

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Hadirnya Lembaga Keuangan Syariah berperan penting terhadap perekonomian dimasyarakat. Termasuk dalam lembaga keuangan syariah yaitu sektor perbankan dan non perbankan. Kini sektor perbankan telah berkembang menjadi lembaga keuangan yang menawarkan kredit pembiayaan kepada masyarakat melalui unit-unit perbankan maupun non perbankan ditiap desa.¹

Implementasi ekonomi Islam merupakan dasar dari kegiatan ekonomi, hal ini dilakukan untuk menerapkan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS). Lembaga keuangan mikro syariah menjadi salah satu lembaga keuangan yang banyak tersebar diberbagai wilayah. Tingginya tingkat kebutuhan pembiayaan dari nasabah menjadikanelmbaga keuangan sebagai sumber utama dalam pembiayaan syariah bagi pengusaha Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) terutama masyarakat yang tinggal di lingkungan sekitar koperasi.

Terdapat lembaga keuangan syariah yang berkembang serta melakukan kegiatan pembiayaan yang sering dijumpai oleh masyarakat adalah Koperasi Baitul Maal wa Tanwil Sumber Barokah Mandiri. Merupakan lembaga koperasi yang bertujuan mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam rangka meningkatkan kegiatan

¹ Danu, Ramadhan, et al. “Peranan Perbankan Syariah Terhadap Pengembangan Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) di kota Medan”, Jurnal Ilmu Ekonomi, Vol. 1, No. 1, 2012), 5

ekonomi pengusaha kecil menengah dengan menerapkan prinsip syariah. Koperasi Baitul Maal wa Tanwil menerapkan tujuan untuk memberikan suatu pembiayaan dan pemberdayaan sosial ekonomi masyarakat terhadap kegiatan yang konkrit.¹

Manajemen reputasi bagi *corporate communication* merupakan manajemen komunikasi yang terpusat atas nama lembaga koperasi. Fungsinya adalah sebagai kontributor penting bagi reputasi lembaga koperasi. Dengan demikian daya saing, produktivitas, serta kesuksesan finansial.² Manajemen reputasi pada lembaga koperasi merupakan peristiwa untuk menjadikan dasar persepsi masyarakat dalam menentukan sebagai anggota dari lembaga koperasi, yang dapat menjadikan loyalitas individu masyarakat terhadap koperasi yang dipercayainya. Kotler menerangkan pada teorinya yang menjelaskan tentang reputasi perusahaan atau lembaga merupakan tanggapan anggota atau nasabah terhadap keseluruhan penawaran atau pembiayaan yang diterapkan oleh lembaga serta didefinisikan suatu kepercayaan, pemikiran, dan tanggapan masyarakat terhadap lembaga keuangan.³ Reputasi dimaksudkan sebagai “kesan, pemaparan, atau nilai nyata, kebijakan dan jasa yang ditawarkan oleh lembaga atau perusahaan”. Sehingga munculnya pengalaman, keyakinan, perasaan, serta pengetahuan individu masyarakat kepada lembaga, sampai aspek fasilitas yang ada pada lembaga, dan pelayanan

¹ *Ibid*, 21

² Trimanah, “*Reputasi Dalam Kerangka Kerja Public Relations*”, Jurnal Ilmiah Komunikasi, No. 1, Vol. 3, (Februari-Juli 2012), 3

³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*, Jilid Dua (Jakarta: Erlangga, 2013), 46

yang diterapkan karyawan terhadap anggota dapat meningkatkan persepsi anggota terhadap koperasi. Persepsi anggota terhadap kualitas berhubungan dengan lembaga koperasi. Pada dasarnya reputasi pada lembaga koperasi termasuk suatu amanah yang diperoleh lembaga koperasi, dengan sebuah keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh lembaga serta kemampuan lembaga untuk menciptakan pengalaman baru bagi pemenuhan anggota.⁴

