang ada di *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) di Tanah Datar. Penelitian ini akan dilakukan di Kabupaten Tanah Datar.

Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) yang dijadikan tempat penelitian yaitu PT. LKMS BMT Almabruk Batusangkar dan KJKS BMT Al Makmur Cubadak. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 98 Orang nasabah yang akan disebarakan kuisisioner (angket). Penelitian ini menggunakan metode analisis dengan menggunakan software Smart PLS (*Partial least square*).

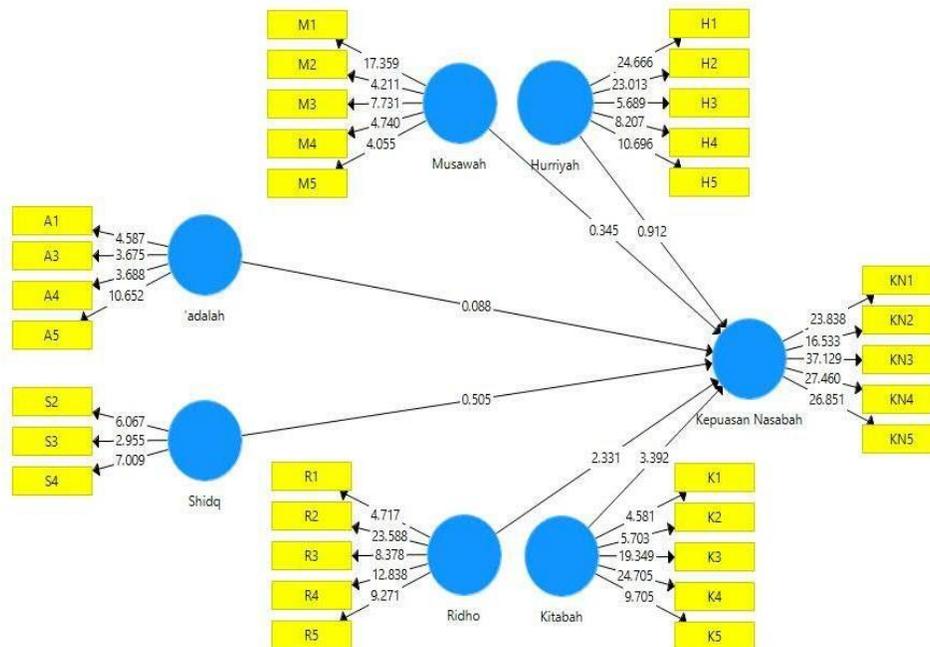
Analisis data dengan pendekatan PLS dilakukan dengan mengevaluasi *measurement* dan *structural model*. *Outer model* adalah model yang menggambarkan hubungan antara variabel laten dan indikatornya. *Outer model* sering juga disebut *outer relation* atau *measurement model*. Model pengukuran digunakan untuk menguji validitas konstruk dan reliabilitas instrumen. *Inner Model* (*inner relation*, *structural model* dan *substantive thory*) menggambarkan hubungan antara variabel laten berdasarkan pada teori substantif.

4. HASIL PENELITIAN

Signifikansi parameter yang diestimasi memberikan informasi yang sangat berguna mengenai antara variabel-variabel penelitian. Ukuran signifikansi keterdukungan hipotesis dapat digunakan perbandingan *t-tabel* dan *t-statistic*. Jika *t-statistic* lebih tinggi dibandingkan nilai *t-tabel*, berarti hipotesis terdukung atau diterima.

Dalam penelitian ini untuk tingkat keyakinan 95 % (*alpha 95 persen*) maka nilai *t-tabel* untuk hipotesis satu ekor (*one ailed*) adalah >1,64. Analisis PLS yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *SmartPLS* versi 3.0.3 yang dijalankan dengan media komputer. Pada pengujian ini *SmartPLS* akan melakukan proses *bootstrapping*. Adapun hasil *bootstrapping* yang akan ditampilkan dalam dua tampilan yaitu pada model penelitian seperti ada pada gambar berikut:

Gambar 1
Model Penelitian



Selain dalam bentuk model gambar, output model pengukuran juga dapat disajikan dalam bentuk report untuk output yang lebih rinci. Hasil dari memilih *path coefisient (Mean, STDEV, T-value)* akan didapatkan nilai-nilai *inner loading* dan *t-value* untuk menilai signifikan model prediksi seperti berikut ini, dimana signifikansi parameter yang diestimasi memberikan informasi yang sangat berguna mengenai hubungan antara variabel-variabel penelitian.

Tabel 2
Path Coefficient

	<i>Original Sample</i>	<i>Mean</i>	<i>STDEV</i>	<i>T-Statistik</i>	Hipotesis
H → KN	0,091	0,113	0,100	0,912	Tidak Berpengaruh
A → KN	-0,010	0,001	0,109	0,088	Tidak Berpengaruh
K → KN	0,376	0,360	0,111	3,392	Berpengaruh
M → KN	0,032	0,052	0,093	0,345	Tidak Berpengaruh
R → KN	0,264	0,248	0,113	2,331	Berpengaruh
S → KN	0,059	0,073	0,116	0,505	Tidak Berpengaruh

Tabel di atas dapat digunakan untuk mengukur keterdukungan hipotesis. Ukuran signifikansi keterdukungan hipotesis dapat menggunakan perbandingan nilai *t-tabel* dan

t-statistik. Jika nilai *t-statistik* lebih tinggi dibandingkan nilai *t-tabel*, berarti hipotesis terdukung. Untuk tingkat keyakinan 95 % (*alpha 5 persen*) maka nilai *t-tabel* untuk hipotesis satu ekor (*one tail*) adalah >1,64. Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama, kedua, keempat dan keenam tidak terdukung atau tidak dapat diterima karena skor *t-statistik*nya dibawah 1,64 yang artinya bahwa *hurriyah*, '*adalah*, *musawah* dan *shidq* tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Namun *kitabah* dan *ridho* yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah secara langsung. Berdasarkan nilai original sampel maka diperoleh nilai tertinggi yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah *kitabah* yakni sebesar 0,376. Hal ini menunjukkan bahwa *kitabah* mempunyai pengaruh yang sangat besar dibandingkan dengan *ridho*. Dengan demikian variabel *kitabah* merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan nasabah. Sedangkan variabel yang paling tidak dominan adalah '*adalah* (A) dengan *original sample estimate* terkecil yaitu sebesar -0,010. Dalam PLS pengujian secara statistik setiap hubungan yang dihipotesiskan dilakukan dengan menggunakan simulasi. Dalam hal ini dilakukan metode *bootstrapping* juga dimaksudkan untuk meminimalkan masalah ketidaknormalan data penelitian. Berikut ringkasan hasil pengujian dengan *bootstrapping* dari analisis PLS:

Pengujian Hipotesis 1 (*Hurriyah* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah):

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa pengaruh variabel *hurriyah* (H) terhadap kepuasan nasabah (KN) menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,091 dengan nilai *t-statistik* sebesar 0,912. Nilai tersebut lebih kecil dari nilai *t-tabel* (1,64). Hasil ini berarti bahwa *hurriyah* berpengaruh negatif secara statistik terhadap kepuasan nasabah dan tidak sesuai dengan hipotesis pertama dimana *hurriyah* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berarti bahwa **hipotesis pertama ditolak**.

Pengujian Hipotesis 2 (*Musawah* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah):

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa pengaruh variabel *musawah* (M) terhadap kepuasan nasabah (KN) menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,032 dengan nilai *t-statistik* sebesar 0,345. Nilai tersebut lebih kecil dari nilai *t-tabel* (1,64). Hasil ini berarti bahwa *musawah* berpengaruh negatif secara statistik terhadap kepuasan nasabah dan tidak sesuai dengan hipotesis kedua dimana *musawah*

berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berarti bahwa **hipotesis kedua ditolak**.

Pengujian Hipotesis 3 (*Adalah* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah):

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa pengaruh variabel *adalah* (A) terhadap kepuasan nasabah (KN) menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar -0,010 dengan nilai *t-statistik* sebesar 0,088. Nilai tersebut lebih kecil dari nilai *t-tabel* (1,64). Hasil ini berarti bahwa *adalah* berpengaruh negatif secara statistik terhadap kepuasan nasabah dan tidak sesuai dengan hipotesis ketiga dimana *adalah* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berarti bahwa **hipotesis ketiga ditolak**.

Pengujian Hipotesis 4 (*Shidq* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah):

Hasil pengujian hipotesis keempat menunjukkan bahwa pengaruh variabel *shidq* (S) terhadap kepuasan nasabah (KN) menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,059 dengan nilai *t-statistik* sebesar 0,505. Nilai tersebut lebih kecil dari nilai *t-tabel* (1,64). Hasil ini berarti bahwa *shidq* berpengaruh negatif secara statistik terhadap kepuasan nasabah dan tidak sesuai dengan hipotesis keempat dimana *shidq* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berarti bahwa **hipotesis keempat ditolak**.

Pengujian Hipotesis 5 (*Ridho* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah):

Hasil pengujian hipotesis kelima menunjukkan bahwa pengaruh variabel *ridho* (R) terhadap kepuasan nasabah (KN) menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,264 dengan nilai *t-statistik* sebesar 2,331. Nilai tersebut lebih besar dari nilai *t-tabel* (1,64). Hasil ini berarti bahwa *ridho* berpengaruh positif secara statistik terhadap kepuasan nasabah dan sesuai dengan hipotesis kelima dimana *ridho* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berarti bahwa **hipotesis pertama diterima**.

Pengujian Hipotesis 6 (*Kitabah* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah):

Hasil pengujian hipotesis keenam menunjukkan bahwa pengaruh variabel *kitabah* (K) terhadap kepuasan nasabah (KN) menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,376 dengan nilai *t-statistik* sebesar 3,392. Nilai tersebut lebih besar dari nilai *t-tabel* (1,64). Hasil ini berarti bahwa *kitabah* berpengaruh positif secara statistik terhadap kepuasan nasabah dan sesuai dengan hipotesis keenam dimana *kitabah* berpengaruh positif terhadap

kepuasan nasabah. Hal ini berarti bahwa **hipotesis keenam diterima**.

5. PEMBAHASAN

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah “Terdapat Pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Islam (*ridho* dan *kitabah*) terhadap kepuasan nasabah pada *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) di Kabupaten Tanah Datar”. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh ialah bahwa secara langsung *ridho* dan *kitabah* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dan tidak adanya pengaruh *hurriyah*, *musawah*, *‘adalah* dan *shidq* terhadap kepuasan nasabah pada *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) di Kabupaten Tanah Datar. Sedangkan secara parsial adalah sebagai berikut:

***Hurriyah* tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah:** *Hurriyah* merupakan prinsip dasar dalam hukum perjanjian Islam, dimana para pihak bebas membuat suatu perjanjian atau akad (*freedom of making contract*). Bebas dalam menentukan objek perjanjian dan bebas menentukan dengan siapa ia akan membuat perjanjian, serta bebas menentukan bagaimana cara menentukan penyelesaian sengketa jika terjadi di kemudian hari. Asas kebebasan berkontrak dalam hukum Islam dibatasi oleh ketentuan syariah Islam. Dalam membuat perjanjian ini tidak boleh ada unsure paksaan, kehilafan dan penipuan. Dari hasil pengujian terhadap variabel *hurriyah* diperoleh koefisien jalur sebesar 0,091 dengan nilai t sebesar 0,912. Nilai tersebut lebih kecil dari nilai t-tabel (1,64) berarti tidak terdapat pengaruh antara *hurriyah* terhadap kepuasan nasabah.

***Musawah* tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah:** *Al-musawah* (persamaan atau kesetaraan) merupakan asas atau nilai-nilai yang mengatur bahwa para pihak mempunyai kedudukan yang sama (*bargaining position*), sehingga dalam menentukan *term and condition* dari suatu akad/perjanjian setiap pihak mempunyai kesetaraan atau kedudukan yang seimbang. Dari hasil pengujian terhadap variabel *musawah* diperoleh koefisien jalur sebesar 0,032 dengan nilai t sebesar 0,345. Nilai tersebut lebih kecil dari nilai *t-tabel* (1,64) berarti tidak terdapat pengaruh antara *musawah* terhadap kepuasan nasabah.

***‘Adalah* tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah:** *Al-‘adalah* (keadilan) merupakan asas atau nilai-nilai yang mengatur bahwa dalam suatu perjanjian/akad

menuntut setiap pihak harus melakukan yang benar dalam pengungkapan kehendak, keadaan dan memenuhi semua kewajibannya. Perjanjian harus senantiasa mendatangkan keuntungan yang adil dan seimbang serta tidak boleh mendatangkan kerugian bagi salah satu pihak. Dalam sisi ekonomi, keadilan dapat juga dipahami sebagai konsep persaudaraan dan perlakuan yang sama bagi setiap individu dalam masyarakat dan di hadapan hukum harus diimbangi dengan keadilan ekonomi. Dari hasil pengujian terhadap variabel '*adalah* diperoleh koefisien jalur sebesar - 0,010 dengan nilai t sebesar 0,088. Nilai tersebut lebih kecil dari nilai *t-tabel* (1,64) berarti tidak terdapat pengaruh antara '*adalah* terhadap kepuasan nasabah.

***Shidq* tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah:** *Ash-shidq* (kebenaran dan kejujuran) merupakan asas atau nilai-nilai yang mengatur bahwa dalam perjanjian atau akad setiap pihak harus berlaku jujur dan benar. Di dalam Islam, setiap orang dilarang melakukan kebohongan dan penipuan, karena dengan adanya kebohongan atau penipuan sangat berpengaruh dalam keabsahan perjanjian atau akad. Perjanjian yang di dalamnya mengandung unsur kebohongan atau penipuan, memberikan hak kepada pihak lain untuk menghentikan proses pelaksanaan perjanjian tersebut. Dari hasil pengujian terhadap variabel *shidq* diperoleh koefisien jalur sebesar 0,059 dengan nilai t sebesar 0,505. Nilai tersebut lebih kecil dari nilai *t-tabel* (1,64) berarti tidak terdapat pengaruh antara *shidq* terhadap kepuasan nasabah.

***Ridho* berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah:** *Al-ridha* (kerelaan) merupakan asas atau nilai-nilai yang menyatakan bahwa, segala transaksi yang dilakukan harus atas dasar kerelaan antara masing-masing pihak dan tidak boleh ada unsur paksaan, tekanan, penipuan dan *mis-statement*. Dari hasil pengujian terhadap variabel *ridho* diperoleh koefisien jalur sebesar 0,264 dengan nilai t sebesar 2,331. Nilai tersebut lebih besar dari nilai *t-tabel* (1,64) berarti terdapat pengaruh antara *musawah* terhadap kepuasan nasabah.

***Kitabah* berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah:** *Al-kitabah* (tertulis) merupakan asas atau nilai-nilai yang mengatur bahwa setiap perjanjian atau akad hendaknya dibuat secara tertulis guna pembuktian di kemudian hari. Dari hasil pengujian terhadap variabel *kitabah* diperoleh koefisien jalur sebesar 0,376 dengan nilai t sebesar 3,392 Nilai tersebut

lebih besar dari nilai *t-tabel* (1,64) berarti terdapat pengaruh antara *kitabah* terhadap kepuasan nasabah.

6. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. *Hurriyah, musawah, 'adalah* dan *shidq* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) di Tanah Datar. Berarti nilai kebebasan, persamaan, keadilan dan kejujuran ternyata tidak memberikan pengaruh terhadap kepuasan nasabah pada *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT).
- b. *Ridho* dan *kitabah* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) di Tanah Datar. Sedangkan nilai kerelaan dan tertulis ternyata memberikan pengaruh terhadap kepuasan nasabah pada *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT).

7. REFERENSI

- Abdullah & Ahmad, H. (2019). Nilai-Nilai Islam Pada Bank Berbasis Syariah (Studi Pada Bank BRI Syariah Cabang Kota Cirebon). *Syntax Idea*, Vol. 1, No. 6 Oktober 2019.
- Achmad, T.J. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keadilan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Studi pada Nasabah Bank Syariah di Provinsi Riau). *Jurnal aplikasi manajemen, volume 10. Nomor.11 Maret 2012*.
- Adzan, N.B & Umi, M. (2018). Penerapan Nilai-Nilai Islam dalam Bank Berbasis Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah. *DINAMIS- Journal of Islamic Management And Bussines Vol. 1, No. 1 April 2018*.
- Agus. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Mandiri Persero,Tbk Cabang Pinrang Kabupaten Pinrang.
- Anshori, A.A. (2018). *Perbankan Syariah di Indonesia*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- A. Djazuli & Yadi, J. (2002) *Lembaga-Lembaga Perekonomian Umat (Sebuah Pengenalan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Muhammad, R. (2004). *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil*. Yogyakarta: UU Press.
- Munawaroh. (2016). Penerapan Nilai-Nilai Islam pada Bank Syariah dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Medan).
- Phillip, K, dkk. (2003). *Manajemen Pemasaran Sudut Pandang Asia*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Very, C. (2018). Penerapan Nilai-Nilai Islam Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi kasus di Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) Sahara Kauman Tulungagung).

