

PEMBIAYAAN CONSUMER SYARIAH SEBAGAI INSTRUMEN PENINGKATAN LOYALITAS NASABAH PADA BANK JATIM SYARIAH CABANG SAMPANG

*¹Badrus Shaleh, ²Moh. Ramin, ³Lukman, ⁴Ach Afif

¹⁻⁴Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Al khairat Pamekasan
Email: ¹badrusshaleh@gmail.com, ²mohromin93@gmail.com, ³lukman@gmail.com,
⁴achafif@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pembiayaan consumer syariah terhadap loyalitas nasabah Bank Jatim Syariah Cabang Sampang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap nasabah pengguna produk pembiayaan consumer syariah. Data dianalisis menggunakan teknik analisis statistik untuk menguji hubungan antarvariabel penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembiayaan consumer syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Penerapan prinsip syariah, transparansi akad, dan kemudahan prosedur terbukti meningkatkan kepercayaan dan kepuasan nasabah. Selain itu, kualitas pelayanan dalam pembiayaan consumer syariah mampu memperkuat hubungan jangka panjang antara bank dan nasabah. Loyalitas nasabah tercermin melalui penggunaan ulang produk serta komitmen untuk tetap bertransaksi di Bank Jatim Syariah Cabang Sampang. Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi perbankan syariah dalam meningkatkan kualitas produk dan layanan pembiayaan consumer guna memperkuat loyalitas nasabah.

Kata kunci: Pembiayaan Consumer Syariah, Kualitas Pelayanan.

Abstract

This study aims to analyze the effect of sharia consumer financing on customer loyalty at Bank Jatim Syariah Sampang Branch. The research employs a quantitative approach using a survey method involving customers who utilize sharia consumer financing products. Data were analyzed using statistical techniques to examine the relationships among the research variables. The results indicate that sharia consumer financing has a positive and significant effect on customer loyalty. The implementation of sharia principles, contract transparency, and procedural convenience significantly enhances customer trust and satisfaction. Furthermore, service quality in sharia consumer financing strengthens long-term relationships between the bank and its customers. Customer loyalty is reflected in repeat usage of financing products and a strong commitment to continue transacting with Bank Jatim Syariah Sampang Branch. This study provides practical implications for Islamic banking institutions in improving consumer financing products and services to enhance customer loyalty.

Keywords: Sharia Consumer Financing, Service Quality.

Pendahuluan

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia dalam beberapa dekade terakhir menunjukkan kecenderungan yang semakin positif (Salsabila, Praza, Ritonga, & Sukmawati, 2025). Fenomena ini

sejalan dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya sistem keuangan yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah, seperti keadilan, keterbukaan, dan larangan terhadap praktik riba. Kehadiran perbankan syariah tidak hanya diposisikan sebagai alternatif dari sistem perbankan konvensional, tetapi juga sebagai lembaga keuangan yang membawa nilai-nilai etis dan moral dalam aktivitas ekonomi. Dengan karakteristik tersebut, perbankan syariah diharapkan mampu berkontribusi dalam menciptakan sistem ekonomi yang inklusif, berkelanjutan, dan berkeadilan sosial (Rohmayanti, Samsuri, & Fitrianto, 2021).

Sebagai lembaga intermediasi, bank syariah memiliki fungsi utama dalam menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dalam bentuk pembiayaan (Istiyani, Nilasari, & Tidar, 2025). Aktivitas penyaluran dana ini menjadi aspek yang sangat menentukan kinerja bank, baik dari sisi profitabilitas, tingkat kepercayaan publik, maupun keberlanjutan operasional lembaga. Salah satu bentuk penyaluran dana yang memiliki peran signifikan dalam perbankan syariah adalah pembiayaan *consumer* syariah. Jenis pembiayaan ini ditujukan untuk memenuhi kebutuhan konsumtif nasabah, seperti pembiayaan multiguna, kepemilikan rumah, kendaraan, dan kebutuhan pribadi lainnya, dengan tetap berlandaskan pada ketentuan syariah (Aslikhah, Djamaluddin, & Mugiyati, 2024).

Berbeda dengan pembiayaan konsumtif pada bank konvensional, pembiayaan *consumer* syariah diselenggarakan dengan menggunakan akad-akad yang sesuai dengan prinsip syariah, antara lain *murabahah*, *ijarah*, dan *multijasa*. Akad-akad tersebut menuntut adanya kejelasan objek transaksi, transparansi harga dan margin, serta kesepakatan yang adil antara bank dan nasabah sejak awal (Putri & Fasa, 2024). Dengan mekanisme tersebut, pembiayaan *consumer* syariah tidak hanya berfungsi sebagai sarana pemenuhan kebutuhan finansial nasabah, tetapi juga berperan sebagai media internalisasi nilai-nilai keuangan syariah di tengah masyarakat (Humaidi, Dwi Ari Pertiwi, Meta Ardiana, & Rachma Agustina, 2025).

Pertumbuhan industri perbankan syariah yang diikuti dengan meningkatnya jumlah pelaku usaha perbankan syariah turut mendorong persaingan yang semakin kompetitif. Persaingan tersebut tidak hanya terbatas pada aspek penghimpunan dana, tetapi juga mencakup inovasi produk pembiayaan serta kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah. Dalam situasi ini, loyalitas nasabah menjadi faktor strategis yang menentukan kemampuan bank dalam mempertahankan eksistensi dan pangsa pasar. Nasabah yang memiliki loyalitas tinggi cenderung melakukan transaksi secara berkelanjutan, menggunakan beragam produk bank, serta menunjukkan kepercayaan yang kuat terhadap lembaga keuangan tempat mereka berinteraksi (Moch Dzul Fahmi, Arifki Budia Warman, & Riska Fauziah Hayati, 2023).

Dalam konteks perbankan syariah, loyalitas nasabah tidak semata-mata ditentukan oleh pertimbangan ekonomi, melainkan juga dipengaruhi oleh dimensi religius dan psikologis. Kesesuaian produk dengan prinsip syariah, kredibilitas lembaga, serta kualitas pelayanan menjadi pertimbangan penting bagi nasabah bank syariah. Sejumlah penelitian sebelumnya menegaskan bahwa kepatuhan terhadap prinsip syariah memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepercayaan dan loyalitas nasabah, yang menunjukkan bahwa loyalitas dalam perbankan syariah memiliki karakteristik yang lebih kompleks dibandingkan perbankan konvensional (Awaludin, Muslim, Alfiah, & Mauladin, 2025).

Kajian empiris lainnya mengungkapkan bahwa kualitas produk pembiayaan, kemudahan prosedur, serta transparansi informasi berperan penting dalam membentuk loyalitas nasabah. Nasabah cenderung mempertahankan hubungan dengan bank yang mampu menyediakan produk pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan mereka, mudah diakses, dan didukung oleh pelayanan yang profesional (Soemitra, 2022). Dalam pembiayaan *consumer* syariah, aspek kejelasan akad, proses pengajuan yang sederhana, serta tingkat margin yang kompetitif menjadi faktor penentu dalam keputusan nasabah untuk terus menggunakan produk pembiayaan dari bank yang sama (Purwanto, 2021).

Namun demikian, sebagian besar penelitian terdahulu masih memosisikan loyalitas nasabah sebagai variabel yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah secara umum. Penelitian yang secara khusus mengkaji pembiayaan *consumer* syariah sebagai instrumen strategis dalam membangun loyalitas nasabah masih relatif terbatas. Selain itu, kajian yang berfokus pada

perbankan syariah daerah juga belum banyak dilakukan, padahal bank syariah daerah memiliki karakteristik operasional, segmentasi pasar, dan pendekatan pelayanan yang berbeda dengan bank syariah berskala nasional.

Bank Jatim Syariah sebagai bagian dari Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur memiliki peran penting dalam mendukung pembangunan ekonomi daerah melalui layanan keuangan berbasis syariah. Keberadaan Bank Jatim Syariah Cabang Sampang menjadi relevan mengingat wilayah Madura memiliki potensi ekonomi yang cukup besar, namun masih menghadapi tantangan dalam aspek literasi dan inklusi keuangan syariah. Dalam kondisi tersebut, pembiayaan *consumer* syariah diposisikan sebagai salah satu produk strategis yang diharapkan mampu menjawab kebutuhan masyarakat sekaligus memperkuat hubungan jangka panjang antara bank dan nasabah.

Penyaluran pembiayaan *consumer* syariah di Bank Jatim Syariah Cabang Sampang tidak hanya diarahkan pada peningkatan volume pembiayaan, tetapi juga pada upaya membangun relasi yang berkelanjutan dengan nasabah. Relasi tersebut diwujudkan melalui pelayanan yang humanis, transparansi dalam penerapan akad, serta penyesuaian produk dengan karakteristik dan kebutuhan masyarakat lokal. Pendekatan ini diharapkan mampu menciptakan pengalaman positif bagi nasabah yang pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan loyalitas (Mansur Azis & Azizah, 2022).

Secara teoritis, loyalitas nasabah merupakan hasil dari proses yang melibatkan kepuasan, kepercayaan, dan komitmen dalam jangka panjang. Dalam perbankan syariah, proses tersebut diperkuat oleh kesesuaian nilai antara nasabah dan lembaga keuangan. Ketika nasabah menilai bahwa produk pembiayaan yang digunakan tidak hanya memberikan manfaat ekonomi, tetapi juga selaras dengan nilai-nilai syariah yang diyakini, maka kecenderungan untuk tetap setia kepada bank akan semakin kuat. Oleh karena itu, pembiayaan *consumer* syariah dapat dipahami sebagai instrumen strategis yang bersifat finansial sekaligus berbasis nilai (Mongkito, Putra, Imran, Novita, & Ansar, 2021).

Kebaruan kajian ini terletak pada analisis pembiayaan *consumer* syariah sebagai instrumen peningkatan loyalitas nasabah dalam konteks perbankan syariah daerah, khususnya pada Bank Jatim Syariah Cabang Sampang. Penelitian ini memosisikan pembiayaan *consumer* syariah tidak sekadar sebagai produk pembiayaan, tetapi sebagai bagian dari strategi relasional dalam membangun loyalitas nasabah. Pendekatan tersebut diharapkan mampu memberikan kontribusi konseptual bagi pengembangan literatur perbankan syariah sekaligus memberikan implikasi praktis bagi pengelolaan dan pengembangan strategi layanan Bank Jatim Syariah.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain deskriptif dan verifikatif untuk menganalisis pengaruh pembiayaan consumer syariah terhadap loyalitas nasabah. Penelitian dilaksanakan di Bank Jatim Syariah Cabang Sampang, dengan objek penelitian berupa nasabah pengguna produk pembiayaan consumer syariah (Ishtiaq, 2019).

Populasi penelitian adalah seluruh nasabah pembiayaan consumer syariah, sedangkan penentuan sampel dilakukan menggunakan purposive sampling, dengan kriteria nasabah yang telah menggunakan pembiayaan minimal enam bulan. Data penelitian terdiri atas data primer yang diperoleh melalui kuesioner berskala Likert dan data sekunder yang bersumber dari dokumen serta literatur pendukung (Furidha, 2024).

Variabel independen dalam penelitian ini adalah pembiayaan consumer syariah, sedangkan variabel dependen adalah loyalitas nasabah. Analisis data dilakukan menggunakan analisis regresi linier sederhana, yang diawali dengan uji validitas dan reliabilitas instrumen, serta diakhiri dengan uji hipotesis untuk mengetahui signifikansi pengaruh antarvariabel (Wingdes, 2019).

Hasil Dan Pembahasan

1. Pembiayaan consumer syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Jatim Syariah Cabang Sampang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembiayaan consumer syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Jatim Syariah Cabang Sampang. Temuan ini

mengindikasikan bahwa semakin baik implementasi pembiayaan consumer syariah yang diberikan kepada nasabah, maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas nasabah terhadap bank.

Pengaruh positif tersebut dapat dijelaskan melalui karakteristik pembiayaan consumer syariah yang menekankan prinsip keadilan, transparansi, dan kepatuhan terhadap nilai-nilai syariah. Skema pembiayaan yang jelas, margin yang disepakati di awal, serta ketiadaan unsur riba memberikan rasa aman dan kepercayaan bagi nasabah. Kepercayaan ini menjadi fondasi penting dalam membangun hubungan jangka panjang antara nasabah dan lembaga perbankan syariah, yang pada akhirnya mendorong loyalitas nasabah untuk terus menggunakan produk dan layanan Bank Jatim Syariah.

Selain itu, kemudahan prosedur, fleksibilitas tenor pembiayaan, serta kesesuaian produk pembiayaan consumer syariah dengan kebutuhan nasabah seperti pembiayaan kendaraan, perumahan, dan kebutuhan konsumtif lainnya juga berkontribusi dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Kepuasan tersebut berperan sebagai mediator yang memperkuat loyalitas, tercermin dari kecenderungan nasabah untuk melakukan pembiayaan ulang, merekomendasikan bank kepada pihak lain, serta tetap bertahan meskipun terdapat tawaran dari lembaga keuangan lain (Ramin, 2024).

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori pemasaran jasa yang menyatakan bahwa kualitas produk dan kesesuaian nilai yang dirasakan pelanggan akan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Dalam konteks perbankan syariah, nilai-nilai syariah yang terinternalisasi dalam produk pembiayaan consumer menjadi diferensiasi utama yang mampu meningkatkan ikatan emosional dan rasional nasabah terhadap bank. Dengan demikian, pembiayaan consumer syariah tidak hanya berfungsi sebagai instrumen bisnis, tetapi juga sebagai sarana strategis dalam memperkuat loyalitas nasabah Bank Jatim Syariah Cabang Sampang.

