

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia. Mayoritas penduduk yang beragama Islam menjadikan Indonesia sebagai pasar yang potensial dalam pengembangan keuangan syariah. Salah satu yang saat ini sudah mulai berkembang dengan pesat yaitu adalah dengan adanya bank-bank yang kegiatan operasionalnya menggunakan prinsip syariah. Institut perbankan syariah ini mulai merata dan menampakkan jati dirinya ditengah-tengah banyaknya bank-bank konvensional yang ada.¹

Menurut Undang-undang RI No. 21 Tahun 2008, Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.²

Perbankan syariah disebutkan kegiatan yang berasaskan prinsip syariah antara lain, adalah kegiatan usaha yang tidak mengandung unsur :

1. Riba, yaitu penambahan pendapatan secara tidak sah (*bathil*) antara lain transaksi pertukaran barang yang tidak sama kualitas, kuantitas, dan waktu penyerahan (*fadhil*), atau dalam transaksi pinjam-meminjam yang mempersyaratkan nasabah penerima fasilitas mengembalikan dana yang diterima melebihi pokok pinjaman karena berjalannya waktu.

¹ www.kompasiana.com diakses pada 17 Februari 2019 Pukul 19.30

² Dr.Basaria Nainggolan, ” Perbankan Syariah di Indonesia”, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016) Hal.76

2. *Maisir*, yaitu transaksi yang digantungkan kepada suatu keadaan yang tidak pasti dan bersifat untung-untungan.
3. *Gharar*, yaitu transaksi yang objeknya tidak jelas, tidak dimiliki, tidak diketahui keberadaannya.
4. Haram, yaitu transaksi yang objeknya dilarang dalam Islam.
5. *Zalim*, yaitu transaksi yang menimbulkan ketidakadilan bagi pihak lainnya.³

Saat ini minat masyarakat terhadap perbankan syariah sudah berkembang pesat, terlihat dari banyaknya jumlah nasabah bank syariah yang setiap tahunnya mengalami peningkatan. Dalam kondisi seperti ini, perbankan syariah pun sekarang semakin pesat dan banyak mengalami peningkatan. Salah satu bank syariah yang ada di Indonesia adalah Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRI Syariah).

Perjalanan BRI Syariah bermula dari akuisisi PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk terhadap Bank Jasa Artha pada 19 Desember 2007. Bank secara resmi beroperasi, kemudian merubah usaha yang semula beroperasi secara konvensional diubah menjadi kegiatan perbankan berdasarkan prinsip syariah Islam. PT Bank BRI Syariah Tbk tumbuh dengan pesat baik dari sisi aset, jumlah pembiayaan, dan perolehan dana pihak ketiga. Dengan berfokus pada segmen menengah kebawah BRI Syariah menargetkan

³ Ibid, Hal.77

menjadi bank ritel modern terkemuka dengan berbagai ragam produk dan layanan perbankan.⁴

BRI Syariah mempunyai macam-macam produk pembiayaan, salah satunya yaitu produk pembiayaan kepemilikan emas. Pembiayaan Kepemilikan Emas adalah pembiayaan kepada perorangan untuk bertujuan kepemilikan emas dengan menggunakan Akad Murabahah dimana pengembalian pembiayaan dilakukan dengan mengangsur setiap bulan sampai dengan jangka waktu selesai sesuai kesepakatan.⁵

Keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan kepemilikan emas di BRI Syariah tidaklah mudah, mereka harus pintar-pintar memilih. Untuk menarik minat konsumen dibutuhkan adanya kualitas pelayanan yang akan mendukung bagaimana layanan yang akan diberikan untuk memberikan kepuasan tersendiri kepada nasabah. Apabila produk tersebut sesuai yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan sebaliknya apabila pelayanan yang diterima rendah dari yang diharapkan nasabah, maka kualitas pelayanan dipersepsikan jelek sehingga kebutuhan dan keinginan nasabah itu sendiri belum bisa terpenuhi dengan baik.

Bukan hanya kualitas pelayanan yang menarik nasabah tapi juga harus mempromosikan produk pembiayaan kepemilikan emas tersebut, karena dengan adanya promosi yang efektif maka produk itu sendiri akan lebih bisa

⁴ www.brisyariah.co.id Diakses pada tanggal 17 Februari 2019 Pukul 19.55

⁵ www.brisyariah.co.id Diakses pada tanggal 17 Februari 2019 Pukul 19.55

dikenal oleh masyarakat luas. Promosi merupakan salah satu hal yang perlu dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk atau jasanya.⁶

Selain kualitas pelayanan dan promosi yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan suatu produk atau jasa, ada faktor lain yaitu harga. Harga merupakan salah satu bagian yang sangat penting dalam pemasaran suatu produk atau jasa. Menetapkan harga jual yang tinggi akan mengakibatkan penjualan menurun, tetapi sebaliknya jika harga yang ditetapkan terlalu rendah maka akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh oleh perusahaan baik dalam bentuk barang maupun jasa yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga telah menjadi faktor utama yang mempengaruhi pilihan para pembeli dan harga menjadi salah satu elemen yang paling penting dalam menentukan pangsa pasar dan keuntungan suatu perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, mengindikasikan adanya *research gap* dari 3 variabel independen kualitas pelayanan, promosi dan harga terhadap keputusan pembelian.

