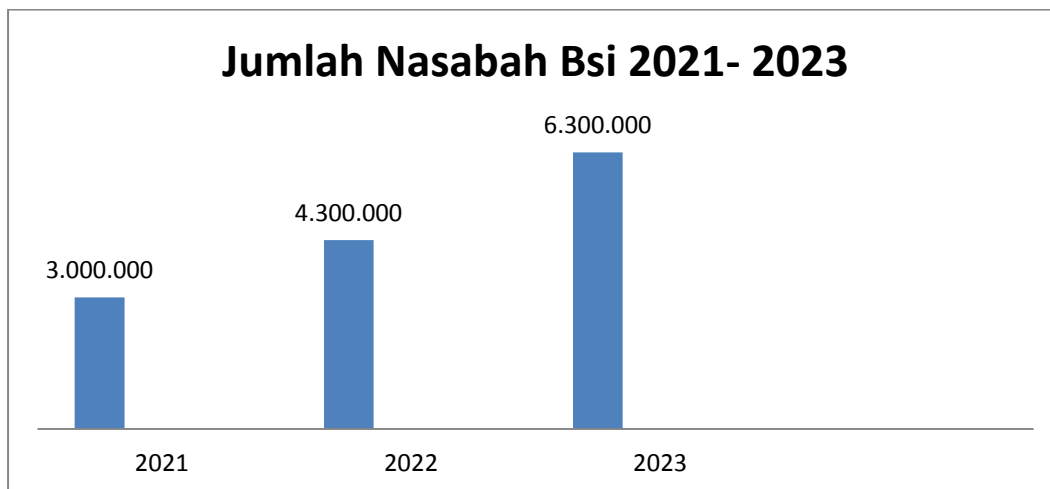


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

BSI adalah upaya untuk lahirnya bank syariah yang menjadi kebanggaan masyarakat. Diharapkan dapat menjadi kekuatan baru dalam pembangunan ekonomi bangsa dan berkontribusi pada kesejahteraan umum. Potensinya terus meningkat dan kinerjanya semakin baik. BSI mampu mencatatkan pertumbuhan kinerja sepanjang triwulan I-2021 dibandingkan periode sama tahun lalu. Bank syariah milik pemerintah ini mampu membukukan laba bersih senilai Rp 741,6 miliar atau mengalami pertumbuhan 12,85% dari Rp 657,2 miliar (bank bsi.co.id, 2021). Dengan pertumbuhan laba yang tinggi, maka BSI dapat meningkatkan rasio profitabilitas ditandai dengan meningkatnya ROE (Return on Equity). ROE tumbuh dari 11,19 persen per Desember 2020 menjadi 14,12 persen per Maret 2021 (Bsi. 2021).

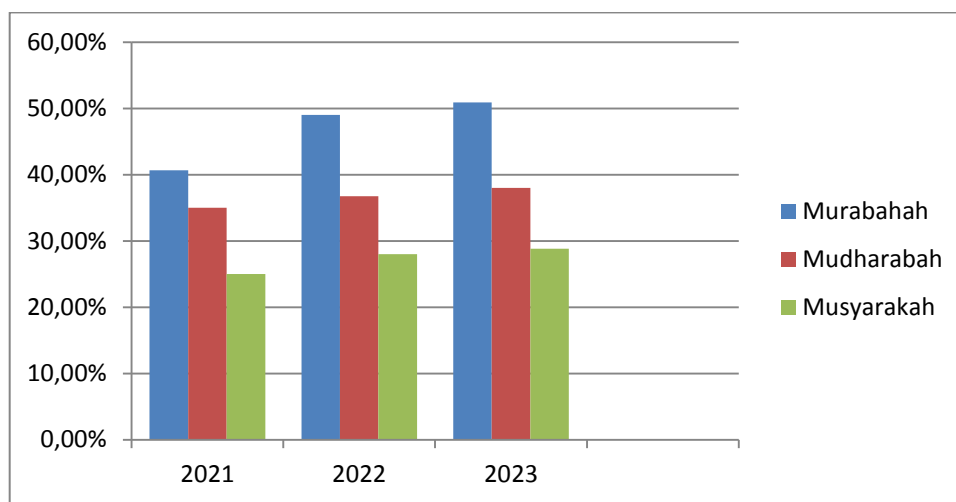


Sumber: Bsi 2023

Gambar 1. 1 Jumlah Nasabah Bsi

Dilihat dari tabel diatas pada tahun 2021 jumlah nasabah BSI adalah 3 juta nasabah, kemudian Bsi juga mencatat peningkatan pada tahun 2022 sekitar 4,8 juta nasabah. Hal ini menjadi bukti keberhasilan BSI dalam mendorong seluruh nasabah menggunakan Bank BSI. Hingga akhir desember 2023 jumlah nasabah bsi tercatat mencapai 6,3 juta. Angka tersebut menempatkan BSI menjadi bank dengan berbasis nasabah terbesar kelima di Indonesia.

Ada beberapa produk Bsi, dan yang paling banyak digunakan atau paling unggul adalah produk murabahah karena lebih mudah, tidak memerlukan analisis yang rumit, dan menguntungkan baik bank maupun nasabah. Murabahah adalah suatu akad yang dijalankan dengan instrumen jual beli dengan mengambil keuntungan. Dalam perbankan Syariah, akad murabahah dapat didefinisikan sebagai jenis kontrak yang sering digunakan oleh bank untuk membeli barang sesuai keinginan pelanggan dan kemudian dijual kepada pelanggan tersebut sebesar harga beli dan keuntungan yang telah disepakati sebelumnya (Erna 2019).



Sumber:

jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 2023

Gambar 1. 2 Persentase Jumlah Pembiayaan Murabahah Bsi

Sebagai informasi dari statistik perbankan syariah, pembiayaan murabahah masih merupakan bagian terbesar dari pembiayaan yang diberikan oleh bank syariah di Indonesia, sebesar Rp 117.371 milyar, atau 58,88% dari total pembiayaan. Pembiayaan tambahan digunakan untuk tujuan perbankan syariah lainnya. Ini juga berlaku untuk pendapatan margin murabahah. Teori Saeed (2017) menyatakan bahwa prinsip bagi hasil mudharabah dan musyarakah adalah prinsip utama bank syariah, yang berarti bahwa pendapatan mereka seharusnya lebih banyak berasal dari prinsip ini. Hal ini bertentangan dengan fenomena ini. Prinsip hasil adalah karakteristik bank syariah. Oleh karena itu, jika pembiayaan yang

dilakukan dengan prinsip jual beli, misalnya murabahah, lebih banyak memberikan pendapatan kepada bank syariah, hal itu dapat menimbulkan persepsi bahwa bank syariah mirip dengan bank konvensional (Akhbarudin,2017).

Pricing adalah salah satu dari banyak variabel yang mempengaruhi pembiayaan Mikro Murabahah. Harga (Pricing)—Dalam teori ekonomi, harga "faedah" dan "nilai" adalah istilah yang mengacu pada satu sama lain. Faedah adalah sifat suatu barang yang memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan seseorang, sedangkan nilai adalah ukuran kuantitatif kekuatan suatu barang untuk menarik harga tambahan dalam pertukaran. Menurut Hendra (2018), harga dapat didefinisikan sebagai jumlah uang yang dibayarkan untuk barang atau jasa atau jumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa tersebut.

Namun, karena perekonomian kita bukan sistem barter, kita menggunakan uang untuk bertukar barang atau mengukur nilainya, dan istilah yang digunakan adalah harga. Harga adalah nilai yang diwakili dalam rupiah. Menurut Firmansyah (2015), seorang penjual biasanya menetapkan harga berdasarkan kombinasi barang fisik dan beberapa jasa tambahan serta keuntungan yang memuaskan.