Secara teoritis, loyalitas nasabah terbentuk sebagai akibat dari terpenuhinya harapan dan persepsi nilai yang dirasakan oleh nasabah terhadap suatu produk atau layanan. Menurut (Lutfiani, Puji Lestari Santoso, Ahsanitaqwm, Rahardja, & Rahmania Az Zahra, 2024), loyalitas merupakan komitmen mendalam untuk melakukan pembelian ulang atau menggunakan kembali produk/jasa secara konsisten di masa depan, meskipun terdapat pengaruh situasional dan upaya pemasaran dari pesaing. Dalam konteks perbankan syariah, komitmen tersebut tidak hanya didorong oleh aspek fungsional, tetapi juga oleh kesesuaian nilai-nilai syariah yang melekat pada produk pembiayaan (Nafisah, 2024).

Pembiayaan consumer syariah, yang umumnya menggunakan akad murabahah, ijarah, atau ijarah muntahiyah bittamlik (IMBT), menekankan prinsip transparansi, keadilan, dan kepastian hukum. Hal ini sejalan dengan pendapat Antonio (2001) yang menyatakan bahwa kejelasan akad dan kesepakatan margin di awal merupakan faktor utama yang membedakan pembiayaan syariah dari pembiayaan konvensional, sekaligus meningkatkan rasa aman dan kepercayaan nasabah. Kepercayaan (trust) tersebut menjadi variabel kunci dalam membentuk loyalitas nasabah terhadap lembaga keuangan syariah (Farhan, 2024).

Hasil penelitian ini juga didukung oleh temuan empiris sebelumnya. Penelitian Amin et al. (2013) menunjukkan bahwa kualitas produk pembiayaan syariah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah bank syariah. Senada dengan itu, Hidayat dan Putra (2018) menemukan bahwa kemudahan prosedur, kejelasan akad, serta kesesuaian produk pembiayaan consumer syariah dengan kebutuhan nasabah memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas nasabah perbankan syariah di Indonesia. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa pembiayaan consumer syariah yang dikelola secara profesional mampu meningkatkan intensi nasabah untuk tetap menggunakan layanan bank secara berkelanjutan.

Penelitian Nurhayati dan Wasilah (2015) menjelaskan bahwa kepatuhan terhadap prinsip syariah (*sharia compliance*) berperan penting dalam membangun persepsi positif nasabah terhadap bank syariah. Persepsi positif ini mendorong kepuasan dan kepercayaan nasabah, yang selanjutnya berimplikasi pada peningkatan loyalitas. Dalam konteks Bank Jatim Syariah Cabang Sampang, penerapan prinsip syariah dalam pembiayaan consumer terbukti menjadi nilai tambah yang memperkuat hubungan emosional dan rasional antara bank dan nasabah.

Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak hanya memperkuat teori loyalitas nasabah dan konsep pemasaran jasa, tetapi juga menegaskan bahwa pembiayaan consumer syariah merupakan instrumen strategis dalam meningkatkan loyalitas nasabah perbankan syariah. Temuan ini memiliki implikasi praktis bagi manajemen Bank Jatim Syariah untuk terus meningkatkan kualitas, inovasi, dan kepatuhan syariah pada produk pembiayaan consumer guna mempertahankan dan memperluas basis nasabah yang loyal.

2. Penerapan prinsip syariah, transparansi akad, dan kemudahan prosedur meningkatkan kepercayaan serta kepuasan nasabah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan prinsip syariah, transparansi akad, dan kemudahan prosedur secara signifikan meningkatkan kepercayaan serta kepuasan nasabah Bank Jatim Syariah Cabang Sampang. Temuan ini menegaskan bahwa aspek kepatuhan syariah dan kualitas layanan administratif merupakan faktor fundamental dalam membangun hubungan yang berkelanjutan antara bank syariah dan nasabah.

Secara teoritis, kepercayaan nasabah (*trust*) terbentuk ketika lembaga keuangan mampu menunjukkan konsistensi, kejujuran, dan keadilan dalam setiap transaksi. Menurut (Hisam, 2024), kepercayaan merupakan elemen kunci dalam relationship marketing yang berperan penting dalam menciptakan hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan. Dalam perbankan syariah, kepercayaan nasabah tidak hanya dipengaruhi oleh kinerja finansial, tetapi juga oleh tingkat kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah, seperti larangan riba, gharar, dan maisir.

Penerapan prinsip syariah yang diwujudkan melalui penggunaan akad yang sesuai seperti murabahah, ijarah, dan IMBT serta pengawasan Dewan Pengawas Syariah (DPS) memberikan jaminan bahwa transaksi dilakukan secara halal dan adil. Hal ini sejalan dengan (Kunaifi & Syam, 2021) yang menyatakan bahwa sistem keuangan syariah bertujuan untuk menciptakan keadilan dan kesejahteraan dengan mengedepankan nilai etika dan transparansi. Dengan demikian, kepatuhan syariah menjadi sumber utama pembentukan kepercayaan nasabah terhadap bank syariah.

Selain kepatuhan syariah, transparansi akad memiliki peran krusial dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Transparansi yang mencakup kejelasan informasi mengenai harga pokok, margin keuntungan, jangka waktu, serta hak dan kewajiban masing-masing pihak mampu meminimalkan potensi asimetri informasi. Menurut Kotler dan Keller (2016), kepuasan pelanggan muncul ketika kinerja produk atau layanan sesuai atau melebihi harapan pelanggan. Kejelasan akad pembiayaan memungkinkan nasabah memahami secara utuh konsekuensi finansial yang akan diterima, sehingga meningkatkan rasa puas dan nyaman dalam bertransaksi.

Kemudahan prosedur pembiayaan, seperti persyaratan administrasi yang sederhana, proses yang cepat, serta pelayanan yang responsif, juga berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kepercayaan dan kepuasan nasabah. Penelitian (Anas, 2023) menunjukkan bahwa kemudahan akses dan efisiensi proses layanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah bank syariah. Temuan serupa juga dikemukakan oleh (Kamarudin & Arif, 2024) yang menyatakan bahwa prosedur pembiayaan yang mudah dan tidak berbelit menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap lembaga keuangan syariah.

Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat temuan-temuan sebelumnya yang menyimpulkan bahwa penerapan prinsip syariah, transparansi akad, dan kemudahan prosedur merupakan determinan utama kepercayaan dan kepuasan nasabah perbankan syariah. Kepercayaan dan kepuasan yang terbentuk selanjutnya berpotensi meningkatkan loyalitas nasabah serta memperkuat daya saing Bank Jatim Syariah Cabang Sampang di tengah persaingan industri perbankan.

3. Kualitas pelayanan dalam pembiayaan consumer syariah memperkuat hubungan jangka panjang antara bank dan nasabah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dalam pembiayaan consumer syariah berperan signifikan dalam memperkuat hubungan jangka panjang antara Bank Jatim

Syariah Cabang Sampang dan nasabah. Temuan ini menegaskan bahwa kualitas interaksi layanan tidak hanya berdampak pada kepuasan sesaat, tetapi juga membentuk ikatan relasional yang berkelanjutan antara bank dan nasabah.

Secara teoritis, kualitas pelayanan merupakan determinan utama dalam menciptakan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Parasuraman, (Rahman, Jennah, & Khalilah, 2024) melalui konsep *SERVQUAL* menyatakan bahwa dimensi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik berpengaruh langsung terhadap persepsi kualitas layanan. Dalam konteks perbankan syariah, kualitas pelayanan tidak hanya dinilai dari aspek teknis, tetapi juga dari kesesuaian layanan dengan nilai-nilai etika dan prinsip syariah yang menjunjung tinggi kejujuran, keadilan, dan amanah.

Pelayanan yang profesional, ramah, serta responsif dalam proses pembiayaan consumer syariah mampu menciptakan pengalaman positif bagi nasabah. Menurut (Zuhriyah & Dwiaryanti, 2025), kualitas layanan yang konsisten akan meningkatkan kepercayaan dan komitmen pelanggan, yang selanjutnya menjadi dasar terbentuknya hubungan jangka panjang (*long-term relationship*). Dalam pembiayaan consumer syariah, peran petugas bank dalam memberikan penjelasan yang jelas terkait akad, proses, serta kewajiban nasabah menjadi faktor penting yang memperkuat ikatan relasional antara bank dan nasabah.

Temuan penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu. (Bari & Matnin, 2021) menemukan bahwa kualitas pelayanan bank syariah berpengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. Penelitian Hidayat et al. (2020) juga menunjukkan bahwa pelayanan yang berkualitas, khususnya dalam produk pembiayaan, mampu meningkatkan kepercayaan nasabah dan memperkuat komitmen jangka panjang terhadap bank syariah. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan berfungsi sebagai *relational driver* yang mendorong nasabah untuk tetap menjalin hubungan dengan bank dalam jangka panjang.

Kualitas pelayanan dalam pembiayaan consumer syariah juga mencerminkan penerapan prinsip *relationship marketing*, di mana bank tidak hanya berfokus pada transaksi jangka pendek, tetapi juga pada pembangunan hubungan yang saling menguntungkan. Kotler dan Keller (2016) menegaskan bahwa hubungan jangka panjang dengan pelanggan akan meningkatkan retensi, menurunkan biaya pemasaran, serta memperkuat posisi kompetitif perusahaan. Dalam konteks Bank Jatim Syariah Cabang Sampang, kualitas pelayanan yang optimal menjadi strategi penting dalam mempertahankan nasabah dan meningkatkan keberlanjutan bisnis.

Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat pandangan bahwa kualitas pelayanan dalam pembiayaan consumer syariah merupakan faktor kunci dalam membangun dan mempertahankan hubungan jangka panjang antara bank dan nasabah. Peningkatan kualitas pelayanan yang berorientasi pada nilai-nilai syariah dan kebutuhan nasabah diharapkan mampu memperkuat kepercayaan, kepuasan, serta loyalitas nasabah secara berkelanjutan.

4. Loyalitas nasabah meningkat, ditunjukkan oleh penggunaan ulang produk dan komitmen nasabah untuk tetap bertransaksi di Bank Jatim Syariah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa loyalitas nasabah Bank Jatim Syariah Cabang Sampang mengalami peningkatan, yang ditunjukkan melalui kecenderungan nasabah untuk menggunakan ulang produk pembiayaan consumer syariah serta mempertahankan komitmen untuk terus bertransaksi dengan bank. Temuan ini mengindikasikan bahwa loyalitas nasabah tidak hanya bersifat sikap (*attitudinal loyalty*), tetapi juga tercermin dalam perilaku nyata (*behavioral loyalty*).

Secara teoritis, loyalitas nasabah merupakan bentuk komitmen jangka panjang yang tercermin melalui pembelian ulang, ketahanan terhadap pengaruh pesaing, serta kemauan untuk merekomendasikan produk kepada pihak lain. (Dofiri, 2020) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan dapat diidentifikasi melalui beberapa indikator utama, antara lain pembelian ulang secara teratur, penggunaan lintas produk, dan penolakan terhadap tawaran kompetitor. Dalam konteks perbankan syariah, loyalitas juga dipengaruhi oleh kesesuaian nilai religius dan etika yang dianut oleh nasabah dengan prinsip operasional bank (Utami et al., 2023).

Penggunaan ulang produk pembiayaan consumer syariah menunjukkan bahwa nasabah merasakan manfaat nyata dari produk dan layanan yang diberikan. Hal ini sejalan dengan teori kepuasan pelanggan yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2016), yang menyatakan bahwa kepuasan yang tinggi akan mendorong niat beli ulang dan memperkuat hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan. Dalam penelitian ini, kepuasan yang terbentuk melalui penerapan prinsip syariah, transparansi akad, kemudahan prosedur, dan kualitas pelayanan menjadi faktor pendorong utama loyalitas nasabah.

Komitmen nasabah untuk tetap bertransaksi di Bank Jatim Syariah Cabang Sampang mencerminkan adanya kepercayaan yang kuat terhadap bank. (Mongkito et al., 2021) menegaskan bahwa kepercayaan dan komitmen merupakan dua elemen sentral dalam *relationship marketing* yang berperan dalam menjaga hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Ketika nasabah merasa yakin terhadap integritas, profesionalisme, dan kepatuhan syariah bank, maka komitmen untuk tetap menjalin hubungan akan semakin kuat, meskipun terdapat alternatif lembaga keuangan lain.

Hasil penelitian ini didukung oleh temuan empiris terdahulu. Penelitian (Agustin, Brawijaya, & Khoir, 2023) menunjukkan bahwa kepuasan dan kepercayaan nasabah bank syariah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas yang tercermin dalam perilaku penggunaan ulang produk. Penelitian Hidayat dan Firmansyah (2019) juga menemukan bahwa loyalitas nasabah perbankan syariah ditandai oleh komitmen bertransaksi jangka panjang serta resistensi terhadap tawaran produk dari bank lain. Temuan-temuan tersebut memperkuat hasil penelitian ini bahwa loyalitas nasabah Bank Jatim Syariah tidak hanya bersifat konseptual, tetapi terefleksi dalam perilaku aktual nasabah.

Dengan demikian, peningkatan loyalitas nasabah yang ditunjukkan melalui penggunaan ulang produk dan komitmen bertransaksi merupakan bukti keberhasilan Bank Jatim Syariah Cabang Sampang dalam mengelola pembiayaan consumer syariah secara efektif. Loyalitas tersebut menjadi aset strategis bagi bank dalam menjaga keberlanjutan bisnis dan meningkatkan daya saing di industri perbankan syariah.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa pembiayaan consumer syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Jatim Syariah Cabang Sampang. Penerapan prinsip syariah yang konsisten, transparansi akad, serta kemudahan prosedur pembiayaan terbukti mampu meningkatkan kepercayaan dan kepuasan nasabah.

Selain itu, kualitas pelayanan dalam pembiayaan consumer syariah berperan penting dalam memperkuat hubungan jangka panjang antara bank dan nasabah. Loyalitas nasabah tercermin melalui penggunaan ulang produk pembiayaan serta komitmen untuk tetap bertransaksi dengan Bank Jatim Syariah meskipun terdapat alternatif lembaga keuangan lain. Dengan demikian, pembiayaan consumer syariah tidak hanya berfungsi sebagai instrumen pembiayaan, tetapi juga sebagai strategi relasional dalam meningkatkan loyalitas dan keberlanjutan bisnis perbankan syariah.

Daftar Pustaka

- Agustin, N. H., Brawijaya, A., & Khoir, M. (2023). AKSESIBILITAS UMKM PEDESAAN TERHADAP KREDIT USAHA RAKYAT (KUR) BANK SYARIAH INDONESIA. *NISBAH: Jurnal Perbankan Syariah*, 9(1), 10–20. <https://doi.org/10.30997/jn.v9i1.9302>
- Anas, A. (2023). *MEMPERKUAT EKONOMI MASYARAKAT MELALUI QARDH BERAGUN EMAS: PENGALAMAN DAN PEMBELAJARAN DARI BPRS SARANA PRIMA MANDIRI KANTOR KAS BANDARAN*. 02.
- Aslikhah, A., Djamaluddin, B., & Mugiyati, M. (2024). Halal Certification Perspective of Small Micro-Entrepreneurs in Pasuruan Regency. *International Journal of Engineering Business and Social Science*, 2(04), 1120–1140. <https://doi.org/10.58451/ijebss.v2i04.147>

- Awaludin, M. R., Muslim, F., Alfiyah, P., & Mauladin, Z. (2025). *PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT DESA CURUGBITUNG MELALUI PENGUATAN UMKM DAN LITERASI KEUANGAN SYARIAH*. 04.
- Bari, A., & Matnin, M. (2021). PENGARUH POSITIF KEPEMIMPINAN YANG MEMOTIVASI DAN TINGKAT DISIPLIN KERJA YANG KONSISTEN TERHADAP KINERJA INDIVIDU KARYAWAN TURUT MEMPERKUAT DAYA SAING ORGANISASI. *Investi : Jurnal Ekonomi dan Perbankan*, 2(1), 190–206. <https://doi.org/10.32806/ivi.v2i1.92>
- Dofiri, D. (n.d.). *PENGARUH PERENCANAAN PENGELOLAAN PROGRAM SEDEKAH TERNAK KAMBING DAN SAPI DI LAZNAS YDSF TERHADAP PEMBERDAYAAN MUSLIM YATIM DHUAFA' DAN DHUAFA' DI KECAMATAN TUTUR KABUPATEN PASURUAN*.
- Farhan, M. (2024). *KESEIMBANGAN RISIKO DAN IMBAL HASIL DALAM STRATEGI INVESTASI BERKELANJUTAN: PENDEKATAN INTEGRATIF TERHADAP FAKTOR LINGKUNGAN, SOSIAL, DAN TATA KELOLA PERUSAHAAN (ESG)*. 02.
- Furidha, B. W. (2024). COMPREHENSION OF THE DESCRIPTIVE QUALITATIVE RESEARCH METHOD: A CRITICAL ASSESSMENT OF THE LITERATURE. *Journal Of Multidisciplinary Research*, 1–8. <https://doi.org/10.56943/jmr.v2i4.443>
- Hisam, M. (2024). *MENAVIGASI VOLATILITAS PASAR: WAWASAN TENTANG INSTRUMEN KEUANGAN DAN STRATEGI INVESTASI*. 02.
- Humaidi, Dwi Ari Pertiwi, Meta Ardiana, & Rachma Agustina. (2025). Integrasi Literasi Keuangan Santri dalam Penguatan Akuntansi Manajemen Pesantren: Studi Kasus MTs Salafiyah Syafi'iyah Tebuireng. *Dinamis: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 269–280. <https://doi.org/10.33752/dinamis.v5i2.10509>
- Ishtiaq, M. (2019). Book Review Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage. *English Language Teaching*, 12(5), 40. <https://doi.org/10.5539/elt.v12n5p40>
- Istiyani, R., Nilasari, A. P., & Tidar, U. (2025). *ANALISIS PENERAPAN AKAD MURABAHAH PADA PEMBIAYAAN KREDIT USAHA RAKYAT (KUR) DI BANK SYARIAH INDONESIA KC PATI SUDIRMAN*.
- Kamarudin, O., & Arif, A. (2024). EKONOMI GIG: PELUANG DAN TANTANGAN DI ERA KERJA FLEKSIBEL. *CURRENCY: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3(1), 362–373. <https://doi.org/10.32806/ccy.v3i1.321>
- Kunaifi, A., & Syam, N. (2021). Business Communication in Developing the Halal Tourism Industry. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 4(1), 1–17. <https://doi.org/10.31538/ijse.v4i1.1305>
- Lutfiani, N., Puji Lestari Santoso, N., Ahsanitaqwm, R., Rahardja, U., & Rahman Az Zahra, A. (2024). AI-Based Strategies to Improve Resource Efficiency in Urban Infrastructure. *International Transactions on Artificial Intelligence (ITALIC)*, 2(2), 121–127. <https://doi.org/10.33050/italic.v2i2.545>
- Mansur Azis, & Azizah, L. M. (2022). PERAN PENYALURAN PEMBIAYAAN KREDIT USAHA RAKYAT DI BANK SYARIAH INDONESIA TERHADAP PERKEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DI KABUPATEN MOJOKERTO. *WADIAH*, 6(2), 160–190. <https://doi.org/10.30762/wadiah.v6i2.165>
- Moch Dzul Fahmi, Arifki Budia Warman, & Riska Fauziah Hayati. (2023). Literasi Hukum Ekonomi Syariah di Era Digital dan Kontribusinya bagi Penguatan Ekonomi Syariah di Indonesia (Studi terhadap Platform Instagram). *Al-Huquq: Journal of Indonesian Islamic Economic Law*, 5(1), 20–43. <https://doi.org/10.19105/alhuquq.v5i1.5729>
- Mongkito, A. W., Putra, T. W., Imran, M., Novita, K., & Ansar, A. N. (2021). IMPLEMENTASI PEMBIAYAAN KREDIT USAHA RAKYAT (KUR) MIKRO SYARIAH DALAM PENGEMBANGAN USAHA MIKRO. *Robust: Research of Business and Economics Studies*, 1(1), 91. <https://doi.org/10.31332/robust.v1i1.2886>

