

HUBUNGAN KAPITAL SOSIAL DENGAN PENCAPAIAN TUJUAN PERUSAHAAN PT. BANK PERKREDITAN RAKYAT SYARIAH AL- IHSAN

Farah Putri Firsanty¹, Dyana Chusnullita Jatnika², Queena Azra Fitriana³

¹Departemen Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Padjadjaran

²Departemen Kesejahteraan Sosial Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Padjadjaran,

³Departemen Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Padjadjaran

Email Korespondensi : farah.p.firsanty@unpad.ac.id

Submitted: 08-01-2024; Accepted: 11-02-2022; Published : 11-02-2022

ABSTRAK

Bank merupakan mitra yang memiliki peran vital dan penggerak dalam pembangunan sistem perekonomian dan keuangan di Indonesia. Penelitian ini melihat bagaimana hubungan kapital sosial dengan pencapaian tujuan perusahaan menggunakan teori kapital sosial dari James Coleman. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif eksplanatori. Dalam mencapai tujuan perusahaan, diperlukan kapital sosial yang terdiri dari tiga hal yaitu kepercayaan, norma, dan jaringan. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa peran kapital sosial dalam pencapaian tujuan perusahaan cukup krusial dan memiliki hubungan yang erat. Kapital sosial merupakan sebuah aset dalam kehidupan bermasyarakat agar sebuah aturan maupun tujuan dari sebuah usaha dapat terjalin dengan baik. Hasil penelitian menjelaskan terdapat hubungan yang erat antara kapital sosial dengan pencapaian tujuan perusahaan PT. Bank Predikat Rakyat Syariah Al-Ihsan. Berdasarkan hasil P-value, total X1 (Kepercayaan) dengan total Y (Tujuan Perusahaan) linear hubungannya dengan p- value $0.478 > 0.05$. Hasil P-value antara total X2 (Norma) dengan total Y (Tujuan Perusahaan) linear hubungannya dengan p- value $0.451 > 0.05$. Hasil P-value antara total X3 (Jaringan Sosial) dengan total Y (Tujuan Perusahaan) dianggap linear hubungannya dengan p-value $0.569 > 0.05$. Kapital sosial sebagaimana aspek yang menganut tiga nilai utamanya yaitu kepercayaan, norma, dan jaringan sosial, memiliki hubungan terhadap pencapaian tujuan perusahaan di PT. BPRS Al-Ihsan.

Kata kunci: Kapital Sosial, Perbankan Syariah, Tujuan Perusahaan

ABSTRACT

Banks are partners that have a vital role and driving force in the development of the economic and financial system in Indonesia. This study examines the relationship between social capital and the achievement of corporate goals using James Coleman's social capital theory. This study uses an explanatory quantitative research method. In achieving corporate goals, social capital is needed which consists of three things, namely trust, norms, and networks. The results of the study show that the role of social capital in achieving corporate goals is quite crucial and has a close relationship. Social capital is an asset in community life so that a rule or goal of a business can be established properly. The results of the study explain that there is a close relationship between social capital and the achievement of corporate goals of PT. Bank Predikat Rakyat Syariah Al-Ihsan. Based on the results of the P-value, the total X1 (Trust) with the total Y (Company Goals) is linearly related with a p-value of $0.478 > 0.05$. The results of the P-value between the total X2 (Norms) with the total Y (Company Goals) are linearly related with a p-value of $0.451 > 0.05$. The P-value result between the total X3 (Social Network) and the total Y (Company Objectives) is considered linearly related with a p-value of $0.569 > 0.05$. Social capital as an aspect that adheres to its three main values, namely trust, norms, and social networks, has a relationship to the achievement of company objectives at PT. BPRS Al-Ihsan.

Key word: Social Capital, Islamic Banking, Corporate Goals

PENDAHULUAN

Bank merupakan mitra yang memiliki peran vital dan penggerak utama dalam pembangunan sistem perekonomian dan keuangan di Indonesia. Dalam Pasal 1 BAB I Undang- Undang Nomor 7 1992, dijelaskan bahwa bank merupakan sebuah lembaga keuangan yang menghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan, yang dialokasikan kembali untuk masyarakat dengan tujuan meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Untuk mencapai tujuan tersebut, serta melaksanakan perannya dengan efektif, bank tentu memiliki cara untuk dapat menjalankan sistem transaksi dengan baik agar masyarakat mendapatkan pelayanan dan pengalaman yang baik juga memuaskan. Menurut Hutasoit dan Ginting (2020), tingkat kenyamanan nasabah saat menggunakan layanan dan melakukan transaksi dengan baik, membentuk keinginan nasabah untuk tetap melakukan transaksi pada bank tersebut. Hutasoit dan Ginting juga menambahkan, kualitas pelayanan mencakup efisiensi, sikap ramah dalam memberikan pelayanan, hubungan personal, dan kemampuan. Selain pelayanan yang baik, citra juga memberikan dampak yang besar dalam mempertahankan nasabah. Tentunya, seorang nasabah cenderung memilih bank yang sudah memiliki citra yang baik dalam pandangan masyarakat. Perlu diketahui, hal yang melatarbelakangi citra dan pelayanan tersebut tentunya diawali dari komunikasi dan interaksi internal organisasi dalam bank yang bekerjasama satu sama lain agar hal-hal tersebut dapat tercapai sesuai dengan tujuan yang sudah diharapkan oleh lembaga. Menurut George Herbert, sebuah komunikasi organisasi menekankan keterkaitan individu dalam suatu jaringan, di mana aliran pesan bergantung pada hubungan saling bergantung. Dalam buku "*Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan,*" komunikasi organisasi didefinisikan sebagai perilaku organisasi yang terjadi dan bagaimana individu terlibat dalam proses menggambarkan dan menyampaikan pesan, memberi makna pada apa yang sedang terjadi di lapangan (Fajar, 2009). Hubungan komunikasi internal dalam sebuah organisasi, berperan penting dalam menjalankan sebuah fungsi yang sudah ditetapkan. Hubungan komunikasi yang baik, akan berdampak baik terhadap bagaimana sebuah lembaga atau organisasi dalam menjalankan target, tujuan, atau fungsinya untuk melayani masyarakat. Begitupun sebaliknya, hubungan komunikasi yang buruk, akan berdampak buruk terhadap lembaga atau organisasi dalam mencapai target dan

tujuannya.

BPR Syariah Al Ihsan merupakan bank syariah dengan bentuk badan Hukum Koperasi yang berdiri pada tanggal 12 Juli 1995 di wilayah Bandung, Jawa Barat. BPR Syariah memiliki visi untuk menjadi bank terpercaya dengan pertumbuhan berkelanjutan guna memberikan kepuasan kepada seluruh pihak yang terlibat. BPR Syariah juga memiliki misi yaitu berkomitmen dalam menjalin kemitraan dengan para pemangku bisnis dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dengan pelayanan yang menjunjung profesionalisme dan moralitas, dengan menggunakan prinsip ekonomi syariah.

LAPORAN POSISI KEUANGAN
620044 - PT. BPRS AL IHSAN
Periode: Januari 2024 - Juni 2024

di Perumahan Rajaprasang, No. 18 Baleendah, Kab. Bandung, Jawa Barat
Ribuan Rp.

NO	POS	Jan-24	Juni-24
ASET			
1	Kas dalam Rupeah	226.741	180.995
2	Kas dalam Mata Uang	-	-
3	Penempatan pada Bank Indonesia	-	-
4	Penempatan pada Bank Lain	10.219.085	14.375.768
	Plutang		
	a. Plutang Murabahah	10.500.732	16.776.224
	b. Plutang tetapan	-	-
5	Plutang Multilasa	650.233	644.839
	a. Plutang Ganti	25.800	20.984
	e. Plutang Sewa	-	-
6	Permisian Bagi Hasil	-	-
7	Permisian Sewa	-	-
8	Penyisihan Penghapusan Aset Produktif	-	407.646
9	Persewaan	-	-
10	Agensi yang Diareksi (M)	1.019.900	1.214.000
11	Aset Tetap dan Inventaris	2.642.757	2.199.385
	Aset Tetap	796.679	651.429
12	Aset Tidak Berwujud	-	-
	Aset Intangible dan Cadangan Penurunan Nilai "A"	-	-
13	Aset Lainnya	3.332.056	3.047.000
	TOTAL ASET	73.385.171	99.555.980
LIABILITAS DAN EKUITAS			
1	Liabilitas Segera	694.028	767.608
2	Cadangan Wadiah	10.685.422	11.462.141
3	Dana Investasi Non Profit Sharing	-	-
	a. Tabungan	-	-
	b. Deposito	10.434.200	11.462.141
4	Liabilitas kepada Bank Indonesia	-	-
5	Liabilitas kepada Bank Lain	6.200.000	7.000.000
6	Permisian Di terima	-	-
7	Liabilitas Lainnya	17.553	17.671
8	Dana Investasi Profit Sharing	-	-
9	Modal Disetor	4.250.000	3.000.000
10	Tambahan Modal Disetor	-	-
11	Selisih Penilaian Kembali Aset Tetap	-	-
12	Saldo Lain	-	-
	a. Cadangan Awan	106.582	106.582
	b. Cadangan Tujuan	293.847	293.847
	c. Beban ditanggung tujuannya	2.549.569	1.799.571
	TOTAL LIABILITAS DAN EKUITAS	73.385.171	99.555.980

Sumber: Laporan Keuangan BPRS Al-Ihsan
Menurut data, terjadi peningkatan pertumbuhan total aset dan laba perusahaan setiap tahun, yang merupakan salah satu tujuan perusahaan BPRS Al-Ihsan.

Menurut penelitian-penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tseng, Jung-Feng tahun 2022 dengan judul Organisational innovability: Exploring the impact of human and social capital in the banking industry menunjukkan hasil penelitian menunjukkan bahwa modal

sosial dapat memoderasi hubungan antara modal manusia dan inovasi perusahaan. Temuan ini berkontribusi pada bidang akademik dan aplikasi praktis. Penelitian Nayebyazdia, Arash tahun 2019 dengan judul *Social capital and banking system profitability: A survey of european union countries* menunjukkan hasil dalam masyarakat yang masyarakatnya tidak terlalu percaya satu sama lain, bank lebih dipercaya karena transaksi di bank dilakukan oleh pengawasan suatu lembaga seperti bank sentral. Penelitian yang dilakukan oleh Phuong, Lai Cao Mai tahun 2020 yang berjudul *Internal social capital banking and activities of commercial bank* dengan hasil Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal sosial perbankan internal mempengaruhi ketiga operasi; yaitu mobilisasi, pinjaman dan penyediaan layanan bank. Berdasarkan hasil penelitian, penelitian ini mengusulkan suatu kerangka analisis untuk meningkatkan kualitas hubungan internal perbankan. Penelitian yang dilakukan oleh Nhung, Vu Cam, Phuong, Lai Cao Mai tahun 2020 dengan judul *External social capital banking and activities of commercial bank* dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa modal sosial secara langsung mempengaruhi ketiga aktivitas bank komersial. Yaitu aktivitas modal, menggunakan aktivitas permodalan dan aktivitas penyediaan jasa bank komersial. Penelitian yang dilakukan oleh Setini et. Al tahun 2021 dengan judul *The effects of knowledge sharing, social capital and innovation on marketing performance* dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa modal sosial berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis pengusaha wanita di Bali, Indonesia. Variabel berbagi pengetahuan dapat menjadi mediator dalam hubungan antara modal sosial dan kinerja, dan modal sosial berpengaruh positif signifikan terhadap inovasi, tetapi inovasi tidak berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran dan berbagi pengetahuan.

Penelitian terdahulu menunjukkan terdapat pengaruh antara modal sosial dengan kinerja dan tujuan perusahaan, Adapun penelitian yang dilakukan oleh Lai Cao mai (2020) mengusulkan analisis untuk mengkaji hubungan internal perbankan yang juga akan menjadi bahasan bagaimana nilai, norma, dan kepercayaan sebagai unsur dari modal sosial dapat mempengaruhi keberhasilan pencapaian tujuan perusahaan. Beberapa menjadikan perbankan menjadi lokasi penelitian namun belum terdapat penelitian yang berlokasi di Bank Perkreditan Rakyat Syariah yang kelebihanannya merupakan bank yang hadir dengan tawaran suku bunga kompetitif, biaya administrasi

ringan, jaringan kantor luas di akses masyarakat, dan saldo minimum yang rendah.

Maka dari itu, penelitian ini ditujukan untuk mengetahui proses hubungan dan kerangka kerja yang terjadi di dalam internal PT BPR Syariah dalam mencapai tujuan dan fungsi perusahaan. Penelitian ini melihat hubungan antara modal sosial dengan tujuan perusahaan PT. BPR Syariah Al-Ihsan. Dengan manfaat dapat menjadi sebuah wawasan baru mengenai perencanaan kerja suatu lembaga atau organisasi perbankan dalam menjalankan fungsi dan tujuannya.

1. Teori Kapital Sosial

James Coleman dalam bukunya yang berjudul *“Social Capital in the Creation of Human Capital”*, mendefinisikan modal sosial sebagai alat konseptual dalam memahami orientasi teoritis terkait tindakan sosial dengan menyatukan berbagai komponen dari perspektif sosiologi dan ekonomi (Syahra, 2003). Menurut Coleman, modal sosial merupakan sumber daya yang ikut melibatkan harapan terkait timbal balik yang melampaui individu, dan mencakup jaringan secara luas dengan menganut nilai kebersamaan yang tinggi (Field, 2010:32). Adapun aspek-aspek yang menilai sebuah modal sosial yaitu diantaranya terdapat norma, kepercayaan, dan jaringan sosial.

● Norma

Poespoprodjo (1986:116) mendefinisikan norma sebagai pedoman atau arahan yang menjadi sebuah standar untuk membandingkan maupun menilai sesuatu yang diragukan dengan kepastian berupa ukuran maupun karakteristik. Norma dijelaskan sebagai standar maupun aturan yang diimplementasikan oleh anggota dalam suatu komunitas maupun kelompok guna memberikan arahan maupun batasan perilaku tanpa adanya hukum secara tertulis (Blay et.al, 2016). Menurut Supono (2011), norma sosial merupakan seperangkat aturan yang dibuat untuk ditaati oleh individu-individu dalam suatu komunitas atau kelompok masyarakat. Norma merupakan fenomena kultural yang mengatur perilaku seseorang dalam kondisi tertentu dengan dibuatnya sebuah aturan maupun larangan. Norma juga merupakan sebuah aturan yang mengatur perilaku sosial (Hechter et.al, 2001). Norma merupakan konsep penting dalam hidup bermasyarakat meskipun sifatnya fleksibel dan

relatif sehingga sering diperdebatkan. Dalam psikologi sosial, norma juga dijelaskan sebagai pola perilaku dalam sebuah kelompok (Burchell et al, 2012). Sebagai aturan sosial yang bersifat informal maupun tidak tertulis, norma memberikan praktik-praktik dalam kehidupan masyarakat seperti, tata cara makan, etika berbicara, dan perilaku lainnya (Andrighetto & Vriens, 2021).

- **Kepercayaan**

Menurut Lita (2009), kepercayaan merupakan sebuah keyakinan jika perusahaan mampu menjalin hubungan secara berkelanjutan dengan pelanggan, serta ketersediaan mitra dalam menjalin pertukaran guna membangun hubungan kerja yang positif. Putra (2021), menjelaskan kepercayaan sebagai aspek yang dibangun oleh konsumen dalam melakukan transaksi berulang kali kepada sebuah perusahaan. Menurut Wong (2017), terdapat sebuah dimensi kepercayaan terdapat tiga alat ukur yaitu diantaranya:

- A. *Ability*, sebagai sebuah kepuasan juga keamanan terkait transaksi yang dilakukan dari kapasitas penjualan dalam melakukan pelayanan terhadap pelanggan.
- B. *Benevolence*, sebagai dorongan seorang produsen dalam memberikan kepuasan terhadap konsumen dengan melakukan pemenuhan kebutuhan seorang konsumen.
- C. *Integrity*, sebagai rasa keterpuasan terhadap kualitas pelayanan yang produsen sediakan untuk konsumen.

Menurut Yacob (2018), Kepercayaan datang ketika seseorang yakin atas pihak yang terlibat dalam sebuah pertukaran dengan integritas yang tinggi sehingga rasa percaya muncul satu sama lain. Yakob juga menambahkan jika secara formulasi langsung, kepercayaan, sikap, dan perilaku dapat terbentuk tanpa keadaan sebelumnya, maka dari itu perilaku dapat terjalin tanpa ada pembentukan sikap atau kepercayaan awal secara kuat dari konsumen terhadap objek yang dijadikan tujuan dalam perilaku tersebut.

- **Jaringan Sosial**

Menurut Robert Putnam, jaringan sosial merupakan hubungan dan interaksi antar individu, kelompok, dan organisasi di dalam masyarakat. Sedangkan Pierre Bourdieu, menjelaskan jaringan sosial merupakan konsep yang menggambarkan interaksi dan pertukaran yang terjadi dalam anggota sebuah komunitas (Maarif, 2023). Menurut Robert

M Z Lawang dalam buku Damsar yang berjudul "Sosiologi Ekonomi", menjelaskan jaringan sosial berdasarkan definisi kata "*net*" dan "*work*". Kata "*net*" memiliki makna "jaring", yang merujuk ke dalam sebuah struktur tenun seperti jala yang memiliki simpul yang saling terhubung, selain itu, kata "*work*", memiliki makna "kerja". Jika digabungkan kedua kata tersebut dapat dimaknai sebagai network, yaitu dijelaskan sebagai aktivitas kerja yang memiliki hubungan antara simpul-simpul seperti struktur jaring. Menurut Wasserman dan Faust, terdapat delapan konsep utama dalam analisis jaringan sosial yaitu diantaranya aktor yang menghubungkan, *dyad*, ikatan relasi, *triad*, sub kelompok, kelompok, relasi, dan jaringan sosial (Mona, 2020).

METODE PENELITIAN

1. Pengajuan Hipotesis

Zaki & Salman (2021), mendefinisikan hipotesis sebagai dugaan atau sementara terhadap sebuah pertanyaan maupun rumusan masalah penelitian yang perlu dibuktikan kebenarannya dengan melakukan pengujian. Mereka juga melanjutkan jika, terdapat dua hipotesis yaitu diantaranya, hipotesis H₀ atau hipotesis nihil dan Hipotesis Alternatif (H₁). Hipotesis nihil dijelaskan sebagai hipotesis tanpa perbedaan, tidak berdampak maupun berpengaruh. Ketut (2002), menjelaskan jika Hipotesis nol H₀ selalu dirumuskan dengan tanda sama dengan (=), tanda tersebut memberikan satu nilai tunggal yang memungkinkan terdapat kesalahan tipe I yang memudahkan peneliti untuk mengontrolnya. Hipotesis alternatif (H₁) merupakan hipotesis yang memberikan pernyataan berbeda dari apa yang dinyatakan oleh hipotesis nihil (Lolang, 2015). Hipotesis Alternatif (H₁) diberikan tanda relasi ">","<," dan "≠" (Zaki & Salman, 2021). Berdasarkan penjelasan diatas, adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu:

- A. Hipotesis Null (H₀), Tidak terdapat hubungan antara modal sosial dengan pencapaian tujuan perusahaan PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Al-Ihsan.
- B. Hipotesis Alternatif (H₁), Terdapat hubungan antara modal sosial dengan pencapaian tujuan perusahaan PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Al-Ihsan.

2. Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode

penelitian kuantitatif. Metode penelitian ini, memberikan temuan yang didapatkan melalui berbagai prosedur statistik maupun metode kuantifikasi. Pendekatan ini, memberikan fokus terhadap fenomena-fenomena atau gejala yang memiliki karakteristik secara khusus dalam kehidupan manusia, yang dikenal sebagai variabel (Jaya, 2020:6). Menurut Abdullah et al. (2021:4-5), dalam bukunya “Metodologi Penelitian Kuantitatif”, menjelaskan terdapat tiga tujuan dari penelitian kuantitatif yaitu diantaranya: penelitian eksploratif, penelitian deskriptif, penelitian eksplanatif. Ketiga penelitian tersebut memiliki perbedaan dari segi tujuan, proses penelitian, jenis data yang dihasilkan dan cara pengumpulan atau metode pengumpulan data yang dilakukan. Penelitian ini adalah penelitian eksplanatori yang bertujuan untuk memberikan penjelasan hubungan, sebab dan akibat dari suatu gagasan, ide, fenomena atau gejala tertentu.

3. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan dalam kurun waktu dua bulan yaitu di bulan Mei hingga Juni 2024 dengan membagikan kuesioner dan mencatat data sekunder dari berbagai media terkait perusahaan yang akan diteliti. Tempat penelitian dilakukan di lokasi Bank Predikat Rakyat Syariah Al-Ihsan, Kec. Baleendah, Bandung, Jawa Barat.

4. Sumber Data dan Variabel

Menurut Milya & Asmendri (2020), Sumber data merupakan sumber informasi yang digunakan sebagai bahan penelitian. Bahan penelitian merupakan topik penelitian yang akan diteliti. Terdapat dua sumber data yaitu diantaranya, sumber data sekunder dan sumber data primer. Data primer dapat diperoleh dengan melakukan observasi secara langsung dengan berbagai metode. Data sekunder, merupakan data tambahan yang dapat diperoleh melalui pengumpulan data, maupun observasi secara tidak langsung (Siregar et al, 2022). Dalam penelitian ini, data primer yang digunakan adalah dengan secara langsung menyebarkan kuesioner kepada informan di PT. BPRS Al-Ihsan dan observasi langsung. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan BPRS Al-Ihsan selama dua tahun terakhir dan juga profil company untuk melihat apa saja visi, misi dan tujuan dari PT. BPRS Al-Ihsan. Menurut Ridha (2017), variabel penelitian merupakan nilai, atau sifat yang terdapat pada sebuah objek, individu, dan kegiatan yang memiliki beragam variasi antara satu dengan yang lainnya. Variabel telah ditetapkan oleh peneliti

sebagai bahan untuk dianalisis, dan ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel independen dan dependen. Variabel independen, dalam bahasa Indonesia biasa disebut variabel bebas, merupakan variabel yang memiliki pengaruh atau sumber penyebab dari fenomena atau munculnya variabel dependen (terikat), dalam hal ini variabel independen adalah kepercayaan, jaringan, dan norma. Variabel ini, biasa dikenal sebagai variabel stimulus, prediktor, dan *antecedent*. Lalu terdapat Variabel dependen, dalam bahasa Indonesia biasa disebut sebagai variabel terikat. Variabel ini merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Dalam hal ini adalah tujuan perusahaan sebagai variabel dependen. Variabel dependen biasa dikenal sebagai variabel endogen.

5. Jenis dan Instrumen Penelitian

Adapun jenis metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif eksplanatori. Penelitian eksplanatori atau eksplanatif bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara dua atau lebih gejala atau variabel. Penelitian ini bertitik pada pertanyaan dasar “mengapa” dan “bagaimana”, yang mengarah pada pemahaman yang lebih baik tentang masalah yang sebelumnya belum terselesaikan atau memberi kejelasan untuk inisiatif penelitian terkait di masa depan.(Merkus 2021). Metode ini umumnya dikumpulkan melalui kuesioner dalam sebuah angket, dan observasi lapangan. Data-data tersebut disajikan dalam berbagai format seperti tabel, kurva, grafik, histogram, stem, leaf, dan ukuran numerik seperti aritmatik mean dan median (Alfatih, 2016:2). Penelitian ini, menggunakan teknik penyebaran kuesioner dengan skala likert.

6. Uji Validitas Instrumen

Ghozali (2009), menjelaskan uji validitas sebagai uji yang digunakan dalam menilai apakah kuesioner dinyatakan valid atau sah. Ghozali juga melanjutkan, Kuesioner dianggap valid jika sebuah pernyataan dapat memberikan ungkapan apa yang seharusnya diukur dalam sebuah kuesioner. Cara menghitung validitas dapat dilakukan dengan menggunakan rumus korelasi pearson yaitu:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

hitung = Koefisien korelasi
variabel bebas
Variabel terikat
Banyak sampel

Adapun kriteria dan interpretasi penilaian yaitu sebagai berikut:

Tabel Kriteria Uji Validitas

Nilai r	Kriteria
0.81-1.00	Sangat Tinggi
0.61-0.80	Tinggi
0.41-0.60	Cukup
0.21-0.40	Rendah
0.00-0.20	Sangat Rendah

Menurut Widodo, et al (63: 2023), setelah nilai koefisien validitas diperoleh untuk setiap pernyataan, hasil tersebut dapat dibandingkan dengan nilai r dari tabel dengan persentase 5% dan 1% dan derajat kebebasan $df = N - 2$. Jika r hitung $>$ r tabel maka, butir dari pernyataan tersebut dapat dianggap valid pada tingkat persentase yang digunakan.

7. Uji Reliabilitas Instrumen

Sugiyono (2012:354), menjelaskan uji reliabilitas sebagai metode untuk menentukan bagaimana sebuah instrumen dapat memberikan hasil pengukuran secara konsisten secara berulang-ulang. Uji reliabilitas dapat dihitung menggunakan rumus Cronbach's Alpha yaitu sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{n} \right]$$

r_{11} = Koefisien reliabilitas
 k = Jumlah item
 st = Varians total
 $\sum S_i$ = Total varians skor setiap item

8. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan proses pengolahan data penelitian dengan menarik kesimpulan dari hasil median, mean, modus, dan standar deviasi. Adapun rumus perhitungannya yaitu sebagai berikut:

$$Me = Tb + \left(\frac{\frac{1}{2}n - fk}{fi} \right) i$$

Keterangan:

Me = Median
Tb = Batas bawah kelas median
N = Jumlah data
Fk = Frekuensi kumulatif kelas median
Fi = Frekuensi kelas median
i = Panjang kelas median

B. Mean (Me)

$$x = \frac{\sum xi}{n}$$

Keterangan:

X = Nilai rata-rata
Xi = Nilai data i
n = Jumlah data

C. Modus (Mo)

$$M_0 = B_b + P \left(\frac{F_1}{F_1 + F_2} \right)$$

Keterangan:

Mo: Modus
Bb: Batas bawah kelas dengan nilai modus
P: Panjang kelas
F1: Selisih frekuensi kelas modus dengan frekuensi sebelum kelas modus
F2: Selisih frekuensi kelas modus dengan frekuensi setelah kelas modus

D. Standar Deviasi

$$SD = \frac{\sum fl.xi^2 - (fl.xi)^2}{n(n-1)}$$

Keterangan:

f = frekuensi kelas median

x = nilai tengah kelas interval

n = total sampel

9. Uji Persyaratan Analisis

A. Uji Korelasi Pearson

Duwi Priyanto (2013:123), menjelaskan analisis korelasi Pearson sebagai korelasi *product moment*, yang berfungsi untuk mengukur keeratan hubungan linier antara dua variabel yang memiliki distribusi secara normal. Adapun rumus pada korelasi Pearson yaitu sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \cdot \sum XY - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{(N \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2) \cdot (N \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

$r(xy)$ = Koefisien korelasi variabel X dan variabel Y

n = Total sample

$\sum X^2$ = Total kuadrat variabel X

$\sum Y^2$ = Total kuadrat variabel Y

$\sum XY$ = Total hasil perkalian skor X dan skor Y

$\sum X$ = Total variabel X

$\sum Y$ = Total variabel Y

A. Linearity

Linearity merupakan uji yang dihitung guna melihat hubungan yang linear atau tidak terkait dua variabel yang akan diteliti.

Sudarmanto (2005), menjelaskan terdapat aturan yang menentukan linearitas dalam membandingkan nilai signifikansi “*deviation from linearity*” yang dihasilkan dari uji linearitas dengan nilai alpha yang ditentukan. Hubungan akan dianggap linear jika “*deviation from linearity*” lebih besar dari alpha 0,05.

B. Independensi

Uji independensi merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah variabel X dengan variabel Y memiliki hubungan.

10. Jenis dan Sumber Data

Adapun jenis dan sumber data yang didapatkan yaitu diantaranya:

- A. Data primer yang merupakan data utama yang berasal dari responden yang mengisi kuesioner dan dibagikan secara langsung kepada karyawan PT Bank BPRS Al-Ihsan sejumlah 19 responden dari 30 populasi (sebanyak 11

responden berada di luar cabang dan menolak untuk mengisi kuesioner karena kesibukan tertentu), dengan menggunakan teknik pengambilan data *Drop-Off and Pick Up (DOPU)*.

- B. Data sekunder yang merupakan data tambahan yang berasal dari media maupun informan tambahan terkait PT Bank BPRS Al-Ihsan.

9. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan membagikan kuesioner secara offline kepada karyawan PT BPR Syariah Al Ihsan, sebagai populasi dalam penelitian. Sampel merupakan seluruh karyawan PT BPR Syariah Al Ihsan, sebagai komunitas/kelompok orang atau aktor dalam modal sosial yang bekerja guna mencapai tujuan dan fungsi dari sebuah perusahaan. Adapun data sekunder, digunakan untuk melengkapi informasi dalam penelitian yaitu, variabel Y (pencapaian tujuan perusahaan) sebagai variabel dependen. Terdapat 19 sampel yang diambil dari 30 karyawan BPRS AL Ihsan yang terdiri dari 19 orang cabang Kab.Bandung yang menjadi lokasi penelitian dan 11 orang menempati cabang Tasikmalaya. Selain itu, data sekunder juga ditambahkan sebagai pelengkap dari data-data kuesioner dan transparansi terkait hasil dari kuesioner tersebut. Data sekunder berupa profil perusahaan, karakteristik responden, dan 5 pertanyaan terkait dari penelitian yang akan diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Total Karakteristik Responden

		Jabatan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	MENOLAK MENJAWAB	1	5,3	5,3	5,3
	STAFF	4	21,1	21,1	26,3
	MARKETING	2	10,5	10,5	36,8
	OPERASIONAL	3	15,8	15,8	52,6
	SDI	1	5,3	5,3	57,9
	AO	2	10,5	10,5	68,4
	REMEDIAL	1	5,3	5,3	73,7
	ADMINISTRASI	1	5,3	5,3	78,9
	CUSTOMER SERVICE	1	5,3	5,3	84,2
	PELAPORAN	1	5,3	5,3	89,5
	TELLER	1	5,3	5,3	94,7
	STAFF MAGANG	1	5,3	5,3	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Dari hasil pengumpulan kuesioner, peneliti mendapatkan 19 responden dengan membagikannya kuesioner secara kertas (format terlampir), kepada karyawan BPRS Al Ihsan yang telah bersedia. Peneliti, membagi beberapa kelompok karakteristik responden berdasarkan jabatan, usia, lama bekerja, dan pendidikan terakhir. Terdapat 10 jabatan berbeda yang tersebar dari yang terbanyak yaitu Staff sebanyak 4 orang (21,1%), Operasional sebanyak 3 orang (15,8%), Marketing sebanyak 2 orang (10,5%), Account Officer sebanyak 2 orang (10,5%), SDI sebanyak 1 orang (5,3%), Remedial 1 orang (5,3%), Admin Taksasi 1 orang (5,3%), Customer Service 1 orang (5,3%), Staff Pelaporan 1 orang (5,3%), Teller 1 orang (5,3%), Staff Magang 1 orang (5,3%), dan terdapat 1 responden (5,3%) yang menolak untuk menjawab.

Karakteristik Responden berdasarkan Usia

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	MENOLAK MENJAWAB	1	5,3	5,3	5,3
	20-25	6	31,6	31,6	36,8
	26-30	9	47,4	47,4	84,2
	36-40	1	5,3	5,3	89,5
	41-45	1	5,3	5,3	94,7
	> 50	1	5,3	5,3	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Berdasarkan karakteristik usia jika diurutkan dari mayoritas, sebanyak 9 responden menginjak kelompok usia 26-30 tahun (47,4%), 6 responden menginjak kelompok usia 20-25 tahun (31,6%), 1 responden menginjak di kelompok usia 36-40), 1 responden menginjak kelompok usia 41-45 tahun (5,3%), 1 responden menginjak usia 50 tahun keatas (5,3%), dan terdapat 1 responden yang memilih untuk tidak menjawab (5,3%).

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

		Pendidikan Terakhir			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	1	5,3	5,3	5,3
	SARJANA	18	94,7	94,7	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Berdasarkan pendidikan terakhir, sebanyak 18 responden menempuh pendidikan terakhirnya sebagai sarjana (94,7%), dan terdapat 1 responden

yang memiliki latar belakang pendidikan terakhir di SMA (5,3%).

ISI HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Variabel Modal Sosial

Modal Sosial	Mean	Median	Std. Deviation	Minimum	Maximum
Kepercayaan (X1)	2.92	4	0.86	01.05	3.68
Norma (X2)	1.13	1.32	0.73	0.53	1.58
Jaringan Sosial (X3)	0.63	0.63	0.24	0.53	01.05
Total	5.68		1.83		6.31
Rata-Rata	1.56				

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan jika hasil dari variabel modal sosial, jawaban responden cenderung rendah meskipun standar deviasi dalam variabel tersebut berjumlah cukup tinggi yaitu dengan total sebesar 1.83. Variabel

X1 (Kepercayaan), memiliki jumlah mean yang rendah (2.92), dengan median yang terbagi menjadi dua kelompok (setengah dari responden mengisi variabel X1 diatas 4 dan sisanya mengisi variabel X1 dibawah 4). Jawaban responden terhadap variabel X1 sangat beragam sehingga memiliki nilai standar deviasi yang cukup besar (0.86). Nilai maksimum pada variabel X1 yaitu sebesar 3.68, dan nilai minimum sebesar 1.05. Variabel X2 (norma), memiliki nilai mean yang rendah yaitu sebesar 1,13 dengan standar deviasi 0.73 yang menunjukkan terdapat keberagaman dalam jawaban responden. Nilai median pada variabel X2 yaitu sebesar 1.32, dan nilai minimum maksimum masing-masing sebesar 0.53, dan 1.58. Dalam variabel X3 (Jaringan Sosial), memiliki jumlah mean yang tergolong kecil (0,63), dengan nilai median yang sama (0,63). Variabel X3 juga, memiliki jumlah standar deviasi yang rendah (0.24) menunjukkan jika jawaban responden cukup seragam, selain itu rentan jumlah minimum dan maksimum yaitu 0.53 hingga 1.05.

2. Uji Linieritas

a. Anova Table X1-Y

ANOVA Table (TOTAL_Y * TOTAL_X1)							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
TOTAL_Y * TOTAL_X1	Between Groups	(Combined)	311.658	6	51.943	7.565	0.002
		Linearity	275.224	1	275.224	53.442	0
		Deviation from Linearity	36.434	7	5.205	1.011	0.478
Within Groups			51.5	10	5.15		
	Total		363.158	16			

Berdasarkan tabel di atas hasil P-value antara total X1 (Kepercayaan) dengan total Y (Tujuan dapat

Perusahaan) pada “*Deviation from Linearity*”

dianggap linear hubungannya dengan p- value $0.478 > 0.05$

b. Anova Table X2-Y

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
TOTAL_Y *							
TOTAL_X2	Between Groups	(Combined)	290.658	11	26.423	2.551	0.152
		Linearity	173.933	1	173.933	16.793	0.005
		Deviation from Linearity	116.725	10	11.673	1.127	0.481
	Within Groups		72.5	7	10.357		
	Total		363.158	18			

Berdasarkan tabel di atas hasil P-value antara total X2 (Norma) dengan total Y (Tujuan Perusahaan) pada “*Deviation from Linearity*” dapat dianggap linear hubungannya dengan p- value $0.451 > 0.05$.

c. Anova Table X3-Y

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
TOTAL_Y *							
TOTAL_X3	Between Groups	(Combined)	294.158	13	22.628	1.64	0.306
		Linearity	137.288	1	137.288	9.948	0.025
		Deviation from Linearity	156.87	12	13.073	0.947	0.569
	Within Groups		69	5	13.8		
	Total		363.158	18			

Berdasarkan tabel di atas hasil P-value antara total X3 (Jaringan Sosial) dengan total Y (Tujuan Perusahaan) pada “*Deviation from Linearity*” dapat dianggap linear hubungannya dengan p-value $0.569 > 0.05$.

2. Hasil Uji Korelasi

		Correlations			
		Modal sosial	X1	X2	X3
Spearman's	X1 (Kepercayaan)	1.000 *	.583 *	.493 *	.870 *
		0.000	0.009	0.032	0.000
	X2 (Norma)	.583 *	1.000 *	.605 *	.685 *
		0.009	0.000	0.006	0.001
	X3 (Jaringan Sosial)	.493 *	.605 *	1.000 *	.590 *
		0.032	0.006	0.000	0.008
Tujuan Perusahaan					
	Total Y (Tujuan Perusahaan)	.870 *	.685 *	.590 *	1.000 *
		0.000	0.001	0.008	0.000

Berdasarkan tabel diatas secara umum variabel X (Modal Sosial) dengan variabel Y (tujuan perusahaan) memiliki hubungan yang positif dengan rerata koefisien nilai p yang sangat kecil. Secara detail dapat

dijelaskan sebagai berikut:

a. Variabel kepercayaan (X1) dengan tujuan perusahaan (Y) memiliki hubungan yang kuat dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0.870 dengan nilai p yang sangat rendah yaitu sebesar 0.000, secara garis besar bahwa terdapat hubungan yang kuat secara statistik dan peningkatan tujuan perusahaan juga diiringi dengan tingkat kepercayaan yang baik.

b. Hubungan antara norma (X2) dengan tujuan perusahaan (Y) memiliki hubungan yang kuat dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0.685 dan nilai p yang sangat rendah yaitu sebesar 0.001. Secara keseluruhan hal tersebut menunjukkan jika terdapat hubungan yang positif secara statistik dengan nilai norma yang juga ikut mengiringi tujuan perusahaan secara baik.

c. Hubungan antara jaringan sosial (X3) dengan tujuan perusahaan (Y) memiliki hubungan yang kuat dengan nilai koefisien korelasi sebesar (0.590) dan nilai p sebesar 0.008. Secara garis besar hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif secara statistik dengan jaringan sosial yang juga ikut mengiringi tujuan perusahaan secara baik.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan jika H0 (Hipotesis Nol) yang menyatakan tidak ada hubungan antara variabel X (modal sosial) dengan variabel Y (tujuan perusahaan) ditolak dan, Ha (Hipotesis Alternatif) yang menyatakan terdapat hubungan antara variabel X (modal sosial) dengan variabel Y (tujuan perusahaan) diterima.

4. Hubungan Kapital Sosial dengan Pencapaian Tujuan PT BPRS Al-Ikhsan

Terdapat hubungan yang erat antara kapital sosial dengan pencapaian tujuan dan fungsi dari perusahaan PT. Bank Predikat Rakyat Syariah Al-Ihsan . Modal sosial merupakan aspek yang berkontribusi secara signifikan terhadap kinerja sebuah perusahaan. Dengan nilai-nilai modal sosial yang mencakup kepercayaan, norma, dan jaringan sosial, tentunya ketiga hal tersebut memberikan pengaruh yang kuat terhadap pencapaian fungsi dan tujuan sebuah perusahaan. Modal sosial yang baik tentunya akan berdampak positif pada kinerja perusahaan, begitu pula sebaliknya modal sosial yang kurang baik maka akan berdampak negatif terhadap

kinerja perusahaannya. Hal tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Kapital Sosial dalam Hubungan Variabel X1 (Kepercayaan) dengan Variabel Y (Tujuan Perusahaan)

Kepercayaan dalam hal ini adalah para karyawan perusahaan percaya bahwa perusahaan telah menjalankan tujuan dan fungsinya sesuai dengan yang ditetapkan, perusahaan mendapatkan kepercayaan yang baik dari nasabahnya, dan responsive dalam memberikan fasilitas dan bantuan kepada divisi guna mencapai tujuan dan fungsi perusahaan. Kepercayaan tentunya berperan penting dalam efisiensi kinerja sebuah lembaga atau organisasi. James Coleman (1990: 304-310), menjelaskan bagaimana modal kepercayaan memiliki peran yang besar dalam pembentukan kerjasama suatu lembaga agar lebih efisien, hal ini dikarenakan kepercayaan dapat menjadi sebuah keyakinan individu bahwa sebuah lembaga/organisasi telah menjalankan kewajibannya dengan sesuai. Berdasarkan salah satu visi PT. BPRS Al-Ihsan, yaitu menjadi lembaga yang terpercaya dengan pertumbuhan yang berkesinambungan guna memberikan kepuasan kepada seluruh stakeholder. Lembaga ini berdasarkan hasil penelitian memiliki respon yang positif terhadap hubungan Variabel X1 (kepercayaan) dengan Variabel Y (tujuan perusahaan). Perusahaan telah berhasil mencapai tujuan perusahaan, dan menjalankan kewajibannya dengan memberikan pelayanan dan jalan kinerja yang terpercaya, sehingga diperolehnya kepercayaan yang baik dari stakeholder karyawan perusahaan.

b. Kapital Sosial dalam Hubungan Variabel X2 (Norma) dengan Variabel Y (Tujuan Perusahaan)

Norma dalam penelitian ini adalah perusahaan menetapkan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang diketahui dan dipahami oleh karyawan. SOP tersebut telah mengurangi perilaku yang tidak sesuai norma dan berpotensi merugikan perusahaan, Norma yang berlaku dalam perusahaan mempengaruhi kepercayaan customer atau nasabah dalam menggunakan jasa layanan perbankan, norma dalam perusahaan dianggap efektif dan berdampak secara internal dan eksternal, pekerjaan yang dikerjakan karyawan memiliki peraturan-peraturan tertentu yang terstruktur, perusahaan rutin mengadakan evaluasi internal kepada para karyawan di lingkungan kerja dan memberikan kuesioner kepada nasabah untuk mengukur tingkat kepercayaan dan kepuasan nasabah pengguna jasa layanan perbankan PT. BPRS Al-Ihsan. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Putnam (2000), norma berperan sebagai dasar modal sosial

yang dapat memberikan efektivitas dalam kemajuan komunitas untuk mencapai tujuan bersama. Hal ini bersinggungan dengan bagaimana mayoritas karyawan PT BPRS Al-Ihsan, merasa bahwa norma dan SOP yang sudah berlaku dapat diimplementasikan dengan baik saat bekerja, dan berdampak baik terhadap fungsi dan tujuan perusahaan, terutama dalam dua misinya yaitu peningkatan pelayanan yang profesional, amanah, jujur, dan akhlakul karimah; serta memperluas pangsa pasar yang berprinsip ekonomi syariah.

d. c. Kapital Sosial dalam Hubungan Variabel X3 (Jaringan Sosial) dengan Variabel Y (Tujuan Perusahaan)

Jaringan sosial dalam penelitian ini adalah karyawan memiliki keeratan dan kekompakan dalam satu divisi maupun antar divisi, sesama rekan kerja secara horizontal atau antara pimpinan dengan karyawan secara vertikal, perusahaan mengupayakan cara-cara tertentu untuk membangun jaringan internal dalam perusahaan melalui kegiatan formal dan informal seperti *gathering*, komunikasi yang terjalin baik dalam membangun jaringan tidak hanya terjadi dalam internal perusahaan tetapi juga eksternal dengan para nasabah pengguna jasa perbankan PT. BPRS Al-Ihsan dengan rutin memberikan pelayanan dan membangun *chemistry* dengan nasabah seperti memberikan hadiah saat nasabah berulang tahun atau memberikan atensi dengan menjenguk ketika nasabah sedang sakit di rumah sakit atau mengunjungi keluarga yang berduka apabila nasabah meninggal dunia. Selain terbangun jaringan sosial eksternal dengan para nasabahnya, karyawan PT. BPRS Al-Ihsan juga memiliki jaringan sosial dengan pihak institusi.

5. Relevansi Analisis dan Studi Terdahulu

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komponen kapital sosial menurut James Coleman yaitu kepercayaan, norma, dan jaringan sosial memiliki hubungan langsung dengan pencapaian tujuan perusahaan PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Al-Ihsan yaitu menjadi Bank Perkreditan Rakyat Syariah yang terpercaya dengan pertumbuhan yang berkesinambungan guna memberikan kepuasan kepada seluruh *stakeholder* dengan menjalin kemitraan dengan seluruh pelaku usaha untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, meningkatkan pelayanan (*service excellent*) dengan landasan professional, Amanah, jujur, dan mengedepankan *akhlakul karimah*, serta memperluas pangsa pasar untuk

mengimplementasikan prinsip ekonomi syariah. Selain itu Setini (2021), menjelaskan bagaimana kapital sosial merupakan sumber daya yang dimiliki setiap jaringan sosial, dengan berperan sebagai faktor individu maupun kelompok guna meraih tujuan yang sudah ditentukan dengan melakukan hubungan sosial. Kapital sosial yang dimanfaatkan secara maksimal di dalam PT. BPRS Al-Ihsan, dapat berperan baik dalam pencapaian tujuan dan fungsi perusahaan dengan efektif.

Penelitian ini juga, sejalan dengan studi terdahulu yang dilakukan oleh Phuong (2020), menjelaskan bahwa modal sosial perbankan internal mempengaruhi ketiga operasi; yaitu mobilisasi, pinjaman dan penyediaan layanan bank. Berdasarkan hasil penelitian, penelitian ini mengusulkan suatu kerangka analisis untuk meningkatkan kualitas hubungan internal perbankan.. Modal sosial yang dikelola oleh PT BPRS Al-Ihsan memaksimalkan kinerja perusahaan dalam menjaring nasabah dan kemitraan dengan baik.

SIMPULAN

Kapital sosial merupakan sebuah aset dalam kehidupan bermasyarakat agar sebuah aturan maupun tujuan dari sebuah usaha dapat terjalin dengan baik. Hasil penelitian menjelaskan jika terdapat hubungan yang erat antara modal sosial dengan pencapaian tujuan perusahaan PT. Bank Predikat Rakyat Syariah Al-Ihsan, dengan Hipotesis nihil (H₀) yang ditolak dan, Hipotesis Alternatif (H_a) Modal sosial sebagaimana aspek yang menganut tiga nilai utamanya yaitu kepercayaan, norma, dan jaringan sosial, memiliki dampak secara signifikan dan peran yang besar terhadap pencapaian tujuan perusahaan di PT. Bank Predikat Rakyat Syariah Al-Ihsan. Ketiga hal tersebut dapat menjadi pondasi utama dalam meningkatkan kinerja perusahaan dalam mencapai tujuan yang telah ditentukan. Dengan meningkatkan modal sosial yang sudah tersedia, perusahaan dapat memperkuat dan meningkatkan efisiensi operasional, melayani nasabah dengan baik, dan memperluas jaringan perusahaan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah rujukan dan memberikan kontribusi kepada perusahaan lainnya dalam menyiapkan modal sosial sebagai alat untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Di sisi lain, penelitian ini diharapkan juga agar dapat dijadikan sebuah bahan untuk berinovasi dalam lingkungan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Alfatih, A. (2023). *Buku panduan praktis: Penelitian deskriptif kuantitatif*.

- Andrighetto, G., & Vriens, E. (2022). A research agenda for the study of social norm change. *Philosophical Transactions of the Royal Society A*, 380(2227), 20200411.
- Blay, A. D., Gooden, E. S., Mellon, M. J., & Stevens, D. E. (2018). The usefulness of social norm theory in empirical business ethics research: A review and suggestions for future research. *Journal of Business Ethics*, 152, 191-206.
- BPR Syariah Al Ihsan. (n.d.). Retrieved May 28, 2024, from <https://bprsalihsan.com>
- Fajar M. (2009). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Yogyakarta. Gtaha Ilmu
- Field, J. (2010). *Modal Sosial (Social Capital)*. Bantul: Kreasi Wacana.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi analisis dengan program SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Hechter, M., & Opp, K.-D. (Eds.). (2001). *Social Norms*. Russell Sage Foundation. <http://www.jstor.org/stable/10.7758/9781610442800>
- Hutasoit, A. H., Ginting, S. O., & Eric, E. (2020). Kualitas layanan, promosi, citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah PT Bank BTPN Tbk Cabang Medan. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 3(4), 474-481. <https://doi.org/10.31842/jurnalinoibis.v3i4.152>
- Lita, R. (2009). Kepercayaan pada Komitmen Loyalitas Pelanggan. *Trikonomika*, 8(71-77).
- Mona, N. (2020). Konsep isolasi dalam jaringan sosial untuk meminimalisasi efek contagious (kasus penyebaran virus corona di Indonesia). *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 2(2),
- Nayebyazdia, Arash. 2019. Social capital and banking system profitability: A surveyor european union countries. *European Journal of Government and Economics*
- Nhung, Vu Cam, Phuong, Lai Cao Mai. 2020. External social capital banking and activities of commercial bank. *Journal of Accounting*
- Phuong, Lai Cao, Mai, Nhung, Vu Cam. 2020. External social capital banking and activities of commercial bank. *Journal of Accounting*
- Poespoprodjo, W. (1988). *Filsafat moral: kesusilaan dalam teori dan praktek*. Remadja Karya.
- Priyatno, D. (2014). *Analisis korelasi, regresi dan multivariete dengan SPSS*. Andi

Publisher.

Republik Indonesia. (1992). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1992 Nomor 31. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/46599/uu-no-7-tahun-1992>

Setini et. Al. 2021. The effects of knowledge sharing, social capital and innovation on marketing performance. *International Journal of Data and Network Science*

Sugiyono. (2012). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Wong, D. (2017). Pengaruh ability, benevolence dan integrity terhadap trust, serta implikasinya terhadap partisipasi pelanggan e- commerce: studi kasus pada pelanggan e- commerce di UBM. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 2(2), 155-168.

Yacob, A. (2018). Kepercayaan Dalam Perspektif Komunikasi Umum Dan Perspektif Komunikasi Islam. *Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial dan Kebudayaan*, 9, 43-51.

Zaki, M., & Saiman, S. (2021). Kajian tentang Perumusan Hipotesis Statistik Dalam Pengujian Hipotesis Penelitian. *JHIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 4(2)