Koperasi Sumber Barokah Mandiri ini sebelum berdiri hanya termasuk kelompok orang yang merasa prihatin terhadap keadaan masyarakat yang melakukan transaksi konvensional, kelompok itu terdiri dari 31 orang lalu bermusyawarah bertujuan menegakkan lembaga koperasi yang berbasis syariah. Koperasi ini memiliki tujuan merangkul individu masyarakat setempat kedalam lembaga koperasi syariah, serta masyarakat supaya terpenuhi oleh produk pembiayaan dari pihak koperasi.⁵ Lembaga Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Baitul Maal wa Tanwil, berdiri lalu disahkan oleh menteri koperasi dan usaha kecil menengah pada tanggal 15 Februari 2016, lokasi Dusun Bangi Desa Woromarto Rt 03 Rw 06 Kecamatan Purwoasri Kabupaten Kediri. Modal awal investasi senilai Rp.161.500.000,- modal tersebut timbul adanya simpanan wajib, simpanan pokok, serta modal penyertaan.

⁴ Molden Elrado., et al., "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan dan Loyalitas*" Jurnal Administrasi Bisnis, No. 2, Vol. 15, (Oktober 2014), 3

⁵ Agung Wahyudi, (kepala Koperasi Sumber Barokah Mandiri Purwoasri Kediri), *wawancara*, Kediri 09 Januari 2021

Produk pembiayaan yang dilakukan oleh koperasi bertujuan untuk kesejahteraan anggota, baik dalam modal usaha maupun kepemilikan suatu barang. Hal ini, menjadi target oleh KSPPS BMT Sumber Barokah Mandiri terhadap anggota. Koperasi juga bertujuan sebagai bahan pertimbangan pendalaman karakter setiap anggota yang amanah untuk melakukan suatu pembiayaan. Hal ini, menjadi daya tarik karakteristik dari lembaga KSPPS BMT Sumber Barokah Mandiri Purwoasri Kediri dalam penarikan anggota yang tidak dimiliki oleh lembaga lain. berikut penjabaran mengenai perbedaan dari KSPPS BMT Sumber Barokah Mandiri Purwoasri Kediri dengan KSPPS BMW RAHMA Jatim Kediri:

Tabel 1

Perbedaan KSPPS BMT Sumber Barokah Mandiri Purwoasri Kediri dengan KSPPS BMW Rahma Jatim Kediri

Nama Lembaga	KSPPS BMT Sumber Barokah Mandiri Kediri	KSPPS BMW Rahma Kediri
Produk	<i>Murabahah</i>	<i>Mudharabah</i>
Simpanan Pokok	Rp. 10.000,.	Rp. 10.000,.
Simpanan Wajib	Rp. 50.000,.	Rp. 100.000,.
jumlah karyawan	4 karyawan	3 karyawan
Fasilitas fisik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi strategis 2. Tempat pelayanan bersih dan nyaman 3. Tempat ibadah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tempat pelayanan bersih 2. Parkir teduh

Sumber : Observasi KSPPS BMT Sumber Barokah Mandiri Kediri dan KSPPS BMW Rahma Kediri (2021)

Berdasarkan tabel diatas, terlihat sebuah perbedaan antara KSPPS BMT Sumber Barokah Mandiri Purwoasri Kediri dengan KSPPS BMW Rahma Jatim Kediri, mulai dari nama produk unggulan dan juga jumlah karyawan. Jumlah karyawan pada KSPPS BMT Sumber Barokah Mandiri Kediri Relatif lebih banyak dibanding KSPPS BMW Rahma Kediri. Hal ini bisa menjadi proses pembiayaan dari anggota lebih cepat diproses pelaksanaannya. KSPPS BMT Sumber Barokah Mandiri Kediri merupakan lembaga yang independen berbeda dengan KSPPS BMW Rahma Jatim Kediri yang merupakan cabang dari lembaga pusatnya.

Produk yang diajukan kepada calon anggota koperasi, yaitu produk simpanan dan produk pembiayaan adalah sebagai berikut:

Tabel 2

Produk Simpanan dan produk Pembiayaan Koperasi:

No	Produk Simpanan	Produk Pembiayaan
1	Pokok	<i>Murabahah</i>
2	Wajib	<i>Musharakah</i>
3	Pokok Khusus	<i>Mudharabah</i>
4	Simpanan <i>Mudharabah</i>	<i>Ijarah</i>
5	Haji dan Umroh	<i>Istisna'</i>
6	Qurban	<i>Salam</i>
7	Pendidikan	<i>Qard'</i>
8	<i>Wadi'ah</i>	

Sumber : Observasi KSPPS BMT Sumber Barokah Mandiri (2021)

Berdirinya Koperasi ini bertujuan meningkatkan ekonomi masyarakat umum dan anggota koperasi. Sehingga, lembaga koperasi ini layak untuk dijadikan penelitian karena ada potensi dan kontribusi dalam kesuksesan bisnis anggota. Sejalan dengan prinsip tujuan koperasi ini adalah pada produk pembiayaan *murabahah*. yang artinya proses penjualan suatu barang seharga barang pembelian ditambah dengan keuntungan dari kesepakatan kedua pihak, yang pembayarannya dilakukan sesuai dengan kesepakatan jatuh tempo atau dengan cara diangsur.⁶ Salah satu pembiayaan yang sangat diminati oleh anggota koperasi yaitu pembiayaan *murabahah*, dengan demikian peneliti ingin lebih memahami tentang bagaimana proses dari penerapan suatu manajemen reputasi pada lembaga KSPPS BMT Sumber Barokah Mandiri Purwoasri Kediri.

Berikut adalah data tabel peningkatan jumlah anggota dari produk pembiayaan KSPPS BMT Sumber Barokah Mandiri Purwoasri-Kediri

Tabel 3

Jumlah Anggota Pembiayaan Koperasi :

Tahun	Anggota Pembiayaan	Anggota Pembiayaan <i>Murabahah</i>
2018	149	67
2019	204	101
2020	234	136
Total	587	304

Sumber : Observasi KSPPS BMT Sumber Barokah Mandiri (2021)

⁶ Adiwarmar Karim, *Bank Islam (Analisis Fiqh dan Keuangan)*, (Jakarta: Rajawali Press, 2011), 113

Berdasarkan data tabel jumlah anggota pembiayaan di KSPPS BMT Sumber Barokah Mandiri Purwoasri Kediri, serta mengingat banyaknya pembiayaan yang disalurkan melalui akad *murabahah*. Mengajukan pembiayaan di KSPPS BMT Sumber Barokah Mandiri, calon anggota dan pihak koperasi memberikan penawaran terdiri atas berbagai persyaratan pembiayaan, kemudian pihak koperasi melaksanakan proses wawancara serta pengecekan terhadap pekerjaan atau usaha dari calon anggota. Selanjutnya proses permohonan terpenuhi, proses akad dilakukan kedua belah pihak. Kemudian pihak koperasi memberikan dana cair yang diberikan kepada anggota tersebut. Tahap pengawasan koperasi dilakukan setiap bulan saat jatuh tempo pembayaran, marketing AO (*account officer*) akan mendatangi anggota untuk melakukan pemantauan sekaligus memudahkan anggota dalam memenuhi kewajibannya.

Proses pendistribusian pihak koperasi dilakukan dengan sangat teliti karena suatu pembiayaan syariah bersifat amanah dan harus jelas akadnya, oleh sebab itu dari pembiayaan tersebut dapat meningkatkan nilai pendapatan koperasi. Proses pihak koperasi dalam menerima ataupun menolak pengajuan pembiayaan yang dilakukan oleh anggota, kemudian koperasi melakukan pertimbangan dari suatu sifat pembiayaan yang meliputi *character* (prinsip anggota), *capacity* (keahlian anggota), *capital* (permintaan anggota), *condition* (kondisi usaha anggota), *collateral* (jaminan).⁷

⁷ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2011), 305

Tabel 4

Sebelum dan Sesudah Penerapan Manajemen Reputasi:

No	Sebelum	Sesudah
1.	<p>Minimnya Informasi mengenai pembiayaan</p>	<p>Membangun sebuah manajemen reputasi pada lembaga koperasi secara ekstensif menggunakan material tertulis berupa laporan, majalah koperasi, poster, pamflet adalah alat material yang diterapkan guna menarik calon anggota. Para pemangku program pada pembiayaan <i>Murabahah</i> menyampaikan inovasi produk, fungsi, estetika dan proses pembiayaan yang rinci untuk berkomunikasi dengan calon anggota.</p>
2.	<p>Belum ada proses penyampaian mengenai pembiayaan <i>murabahah</i> secara online</p>	<p><i>News</i>, menciptakan berita yang memberikan keuntungan pada lembaga koperasi dan juga menarik dimata anggota. Dengan adanya berita yang menarik dan jujur serta proses pembiayaan yang jelas akan meningkatkan reputasi lembaga khususnya pada pembiayaan <i>Murabahah</i>, penyampaian tersebut dilakukan dengan cara offline maupun online bisa melalui web dari lembaga koperasi atau dari karyawan ke</p>

		<p>masyarakat melalui sosial media. Sehingga dengan informasi yang di dapat lebih mudah dan penyampaian proses pembiayaan <i>Murabahah</i> yang jelas. Maka hal ini dapat meningkatkan jumlah nasabah pada pembiayaan <i>Murabahah</i>.</p>
3.	Masih terfokus pada internal lembaga	<p>Disini lembaga koperasi membangun hubungan dengan para calon anggota dengan mengirim dan meluncurkan artikel mengenai pembiayaan <i>Murabahah</i> secara rutin. Inisiatif ini dapat membantu lembaga koperasi untuk menjaga pesona dan reputasi pada pembiayaan. Maka, lembaga koperasi menerapkan suatu <i>Event</i> yang dapat memunculkan atau menciptakan peristiwa yang menarik perhatian masyarakat. Peristiwa tersebut dapat berupa: konferensi nasional, seminar, ulang tahun lembaga koperasi, pengajian di masjid lingkungan koperasi. Hal ini dilakukan bertujuan untuk menjadi sumber berita atau informasi yang positif dan efektif kepada masyarakat.</p>

Sumber : Observasi KSPPS BMT Sumber Barokah Mandiri (2021)

Berdasarkan data tabel diatas mengenai perkembangan dari sebelum dan sesudah penerapan manajemen reputasi, dalam upaya mengelola dan menjaga reputasi melalui pembentukan citra yang positif di mata para pemangku kepentingannya, lembaga koperasi harus memberanikan diri dalam melakukan perubahan, melihat banyaknya pesaing yang mulai berkembang. Salah satu upaya melakukan perubahan yaitu melalui strategi manajemen reputasi melalui pembentukan citra. Hal tersebut termasuk strategi kuat, dalam mendapatkan anggota guna melakukan suatu pembiayaan, serta memperbaiki karakter dan kepuasan anggota kepada lembaga koperasi, ditinjau dari perspektif manajemen syariah dalam hal ini agar seluruh pembiayaan yang dilakukan pada lembaga koperasi berjalan sesuai dengan akad dalam lingkup karakter manajemen syariah yang berlaku.

Lembaga KSPPS BMT Sumber Barokah Mandiri Purwoasri Kediri mengelola reputasinya untuk memperkenalkan bahwa lembaga koperasi telah melakukan perubahan dengan menunjukkan perbedaan yang positif dari para pesaingnya untuk mempertahankan kestabilan pembiayaan. Besarnya maksimal nominal dari koperasi yang diberikan kepada anggota ± Rp. 30.000.000,- – 40.000.000,- dilihat dari usaha apa yang dijalankan oleh anggota. Pendapatan dari koperasi mengalami peningkatan pada tahun 2018 sampai 2020, hal ini dapat dilihat dari meningkatnya jumlah anggota yang melakukan pembiayaan.

Tabel 5**Jumlah pendapatan dari produk pembiayaan:**

Tahun	Pendapatan pembiayaan koperasi
2018	RP. 105.850.500,-
2019	Rp. 128.480.680,-
2020	Rp. 136.917.020,-

Sumber : Observasi KSPPS BMT Sumber Barokah Mandiri (2021)

Berdasarkan data tabel diatas adalah peningkatan jumlah pendapatan lembaga koperasi dari produk pembiayaan, dapat dilihat jumlah pendapatan mengalami peningkatan dari tahun 2018-2020. Penelitian ini dilakukan berfokus dalam peran reputasi pada produk pembiayaan dalam meningkatkan jumlah anggota ditinjau dari perspektif manajemen syariah. Tinjauan yang dilakukan dalam manajemen syariah agar proses dan peran dari reputasi dalam meningkatkan jumlah anggota berjalan sesuai dengan prinsip syariah. Berdasarkan penjelasan konteks penelitian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian lebih lanjut yang memfokuskan perhatian terhadap permasalahan bagaimana manajemen reputasi dalam meningkatkan jumlah anggota ditinjau dari perspektif manajemen syariah, dengan judul **“PERAN REPUTASI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH ANGGOTA PADA PRODUK PEMBIAYAAN DITINJAU DARI PERSPEKTIF MANAJEMEN SYARIAH (STUDI KASUS DI KSPPS BMT SUMBER BAROKAH MANDIRI PURWOASRI KEDIRI)”**.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana Reputasi Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Pada Produk Pembiayaan di KSPPS BMT Sumber Barokah Mandiri Purwoasri Kediri?
2. Bagaimana Peran Reputasi Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota pada Produk Pembiayaan Ditinjau dari Perspektif Manajemen Syariah di KSPPS BMT Sumber Barokah Mandiri Purwoasri Kediri?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui Reputasi Dalam Meningkatkan Jumlah anggota Pada Produk Pembiayaan di KSPPS BMT Sumber Barokah Mandiri Purwoasri Kediri.
2. Mengetahui Peran Reputasi Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota pada Produk Pembiayaan Ditinjau dari Perspektif Manajemen Syariah di KSPPS BMT Sumber Barokah Mandiri Purwoasri Kediri.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Secara Teoritis
Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk menambah dan mengembangkan ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen, serta dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.
2. Kegunaan Secara Praktis
 - a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan keilmuan yang ditempuh selama dikampus untuk diterapkan di lapangan atau masyarakat.

b. Bagi Lembaga

Sebagai bahan informasi bagi pihak pengelola Lembaga Keuangan Syariah (LKS) dalam usahanya meningkatkan jumlah anggota pada produk pembiayaan ditinjau dari perspektif manajemen syariah. Serta dapat dijadikan sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan.

c. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan berpikir mengenai peran dari reputasi ditinjau dari perspektif manajemen syariah. Serta menjadi bahan referensi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian yang akan dilakukan.

E. Telaah Pustaka

1. Peran Pembiayaan *Murabahah* Dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha Nasabah di BMT Lantasis Pesantren Kediri.⁸

Mayoritas nasabah yang menggunakan pembiayaan *murabahah* di BMT Lantasis merupakan pembiayaan yang paling banyak digunakan oleh nasabah, yaitu bagi para perintis usaha atau pelaku usaha kecil menengah. Maka, nasabah yang menjadi pelaku usaha kecil menengah bisa memanfaatkan pembiayaan *murabahah* dalam pemenuhan modal

⁸ Eka Putra Nuzuri, *Peran Pembiayaan Murabahah Dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha Nasabah Di BMT Lantasis Pesantren Kediri*. (Skripsi : STAIN Kediri, 2016)

ataupun penambahan pasokan barang untuk perkembangan usaha yang dibutuhkan oleh nasabah. Persamaan dalam penelitian ini terletak pada jenis penelitiannya yaitu menggunakan kualitatif deskriptif dan peran dari produk pembiayaan. Sedangkan perbedaannya terletak pada pembiayaan *murabahah* dan tujuan meningkatkan pendapatan usaha nasabah serta objek penelitiannya.

2. Peran Pembiayaan Murabahah Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Pedagang Kaki Lima Di Pasar Sukoharjo 3 (Studi Kasus BMT ASSYAFI'YAH SUKOHARJO PRINGSEWU).⁹

Kesejahteraan merupakan sektor yang paling banyak terdapat pada masyarakat luas, tetapi masih banyaknya pelaku usaha mikro kekurangan permodalan dalam menjalankan usahanya sehingga kurang mampu meningkatkan volume penjualan dari usaha yang dimiliki dapat berakibat pada kesejahteraan dan pendapatan yang diperoleh, mekanisme pembiayaan murabahah yang diterapkan memberikan kemudahan bagi usaha anggota dalam memperoleh tambahan modal usahanya. Persamaan dalam penelitian ini adalah terletak pada penelitian kualitatif deskriptif. Sedangkan perbedaannya dalam penelitian ini terletak fokus pembiayaan murabahah dan tujuan meningkatkan kesejahteraan pedagang kaki lima serta objek penelitian.

⁹ Merry Yanti, *Peran Pembiayaan Murabahah Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Pedagang Kaki Lima Di Pasar Sukoharjo 3 (Studi Kasus BMT Assyafi'iyah Sukoharjo Pringsewu)*. (Skripsi: UIN Raden Intan Lampung, 2018)

3. Upaya Peningkatan Kualitas Kinerja Karyawan pada KSPPS BMT Nusa Ummat Sejahtera Purwokerto.¹⁰

Kehadiran Sumber Daya Manusia begitu diperlukan bagi perusahaan untuk mengelola, memproses, serta peningkatan pegawai sehingga dapat berfungsi secara produktif guna mencapai sebuah tujuan dari perusahaan. Meningkatkan kualitas terhadap karyawan dapat memberikan kemajuan pada perusahaan, tidak tergantung terhadap teknologi mesin melainkan faktor dari individu manusia juga berperan penting dalam perusahaan. Kualitas kinerja karyawan dianggap penting karena keberhasilan suatu perusahaan dipengaruhi oleh kualitas kinerja yang bagus demi mencapai visi dan misi yang diinginkan perusahaan. Persamaan dalam penelitian ini adalah menggunakan penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaannya penelitian terdahulu membahas tentang upaya peningkatan kinerja karyawan dan objek penelitian.

4. Analisis Marketing Mix Syariah di KSPPS BMT Mandiri Sejahtera.¹¹

Implementasi bauran pemasaran syariah KSPPS BMT Mandiri Sejahtera sudah dilaksanakan sesuai syariah sebesar 80%, selebihnya dibatasi oleh sistem teknis karena kurangnya dana dan tenaga ahli, dan belum adanya brand khusus supaya BMT mudah diingat oleh masyarakat. Hambatan lainnya yaitu hambatan dalam pengelolaan,

¹⁰ Noviana Kusumaningtyas, *Upaya Peningkatan Kualitas Kinerja Karyawan pada KSPPS BMT Nusa Ummat Sejahtera Purwokerto*. (Skripsi : Iain Purwokerto, 2020)

¹¹ Putri Angraini, *Analisis Marketing Mix Syariah di KSPPS BMT Mandiri Sejahtera*. (Skripsi: IAIN Salatiga, 2018)

managemen, menentukan akad, menjelaskan istilah dibenak masyarakat, serta banyaknya anggota yang mengalami pembiayaan macet dan persaingan antar lembaga keuangan syariah. Upaya untuk mengatasinya dengan memberikan dukungan dan dorongan kepada karyawan agar lebih disiplin dan tegas dalam melakukan survei kepada calon nasabah. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian dan tujuan dari analisis marketing mix.

5. Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna *E-BANKING* (Studi Pada Nasabah BNI Syariah KC Teluk Betung).¹²

Bank merupakan sebuah industri yang berbasis kepercayaan, kepercayaan secara jelas sangat bermanfaat dan penting untuk membangun hubungan antara kedua belah pihak yaitu bank dan nasabah. Jika sebuah perusahaan memiliki reputasi yang baik, maka nasabah akan menunjukkan sikap menyukai perusahaan tersebut serta kooperatif terhadap perusahaan yang bersangkutan. Sehingga dalam kondisi apapun nasabah akan tetap percaya dan loyal kepada perusahaan. Persamaan dalam penelitian ini membahas tentang reputasi dan kepercayaan dari sebuah lembaga keuangan syariah. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian dan metode penelitian menggunakan kuantitatif.

¹² Eka Laila Fitriani. *Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna E-Banking (Studi Pada Nasabah BNI Syariah Kc Teluk Betung)*. (Skripsi: UIN Raden Intan Lampung, 2018)