

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Industri Perbankan merupakan lembaga yang keberadaannya sangat bergantung terhadap adanya kepercayaan masyarakat, sehingga pengelolaannya akan senantiasa mengedepankan prinsip kehati-hatian dan ketelitian. Seperti halnya dengan produk perbankan pada bank konvensional, produk perbankan syariah juga menghimpun dana dari masyarakat yang kemudian menyalurkannya kembali kepada masyarakat sehingga pengelolaannya pun berdasarkan prinsip yang berlandaskan syariah Islam.<sup>1</sup>

Di dalam dunia bisnis perbankan, kepuasan nasabah menjadi salah satu yang diutamakan karena hal itu yang menentukan keberhasilan atau gagalnya suatu usaha perbankan. Nasabah yang tidak puas tentu tidak akan mengulangi untuk memilih jasa perbankan di bank yang sama. Bahkan akan cenderung lebih memilih bank lain yang noabenenya adalah sebagai bank pesaing. Beberapa inovasi maupun terobosan produk pun bermacam-macam sehingga membuat nasabah memiliki banyak perbandingan untuk memilih bank mana yang lebih sesuai dengan selera dan keinginannya.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Ansori. 2008. *Penerapan Prinsip Syariah dalam Lembaga Keuangan Lemabaga Pembiayaan dan Perusahaan Pembiayaan*. hal. 29

<sup>2</sup> Aliah, Hummatul. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penerapan PrinsipPrinsip Syari'ah Terhadap Kepuasan Nasabah Kpr Di Bni Syari'ah Cabang Semarang. Skripsi Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang*. 2011

Adanya perhatian khusus terhadap kepuasan nasabah merupakan suatu hal yang sangat esensial sebagai tolak ukur dalam meningkatkan kualitas jasa pada perbankan. Nasabah akan selalu mencari, memilih, dan menggunakan keseluruhan jasa sebuah perbankan apabila kualitas jasa perbankan tersebut mampu memenuhi kebutuhan nasabah.<sup>3</sup>

Bank syariah dengan sistem bagi hasil dirancang untuk terbinanya kebesamaan dan menanggung resiko usaha dan berbagi hasil usaha antara pemilik dana (shahibul mal) yang menyimpan uangnya di lembaga yang dalam hal ini selaku pengelola dana (mudarib) dan masyarakat yang membutuhkan dana yang akan berstatus peminjam dana atau pengelola usaha.<sup>4</sup>

Untuk menjamin kepuasan nasabah tersebut maka pengelolaan dana didasarkan pada akad-akad yang sesuai dengan kaidah muamalat dan prinsip-prinsip syariah Islam. Pada sistem operasi perbankan syariah pemilik dana menanamkan uangnya di bank tidak dengan motif mendapatkan bunga, tetapi dalam rangka mendapatkan keuntungan bagi hasil dana nasabah tersebut kemudian disalurkan kepada mereka yang membutuhkan (misalnya modal usaha) dengan perjanjian keuntungan sesuai kesepakatan.

---

<sup>3</sup> Abubakar, Verawati. *Analisis Persepsi dan Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Produk Tabungan Muamalat (Share E reguler) Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Gorontalo*. Skripsi FEB UNG. 2012

<sup>4</sup> Mahmud dan Rukmana. 2010. *Bank Syariah Teori Kebijakan dan Studi Empiris di Indoneia*. hal. 26

Salah satu lembaga keuangan syariah non bank di Indonesia yang ikut mendorong pertumbuhan usaha mikro dan kecil adalah BMT Bina Ihsanul Fikri, yang notabene berorientasi pada masyarakat Islam lapis bawah, walaupun dalam prakteknya ada juga masyarakat non muslim yang mengajukan pembiayaan di BMT Bina Ihsanul Fikri ini. Kelahiran BMT Bina Ihsanul Fikri merupakan solusi bagi kelompok ekonomi masyarakat bawah yang membutuhkan dana bagi pengembangan usaha kecil. BMT Bina Ihsanul Fikri memiliki peluang sangat baik untuk tumbuh dan berkembang dimasa mendatang. Dari perspektif bisnis, peluang itu muncul karena pengusaha mikro dan kecil juga mengalami pertumbuhan. Berkembangnya kelas menengah baru di Indonesia setidaknya menjadi indikator bahwa usaha kecil mengalami pertumbuhan yang baik. Disamping itu, ekspansi besar-besaran yang dilakukan oleh bank umum ke dalam pasar mikro menjadi bukti lain bahwa sektor usaha mikro memiliki prospek yang baik.

Di Indonesia, BMT merupakan lembaga keuangan syariah yang memiliki perkembangan yang sangat pesat. Pada akhir tahun 1995 tercatat kurang lebih berdiri terdapat 300 BMT di Indonesia lalu naik menjadi 1.501 pada tahun 1997, pada akhir tahun 2005 terdapat 3.038 BMT dan pada akhir tahun 2015 naik menjadi 212.135 unit BMT yang tercatat di PINBUK (Pusat Inkubasi Usaha Kecil) dengan total aset sebesar 15 Triliun. Angka ini lebih besar jika dibandingkan dengan pertumbuhan Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS) dan Bank

Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) yang informasinya penulis ambil dari data Statistik Perbankan Syariah milik OJK tahun 2015.

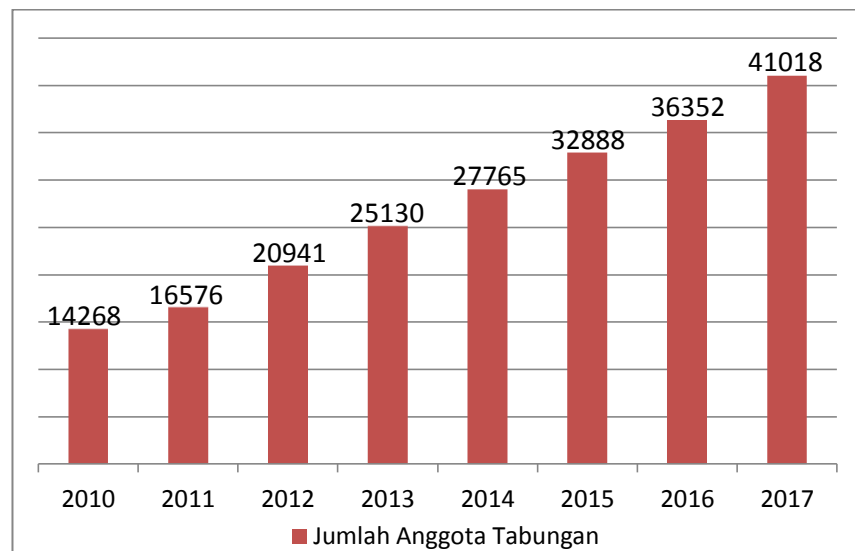
Produk pembiayaan *murabahah* merupakan salah satu produk pembiayaan berdasarkan prinsip jual beli yang ditawarkan BMT Bina Ihsanul Fikri dalam memenuhi kebutuhan anggota baik dalam pembiayaan investasi, pembiayaan produktif maupun pembiayaan konsumtif. Pembiayaan *murabahah* menjadi produk pembiayaan unggulan BMT Bina Ihsanul Fikri Kantor Pusat yang beralamatkan di Jln. Rejowinangun No. 28B Kotagede Yogyakarta karena merupakan produk pembiayaan yang paling sering dipilih anggota BMT Bina Ihsanul Fikri Kantor Pusat yang juga menjadi salah satu penyumbang besar terhadap pendapatan BMT Bina Ihsanul Fikri.

Dalam usahanya menjaring minat calon anggota pembiayaan, BMT Bina Ihsanul Fikri tidak hanya bersaing dengan sesama lembaga keuangan syariah namun juga dengan lembaga keuangan konvensional. Dalam persaingan ini tidak hanya fokus dalam inovasi produk tetapi juga dalam berbagai strategi pelayanan dan taktik pemasaran. Persaingan pun menjadi semakin ketat sehingga menuntut kejelian anggota dalam memilih produk-produk yang ditawarkan yang sesuai dengan harapannya.

Dalam memberikan pelayanan, BMT BIF harus melakukan beberapa kriteria kualitas pelayanan sehingga dapat menciptakan anggota yang loyal terhadap BMT. Anggota yang loyal adalah alat promosi yang efektif. Dengan adanya anggota yang loyal akan sangat membantu pihak

BMT, karena anggota yang loyal, merupakan alat promosi dari mulut ke mulut yang efektif. Selain itu, hal ini akan membawa anggota lainnya untuk menikmati pelayanan produk yang ditawarkan oleh BMT. Semakin meningkat jumlah anggota yang dilayani, semakin meningkat pula omzet dan laba BMT.

**Gambar 1.1**  
**Perkembangan Nominal Anggota pada BMT BIF Yogyakarta**  
**Periode 2010-Juni 2017**



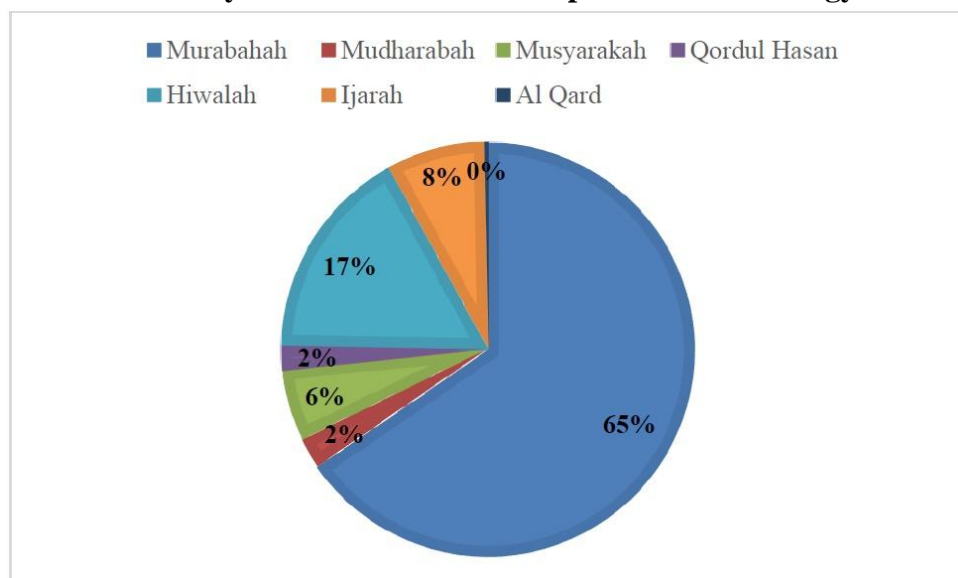
*Sumber : Data di olah Profil BMT BIF Yogyakarta*

Berdasarkan grafik diatas dapat dijelaskan bahwa jumlah anggota dan jumlah nominal tabungan anggota BMT BIF selama 8 tahun terakhir mengalami peningkatan.

Lain halnya dengan nominal tabungan yang masih mengalami penurunan jumlah nominal tabungan. Hal ini terjadi karena banyaknya dana yang dialokasikan untuk anggota pembiayaan (*Lending*), sedangkan funding pada BMT BIF masih tergolong rendah.

Akad pembiayaan pada BMT BIF Yogyakarta mencakup semua kalangan masyarakat, namun hanya beberapa akad saja yang dipilih masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya. Dapat dilihat pada data tabel di bawah ini:

**Gambar 1.2**  
**Pembiayaan Berdasarkan Akad pada BMT BIF Yogyakarta**



*Sumber : Data di olah Profil BMT BIF Yogyakarta*

Menurut diagram di atas menunjukkan minat masyarakat pada akad pembiayaan Murabahah 67%, Hiwalah 17%, Ijarah 8%, Musyarakah 6%, Mudharabah 2%, Qardul Hasan 2%, dan Al-Qard 0%. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa akad Murabahah paling dominan sedangkan akad Al-Qard paling sedikit atau tidak ada.

Secara Umum, dari hasil uraian di atas dan hasil obresvasi yang peneliti lakukan, sejatinya BMT Bina Ihsanul Fikri kantor Pusat Yogyakarta ini memiliki beberapa produk pembiayaan. antara lain Mudharabah, Musyarakah, Murabahah, dan Al Qard. Akan tetapi diantara

produk yang ada pada BMT Bina Ihsanul Fikri Kantor Pusat Yogyakarta ini produk pembiayaan Murabahah adalah yang sangat diminati dilihat dari banyaknya pengguna produk pembiayaan Murabahah dibandingkan dengan produk-produk lainnya yang ada pada BMT ini sementara tidak semua produk murabahah di BMT secara umum adalah merupakan produk unggulan ditengah berkembangnya sektor usaha mikro.

Alasan yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan produk pembiayaan Murabahah dibanding produk-produk lainnya adalah yang mendasari atau menarik minat peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH MENGGUNAKAN PEMBIAYAAN MURABAHAH (Studi Kasus pada BMT Bina Ihsanul Fikri kantor Pusat Yogyakarta)”**

#### **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah kualitas produk pada BMT BIF Kantor Pusat Yogyakarta mempengaruhi minat nasabah menggunakan Pembiayaan Murabahah?
2. Apakah kualitas pelayanan BMT BIF Kantor Pusat Yogyakarta mempengaruhi minat nasabah menggunakan Pembiayaan Murabahah?

#### **C. Batasan masalah**

Untuk membatasi penelitian yang terlalu luas maka penelitian ini di fokuskan pada *variable independent* Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan pembiayaan Murabahah

Penelitian ini terdiri dari *variabel dependen* dan *independen*, *variabel dependen* dalam penelitian ini yaitu Minat Nasabah menggunakan pembiayaan Murabahah sedangkan *variabel independen* meliputi: Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan yang dianggap mempengaruhi Minat Nasabah menggunakan pembiayaan Murabahah

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menjelaskan dan menganalisis variabel Kualitas Produk secara parsial mempengaruhi minat nasabah menggunakan pembiayaan Murabahah pada BMT BIF Kantor Pusat Yogyakarta
2. Untuk menjelaskan dan menganalisis variabel Kualitas Pelayanan secara parsial mempengaruhi minat nasabah menggunakan pembiayaan Murabahah pada BMT BIF Kantor Pusat Yogyakarta

#### **E. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan hasil dari penelitian ini diharapkan bisa memberikan beberapa manfaat sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber bacaan dilingkaran kampus secara umum, dan secara khusus terhadap Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.



## 2. Secara Praktis

- a. Bagi peneliti dapat menambah wawasan keilmuan agar lebih mengenal tentang faktor-faktor variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, (strategi pemasaran)
- b. Bagi BMT BIF Kantor Pusat Yogyakarta sebagai bahan Evaluasi dari segi pelayanan maupun dari segi perbaikan mutu dan kualitas produk sehingga kedepannya dapat menarik lebih banyak nasabah.