

Peran Nilai-Nilai Syariah dalam Membentuk Loyalitas Nasabah terhadap Lembaga Keuangan Syariah

Safana Salsabila¹, Juliana Putri²

^{1,2}Program Studi Perbankan Syari'ah, UIN SULTANAH NAHRASYIAH Lhokseumawe, Lhokseumawe, Indonesia

asraffillah@gmail.com, Julianaputri@iainlhokseumawe.ac.id

Abstrak

Penelitian ini mengulas peran nilai-nilai syariah dalam membentuk loyalitas nasabah terhadap lembaga keuangan syariah melalui pendekatan studi literatur. Fokus kajian terletak pada bagaimana prinsip-prinsip seperti keadilan, transparansi, amanah, dan larangan riba membentuk persepsi positif dan kepercayaan nasabah yang berujung pada loyalitas jangka panjang. Berdasarkan sintesis sejumlah hasil penelitian terdahulu, ditemukan bahwa loyalitas dalam konteks syariah tidak hanya dipengaruhi oleh kepuasan layanan, tetapi juga oleh kesesuaian nilai antara nasabah dan lembaga. Nilai-nilai religius yang dijalankan secara konsisten oleh lembaga keuangan syariah menciptakan hubungan emosional dan spiritual yang kuat, menjadikan loyalitas bersifat ideologis. Penelitian ini menekankan pentingnya komitmen lembaga dalam menjaga integritas syariah sebagai strategi utama membangun loyalitas nasabah.

Keywords: Nilai syariah, loyalitas nasabah, keuangan syariah, etika Islam, persepsi religius

Abstract

This study explores the role of sharia-based values in fostering customer loyalty toward Islamic financial institutions using a literature-based approach. The discussion focuses on how principles such as justice, transparency, trustworthiness, and the prohibition of usury shape customer trust and positive perceptions, which in turn contribute to long-term loyalty. Synthesizing findings from previous studies, it is revealed that loyalty in the sharia context is not merely driven by service satisfaction but deeply rooted in the alignment of personal values with institutional ethics. Consistent application of Islamic principles strengthens emotional and spiritual ties, resulting in ideologically driven loyalty. This research underscores the importance of institutional commitment to sharia integrity as a key strategy in nurturing sustainable customer loyalty.

Keywords: sharia values, customer loyalty, Islamic finance, Islamic ethics, religious perception

Article history

Received: Juni 2025

Reviewed: Juni 2025

Published: Juni 2025

Plagiarism checker no 80

Doi : prefix doi : [10.8734/musytari.v1i2.365](https://doi.org/10.8734/musytari.v1i2.365)

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

1. Pendahuluan

Perkembangan industri keuangan syariah di Indonesia tidak hanya mencerminkan kemajuan ekonomi, tetapi juga menggambarkan semakin meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya menjalankan aktivitas finansial yang berlandaskan prinsip-prinsip Islam. Sistem keuangan syariah hadir dengan pendekatan yang menjunjung tinggi nilai moral, etika, serta spiritualitas dalam setiap praktik bisnisnya. Berbeda dengan lembaga keuangan

konvensional yang berfokus pada profit semata, lembaga keuangan syariah menitikberatkan pada prinsip keadilan ('adl), kejujuran (shiddiq), tanggung jawab (amanah), dan keterbukaan (transparansi), serta menjauhi praktik-praktik yang mengandung unsur riba, gharar, dan maysir (Putra & Herianingrum, 2014).

Meski demikian, pesatnya pertumbuhan lembaga keuangan syariah belum sejalan sepenuhnya dengan tingkat loyalitas nasabahnya. Dalam beberapa kasus, nasabah berpindah ke lembaga konvensional atau sesama bank syariah meskipun lembaga yang sebelumnya digunakan telah menyediakan produk-produk yang sesuai syariah. Fenomena ini menandakan bahwa faktor loyalitas tidak semata ditentukan oleh karakteristik produk atau pelayanan, tetapi berkaitan erat dengan sejauh mana nilai-nilai syariah benar-benar diinternalisasi dan dirasakan manfaatnya oleh nasabah. Loyalitas dalam konteks syariah bukan hanya ikatan kontraktual, melainkan ikatan emosional dan ideologis yang didasarkan pada kepercayaan terhadap integritas syariah yang diterapkan oleh lembaga.

Lebih jauh, persepsi nasabah terhadap komitmen lembaga dalam menjalankan prinsip syariah sangat menentukan kualitas hubungan jangka panjang. Apabila lembaga keuangan mampu membangun citra religius yang kuat dan menerapkannya secara konsisten dalam pelayanan serta komunikasi, maka hal ini akan berdampak positif terhadap loyalitas nasabah. Oleh karena itu, penting untuk menelusuri bagaimana implementasi nilai-nilai syariah tersebut dapat membentuk loyalitas nasabah dari perspektif yang lebih mendalam, khususnya dalam praktik operasional sehari-hari.

2. Tinjauan Pustaka

1) Pengertian Nilai-Nilai Syariah dalam Keuangan

Nilai-nilai syariah dalam sektor keuangan merupakan prinsip universal dalam ajaran Islam yang memberikan pedoman dalam menjalankan aktivitas ekonomi yang beretika dan bermoral. Nilai-nilai ini meliputi keadilan, kejujuran, tanggung jawab, transparansi, dan tolong-menolong (ta'awun), serta larangan terhadap unsur-unsur yang bertentangan dengan syariat seperti riba (bunga), gharar (ketidakjelasan), dan maysir (spekulasi) (Rohmana, 2021). Nilai-nilai ini tidak hanya menjadi norma agama, tetapi juga menjadi sistem nilai yang mendasari kepercayaan masyarakat dalam memilih dan mempertahankan hubungan dengan lembaga keuangan.

2) Konsep Loyalitas Nasabah

Loyalitas nasabah dalam konteks lembaga keuangan merujuk pada komitmen untuk terus menggunakan jasa lembaga tersebut secara berkelanjutan, serta bersedia

merekomendasikannya kepada pihak lain. Loyalitas tidak hanya ditentukan oleh kepuasan atas layanan yang diberikan, tetapi juga oleh persepsi terhadap nilai dan integritas lembaga tersebut. Oliver (1999) menjelaskan bahwa loyalitas merupakan hasil dari evaluasi positif yang berulang terhadap pengalaman layanan yang konsisten dan memuaskan. Dalam lembaga keuangan syariah, loyalitas sering kali lahir dari keyakinan bahwa lembaga tersebut menjalankan amanah syariah dengan sungguh-sungguh dan tidak menyimpang dari prinsip Islam.

3) Hubungan Nilai Syariah dengan Loyalitas Nasabah

Keterkaitan antara nilai-nilai syariah dan loyalitas nasabah bersifat kompleks, karena melibatkan dimensi kognitif, afektif, dan spiritual. Ketika nasabah meyakini bahwa lembaga keuangan syariah mengelola dana mereka dengan adil, terbuka, dan sesuai dengan nilai-nilai Islam, maka akan muncul kepercayaan yang kuat. Kepercayaan ini kemudian berkembang menjadi kepuasan yang mendalam dan komitmen jangka panjang. Sebaliknya, ketidaksesuaian antara retorika syariah dan realitas operasional dapat menimbulkan kekecewaan yang berdampak pada menurunnya loyalitas. Oleh karena itu, konsistensi penerapan nilai syariah merupakan kunci utama dalam membangun dan mempertahankan loyalitas nasabah (Rosyid, 2022).

4) Prinsip-Prinsip Syariah dalam Keuangan

Beberapa prinsip utama yang menjadi dasar operasional lembaga keuangan syariah antara lain:

1. Keadilan: Seluruh bentuk transaksi harus mencerminkan keadilan bagi semua pihak.
2. Transparansi: Informasi mengenai produk, risiko, dan keuntungan harus dijelaskan secara terbuka.
3. Amanah: Kepercayaan yang diberikan nasabah harus dijaga dengan integritas dan tanggung jawab.
4. Larangan Riba: Lembaga tidak boleh mengambil keuntungan dari bunga atau praktik eksploitatif lainnya.
5. Partisipasi Sosial: Keuangan syariah harus turut serta dalam meningkatkan kesejahteraan sosial melalui mekanisme zakat, sedekah, dan dana sosial lainnya.

3. Landasan Teori

1. Teori Etika Islam: Menyatakan bahwa seluruh aktivitas ekonomi harus diarahkan pada kebaikan bersama (maslahah) dan dijiwai oleh nilai-nilai moral Islam.
2. Teori Loyalitas Pelanggan (Oliver, 1999): Menggambarkan loyalitas sebagai hasil dari kepuasan yang terbentuk dari pengalaman positif yang berulang.
3. Teori Kognitif-Emotif: Menjelaskan bahwa keputusan untuk loyal dipengaruhi oleh gabungan antara pemikiran rasional dan respons emosional terhadap nilai yang dianut oleh lembaga

4. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi literatur (library research). Penulis memadukan sejumlah hasil penelitian terdahulu yang relevan mengenai nilai-nilai syariah dan loyalitas nasabah pada lembaga keuangan syariah. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui telaah dokumen ilmiah seperti jurnal, skripsi, dan laporan penelitian yang dipublikasikan secara daring.

Analisis data dilakukan dengan pendekatan konten analisis, yaitu menelaah isi dari sumber-sumber tersebut secara sistematis untuk mengidentifikasi tema-tema utama terkait peran nilai syariah dalam membentuk loyalitas. Data yang diperoleh disintesis guna menghasilkan pemahaman yang utuh dan menyeluruh.

5. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan sintesis berbagai penelitian sebelumnya, ditemukan bahwa nilai-nilai syariah memberikan pengaruh signifikan terhadap terbentuknya loyalitas nasabah. Penelitian Munawaroh (2015) menegaskan bahwa kesesuaian nilai antara lembaga keuangan syariah dengan keyakinan pribadi nasabah mendorong keterikatan yang kuat. Nasabah tidak hanya melihat lembaga sebagai penyedia jasa, tetapi juga sebagai bagian dari perjuangan ideologis dalam menerapkan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari.

Penelitian lain oleh Khairunnisa & Mardhatillah (2022) menunjukkan bahwa prinsip keadilan dan transparansi menjadi dua aspek yang paling dirasakan manfaatnya oleh nasabah. Ketika margin keuntungan dan akad pembiayaan disampaikan dengan jelas, serta lembaga bersikap fleksibel dalam restrukturisasi, nasabah merasa dihargai dan diperlakukan secara manusiawi. Hal ini menumbuhkan rasa percaya yang menjadi pondasi dari loyalitas.

Selain itu, penelitian Rosyid (2022) menyoroti bahwa loyalitas nasabah syariah tidak hanya didasarkan pada aspek rasional, tetapi juga emosional dan spiritual. Nasabah cenderung tetap bertahan meskipun terdapat tawaran produk yang lebih murah dari lembaga lain, karena mereka merasa nilai-nilai Islam lebih penting daripada sekadar efisiensi ekonomi. Hal ini

menunjukkan bahwa loyalitas dalam konteks syariah memiliki dimensi unik yang membedakannya dari loyalitas dalam konteks konvensional.

Dalam perspektif etika Islam, loyalitas merupakan bentuk dari tanggung jawab moral untuk tetap berhubungan dengan pihak yang menjalankan amanah. Ketika lembaga menunjukkan integritas dan konsistensi dalam menerapkan prinsip syariah, maka nasabah akan merasa memiliki ikatan moral yang kuat untuk mendukung keberlangsungan lembaga tersebut. Oleh karena itu, lembaga keuangan syariah yang ingin mempertahankan loyalitas nasabah perlu fokus pada penguatan nilai-nilai inti dan memastikan bahwa seluruh aktivitas operasional mencerminkan prinsip-prinsip tersebut.

5. Kesimpulan

Kesimpulannya, penerapan nilai-nilai syariah seperti keadilan, transparansi, amanah, dan kepedulian sosial memiliki peran penting dalam membentuk dan mempertahankan loyalitas nasabah terhadap lembaga keuangan syariah. Loyalitas tidak hanya didorong oleh kepuasan terhadap layanan, tetapi juga oleh kepercayaan dan kesesuaian nilai spiritual antara nasabah dan lembaga. Melalui pendekatan literatur dan penguatan data konseptual, terbukti bahwa loyalitas nasabah dalam konteks syariah memiliki karakteristik tersendiri yang bersifat ideologis dan emosional.

Dengan demikian, lembaga keuangan syariah perlu terus memperkuat implementasi prinsip-prinsip syariah dalam seluruh lini operasional. Keberhasilan dalam membangun loyalitas nasabah sangat bergantung pada komitmen nyata lembaga terhadap nilai-nilai yang menjadi identitasnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Khairunnisa, N., & Mardhatillah, A. (2022). Nilai-nilai Etika Syariah dalam Loyalitas Pelanggan Perbankan Islam. *Jurnal Qulubana*, 3(2), 115-125.
- Munawaroh, E. (2015). Penerapan Nilai-nilai Islam dalam Loyalitas Nasabah Bank Syariah. UINSU Repository.
- Oliver, R. L. (1999). Whence Consumer Loyalty? *Journal of Marketing*, 63(Special Issue), 33-44.
- Putra, R. P., & Herianingrum, S. (2014). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ISLAMI TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH BANK BRI SYARIAH SURABAYA. *JESTT*, 1, 622-635.
- Rohmana, D. (2021). Nilai-Nilai Syariah dalam Praktik Keuangan Modern. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 5(3), 172-181.
- Rosyid, A. (2022). Loyalitas Nasabah dalam Perspektif Nilai Syariah. *IJABAH: Islamic Journal of Business and Economic Research*, 4(1), 65-78