

PENGATURAN PRINSIP KEPERCAYAAN DALAM MELAKUKAN TRANSAKSI KEUANGAN DI BANK

Ida Ayu Nym Hari Kumara Dewi, Fakultas Hukum Universitas Udayana, e-mail:
idaayuharikd10@gmail.com

I Gusti Ngurah Dharma Laksana, Fakultas Hukum Universitas Udayana, e-mail:
dharma_laksana@unud.ac.id

DOI : KW.2022.v11.i06.p20

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini ialah guna memahami secara lebih dalam mengenai pengaturan prinsip kepercayaan perbankan. Pada penelitian yang peneliti laksanakan, metode penelitian hukum normatif digunakan untuk melakukan analisis dalam studi ini dengan melakukan telaah dengan cara yang komprehensif yang bersumber pada bahan hukum yang diperoleh serta telah dikumpulkan, untuk kemudian dilakukan pengolahan dan dilakukan analisis secara deskriptif kualitatif. Diterapkannya prinsip tersebut tidak luput serta lepas dari adanya kemungkinan hilangnya rasa percaya hingga loyalitas nasabah terhadap bank. Namun, ditemukannya kelemahan serta kekurangan pada peraturan pemerintah yang mana didalamnya tidak mengatur mengenai rasa percaya dengan cara yang tersirat, yang menimbulkan norma yang semakin kabur. Dengan adanya fakta ini, sangat penting untuk dilakukan studi mengenai prinsip kepercayaan perbankan beserta dampak yang hukum timbulkan akibat tidak terkondisinya loyalitas nasabah yang di kemudian hari dapat memberi gambaran dan pemahaman tentang prinsip kepercayaan itu sendiri.

KataKunci: Prinsip Kepercayaan, Upaya Preventif, LoyalitasNasabah

ABSTRACT

The purpose of this study is to understand more deeply about the regulation of banking trust principles. In the research that the researchers carried out, the normative legal research method was used to conduct analysis in this study by conducting a comprehensive study based on the legal materials obtained and had been collected, to then be processed and analyzed in a qualitative descriptive manner. The application of this principle is inseparable from the possibility of loss of trust and customer loyalty to the bank. However, weaknesses and shortcomings were found in government regulations which did not regulate trust in an implied way, which gave rise to increasingly blurred norms. Given this fact, it is very important to conduct a study on the principle of banking trust and the legal impact that can result from unconditioned customer loyalty which in the future can provide an overview and understanding of the principle of trust itself.

Keyword:*Fiduciary Principle, Preventive Effort, Customer Loyalty.*

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Terdapat 4 asas utama dalam bank untuk melakukan serta melaksanakan kegiatan usahanya, meliputi prinsip kepercayaan (fiduciary principle), asas kerahasiaan (confidentiality), asas demokrasi ekonomi, serta asas kehati-hatian (prudential

principle).¹ Faktanya, keberadaan bank dianggap mampu memberi perasaan sejahtera bagi nasabah - nasabahnya.² Bank mendapat tempat tersendiri di hati masyarakat, dikarenakan bank mempunyai peran penting dalam pembangunan yang memiliki skala nasional.

Prinsip kepercayaan disebut sebagai aspek fundamental pada bank dalam menjalankan aktivitas serta kegiatan usahanya, dimana didukung oleh adanya nasabah yang memberikan kepercayaan atas setiap transaksinya kepada bank itu sendiri. Kepercayaan ini menjadikan suatu rasa percaya muncul antara nasabah dengan bank yang menjadi suatu keyakinan yang amat kuat yang akan berdampak pada pelayanan jasa dengan cara yang maksimal kepada setiap nasabah-nasabahnya. Sehingga, timbul serta muncul sebuah sikap setia serta loyal pada nasabah oleh sebab adanya layanan yang diberikan bank itu sendiri.

UU Perbankan (yang mana pendahulunya adalah UU No 10 Tahun 1998 perihal Perubahan Atas UU No 7 Tahun 1992 perihal Perbankan) telah mengatur adanya fungsi penghimpun pada perbankan, yang mana bank berkewajiban serta dapat menampung dana nasabahnya dengan bentuk simpanan dengan berbagai bentuk yang ada dan tersedia, yang kemudian lakukan pendistribusian serta penyaluran dana dengan cara kredit seperti pemberian modal kerja atau hal yang lainnya.³

Prinsip kepercayaan dalam sistem perbankan dijalankan dalam rangka memberikan bantuan supaya menghindarkan dari adanya dampak serta akibat dari hilangnya rasa percaya dari nasabah. Oleh karena itu, penerapan prinsip ini sangatlah penting dalam jaga mengontrol/mengendalikan serta menjaga rasa loyalitas dari nasabah bank dalam rangka pembangunan nasional, yang dilanjutkan oleh pemerintah dalam rangka melakukan pembentukan sebuah aturan-aturan baru guna mengendalikan serta mengatur tiap-tiap kegiatan serta aktivitas perbankan. Akan tetapi, terdapat kelemahan dan kekurangan dalam peraturan baru yang mana terdapat kekaburan norma oleh adanya prinsip kepercayaan yang ada tersirat di dalamnya. Hal ini memberi resiko akan terjadinya hal yang lepas kendali seperti hilangnya loyalitas nasabah akibat pengimplementasian serta penerapan prinsip kepercayaan yang kurang optimal dalam perbankan.

Adapun penelitian terdahulu yang telah melakukan penelitian terkait yang menjadikan perbedaan dengan penelitian ini yang pertama oleh Andika Persada Putera dengan judul "Prinsip Kepercayaan Sebagai Fondasi Utama Kegiatan Perbankan" yang pada pembahasan ini peneliti memfokuskan penelitian pada kegiatan usaha bank yang berkaitan dengan Prinsip Kepercayaan. Kedua, Prinsip Kepercayaan merupakan fondasi utama perbankan dalam menjalankan kegiatan usahanya. Sedangkan penelitian ini berfokus kepada prinsip kepercayaan perbankan beserta dampak yang hukum timbulkan akibat tidak terkondisinya loyalitas nasabah yang di kemudian hari sehingga dapat memberi gambaran dan pemahaman tentang prinsip kepercayaan itu sendiri.

Kemudian penelitian yang kedua oleh Sabatika Sinung Wibawanti dengan judul "Pengaturan Prinsip Kehati-hatian Pada Lembaga Keuangan Bukan Bank" penelitian ini

¹Rachmadi Usman, 2003, "Aspek-Aspek Hukum Perbankan Indonesia", GramediaPustaka Utama: Jakarta, h.19.

²Siswanto, Cecep Tedi. "Perlindungan Hukum Bagi Nasabah Bank Dalam Perjanjian Kredit Di Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit. Condong Catur Sleman." *Jurnal Cakrawala Hukum*, Vol.13, No.1 (2018), h.2.

³Ismail, MBA, Ak, 2010, *Manajemen Perbankani: Dan Teori Menuju Aplikasi*, Prenadamedia Group: Jakarta, h.9.

memfokuskan pembahasan mengenai Industri yang melakukan usaha hampir serupa dengan perbankan, Lembaga keuangan bukan bank dituntut untuk melakukan usahanya dengan memperhatikan prinsip kehati-hatian. Tetapi, tidak ada pengaturan yang secara tegas menyatakan bahwa lembaga keuangan bukan bank menganut prinsip kehati-hatian. Sedangkan penelitian ini berfokus kepada perbankan yang memiliki prinsip kepercayaan serta upaya preventif dalam menjaga loyalitas nasabah.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasar uraian diatas, perumusan masalah yang dapat peneliti simpulkan yaitu:

1. Bagaimana cara mengatur prinsip kepercayaan didalam undang-undang perbankan?
2. Apa upaya preventif yang dapat dilakukan untuk menjaga loyalitas nasabah?

1.3 Tujuan Penulisan

Studi ini dilakukan dalam rangka mencapai serta mewujudkan suatu tujuan yaitu guna menjelaskan dan memahami secara lebih dalam mengenai pengaturan prinsip kepercayaan yang terkandung pada Undang Undang perbankan yang merupakan salah satu upaya dalam rangka melakukan pengondisian atas loyalitas nasabah dalam rangka supaya selalu memilih bank yang biasa dipilihnya sebagai pihak yang menyalurkan aktivitas serta kegiatan transaksi keuangan dan juga sebagai bentuk cara untuk mencegah tidak loyalnya nasabah serta untuk menjaga nasabah supaya tepat loyal.

II. Metode Penelitian

Metoda yang peneliti gunakan ialah penelitian hukum yuridis normative dengan cara pandang ilmu hukum dengan cara yang konseptual atas dasar tatanan utama yakni UU No 10 Tahun 1998 perihal Perubahan terkait UU No 7 Tahun 1992 perihal Perbankan.⁴ Kemudian selanjutnya studi mendalami bahan pustaka atau sumber sekunder yang terdapat dalam kajian buku, buku teks, dan jurnal hukum.⁵ Analisis dalam studi ini dengan melakukan telaah dengan cara yang komprehensif yang bersumber pada bahan hukum yang diperoleh serta telah dikumpulkan, untuk kemudian dilakukan pengolahan dan dilakukan analisis secara deskriptif kualitatif.

III. Hasil dan Pembahasan

3.1 Cara Mengatur Prinsip Kepercayaan Dalam Undang-Undang Perbankan

Hal paling penting dalam sebuah komitmen atau perjanjian adalah rasa percaya, dan adanya komitmen tersebut dapat dilakukan aplikasinya jika tepat pada waktu pelaksanaannya. Morgan dan Hunt mengatakan jika satu pihak memiliki rasa yakin bahwa pihak yang lain memiliki integritas dan reliabilitas, dapat dikatakan hubungan ini masuk pada tahapan saling percaya.⁶ Landasan dalam sebuah hubungan antara nasabah dengan bank adalah rasa percaya itu sendiri. Pendanaan Bank diperoleh serta didapat dari rasa percaya nasabah terkait saat menyimpan dana yang dimilikinya yang

⁴Pester Mahmud Marzuki, 2009, "Penelitian Hukum", Kencana: Jakarta, h.95.

⁵Soerjono Soekanto, 1995, "Penerbitan Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat", CV. Rajawali: Jakarta, h.15.

⁶Darsono, L. dan Dharmmesta, B.S., "Kontribusi Involvement dan Thrust in Brand dalam Membangun Loyalitas Pelanggan", *Journal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, No.3, Vol.20, (2005) h.27.

mana bank diharuskan serta wajib untuk selalu menjaga uang tabungannya dengan maksud untuk tetap menjaga dan memelihara rasa saling percaya yang bank tersebut tanggung. Hal ini telah ada dan tercantum dalam Pasal 29 ayat (4) UU Perbankan. Bentuk kepercayaan yang tersaji ini disebut dengan adanya rasa yakin dari pihak yang memberikan kredit untuk menepati komitmen yang telah disepakati sesuai tenggat waktu yang diberikan.⁷

Sultan Remy Syahdeini mengemukakan bahwa nasabah dan Bank terdapat hubungan kepercayaan yang mana mempunyai kewajiban untuk saling percaya dari bank terhadap nasabah dalam bank yang dikelola. Dengan demikian, kredit memiliki definisi yaitu kesepakatan saling pinjam antara bank Bersama dengan pihak lain yang melibatkan rasa saling percaya antar kedua belah pihak di dalamnya.⁸Rasa saling percaya inilah yang memberikan pengaruh dalam kegiatan perbankan. Tujuan dari prinsip kepercayaan ini hanya untuk melakukan pengamanan atas loyalitas nasabah dalam banknya. Dengan demikian sebagai lembaga perantara keuangan, Bank mempunyai kewajiban untuk selalu seksama dalam menjalankan aktivitas serta kegiatan usaha yang dijalankan, karena jika tidak, sangat mungkin berpotensi terjadi runtuhnya rasa percaya nasabah terhadap bank.⁹

Dewasa ini, sudah semestinya perbankan melakukan penerapan beragam prinsip-prinsip kepercayaan guna meminimalisir adanya resiko perbankan di kemudian hari. Akan tetapi, prinsip kepercayaan yang terkandung dalam Pasal 29 Undang Undang Perbankan dimana dikatakan bahwasannya Bank sebagai pihak yang menghimpun dan pihak yang menyalurkan dana nasabah yang mana diharuskan melalui cara yang paling aman dan keperluan nasabah yang telah bank berikan. Dengan kata lain, prinsip kehati-hatian yang dijalankan oleh perbankan dianggap ampuh dalam rangka menjaga rasa kepercayaan nasabah sehingga nasabah semakin loyal terhadap bank.

Di kemudian hari, bagi setiap pihak yang terlibat rasa saling percaya pasti saling berusaha melakukan pemenuhan dalam rangka supaya pencapaian yang diinginkannya tercapai. Maka dari itu, masing-masing pihak yang memiliki keterlibatan dalam sebuah perjanjian harus memiliki keyakinan dalam rangka saling memberikan kepercayaan akan pemenuhan setiap kewajiban dan hak yang harus dipenuhi oleh bank ataupun nasabahnya, yang mana ini berperan sebagai sebuah langkah awal dalam kesepakatan kontrak.¹⁰

3.2 Upaya Preventif Untuk Menjaga Loyalitas Nasabah

Dalam rangka melakukan peningkatan terkait pelayanan bank kepada nasabah, dalam rangka memberikan pelayanan harus memiliki dasar Standar Operasional Produser (SOP) yang telah disetujui oleh direktur dan juga para pegawai bagian

⁷Elizabeth Stevani Wijaya dan A.A.Ketut Sukranatha, 2018, "Pencegahan Kredit Macet.Dengan Penerapan Prinsip Kehati-hatian Dalam Penyaluran Kredit Perbankan", *Journal Fakultas Hukum Universitas Udayana*, Denpasar, h.5.

⁸Djoni S. Gozalli dan Rahmadi Usman, 2012, "*Hukum Perbankan*", Sinar Graffika: Jakarta, h.30.

⁹Ismail, MBA, Ak, *op.cit*, h.11.

¹⁰Putera, Andika Persada. "Prinsip Kepercayaan Sebagai Fondasi Utama Kegiatan Perbankan." *Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune*, Vol.3, No.1 (2020): 128-139.

pelayanan Bank. Yang mana loyalitas nasabah disebut sebagai bentuk paling mungkin dari kesetiaan nasabah terhadap bank. Bersamaan dengan hal itu, loyalitas juga memberi keuntungan yang besar bagi dunia perbankan.¹¹ Demikian pula menunjukkan ketersediaan dalam memanfaatkan jasa dalam rangka memberi reaksi positif serta memberi kesan atau informasi kepada pihak yang memberikan jasa jika terjadi kesalahan serta kekeliruan yang bersifat operasional.¹² Dewasa ini, perusahaan wajib untuk menghadapi serba serbi tuntutan dalam rangka membuat konsumen menjadi tertarik sekaligus mendorong konsumen menjadi sumber laba dengan adanya konsumen yang setia. Loyalitas ini merupakan sebuah bentuk pernyataan sikap nasabah terkait penentuan pilihannya dalam rangka supaya tetap memakai produk perbankan yang bank tawarkan. Jenni menyebutkan, konsumen yang setia ialah mereka yang dengan tanpa paksaan menawarkan kepada orang paling dekat untuknya terhadap suatu produk yang sangat ia yakini dan ia rasa hal tersebut mampu memuaskan baginya. Selanjutnya rasa loyal serta setia dari pelanggan meluaskan "kesetiaan"-nya terhadap produk yang ia gunakan sebelum-sebelumnya. Dengan demikian konsumen akan cenderung setia serta loyal terhadap suatu produsen tertentu dalam durasi waktu yang sangat lama.¹³

Menurut Fornell, loyalitas disebut sebagai fungsi dari pelanggan yang mengalami rasa kepuasan, segala hal yang menjadi keluhan pelanggan, maupun rintangan pada saat pelaksanaan pelayannya. Pelanggan yang merasa terpuaskan sudah dipastikan melakukan pembelian produk sebelumnya pada masa yang akan datang dan juga sekaligus melakukan pembagian pengalaman yang ia peroleh serta dapatkan kepada orang lain yang dekat ataupun di sekitarnya. Dengan pesatnya perkembangan ekonomi bisnis pun memberikan dorongan kepada pelaku usaha dalam rangka untuk selalu waspada akan adanya persaingan yang ketat. Dalam menentukan strategi yang benar serta tepat dibutuhkan untuk tetap bertahan di pasaran. Adapun strategi yang paling mendasar bagi perusahaan jasa adalah dengan memberikan pelayanan dengan cara yang paling maksimal dengan maksudnya adalah melakukan pencegahan atas hilangnya konsumen dalam periode waktu yang sangat lama. Pelayanan yang disebut luar biasa bisa saja diciptakan dengan cara memahami dan menerapkan masing-masing faktor di dalamnya.

Adapun faktor yang dianggap memberi pengaruh terhadap loyalitas serta rasa kesetiaan dari nasabah dalam dunia perbankan, antara lain dijelaskan di bawah ini:

a. Kepercayaan

¹¹Setiawan, Mulyo Budi. "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah (studi pada pd. bpr bank pasar kendal)." *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, Vol.14, No. 2 (2007): 216.

¹²Khotimah, Khusnul. "Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Menabung Pada Kantor Cabang Utama PT. Bank Pembangunan Daerah Papua Di Jayapura." *Future: Jurnal Manajemen dan Akuntansi* 1, No.1 (2013): 42-51.

¹³Kusumai Wijayanto, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank", *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, Vol.17, No.1, Juni 2015, h.39.

Adanya atribut khusus pada suatu produk menjadi kekuatan kepercayaan nasabah. Dalam hal ini, kepercayaan konsumen untuk mengetahui adanya kemungkinan antara objek dengan atribut yang sesuai saling berkesinambungan.¹⁴ Kepercayaan nasabah menjadi sebuah refleksi emosional dalam dunia bisnis. Ini sangat bergantung pada kepuasan terhadap layanan yang diharapkan, hasil nyata, hingga fluktuasi harapan. Seorang nasabah dinyatakan percaya jika dirinya telah menerima pelayanan pada tingkat yang sesuai harapan atau bahkan lebih tinggi daripada apa yang ditawarkan dan tetap menggunakan produk yang digunakan sebelumnya.¹⁵

b. Kepuasan

Jika nasabah mendapat rasa kepuasan dari apa yang ia inginkan dari suatu produk tertentu yang ia pilih maka rasa kepuasan nasabah telah tercapai. Dengan begitu, akan muncul efek positif yang bermanfaat serta berguna bagi keberlangsungan kegiatan serta aktivitas perusahaan.¹⁶

c. Komitmen

Komitmen disebut sebagai sebuah Tindakan tertentu yang saling memberikan upaya untuk selalu mempertahankan Batasan Batasan kesepakatan dalam hubungan periode jangka Panjang antar pihak nasabah dengan pihak bank sebagai pemberi layanan.¹⁷ Semakin baik komitmen yang terjalin antara bank dan juga nasabahnya, dengan demikian kelayakan nasabah cenderung mengalami peningkatan pula.

d. Sikap

Sikap nasabah itu sendiri ialah rasacecenderungan dengan cara yang bijak untuk menentukan serta menetapkan reaksi atas setiap penawaran produk yang bank tawarkan kepada nasabah. Saat bank memberikan pelayanan, pihak bank juga harus serta perlu memahami serta mendalami setiap karakteristik masing-masing nasabah yang ia kelola, perihal ini memiliki tujuan dalam rangka melakukan penilaian atas hal yang menjadi keinginan nasabah dengan cara yang obyektif dengan segala bentuk serta macam sifat yang ada pada nasabah itu sendiri.

e. Citra Perbankan

¹⁴Utami, Meliana, Tati Handayani, and Pusporini Pusporini. "Pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah." In *Proceeding of Conference on Islamic Management, Accounting, and Economics*, Vol. 2, (2019): 170-178.

¹⁵I Gede Yogi Pramana, Ni Made Rastini, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali", *E-Journal Manajemen Unud*, Vol.5, No.1 (2016): 708.

¹⁶Makahanap, Agus Shella. "Faktor Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah pada Pelayanan Customer Service BPD Kaltim Cabang Utama Samarinda." *Ekonomia 2*, No.1 (2013): 253-264.

¹⁷Fakhrudin, Farina, Haris Maupa, and Muhammad Ismail. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Komitmen, Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Pada Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Area Makassar Raya." *Hasanuddin Journal of Applied Business and Entrepreneurship 1*, No. 4 (2018): 29-41.

Citra perbankan disebut sebagai suatu tanggapan tertentu dengan cara meyakini pada produk yang telah bank tawarkan sebagai manifestasi atau indikator respon yang masyarakat berikan terhadap pelayanan sebuah perusahaan perbankan itu sendiri.¹⁸

f. Kualitas Pelayanan dan Produk Bank

Kualitas layanan disebut sebagai sebuah ketetapan komitmen dari pihak yang menyediakan jasa untuk memberi layanan yang memiliki kualitas baik. Lain halnya dengan produk perbankan disebut sebagai bentuk jasa yang bank sediakan yang di dalamnya memiliki keunggulan serta kelebihan dalam rangka melakukan pemenuhan terkait hal - hal yang konsumen inginkan.

Dengan demikian suatu kegiatan serta aktivitas perbankan tidaklah bisa lepas dari peran suatu nasabah sebagai pihak pengguna jasa perbankan, mencakup diperuntukkan bagi diri bank tersebut sendiri ataupun pihak nasabah pada bank tersebut. Secara tegas telah tertuang serta tertulis pada Pasal 1 angka 16 Undang Undang Perbankan, yang mana nasabah ada serta terbagi dalam dua, nasabah debitur dan juga nasabah penyimpan. Nasabah debitur memiliki keterkaitan serta hubungan dalam perpajakan nasabahnya, kerahasiaan informasi pribadi yang menjadi aspek penting serta kunci dalam mengontrol serta mengendalikan rasa kepercayaan nasabah, namun hal ini tidaklah menjadi hal yang mutlak, karena dengan izin Bank Indonesia, kerahasiaan data ini diakses untuk kepentingan pemeriksaan pajak.¹⁹

Merujuk pada UU No 10 Tahun 1998, Bank disebut dengan instansi usaha sebagai pihak penghimpun maupun pihak yang menyalurkan tabungan serta dana nasabah ke dalam bentuk kredit maupun bentuk lain dengan maksudnya yakni memberikan dorongan atas taraf serta derajat hidup ke arah yang jauh lebih baik. Diperlukan tindakan untuk mencegah secara preventif guna menjaga serta mengendalikan rasa loyal dari nasabah terhadap bank dimana ia memperoleh pelayanan, antara lain dijelaskan di bawah ini:

a. Kualitas Pelayanan

Dalam rangka memperoleh gambaran tentang kualitas pelayanan dapat dibagi menjadi 3 antara lain:

- 1) Pandangan serta sikap nasabah yang sesuai harapan terhadap produk yang ditawarkan.
- 2) Pernyataan kepuasan nasabah terhadap harapan yang dijanjikan dengan hasil aktual yang didapatkan nasabah.
- 3) Pemenuhan harapan nasabah terhadap kepuasan atas pengharapan dan pengendalian kesempurnaan harapan yang diyakini nasabah.

Pelayanan yang memiliki kualitas yang baik akan cenderung mampu menciptakan serta mewujudkan efek positif nasabah yang mana nasabah akan

¹⁸Govinda, Putu Krisna. "Pengaruh Citra Perbankan Terhadap Keputusan Nasabah dalam Mengambil Kredit dengan Pelayanan dan Prosedur Kredit Sebagai Variabel Moderating." PhD diss., Universitas Pendidikan Ganesha, 2020. h.462.

¹⁹Sutedi Adrian, 2018, "Hukum Perbankan: Suatu Tinjauan Pencucian Uang, Merger, Likuidasi, dan Kepailitan, Sinar Grafika: Jakarta, h.10.

melakukan perekomendasi produk yang ia pilih kepada pihak yang lain. Berikut ini yakni macam kualitas pelayanan pada bidang perbankan, sebagai berikut di bawah ini:

- Tangibles yaitu merupakan sebuah kesan fisik yang konkrit, termasuk tampilan suatu produk;
 - Reliability yaitu merupakan suatu keselarasan realita dengan harapan yang diberikan;
 - Responsiveness yaitu bentuk respon produsen dalam mengatasi apa yang dikeluhkan konsumen;
 - Assurance adalah bentuk komitmen produsen kepada konsumen dalam bentuk jaminan atas produk yang telah dipilih konsumen;
 - Empathy adalah dimana sebuah upaya produsen secara subyektif untuk memberi perhatian kepada nasabahnya.
- b) Citra Bank merupakan penilaian konsumen yang muncul oleh adanya kenyataan yang ada serta dipahami. Oleh karena itu citra perusahaan sangatlah diperlukan dalam rangka melakukan peningkatan sebuah loyalitas nasabah yang dimana citra disebut sebagai satu di antara berbagai banyak faktor dalam memilih produk yang benar serta tepat bagi konsumen.²⁰ Dapat didefinisikan mengenai citra perusahaan disebut sebagai salah satu penilaian yang bank dapat melalui pengalaman konsumen atas apa yang konsumen tersebut dapatkan dimana citra perusahaan ialah efek tunda perusahaan, maksudnya, citra itu sendiri dirancang oleh bank yang tidak memberi efek serta dampaknya secara langsung namun butuh waktu yang tidak sebentar.²¹ Citra Bank itu sendiri sangatlah penting karena memiliki pengaruh terhadap setiap komponen perbankan sebagai suatu keberlanjutan atas aktivitas serta kegiatan usaha itu sendiri.

IV. Kesimpulan

Kepercayaan ialah suatu keyakinan penyedia kredit, dimana pengembaliannya disesuaikan dengan kesepakatan yang tercapai. Kepercayaan itu sendiri telah berpengaruh besar atas berlangsungnya suatu perbankan. Pada UU Perbankan, prinsip kepercayaan tidak diatur dengan gamblang. Tetapi dari yang dilihat pada Pasal 29 UU Perbankan dimana bank yang menjalankan prinsip kehati-hatian dengan baik, maka bank akan mendapat kepercayaan dari nasabah, sehingga nasabah semakin nyaman dan memberi efek positif bagi kegiatan perbankan. Dalam rangka menjaga keloyalitan nasabahnya, bank melakukan tindakan pencegahan, berupa: reliability, assurance, empathy, tangibles, dan responsiveness. Citra Bank sebagai gambaran atas kesan yang diberikan oleh konsumen atau nasabah atas apa yang telah didapatkannya terhadap produk yang diberikan oleh bank, yang mana akan menjadi sumber informasi terpercaya bagi kalangan ramai.

²⁰Ayu Putu Eka Kardani Dewa, Putu Widani Sugianingrat Ida Ayu. "Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Intervening Pada PT.BPR Jaya Kerti Mengwi Badung", *Jurnal Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Hindu Indonesia Denpasar*, Bali, h.2.

²¹Siadari Kaledin, Anas Lutfi, Pengaruh Citra Perusahaan, "Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Penggunaan BNI Mobile Banking (Studi Kasus BNI Kantor Cabang Harmoni)", *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, h.116.

Daftar Pustaka

Buku:

- Djoni S. Gozali dan Rachmadi Usman, "*Hukum Perbankan*", Sinar Grafika: Jakarta, 2012
- Ismail, MBA, Ak, "*Manajemen Perbankan: Dari Teori Menuju Aplikasi*", Prenadamedia Group: Jakarta, 2010
- Pester Mahmud Marzuki, "*Penelitian Hukum*", Kencana: Jakarta, 2009
- Rachmadi Usman, "*Aspek-Aspek Hukum Perbankan Indonesia*", Gramedia Pustaka Utama: Jakarta, 2003
- Soerjono Soekanto, "*Penerbitan Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*", CV. Rajawali: Jakarta, 1995
- Sutedi Adrian, "*Hukum Perbankan: Suatu Tinjauan Pencucian Uang, Merger, Likuidasi, dan Kepailitan*", Sinar Grafika: Jakarta, 2018

Jurnal Ilmiah:

- Agus Shella Makahanap, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Pada Pelayanan Customer Service BPD Kaltim Cabang Utama Samarinda", *Jurnal Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda*, (1945).
- Ayu Putu Eka Kardani Dewa and Putu Widani Sugianingrat Ida Ayu, "Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Intervening Pada PT.BPR Jaya Kerti Mengwi Badung", *Jurnal Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Hindu Indonesia Denpasar, Bali*.
- Darsono, L.I and Dharmmesta, B.S., "Kontribusi Involvement dan Thrust in Brand dalam Membangun Loyalitas Pelanggan", *Journal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol.20, No.3, (2005).
- Elizabeth Stevani Wijaya and A.A Ketut Sukranatha, "Pencegahan Kredit Macet Dengan Penerapan Prinsip Kehati-hatian Dalam Penyaluran Kredit Perbankan", *Journal Fakultas Hukum Universitas Udayana, Denpasar*, (2018)
- Govinda, Putu Krisna and Purnamawati, I Gusti Ayu, "Pengaruh Citra Perbankan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Mengambil Kredit Dengan Pelayanan dan Prosedur Kredit Sebagai Variabel Moderating", *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha*, Vol.11, No.3 Tahun (2020):e-ISSN: 2614-1930 (DOI: 10.23887/jimat.v11i3.26478).
- I Gede Yogi Pramana and Ni Made Rastini, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali", *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol.5, No.1, (2016)ISSN : 2302-8912.
- Ismail, Farina Musdalifa Fakhruddin and Haris Maupa, Muhammad, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Komitmen, dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) TBK MAKASSAR Area Raya", Hasanuddin *Journal of Applied Business and Entrepreneurship, HJABE*, Vol.1 No.4 Oktober (2018).
- Khusnul Khotimah, "Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Menabung Pada Kantor Cabang Utama PT. Bank Pembangunan Daerah Papua di Jayapura", *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Yapis Papua*, (2013).
- Kusuma Wijayanto, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank", *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya Saing*, Vol. 17, No.1, Juni (2015) (DOI: 10.23917/dayasaing.v17i1.2272).

- Luh Intan Permatasari and I Ketut Markeling, "Upaya Perlindungan Hukum Bagi Nasabah Bank Dalam Permasalahan Kredit Macet", *Journal, Fakultas Hukum Universitas Udayana, Denpasar*, Vol. 6, No.9 (2018): 2.ISSN :2303-0569.
- Meliana Utami, Tati Handayani and Pusporini, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah", *Journal of Academic Pro*, Vol.2 (2019).
- Mulyono Budi Setiawan and Ukudi, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada PD. BPR Bank Pasar Kendal)", *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, Vol. 14, No.2 (2007) ISSN: 1412-3126.
- Putera, Andika Persada, "Prinsip Kepercayaan Sebagai Fondasi Utama Kegiatan Perbankan" *Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune*, Vol.3, No.1 (2020) (DOI: <https://doi.org/10.30996/jhbbc.v3i1.2984>).
- Siadari Kaledin and Anas Lutfi, "Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Penggunaan BNI Mobile Banking (Studi Kasus BNI Kantor Cabang Harmoni)", *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*. Vol.5, No.2 (2021) (DOI: 10.24912/jmbk.v5i2.11223).
- Wibawanti, Sabatika Sinung, "Pengaturan Prinsip Kehati-hatian Pada Lembaga Keuangan Bukan Bank", *Jurnal Ilmu Hukum Principium*, Vol.1, No.1 (2017). ISSN :2302-7150.

Peraturan Perundang-Undangan :

- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan