

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data penelitian tentang Pengaruh Persepsi Nasabah Mengenai Kepatuhan Terhadap Prinsip-Prinsip Syariah (*Sharia Compliance*) dan Tata Kelola Perusahaan Yang Baik (*Good Corporate Governance*) Terhadap Reputasi Perbankan Syariah yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Kepatuhan Terhadap Prinsip-Prinsip Syariah (*Sharia Compliance*) Terhadap Reputasi Perbankan Syariah. Dengan demikian, dapat disimpulkan dalam penelitian ini bahwa semakin meningkatnya Kepatuhan Terhadap Prinsip-Prinsip Syariah (*Sharia Compliance*) maka akan semakin meningkat pula Reputasi Perbankan Syariah. Begitu pun sebaliknya, semakin rendah Kepatuhan Terhadap Prinsip-Prinsip Syariah (*Sharia Compliance*) maka akan semakin rendah pula Reputasi Perbankan Syariah.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Tata Kelola Perusahaan Yang Baik (*Good Corporate Governance*) Terhadap Reputasi Perbankan Syariah. Dengan demikian, dapat disimpulkan dalam penelitian ini bahwa semakin meningkatnya Tata Kelola Perusahaan Yang Baik (*Good Corporate Governance*) maka akan semakin meningkat pula Reputasi Perbankan

Syariah. Begitu pun sebaliknya, semakin rendah Tata Kelola Perusahaan Yang Baik (*Good Corporate Governance*) maka akan semakin rendah pula Reputasi Perbankan Syariah.

3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara tentang Pengaruh Persepsi Nasabah Mengenai Kepatuhan Terhadap Prinsip-Prinsip Syariah (*Sharia Compliance*) dan Tata Kelola Perusahaan Yang Baik (*Good Corporate Governance*) Terhadap Reputasi Perbankan Syariah. Dengan demikian, dapat disimpulkan dalam penelitian ini bahwa semakin meningkatnya Kepatuhan Terhadap Prinsip-Prinsip Syariah (*Sharia Compliance*) dan Tata Kelola Perusahaan Yang Baik (*Good Corporate Governance*) maka akan semakin meningkat pula Reputasi Perbankan Syariah Begitu pun sebaliknya, semakin rendah Kepatuhan Terhadap Prinsip-Prinsip Syariah (*Sharia Compliance*) dan Tata Kelola Perusahaan Yang Baik (*Good Corporate Governance*) maka akan semakin rendah pula Reputasi Perbankan Syariah.

B. Implikasi

Setelah dilakukan penelitian mengenai Pengaruh Persepsi Nasabah Mengenai Kepatuhan Terhadap Prinsip-Prinsip *Syariah (Sharia Compliance)* dan Tata Kelola Perusahaan Yang Baik (*Good Corporate Governance*) Terhadap Reputasi Perbankan Syariah, diketahui bahwa implikasinya adalah sebagai berikut:

1. Menjalankan hukum dan prinsip-prinsip Islam memiliki persentase tertinggi dalam Kepatuhan Terhadap Prinsip-Prinsip *Syariah (Sharia Compliance)* dalam pernyataan positif “Perbankan syariah harus menjalankan prinsip-prinsip Islam”. Hal ini menunjukkan bahwa perbankan syariah harus memiliki kualitas baik itu layanan, produk dan akad yang harus sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Hal ini yang menjadi faktor kuat dalam melaksanakan Kepatuhan Terhadap Prinsip-Prinsip *Syariah (Sharia Compliance)*. Sedangkan Produk dan layanan yang tidak mengandung unsur judi (*maysir*) memiliki skor item terendah pada pernyataan negatif “Unsur spekulasi boleh dipraktikan untuk perbankan syariah”. Namun dari semua indikator Kepatuhan Terhadap Prinsip-Prinsip *Syariah (Sharia Compliance)* hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator Produk dan layanan yang tidak mengandung unsur judi (*maysir*) memiliki persentase rata-rata rendah. Hal ini menunjukkan bahwa .masih banyak persepsi masyarakat yang menganggap bahwa produk, layanan dan akad yang diterapkan masih ada yang mengandung unsur judi (*maysir*).
2. Keterbukaan (*transparency*) memiliki persentase tertinggi dalam Tata Kelola Perusahaan Yang Baik (*Good Corporate Governance*) dan skor item tertinggi

dalam pernyataan positif “ Rekening para penabung Bank Syariah dijaga kerahasiaannya.”. Hal ini menunjukkan bahwa setiap data informasi mengenai nasabah baik yang bersifat rahasia atau tidak selalu dijaga informasinya oleh perbankan syariah. Sedangkan tanggung jawab (*responsibility*) memiliki skor item terendah pada pernyataan “Bank Syariah telah memberikan dampak bagi lingkungan sekitar”. Hal ini menunjukkan bank syariah masih harus meningkatkan kembali program-program yang dapat memberikan dampak bagi lingkungan sekitar.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan dan kesimpulan yang diperoleh, maka terdapat beberapa saran yang penulis sampaikan sehubungan dengan penelitian ini:

1. Bagi Nasabah Bank Syariah

Untuk Nasabah Bank Syariah, hendaknya untuk selalu bisa percaya kepada Bank Syariah dengan menggunakan setiap produk, akad dan layanan yang diberikan oleh Bank Syariah dan untuk lebih aktif lagi mencari informasi mengenai produk, layanan serta akad yang ada di bank syariah agar memahami lebih jauh lagi mengenai kegiatan operasional yang ada di bank syariah.

2. Bagi Bank Syariah

Untuk Bank Syariah secara keseluruhan, hendaknya untuk selalu menjaga kegiatan operasionalnya untuk tetap dalam jalur yang benar yaitu sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dan juga menerapkan tata kelola perusahaan dengan baik agar reputasi yang dimiliki bank syariah meningkat sehingga mendapatkan kepercayaan yang lebih tinggi lagi dari masyarakat. Selain itu, sosialisasi mengenai produk, akad dan layanan harus lebih ditingkatkan lagi guna menambah wawasan masyarakat mengenai setiap akad, produk dan layanan yang ada di bank syariah. Dengan semakin tingginya kepercayaan masyarakat serta didukung dengan pengetahuan masyarakat mengenai akad, produk dan layanan yang diberikan oleh bank syariah maka itu akan meningkatkan *market share* yang dimiliki bank syariah.

3. Penelitian Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya, sebaiknya perlu mengembangkan objek penelitian. Disarankan penelitian selanjutnya untuk mengambil sampel lebih banyak agar mampu menilai dengan jelas dan menyeluruh apakah Reputasi perbankan syariah yang diteliti memiliki reputasi yang baik serta mengetahui persepsi nasabah lebih luas lagi mengenai kegiatan operasional bank syariah.. Selain itu, dapat menambah variabel lain yang berpengaruh terhadap reputasi bank syariah Variabel tersebut antara lain *public relation* dan layanan unit aduan nasabah.