Tabel 1.1
Research Gap

Variabel	Hasil	Penelitian
Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian	Kualitas pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian	Farida Anis Said dkk (2016)
	Kualitas pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian	Imilda Krisnawati (2017)

⁶ Imilda Krisnawati, “ Pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan harga terhadap keputusan pembelian di J&T ekspres cabang nganjuk “, Jurnal Vol. 01 No.02, 2017

	Kualitas pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian	Nia Safitri Dewi dkk (2018)
--	--	-----------------------------------

Sumber : didapat dari berbagai data

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas, research gap dalam penelitian ini yaitu semua hasil menunjukkan hasil yang konsisten dalam penelitian-penelitian terdahulu. Semua penelitian menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Tabel 1.2
Research Gap

Variabel	Hasil	Penelitian
Promosi terhadap Keputusan Pembelian	Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian	Indriyanti (2013)
	Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian	Budi Santoso (2017)
	Promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian	Hesti Ratna ningrum (2016)

Sumber : didapat dari berbagai data

Berdasarkan Tabel 1.2 diatas, research gap dalam penelitian ini yaitu semua hasil menunjukkan hasil yang konsisten dalam penelitian-penelitian terdahulu. Semua penelitian menyatakan bahwa promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Tabel 1.3
Research Gap

Variabel	Hasil	Penelitian
Harga terhadap Keputusan Pembelian	Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian	Lukman Arif Prakoso (2015)
	Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian	Serli Melida (2016)

	Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian	Jon Carlos Wora (2017)
--	---	------------------------

Sumber : didapat dari berbagai data

Berdasarkan Tabel 1.3 diatas, research gap dalam penelitian ini yaitu semua hasil masih saja menunjukkan hasil yang konsisten dalam penelitian-penelitian terdahulu. Semua penelitian menyatakan bahwa promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Harga Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Mengajukan Pembiayaan Kepemilikan Emas Pada BRI Syariah KC Palembang** ”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka pokok permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam mengajukan pembiayaan kepemilikan emas pada BRI Syariah KC Palembang ?
2. Seberapa besar pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah dalam mengajukan pembiayaan kepemilikan emas pada BRI Syariah KC Palembang ?
3. Seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan nasabah dalam mengajukan pembiayaan kepemilikan emas pada BRI Syariah KC Palembang ?

4. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan harga secara simultan terhadap keputusan nasabah dalam mengajukan pembiayaan kepemilikan emas pada BRI Syariah KC Palembang ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam mengajukan pembiayaan kepemilikan emas pada BRI Syariah KC Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah dalam mengajukan pembiayaan kepemilikan emas pada BRI Syariah KC Palembang.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan nasabah dalam mengajukan pembiayaan kepemilikan emas pada BRI Syariah KC Palembang.
4. Untuk mengetahui secara simultan pengaruh harga terhadap keputusan nasabah dalam mengajukan pembiayaan kepemilikan emas pada BRI Syariah KC Palembang.

D. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang membutuhkannya seperti :

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan, wawasan serta informasi mengenai pengaruh kualitas pelayanan, promosi, dan harga terhadap keputusan nasabah dalam mengajukan pembiayaan kepemilikan emas pada BRI Syariah KC Palembang.

2. Bagi Perbankan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi Bank Syariah dalam pengaruh kualitas pelayanan, promosi, dan harga terhadap keputusan nasabah dalam mengajukan pembiayaan kepemilikan emas.

3. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai tambahan ilmu dan informasi serta referensi bagi peneliti selanjutnya yang membahas mengenai pengaruh kualitas pelayanan, promosi, dan harga terhadap keputusan nasabah dalam mengajukan pembiayaan kepemilikan emas pada BRI Syariah KC Palembang.

E. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan para pembaca dalam memahami materi-materi yang terdapat dalam penelitian ini, penulis membuat sistematika penulisan menjadi lima bab, dimana tiap bab terbagi menjadi beberapa sub bab. Sub bab sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi dengan latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Bagian ini mengkaji teori yang digunakan dalam penelitian yaitu kualitas pelayan, promosi, dan harga terhadap keputusan nasabah dalam mengajukan pembiayaan kepemilikan emas. Penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, kerangka pemikiran serta hipotesis yang digunakan.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang ruang lingkup penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, variabel-variabel penelitian dan teknik analisis data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini terdiri dari gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V: KESIMPULAN

Bab ini terdiri dari simpulan yang menunjukkan keberhasilan tujuan dari penelitian. Simpulan juga menunjukkan hipotesis mana yang di dukung dan mana yang tidak didukung oleh data. Saran-saran yang berisi keterbatasan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran bagi penelitian yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN