

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Mayoritas penduduk muslim di Indonesia dewasa ini semakin mengenal lembaga keuangan syariah. Semakin banyak yang menyadari bahwa perlunya lembaga keuangan yang beroperasi sesuai dengan syariah sebagai alternatif terhadap sistem konvensional. Bank merupakan salah satu lembaga keuangan, berperan dalam kegiatan perekonomian masyarakat yang berfungsi sebagai fasilitas penunjang dalam melakukan transaksi keuangan.

Munculnya konsep bank syariah di Indonesia dimungkinkan melalui Undang-Undang Perbankan Nasional No. 7 tahun 1992 yang menyatakan dimungkinkan bank dengan sistem bagi hasil yang pada akhirnya mengilhami lahirnya Bank Muamalat Indonesia. Sejalan dengan munculnya krisis moneter yang akhirnya menjadi krisis ekonomi di Indonesia yang antara lain ditandai dengan banyaknya bank yang dilikuidasi. Pada sisi lain Bank Muamalat Indonesia tetap tegap menjalankan operasinya. Terjadinya perubahan Undang-Undang No.7 tahun 1992 menjadi Undang-Undang (UU) No. 10 tahun 1998 semakin memberikan stimulus munculnya perbankan syariah di Indonesia. Karena dalam UU baru tersebut dinyatakan dimungkinkan bank beroperasi dalam dua sistem yaitu bank konvensional dan bank syariah (*dual banking system*). Terhitung sejak 17 Juni 2008, industri perbankan syariah Indonesia

secara resmi memasuki era baru. RUU Perbankan Syariah yang telah masuk ke DPR sejak pertengahan 2005 sebagai RUU inisiatif DPR, telah disahkan sehingga Indonesia kini resmi memiliki regulasi perbankan syariah yaitu UU Nomor 21 Tahun Perbankan Syariah.<sup>1</sup>

Salah satu aktivitas yang penting dalam manajemen dana bank adalah pelemparan dana (*lending financing*). Istilah ini dalam keuangan konvensional dikenal dengan sebutan kredit dan dalam keuangan syariah sering disebut dengan pembiayaan. Pembiayaan sering digunakan untuk menunjukkan aktivitas utama bank syariah, karena berhubungan dengan rencana memperoleh pendapatan. Sebagai upaya memperoleh pendapatan yang semaksimal mungkin, aktivitas pembiayaan Bank Muamalat menganut azas syariah, yakni dapat berupa bagi hasil, keuntungan maupun jasa manajemen. Upaya ini harus dikendalikan sedemikian rupa sehingga kebutuhan likuiditas dapat terjamin dan tidak banyak dana yang menganggur.<sup>2</sup>

**Tabel 1.1 Pembiayaan dan NPF berdasarkan Jenis Akad - Bank Umum Syariah (*Financing and Non Performance Financing based on type of Shariah-compliant contract of Sharia Commercial Banks*) Miliar Rp (*Billion IDR*)**

Indikator	2017	2018	2019
1. Pembiayaan Bagi Hasil	67.049	74.122	89.995
NPF	3.542	2.673	2.860
a. Mudharabah	6.584	5.477	5.413
NPF	207	81	86

<sup>1</sup> Suryani, *Analisis Faktor Kualitas Pelayanan Di Bank Syariah (Studi Kasus di PT Bank Muamalat Indonesia)*, Al-Iqtishad: Vol. VI No. 2, Juli 2014, hal.240

<sup>2</sup> Zainul Arifin, *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*, (Jakarta : Azkia Publisher, Cetakan ke-7, 2007), hal. 101

Tabel 1.1 (Lanjutan)

Indikator	2017	2018	2019
b. Musyarakah	60.465	68.644	84.582
NPF	3.335	2.593	2.774
c. Pembiayaan Bagi Hasil Lainnya	-	-	-
NPF	-	-	-
2. Pitutang	119.952	124.997	132.013
NPF	5.459	3.804	4.127
a. Murabahah	114.458	118.134	122.725
NPF	5.378	3.626	3.847
b. Qard	5.476	6.848	9.276
NPF	77	175	279
c. Istishna'	18	15	11
NPF	4	2	2
3. Pembiayaan Sewa (Ijarah)	2.788	3.180	3.138
NPF	29	120	275
a. Pembiayaan Sindikasi	-	-	-
NPF	-	-	-
b. Pembiayaan secara Channeling	-	1	1
NPF	-	-	-
c. Pembiayaan secara Executing	25	22	18
NPF	-	-	-
d. Pembiayaan secara Executing	2.763	3.157	3.119
NPF	29	120	275
4. Salam	-	-	-
NPF	-	-	-

Sumber: OJK – Statistik Perbankan Syariah (*Sharia Banking Statistics*) Desember

2017-2019

Berdasarkan pada tabel 1.1 disebutkan dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada data Statistik Perbankan Syariah (SPS) Desember 2017 – Desember 2019 menyatakan bahwa jumlah dana masyarakat memiliki minat yang lebih besar pada pembiayaan murabahah dibandingkan dengan akad lainnya, seperti musyarakah, *istishna'*, dan ijarah. Seperti data yang sudah ada pada data OJK-statistik perbankan syariah yang menyatakan pada tahun 2017-2019. Dapat

diketahui juga bahwa piutang Murabahah memiliki kenaikan dari tahun 2017 sebesar 114.458 miliar, tahun 2018 sebesar 118.134 miliar, hingga tahun 2019 sebesar 122.725 miliar.<sup>3</sup>

Maka dapat dibuktikan bahwa sebagian besar masyarakat memiliki minat terhadap pembiayaan murabahah dibandingkan dengan pembiayaan lainnya. Kendalanya, masyarakat yang akan memilih pembiayaan murabahah tidak semua mengerti apa itu pembiayaan murabahah sehingga membuat mereka ragu untuk memutuskan melakukan pembiayaan murabahah, dan tidak semua mampu memenuhi persyaratan pembiayaan murabahah tersebut. Keterbatasan masyarakat dalam memutuskan pemilihan suatu produk pembiayaan, dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu<sup>4</sup>, yaitu faktor budaya, faktor sosial faktor pribadi, dan faktor psikologis.

Faktor Budaya dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu faktor kebudayaan adalah faktor yang mempengaruhi dasar dari keinginan dan perilaku seseorang, subbudaya merupakan yang lebih kecil lingkupnya yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik pada lingkungannya, dan kelas sosial merupakan kelompok dalam suatu masyarakat yang keanggotannya memiliki nilai, minat, dan perilaku serupa. Faktor Sosial dipengaruhi oleh faktor kelompok referensi yaitu seluruh kelompok yang memiliki pengaruh pada sikap atau perilaku seseorang secara langsung maupun tidak langsung, keluarga, dan peran dan status mempengaruhi perilaku

---

<sup>3</sup><https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Desember-2019.aspx> diakses pada 09 Desember 2020 pukul 12.00 WIB

<sup>4</sup> Philip Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Kedua belas, (Jakarta: PT. Indeks, 2007)

seseorang dari yang dipelajari orangtua. