

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan Perbankan Syariah di masa reformasi ditandai dengan disetujuinya Undang-Undang No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah serta Regulasinya. Dalam undang-undang tersebut diatur dengan rincian dasar hukum serta jenis-jenis usaha bisa dioperasikan serta diimplementasikan oleh bank syariah.

Lembaga keuangan syariah mempunyai karakteristik umum dan landasan dasar operasional secara keseluruhan adalah pada prinsip bagi hasil (*profit sharing*) atau prinsipnya berdasarkan kaidah *al-mudarabah*. Hal ini yang menjadi ciri khas dan membedakannya dengan lembaga keuangan konvensional. Konsep penyertaan modal menjadi pembeda antara keduanya. Selain itu, lembaga keuangan syariah tidak menggunakan pranata bunga untuk menutup biaya operasional dan mendapatkan keuntungan dari jasa keuangan.¹

Salah satu Lembaga Keuangan Syariah adalah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Berdirinya Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) dilatarbelakangi oleh kondisi ekonomi Indonesia yang tengah mengalami restrukturisasi ekonomi. Restrukturisasi perekonomian di Indonesia itu terwujud dalam berbagai kebijakan, baik di bidang keuangan, moneter, termasuk dalam bidang perbankan.

¹ Nurul Widyaningrum, *Model Pembiayaan BMT dan dampaknya bagi pengusaha kecil* (Bandung Akatiga 2002) h. 41

Kehadiran BPRS diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan umat Islam terutama masyarakat golongan ekonomi lemah. Hal ini disebabkan yang menjadi sasaran utama dari BPRS adalah umat Islam yang berada di pedesaan dan tingkat kecamatan. Masyarakat yang berada di kawasan tersebut pada umumnya termasuk pada masyarakat golongan ekonomi lemah. Kehadiran BPRS bisa menjadi sumber permodalan bagi pengembangan usaha-usaha masyarakat golongan ekonomi lemah, sehingga pada gilirannya bisa meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan.²

Salah satu cara yang bisa dilakukan oleh perbankan untuk menarik nasabah adalah dengan memahami perilaku konsumen. Perilaku konsumen adalah bagian penting dari pemasaran, karena pemasaran adalah ilmu yang mengupayakan kiat-kiat untuk memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk dan jasa yang ditawarkan.³ Keputusan konsumen merupakan tindakan konsumen dalam memutuskan sebuah produk yang dianggap menjadi solusi dari kebutuhan dan keinginan konsumen.⁴

Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah adalah faktor *religiusitas* merupakan hal yang emosional dalam proses pengambilan keputusan pembelian suatu produk, contohnya masakan halal dan masalah riba.⁵ Motif emosional mengandung arti bahwa pemilihan sarannya menurut kriteria pribadi

² Djazuli&Yadi Janwari, Lembaga-Lembaga Perekonomian Umat, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2002, h. 108-109

³ Irham Fahmi, *Perilaku Konsumen Teori dan Aplikasi* (Bandung: ALFABETA, 2016), hlm. 56

⁴ *Ibid*, hlm. 57

⁵ *Ibid*, hlm. 262

atau *subjektif* (sebagai contoh: kebanggaan, ketakutan, kasih sayang, ketaatan atau status).

Selain itu pemilihan suatu produk disuatu bank juga dapat didukung dari faktor pelayanan (*Service quality*), pada umumnya nasabah memilih pelayanan yang baik dan hal itu paling utama dapat dilihat dari *frontliners* bank, sehingga bank atau setiap perusahaan jasa memerlukan *service excellence* atau pelayanan yang unggul yakni suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan, secara garis besar ada empat unsur pokok dalam konsep ini yaitu kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan.⁶ Apabila nasabah bisa merasakan kepuasan dari pelayanan empat konsep tersebut maka nantinya akan tercipta loyalitas yang besar dari nasabah. Nasabah akan setia untuk menggunakan produk yang lainnya.

Faktor lainnya yang tidak kalah penting adalah faktor promosi. Produk yang dikeluarkan setiap bank tidak akan dikenal nasabah tanpa peran penting dari promosi. Promosi merupakan salah satu hal yang dapat memengaruhi seseorang dalam mengambil suatu tindakan.

PT. BPRS Al-Washliyah Medan ialah lembaga keuangan syariah di wilayah Medan yang beralamat di Jl. Gunung Krakatau Nomor 28 Medan. PT. BPRS Al-Washliyah yang berdiri semenjak tahun 1994 dan sudah mempunyai 3 kantor cabang yang tersebar di wilayah Medan sekitarnya. PT. BPRS Al-Washliyah muncul di tengah-tengah masyarakat untuk memperbaiki perekonomian masyarakat yang mempunyai tujuan untuk meningkatkan

⁶ Fandy Tjiptono, "*Manajemen Jasa*", (Yohyakarta: Andi Offset, 2015), hlm. 58

kesejahteraan pengelola, anggota, masyarakat dan pemerintah. Banyak produk yang ditawarkan oleh PT. BPRS Al-Washliyah seperti produk penghimpunan dana dan produk penyaluran dana. Produk penghimpunan dana berbentuk produk simpanan yang memakai akad wadi'ah dan mudharabah, sedangkan untuk produk penyaluran dana berbentuk produk pembiayaan dengan memakai akad *Murabahah, Mudharabah, Ijarah, Musyarakah, Transaksi Multijasa, Rahn, Qardh, dan Qardhul Hasan.*⁷

Salah satu bentuk kemudahan pada pembiayaan murabahah saat situasi tertentu yang menjadi sebuah situasi bagi nasabah melakukan pembiayaan. Pada satu sisi adanya situasi nasabah yang membutuhkan barang atau jasa pada waktu tertentu, sementara pada sisi lain mereka tidak mempunyai dana yang cukup untuk memenuhi kebutuhannya tersebut. Hal ini mendorong nasabah untuk melakukan pembiayaan murabahah ke PT. BPRS Al-Washliyah. Hal ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini dalam peningkatan nasabah dalam kurun waktu 3 tahun terakhir.

Tabel I.1
Peningkatan Jumlah Nasabah Pembiayaan *Murabahah*
PT. BPRS Al-Wasliyah Medan

No.	Tahun	Nasabah
1.	2018	167
2.	2019	209
3.	2020	265
Jumlah		641

Sumber : PT. BPRS Al-Wasliyah Medan, 2021

Dapat dilihat dari tabel diatas jumlah nasabah PT. BPRS Al-Washliyah mengalami peningkatan dalam kurun waktu 3 tahun terakhir. Untuk nasabah yang

⁷ Nur Saleh, Pegawai Bank BPRS AL-WASHLIYAH Medan Bagian Marketing, wawancara di Medan, tanggal 31 Maret 2021.

sudah memilih pembiayaan di BPRS Al-Washliyah tidak lepas dari faktor yang mendasari keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan rumah tersebut. Seperti faktor keagamaan (religiusitas), dilihat dari hasil pra survey yang dilakukan oleh peneliti yaitu nasabah pembiayaan *Murabahah* di BPRS Al-Washliyah seluruhnya beragama Islam yang dapat dikatakan bank dengan label syariah menjadi salah satu hal utama dimana nasabah ingin menghindarkan bunga yang dalam Al-Qur'an dipersamakan dengan riba. Selain itu dari segi pelayanan selalu dipertimbangkan bagi setiap nasabah, sehingga tidak jarang nasabah yang merasa bahwa pelayanan yang diterima sudah sesuai dengan harapan maka tidak ragu untuk terus menggunakan produk BPRS Al-Washliyah. Faktor promosi juga menjadi salah satu hal penting yang membuat nasabah tertarik dan memilih produk selain didukung oleh faktor kebutuhan.

Oleh karena itu berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik ingin meneliti dan ingin mengangkatnya didalam penulisan tugas akhir yang berjudul. **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH PRODUK PEMBIAYAAN MURABAHAH PADA PT. BPRS AL-WASHLIYAH ”.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah di atas dapat ditarik pokok permasalahannya yaitu :

1. Apakah faktor *religiusitas* memberikan pengaruh kepada keputusan nasabah dalam memilih produk Pembiayaan *Murabahah* pada PT. BPRS Al-Washliyah Medan?
2. Apakah faktor *service quality* berpengaruh kepada keputusan nasabah dalam memilih produk Pembiayaan *Murabahah* pada PT. BPRS Al-Washliyah Medan?
3. Apakah faktor promosi berpengaruh kepada keputusan nasabah dalam memilih produk Pembiayaan *Murabahah* pada PT. BPRS Al-Washliyah Medan?
4. Apakah faktor *religiusitas*, *service quality* dan promosi berpengaruh kepada keputusan nasabah dalam memilih produk Pembiayaan *Murabahah* pada PT. BPRS Al-Washliyah Medan?

C. Batasan Masalah

Agar peneliti yang dilakukan lebih terarah dan tidak menyimpang, maka peneliti berfokus pada faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk Pembiayaan *Murabahah* pada PT. BPRS Al-Washliyah Medan. Adapun yang dikaji peneliti yaitu: faktor religiusitas, faktor *service quality* dan faktor promosi yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk Pembiayaan *Murabahah* pada PT. BPRS Al-Washliyah Medan.

D. Definisi Operasional Variabel

Perlu dipahami berbagai unsur-unsur yang menjadi dasar dari suatu penelitian ilmiah yang termuat dalam operasional variabel penelitian yaitu:

Tabel I.2
Defenisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi	Referensi	Indikator	Skala
1	Keagamaan (X1)	Sikap keagamaan tidak terlepas dari keberadaan agama. Apabila telah terpola dalam pikiran bahwa agama itu sesuatu yang benar maka apa saja yang menyangkut dengan agama akan membawa makna positif. Kecenderungan manusia untuk berbakti kepada Tuhan itu diwujudkan dengan melaksanakan segala yang diperintahkan oleh Tuhan, dan menjauhi segala apa yang dilarang.	Ramayulis, "Psikologi Agama". (Jakarta: Kalam Mulia, 2011), hlm. 112	1. Prinsip Syariah 2. Prinsip Bebas Bunga	Likert
2	Pelayanan (X2)	mutu pelayanan yaitu berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaiannya	Danang Sunyoto, "Teori, Kuesioner dan Analisis Data: untuk Pemasaran	1.Keandalan (<i>realibility</i>), 2.Daya tanggap (<i>responsiveness</i>), 3.Bukti Fisik (<i>tangibles</i>), 4.Jaminan (<i>assurance</i>), 5.Kepedulian	Likert

		untuk mengimbangi harapan konsumen	dan <i>Perilaku Konsumen</i> (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hlm. 44	(<i>emphaty</i>)	
3	Promosi (X3)	Promosi merupakan kegiatan yang ditujukan untuk memengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut.	Ikatan Bankir Indonesia, " <i>Memahami Bisnis Bank Syariah</i> ". (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama), hlm. 19	1. Periklanan (<i>advertising</i>) 2. Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>) 3. Publisitas (<i>Publicity</i>) 4. Penjualan Pribadi (<i>Personal Selling</i>)	<i>Likert</i>
4	Keputusan Pemilihan Produk (Y)	Pengambilan keputusan oleh konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk diawali oleh adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan yang oleh Assael disebut <i>need arousal</i> .	Fandy Tjiptono, " <i>Strategi Pemasaran</i> ". (Yogyakarta: ANDI, 2015), hlm. 54	1. Pengenalan masalah 2. Pencarian informasi 3. Penilaian alternatif 4. Keputusan membeli 5. Perilaku setelah pembelian	<i>Likert</i>

Sumber : Diolah Peneliti, 2021

E. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui arah suatu kegiatan yang dilakukan perlu adanya suatu tujuan yang dimaksud. Tujuan dari penulisan tugas akhir ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh faktor religiusitas berpengaruh kepada keputusan nasabah dalam memilih produk Pembiayaan *Murabahah* pada PT. BPRS Al-Washliyah Medan
2. Untuk mengetahui pengaruh faktor *service quality* berpengaruh kepada keputusan nasabah dalam memilih produk Pembiayaan *Murabahah* pada PT. BPRS Al-Washliyah Medan
3. Untuk mengetahui pengaruh faktor promosi berpengaruh kepada keputusan nasabah dalam memilih produk Pembiayaan *Murabahah* pada PT. BPRS Al-Washliyah Medan
4. Untuk mengetahui pengaruh faktor religiusitas, *service quality* dan promosi berpengaruh kepada keputusan nasabah dalam memilih produk Pembiayaan *Murabahah* pada PT. BPRS Al-Washliyah Medan

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi PT. BPRS Al-Washliyah

Penelitian ini diharapkan untuk memberikan masukan kepada PT. BPRS Al-Washliyah untuk meningkatkan pelayanan khususnya pembiayaan murabahah.

2. Bagi Pihak Universitas

Penelitian ini diharapkan untuk sebagai salah satu bahan referensi untuk FEB dalam pengembangan ilmu pengetahuan.

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan untuk sebagai pengetahuan tentang keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan murabahah dan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Perbankan Syariah (S1).

G. Sistematika Pada Penulisan

Adapun sistematika penulisan yang diajukan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menerangkan gambaran mengenai penelitian yang dilakukan sehingga pembaca paham dalam pembahasan ini. Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi landasan teori, Pengertian BPRS, Pengertian Pembiayaan Syariah, dan Keputusan Nasabah.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi metode yang digunakan penulis dalam penelitian, yaitu waktu dan lokasi penelitian, jenis penelitian, subjek produk penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik keabsahan data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang inti persoalan dalam skripsi ini yaitu masalah pembahasan dan hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan bab penutup dari skripsi ini yang didalamnya memuat beberapa kesimpulan dan saran-saran, kemudian diakhiri dengan Daftar Kepustakaan, dan lampiran-lampiran.