Tabel 1. 1
Tabel pendapatan Margin

No	Nama Bank	Margin Tahunan
1.	Bsi Simpang Mulieng	6,20 %
2.	Bsi Geudong	6 %
3.	Bsi Blang Jruen	6 %

Harga jual yang tinggi yang ditawarkan oleh bank syariah simpang Mulieng tidak mengurangi keputusan nasabah untuk melakukan transaksi pembiayaan. Bahkan dapat menyebabkan inflasi yang lebih besar secara tidak langsung daripada yang disebabkan oleh suku bunga dengan menetapkan margin keuntungan murabahah yang tinggi. Oleh karena itu, karena tingkat keuntungan murabahah dihubungkan dengan bunga perbankan konvensional,

baik di atas atau di bawahnya, nilai penjualan dengan murabahah tidak harus dikaitkan dengan sikap mengantisipasi kenaikan suku bunga selama masa pembayaran cicilan, perlu dicari format atau formula yang tepat. Akibatnya, studi lebih lanjut tentang kebijakan yang digunakan bank syariah dalam menentukan harga jual murabahah sangat menarik. Ini karena penentuan harga yang dilakukan oleh bank syariah merujuk pada suku bunga kredit bank konvensional. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Zuarti Yakabera pada tahun 2017 menemukan bahwa keputusan yang dibuat oleh klien pembiayaan mikro murabahah secara signifikan dipengaruhi oleh penetapan harga jual, juga dikenal sebagai harga jual.

Kepercayaan adalah faktor lain yang memengaruhi pembiayaan mikro murabahah selain harga. Kepercayaan adalah harapan yang dipegang oleh seorang individu atau kelompok ketika pernyataan, janji, pernyataan lisan atau tulisan mereka dapat diwujudkan. Untuk menentukan karakteristik kepercayaan seseorang, Rotter menggunakan dua pendekatan: sosiometrik (ketergantungan pada orang lain, sifat mudah tertipu, humor, popularitas, dll.) dan demografi (posisi di keluarga, status sosio ekonomi, agama, dll.).

Perusahaan yang berdiri akan memasarkan bisnis mereka agar dapat bersaing dengan perusahaan lain. Persaingan kualitas produk yang sengit akan berdampak pada kepercayaan pelanggan, jadi pemasaran penting untuk pertumbuhan perusahaan. Produk yang berkualitas tinggi akan berdampak pada pengguna dan dapat menguatkan atau merebut hati pelanggan, sehingga kualitas produk sangat penting bagi bisnis. (Aryani,2019).

Kepercayaan pelanggan membuat karyawan berpikir. Kepercayaan ini bergantung pada seberapa memadai produk yang diharapkan dipenuhi dan seberapa konsisten hasil nyata dan diharapkan. Pelanggan dapat dianggap percaya jika mereka mengharapkan suatu produk tertentu pada tingkat tertentu dan merasa bahwa produk yang mereka terima lebih baik dari yang mereka harapkan dan akan terus menggunakannya. Demikian pula, jika pelanggan

mengharapkan suatu produk tertentu dan merasa bahwa produk yang mereka terima sesuai dengan harapannya, maka pelanggan dapat dianggap puas. Hidayati (2018).

Untuk membangun hubungan jangka panjang dengan klien, karyawan harus selalu berkomunikasi dan memahami keinginan klien serta memberikan produk berkualitas tinggi sehingga klien merasa aman dan percaya terhadap bank karena klien dapat dengan mudah memperoleh informasi dan keinginan mereka. Jika tidak ada komunikasi yang baik dan bank tidak dapat memahami keinginan klien serta memberikan produk berkualitas tinggi, maka akan ada banyak konsekuensi. Studi sebelumnya oleh Tumbel (2017) juga mendukung hal ini. Studi Tumbel (2017) berjudul Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Keputusan Nasabah Pembiayaan Mikro Murabahah pada PT Bank BTPN Mitra Usaha Rakyat Cabang Amurang Kabupaten Minahasa Selatan menunjukkan bahwa kepercayaan memengaruhi kesetiaan nasabah terhadap bank.

Masalah muncul ketika bank syariah berkembang dengan sangat cepat, tetapi masyarakat tidak memahami fungsi dan produk mereka yang ditawarkan. Akibatnya, mereka banyak digunakan oleh masyarakat. Meskipun banyak orang percaya bahwa bank syariah tidak menerima riba, faktanya tidak selalu benar. Terkadang, margin Bank Syariah Indonesia Simpang Mulieng lebih tinggi daripada bank konvensional. Sementara masyarakat harus lebih memahami perbankan, perilakunya juga harus sesuai dengan syariah.

Pelayanan merupakan faktor terakhir yang mempengaruhi pembiayaan mikro murabahah. Salah satu faktor yang memengaruhi keputusan pelanggan untuk mendapatkan pembiayaan di perbankan syariah adalah layanan yang diberikan. Bank syariah yang memberikan layanan Kepuasan pelanggan sangat penting, karena mempertahankan citra positif perusahaan di masyarakat dan memenangkan persaingan, menurut M. Syafe'i Antonio (Rafidah, 2014). Semakin baik pelayanan, semakin banyak pelanggan yang berinvestasi, yang menghasilkan peningkatan keuntungan. Selain itu, sikap karyawan, prosedur pembiayaan,

kelengkapan fasilitas, dan kecepatan dan ketepatan karyawan adalah faktor lain yang menentukan kualitas pelayanan. Klien pada dasarnya menginginkan proses pengajuan pembiayaan yang mudah dipahami dan sederhana (Nariswari, 2018).

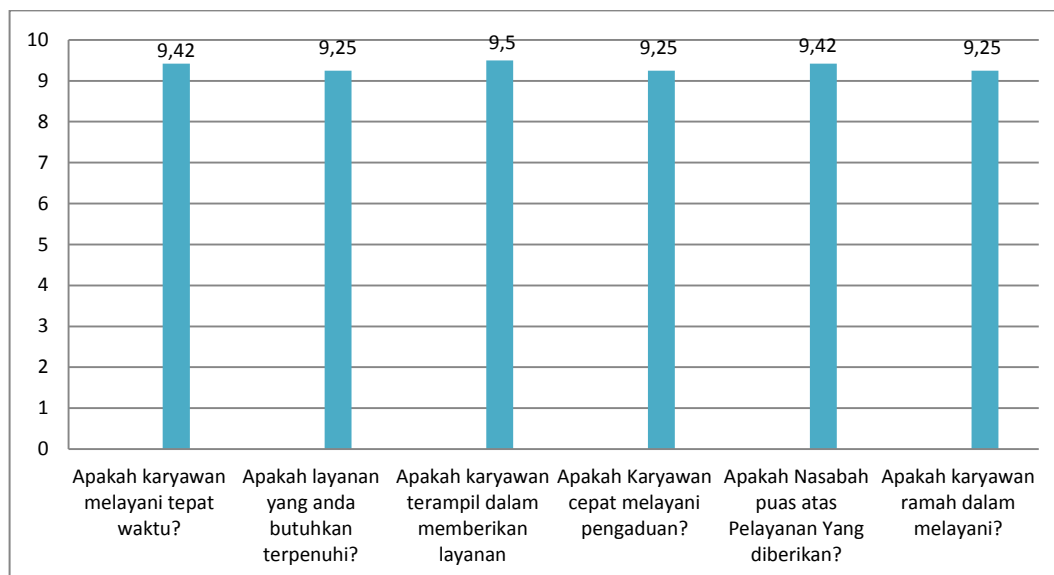
Untuk tetap bertahan dan menjadi pilihan pelanggan, kualitas pelayanan harus sangat diperhatikan dan dimaksimalkan. Hampir semua lembaga keuangan perbankan mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tujuan utama perusahaan. Namun, pelayanan yang diberikan kepada pelanggan mungkin tidak sesuai dengan harapan pelanggan atau hanya sesuai dengan prosedur operasional standar (SOP) lembaga itu sendiri. Sebenarnya, setiap pelanggan memiliki persepsi unik tentang tingkat pelayanan yang diberikan bank. Upaya untuk meningkatkan kualitas layanan perbankan harus berfokus pada orang-orang yang menggunakannya agar mereka puas. Hal ini terkait dengan keinginan pelanggan: mereka ingin memiliki hubungan yang baik dengan bank yang memungkinkan mereka untuk melakukan transaksi dengan mudah dan nyaman (Potro, 2018).

Namun, pada kenyataan yang terjadi dilapangan sering kita temukan pegawai tidak bersikap seperti yang seharusnya. Bahkan sering ditemukan pegawai yang cuek, sombong, jarang senyum, dan tidak bersikap ramah terhadap nasabah. Yang terjadi bukan memberikan kesan yang baik tetapi memberikan kesan yang buruk dimata nasabah karena tidak melayani dengan baik. (Juniawan, 2014). Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Teguh Meiyanto pada tahun 2017 menemukan bahwa kualitas layanan yang diberikan kepada klien memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan mereka untuk menerima pembiayaan mikro murabahah.

Kualitas pelayanan semestinya dijadikan sebagai pintu gerbang utama oleh bank untuk menerima segala pengajuan bantuan, saran, kritik, bahkan keluhan dan tentunya menjadi jalur yang diharapkan oleh nasabah sebagai purnajual. Disinilah nasabah akan memiliki pengalaman pertama yang berkesan dan akan selalu tersimpan di memorinya entah

itu pengalaman yang baik atau buruk. Oleh karena itu, diperlukan keahlian khusus untuk merespon segala pertanyaan nasabah agar tidak menimbulkan efek kecewa yang malah mengakibatkan buruknya citra perbankan dimata masyarakat atau nasabah. Pelayanan yang di berikan bank akan mempengaruhi kepuasan nasabah di mana bank yang memiliki kualitas yang buruk akan di tinggalkan pelanggannya namun sebaliknya bank yang kualitasnya prima akan banyak dicari nasabah dengan reputasi pelayanan terbaik dan posisi tawar yang kuat, bank tidak perlu takut kehilangan nasabahnya. Bahkan bank bisa jadi pemenang dalam memperebutkan dana nasabah (Mira,2019).

Dari hasil wawancara dengan ibu khadijah pada hari Jum'at, 23 Desember 2023 beliau adalah salah satu nasabah BSI Simpang Mulieng beliau mengatakan bahwa pelayanan di BSI tersebut sudah cukup baik tapi masih kurang cekatan dalam menanggapi keluhan nasabah karna kalau ada kendala atau masalah yang di hadapi nasabah terkait pengaduan pembiayaan pegawai disitu tidak merespon secara cepat mungkin dikarenakan beberapa faktor seperti minim nya karyawan yang bertugas disana jadi terkadang para nasabah harus menunggu cukup lama. (khadijah, 2024)



Sumber:

Data diolah 2023.

Gambar 1. 3 Responden kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan

Sebelum saya meneliti untuk variabel pelayanan ini. Saya sudah mensurvei 10 nasabah Bsi Simpang Mulieng, dan saya menanyakan 1-6 pertanyaan Dari 10 responden tadi, mereka sudah menjawab pertanyaan 1-6 tersebut dan hasilnya dapat dilihat pada gambar diatas. Adapun daftar nama respondennya adalah sebagai berikut:

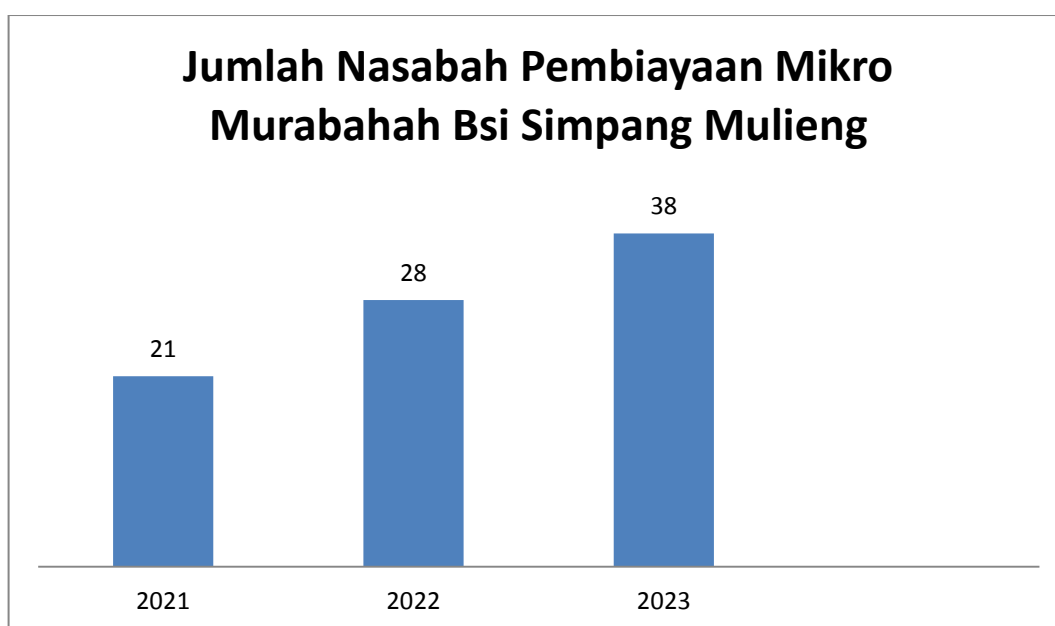
Tabel 1. 2
Daftar Nama Responden

No	Nama	Tgl Mulai	Tgl JTH Tempo	Margin	Plafon
1.	Adnan	17/08/2021	08/09,2022	6,5 %	40,000,000
2.	Rahmayati	27/08/2021	10/10/2022	6,5 %	10,000,000
3.	Nur Azizah	28/08/2021	08/12/2022	6,5 %	50,000,000
4.	Ernawati	03/09/2021	03/08/2022	6,5 %	30,000,000
5.	Yusri	10/09/2021	24/09/2022	6,5 %	25,000,000
6.	Basyaruddin	13/09/2021	25/10/222	6,5 %	35,000,000
7.	Yusmar	15/09/2021	21/11/2022	6,5 %	45,000,000
8.	Khadijah	17/09/2021	05/12/2022	6,5 %	25,000,000
9.	Zakia Tun Nufus	18/09/2021	10/11/2024	6,5 %	100,000,000,00
10.	Fitri Aulia Rahmadhani	20/09/2021	11/09/2023	6,5 %	70,000,000

Sumber: data diolah 2024

Sebagai akibat dari pengaruh harga, kepercayaan, dan layanan dalam, seseorang seringkali dihadapkan pada berbagai situasi, termasuk yang unik, tidak pasti, jangka panjang, dan kompleks. Pertama, kondisi unik didefinisikan sebagai masalah yang tidak memiliki preseden dan mungkin tidak akan terjadi lagi di masa depan. Kedua, kondisi tidak pasti didefinisikan sebagai komponen yang diharapkan mempengaruhi dan memiliki tingkat ketahuan atau informasi yang sangat rendah. Ketiga, definisi "jangka panjang" mengacu pada jangkauan yang cukup jauh dan memerlukan sumber daya yang signifikan. Kompleks dalam arti bahwa preferensi pengambilan keputusan tentang waktu dan resiko sangat penting (Astia 2018).

Simpang Mulieng lokasinya berada dipinggir jalan Medan Banda Aceh, Jumlah penduduk Simpang Mulieng tahun ini (2024) sekitar 1000 jiwa dengan perbandingan laki-laki 457 jiwa dan Perempuan 543 jiwa, maka total secara keseluruhan jumlah penduduk adalah 1000 jiwa. Masyarakat Simpang Mulieng mayoritas bermata pencarian sebagian sebagai petani dan sebagian berwirausaha. Dikarenakan lokasi simpang mulieng berada di pinggir jalan Medan- Banda aceh membuat banyak penduduk disana yang membuka berbagai macam usaha dimulai dari usaha kelontong, buah- buahan dan lain sebagainya.



Sumber:

Bank BSI Simpang Mulieng.

Gambar 1. 4 Jumlah Nasabah Pembiayaan Mikro Murabahah BSI Simpang Mulieng.

Pada grafik di atas terlihat bahwa pembiayaan mikro murabahah terus meningkat dari tahun ketahun. Penelitian ini sangat menarik karena pengaruh harga yang ditawarkan oleh bank syariah relatif besar dibandingkan dengan bank konvensional, khususnya dalam hal pembiayaan mikro produk murabahah. Namun, ini tidak mengurangi pilihan nasabah untuk meminjam dan masyarakat lebih cenderung memilih untuk meminjam di Bank BSI Simpang Mulieng daripada di bank syariah lainnya karena faktor kepercayaan dan reputasi.

Ada sejumlah penelitian yang menyelidiki faktor-faktor yang telah disebutkan di atas, termasuk kepercayaan, kualitas layanan, dan biaya. Penelitian Meliana Utami (2019) menunjukkan bahwa faktor-faktor ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pelanggan untuk menggunakan pembiayaan mikro murabahah. Kesimpulan ini sesuai dengan hipotesis peneliti. Layanan yang baik dan sesuai prosedur bisnis (berdasarkan Syariat Islam) akan membuat pelanggan percaya. Namun, menurut Nurul Natasya (2023) dalam penelitian mereka, kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen; kepercayaan secara parsial juga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen. Hasil uji F menunjukkan bahwa baik kualitas pelayanan maupun kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen.

Hal ini yang melatar belakangi peneliti untuk melakukan penelitian dengan Judul **“Analisis Pengaruh *Pricing*, Kepercayaan dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Pembiayaan Mikro Produk Murabahah (Studi Kasus Bank BSI Simpang Mulieng)”**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh secara parsial *pricing* terhadap keputusan nasabah pembiayaan mikro produk murabahah pada Bank BSI Simpang Mulieng?

2. Bagaimana pengaruh secara parsial kepercayaan terhadap keputusan nasabah pembiayaan mikro Produk murabahah pada Bank BSI Simpang Mulieng?
3. Bagaimana pengaruh secara parsial pelayanan terhadap keputusan nasabah pembiayaan mikro produk murabahah pada Bank Bsi Simpang Mulieng?
4. Bagaimana pengaruh secara simultan *pricing*, kepercayaan, pelayanan terhadap keputusan nasabah pembiayaan mikro produk murabahah pada Bank BSI Simpang Mulieng?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui secara persial pengaruh *Pricing* terhadap keputusan nasabah pembiayaan mikro produk murabahah pada Bank BSI Simpang Mulieng.
2. Untuk Mengetahui secara persial pengaruh Kepercayaan terhadap keputusan nasabah pembiayaan mikro produk murabahah pada Bank BSI Simpang Mulieng.
3. Untuk Mengetahui secara persial pengaruh pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah pembiayaan mikro Produk murabahah pada Bank BSI Simpang Mulieng.
4. Untuk mengetahui secara simultan pengaruh *pricing*, kepercayaan, pelayanan terhadap keputusan nasabah pembiayaan mikro produk murabahah pada Bank Bsi Simpang Mulieng.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Secara Teoritis

Diharapkan pembaca akan memperoleh pemahaman tentang strategi penetapan harga pada pembiayaan mikro produk murabahah di Bank BSI Simpang Mulieng dari sudut pandang ekonomi islam dan mengetahui bagaimana penetapan harga memengaruhi keputusan

yang dibuat oleh nasabah pembiayaan mikro di Bank BSI. Secara teoritis, penulisan ini akan meningkatkan pengetahuan dan memberikan kontribusi untuk kemajuan bisnis.

1.4.2 Secara Praktis

Diharapkan penelitian ini akan bermanfaat bagi siswa dan masyarakat umum, terutama bagi klien dan calon klien yang ingin belajar tentang perbankan syariah di setiap universitas di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Ini juga akan memberikan kontribusi ilmiah untuk pemikiran ilmiah tentang hukum positif dan normatif yang terkait dengan perbankan syariah di Indonesia (Sugiono, 2014).