

BAB 1 PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam *Islamic Financial Services Industry Stability Report (laporan stabilitas industri jasa keuangan islam)* disebutkan perbankan syariah Indonesia saat ini menjadi salah satu kontributor perkembangan perbankan syariah dan negara yang berpotensi untuk memiliki pengaruh pada keuangan syariah global.¹

Perbankan syariah telah mengalami perkembangan yang sangat signifikan dalam melayani kebutuhan ekonomi masyarakat. Pada awalnya masyarakat sangat kurang berminat terhadap hal-hal yang berhubungan dengan syariah. Banyak sekali masyarakat yang beranggapan bahwa kata syariah hanya berhubungan dengan syariat Islam. Mereka beranggapan bahwa ekonomi yang berlandaskan dengan syariat tidak akan bisa berdiri dan bertahan dalam kehidupan masyarakat.

Pada tahun 1998 terjadi krisis ekonomi yang menyebabkan melemahnya perekonomian global, hal ini menyebabkan masyarakat mencari alternatif ekonomi lain yang relevan bagi penduduk yang mayoritas beragama Islam.² Bank syariah merupakan bank yang kegiatannya mengacu pada hukum Islam, dan dalam kegiatannya tidak membebankan bunga, maupun tidak membayar bunga kepada nasabah.

Imbalan yang diterima oleh bank syariah, maupun yang dibayarkan kepada nasabah tergantung dari akad dan perjanjian antara nasabah dan bank. Perjanjian tersebut didasarkan pada hukum syariah baik perjanjian yang dilakukan bank dengan nasabah

¹ OJK, "Laporan Perkembangan Keuangan Syariah 2016" dalam <http://www.ojk.go.id/en/berita-dan-kegiatan/publikasi/Dokuments/pages/OJK-publishes-2016-Islamic-banking-and-finance-Development-Report/Laporan%20perkembangan%20keuangan%20Syariah%20%28LPKS%29%202016.PDF>. html diakses pada rabu 3 Maret 2021.

² Khotibul Umam, *Perbankan syariah dasar-dasar dan dinamika perbankannya di Indonesia* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), 5-9.

dalam penghimpunan dana, maupun penyaluran. Perjanjian (akad) yang terdapat di perbankan syariah harus tunduk pada syarat akad tersebut.³

Di dalam Al-Qur'an ayat yang dijadikan landasan atas perbankan syariah yaitu: Firman Allah QS. An-Nisa [4]:29.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا
 أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
 مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya:

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kalian memakan harta-harta kalian di antara kalian dengan cara yang batil, kecuali dengan perdagangan yang kalian saling ridha. Dan janganlah kalian membunuh diri-diri kalian, sesungguhnya Allah itu Maha Kasih Sayang kepada kalian. (Q.S An-Nisa : 29).⁴

Pada ayat tersebut menjelaskan bahwa, larangan agar tidak saling memakan harta sesama dengan jalan yang batil. Selain itu, hendaklah melakukan perniagaan dengan dasar suka sama suka tidak merugikan orang lain. Hal tersebut dilakukan oleh perbankan syariah.

Perbankan syariah bertujuan untuk memenuhi kebutuhan berbagai pihak yang menginginkan jasa transaksi keuangan yang dilaksanakan sejalan dengan nilai moral dan prinsip syariah Islam, khususnya yang berkaitan dengan pelarangan riba, kegiatan spekulasi yang serupa dengan perjudian (*maysyir*), ketidakpastian

³ Lukman Dendawijaya, *Manajemen Perbankan*, (Bogor: Ghalia Indonesia 2005), 5.

⁴ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Surat An-Nisa' Ayat 29 dan Terjemahannya*, (Bandung: Diponegoro, 2000), 78.

(*gharar*). Dalam Islam, riba merupakan suatu kegiatan yang dilarang⁵. Perbankan syariah menawarkan produk yang sesuai dengan syariah Islam.

Ada beberapa faktor yang harus diperhatikan oleh bank syariah agar nasabah memilih bank syariah. Salah satu faktor yang harus diperhatikan bank syariah yaitu mempertimbangkan sebuah nama atau label. Dalam dunia bisnis label menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi atas keberhasilan suatu perusahaan. Label merupakan aset organisasi yang paling berharga karena memberikan nasabah dengan suatu cara pengenalan dan penentuan sebuah jasa tertentu apabila mereka ingin melihatnya kembali atau merekomendasikannya kepada nasabah lain. Label juga memungkinkan para pemasar mengembangkan citra spesifik dan strategi pemasaran yang saling bertautan untuk sebuah produk tertentu.⁶

Sejalan dengan itu, dengan lahirnya bank-bank syariah di berbagai wilayah, banyak lembaga keuangan yang menggunakan label syariah pada nama perusahaannya. Tidak dapat dipungkiri bahwa label yang terkenal pasti mutunya terjamin juga. Maka bank-bank syariah harus dapat mempopulerkan label mereka supaya dapat bersaing dengan bank konvensional dalam hal keputusan menjadi nasabahnya.⁷

Selain label syariah faktor berikutnya adalah persepsi nasabah yang dinilai juga dapat memberikan pengaruh terhadap pengambilan keputusan, namun perlu adanya bukti bahwa persepsi juga berpengaruh, sebab dalam pelaksanaan murabahah pasti menimbulkan persepsi. Salah satunya adalah persepsi

⁵ Siti Wasiah, *Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan IB Siaga Pada Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo*, *Journal of economics II*, No. 1, (Des 2017), 2.

⁶ Fandy Tjiptono, *Brand Manajgement dan Strategy*, (Yogyakarta: Andi 2005), 5.

⁷ Henry Simamora, *Manajemen Pemasaran Internasional* (Jakarta: Salemba Empat, 2000), 542.

yang kurang baik dari masyarakat terhadap perbankan syariah yaitu masyarakat beranggapan bahwa praktik bank syariah tidak berbeda dengan praktik bank konvensional mengenai pembiayaan dan bagi hasil dengan tingkat suku bunga yang berlaku umum (BI rate atau LIBOR). Apabila kesalahan persepsi ini dibiarkan akan mengakibatkan masyarakat tidak bisa lagi membedakan bank sistem syariah dan bank sistem konvensional. Praktik murabahah yang dilakukan oleh perbankan syariah masih menuai kritikan karena dianggap sama dengan kredit pada perbankan konvensional. Hal ini dilihat dari besarnya margin yang dipatok bank syariah yang ternyata sama atau bahkan lebih tinggi dibandingkan dengan bank konvensional. Tingginya margin ini disebabkan oleh pangsa pasar bank syariah yang masih sangat kecil. Agar bisa bersaing, maka ditetapkanlah margin yang sangat tinggi. Penetapan besaran margin yang sangat tinggi inilah yang kemudian menciptakan persepsi negatif terhadap produk bank syariah.

Produk merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan pemasaran.⁸ Mengelola unsur produk termasuk perencanaan dan pengembangan produk yang tepat untuk dipasarkan dengan memberikan inovasi terhadap produk tersebut. Produk mencakup segala sesuatu yang memberikan nilai untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan dari konsumen.⁹

Menurut Kotler yang dikutip oleh Ummu dan Sumiati bahwa,
“Pengertian produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi bertujuan untuk

⁸ Mochammad Ikhwanuddin, dkk, *Pengaruh Persepsi Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Rokok Merek Gudang Garam Surya Professional Mild (Studi pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Angkatan 2011/2011 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang). Jurnal Atribut Produk: 1-6.*

⁹ Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2016), 176.

memuaskan keinginan atau kebutuhan dari konsumen. Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan kegiatan konsumen.”¹⁰

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan, bahwa sebuah produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan oleh pemasar kepada konsumen. Produk yang berkualitas akan menjadi daya tarik konsumen untuk membeli. Oleh karena itu kualitas produk juga merupakan salah satu faktor penentu nasabah dalam mengambil keputusan untuk menggunakan murabahah dalam melakukan pembiayaan di bank dimana mereka menjalin kerja sama.

Kualitas produk menurut Kotler adalah salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Kualitas produk ditentukan oleh sekumpulan kegunaan dan fungsinya, termasuk kinerja (*performance*), daya tahan, kesesuaian dengan spesifikasi, estetika produk dan juga kesan produk.

Semakin baik dan berkualitas suatu produk, maka semakin tinggi kepuasan yang akan diterima oleh konsumen. Kualitas yang melekat pada produk merupakan nilai yang akan menjadikan produk memiliki citra yang baik, sehingga hubungan jangka panjang dan nilai dari sebuah produk akan menjadi suatu yang mutlak. Hal tersebut dikarenakan oleh nilai yang mampu memuaskan. Hal inilah yang menjadi landasan konsumen di dalam mengambil keputusan untuk mentransaksi saat ini maupun dimasa mendatang.¹¹ Salah satu produk yang ditawarkan perbankan syariah adalah *murabahah*.

¹⁰ Ummu Habibah, Sumiati, *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura, Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 1, No 1, (2016): 31-48.

¹¹ Indri Hastuti, *Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Intervening (Stud pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta d Yogyakarta, JBMA II*, No. 1, (Maret 2014): 37-52.

Murabahah adalah pembiayaan dalam bentuk jual beli (*ba'i*), yaitu penjual menjual kepada pembeli dengan harga pokok ditambah selisih (margin) keuntungan yang disepakati, baik tunai (kontan) maupun tangguh (cicilan).¹² Pembiayaan *murabahah* adalah pembiayaan dengan akad jual beli berupa barang dengan menunjukkan harga pokok dan margin kepada nasabah dan memiliki kepastian objek akad yang digunakan untuk transaksi jual beli, seperti pembelian laptop, hp, mobil, motor, mesin cuci, televisi, rumah, dll. Pembiayaan *murabahah* merupakan salah satu pembiayaan yang menjadi daya tarik bagi nasabah khususnya warga Kudus untuk mengajukan pembiayaan di BMT.

BMT Purwosari Kabupaten Kudus adalah lembaga keuangan mikro (LKM) yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Lembaga keuangan ini mempunyai fungsi dalam menghimpun dan menyalurkan dana kepada anggotanya dan biasanya beroperasi dalam skala mikro, yang memiliki fasilitas bagi masyarakat muslim untuk mendorong sektor usaha mikro kecil sebagai penggerak dalam perekonomian Indonesia. BMT ini mempunyai misi utama untuk memperdayakan rakyat kecil, menengah kebawah sehingga mereka mampu bersaing dengan anggota masyarakat lainnya dalam rangka meningkatkan kesejahteraan. Diantara masyarakat yang sangat membutuhkan BMT adalah pedagang pasar, karena sehari-hari terjadi perputaran uang di lingkungan pasar. Pedagang yang ada di pasar sangat membutuhkan BMT sebagai sarana mengembangkan usahanya melalui tambahan modal dan sebagai tempat menyimpan dana yang diperoleh dari usahanya.

Berdasarkan latar belakang suatu masalah di atas, terdapat suatu kesenjangan atau *gap researcch* yaitu perbedaan hasil dari penelitian-penelitian sebelumnya yang telah dilakukan. Hasil penelitian yang berbeda-beda juga menunjukkan adanya *research gap* mengenai label

¹² Chandra Natadipura. *Ekonomi Islam*. (Bandung : Mobidelta Indonesia, 2015),215.

syariah, persepsi nasabah dan kualitas produk terhadap pengambilan keputusan. Hasil penelitian yang telah dilakukan antara lain:

Tabel 1.1
Research Gap

| Variabel | Judul Penelitian | Berpengaruh | Tidak Berpengaruh |
|-----------------|--|------------------------------|--------------------------|
| Label Syariah | Pengaruh Label Syariah terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada PT. Bank BRI Syariah Cabang Kota Jambi | Fitriyani (2018) | |
| | Pengaruh Label Syariah, Lokasi, dan Kebutuhan terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Menggunakan Pembiayaan Murabahah di Unit Layanan Modal Mikro Syariah PT Permodalan Nasional Madani Demak. | Tutik Khoirotn Naviah (2018) | |

| | | | |
|------------------|---|----------------------------------|------------------------|
| | Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Kosmetik Wardah. | | Zella Anggraeni (2017) |
| Persepsi Nasabah | Pengaruh Persepsi Nasabah terhadap Praktik Produk Pembiayaan Murabahah di Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh. | Rachmatina (2019) | |
| | Pengaruh Tingkat Suku Bunga, Kualitas Pelayanan, Persepsi Nasabah terhadap Keputusan Pengambilan Kredit pada KBPR Arta Kencana Caruban. | Hesti Eko Saputri, et. al (2018) | |

| | | | |
|------------------------|--|--|-------------------------|
| | <p>Pengaruh Persepsi Nasabah dan Margin terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Griya pada Bank Syariah KCP Teluk Betung Bandar Lampung.</p> | | <p>Oktarizka (2018)</p> |
| <p>Kualitas Produk</p> | <p>Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung.</p> | <p>Maria Lapriska Dian Ela Revita, et. al (2018)</p> | |
| | <p>Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Waroeng Bamboe di Tembalang).</p> | <p>Tri Adhy Prasetyo (2015)</p> | |

| | | | |
|--|---|--|--------------------------------------|
| | Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Melalui Media Sosial di Yogyakarta. | | Fransiscus Xaverius Febrianto (2019) |
|--|---|--|--------------------------------------|

Sumber: Fitriyani (2018), Tutik Khoirotun Naviah (2018), Zella Anggraeni (2017), Rachmatina (2019), Hesti Eko Saputri, et. al (2018), Oktarizka (2018), Maria Lapriskia Dian Ela Revita, et. al (2018), Tri Adhy Prasetyo (2015), dan Fransiscus Xaverius Febrianto (2019).

Berdasarkan uraian dari *research gap* di atas, maka dengan ini peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Label Syariah, Persepsi Anggota dan Kualitas produk Terhadap Pengambilan Keputusan Anggota dalam Menggunakan Pembiayaan Murobahah (Studi kasus di BMT Harum Purwosari Kabupaten Kudus)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas maka, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah label syariah berpengaruh terhadap pengambilan keputusan anggota menggunakan pembiayaan murobahah pada BMT Harum Purwosari Kabupaten Kudus?
2. Apakah persepsi anggota berpengaruh terhadap pengambilan keputusan anggota menggunakan

pembiayaan murobahah pada BMT Harum Purwosari Kabupaten Kudus?

3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap pengambilan keputusan anggota menggunakan pembiayaan murobahah pada BMT Harum Purwosari Kabupaten Kudus?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji secara empiris pengaruh label syariah terhadap pengambilan keputusan anggota menggunakan pembiayaan murobahah pada BMT Harum Purwosari Kabupaten Kudus.
2. Untuk menguji secara empiris pengaruh persepsi anggota terhadap pengambilan keputusan anggota menggunakan pembiayaan murobahah pada BMT Harum Purwosari Kabupaten Kudus.
3. Untuk menguji secara empiris pengaruh kualitas produk terhadap pengambilan keputusan anggota menggunakan pembiayaan murobahah pada BMT Harum Purwosari Kabupaten Kudus.

D. Manfaat Penelitian

1. Teoritis

- a. Hasil tulisan ini diharapkan dapat menjelaskan tentang betapa pentingnya untuk menerapkan prinsip-prinsip Syariah dalam semua aktivitas pekerjaan apapun, khususnya dalam Operasional Lembaga Keuangan Syariah.
- b. Hasil tulisan ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan tentang ekonomi Islam khususnya pada bidang Lembaga Keuangan Syariah untuk memperhatikan aspek-aspek saja yang bisa meningkatkan minat anggota dalam mengambil keputusan.

2. Praktis

- a. Hasil tulisan ini peneliti harapkan dapat menjadi pertimbangan untuk BMT Harum Purwosari Kudus dalam rangka meningkatkan kualitas produk, memperbaiki terus persepsi nasabah dan tetap berpegang pada ajaran Syariah.

- b. Hasil tulisan ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber untuk mengadakan penelitian sejenis atau mengembangkan lagi penelitian ini sehingga menjadi wacana yang sudah ada sebelumnya.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Adapun susunan penulisan skripsi yang akan peneliti tulis adalah sebagai berikut:

1. Bagian awal

Bagian awal ini, terdiri dari: lembar judul, lembar persetujuan pembimbing, lembar pengesahan, motto, lembar persembahan, kata pengantar, abstrak, daftar isi, dan daftar tabel.

2. Bagian isi

Bagian isi ini terdiri dari lima bab, antara bab 1 sampai dengan bab 5 yang saling berhubungan sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II: LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang uraian label Syariah, persepsi anggota, kualitas produk, pengambilan keputusan anggota, pembiayaan murabahah, penelitian terdahulu, kerangka berpikir, serta hipotesis.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang uraian jenis dan pendekatan penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, identifikasi variabel, definisi operasional, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang uraian obyek penelitian, uraian umum responden, analisis data serta pembahasannya.

BAB V: PENUTUP

Bab ini berisi uraian tentang kesimpulan penelitian, saran dan penutup.

3. Bagian akhir

Bagian ini meliputi daftar pustaka, riwayat pendidikan peneliti, dan lampiran-lampiran.