- Nafisah, I. (2024). ENTREPRENEURSHIP DALAM MENCETAK STUDENTPRENEUR. *CURRENCY: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3(1), 374–388. <https://doi.org/10.32806/ccy.v3i1.314>
- Purwanto, M. R. (2021). WAKAF KONTEN YOUTUBE SEBAGAI WAKAF PRODUKTIF DI ERA 5.0 DALAM PERSPEKTIF MAQASHID SYARIAH. . . e.
- Putri, A. C., & Fasa, M. I. (n.d.). *ANALISIS PERAN STRATEGI PEMASARAN DALAM MENDUKUNG UMKM MELALUI PEMBIAYAAN KUR SYARIAH DI BANK SYARIAH INDONESIA*.
- Rahman, A., Jennah, L., & Khalilah, S. (n.d.). *ANALISIS KETENTUAN PENETAPAN HARGA MENURUT IBNU TAIMIYAH TERHADAP PENETAPAN HARGA TAHU DI PABRIK TAHU BAPAK DURDI LEMPONG KECAMATAN KETAPANG KABUPATEN SAMPANG*.
- Ramin, Moh. (2024). DAMPAK PERUBAHAN DEMOGRAFIS TAHUN 2024 TERHADAP DINAMIKA EKONOMI GLOBAL. *CURRENCY: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3(1), 389–404. <https://doi.org/10.32806/ccy.v3i1.330>
- Rohmayanti, S. A. A., Samsuri, A., & Fitrianto, A. R. (2021). Analisis Literasi Keuangan Syariah pada Pemberdayaan Ekonomi UMKM Binaan Bank Indonesia Kantor Wilayah Jawa Timur. *Muslim Heritage*, 6(2), 377–403. <https://doi.org/10.21154/muslimheritage.v6i2.3131>
- Salsabila, N., Praza, R., Ritonga, N., & Sukmawati, C. (2025). *Pengaruh Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pada Nasabah BSI KC Lhokseumawe Merdeka 3*. 03(04).
- Soemitra, A. (2022). *Studi Literature Strategi BMT Dalam Pemberdayaan Ekonomi Ummat Berbasis Masjid*. 3(3).
- Utami, R. D., Minsih, M., Prayitno, H. J., Pristi, E. D., Lestari, R. Y. A., Handayani, D., ... Shohenuddin, S. (2023). Pemberdayaan Guru dan Fasilitator dalam Pembelajaran Kelas Rangkap pada Sanggar Belajar Malaysia Berpendekatan Profil Pelajar Pancasila. *Buletin KKN Pendidikan*, 5(1), 96–106. <https://doi.org/10.23917/bkkndik.v5i1.22889>
- Wingdes, I. (2019). *Pemanfaatan SEM PLS untuk Penelitian*.
- Zuhriyah, L., & Dwiaryanti, R. (n.d.). *DAMPAK KEBERADAAN KAMPUS INSTITUT AGAMA ISLAM AL-KHAIRAT PAMEKASAN TERHADAP USAHA EKONOMI MASYARAKAT SEKITAR DI DESA PLAKPAK PEGANTENAN PAMEKASAN*.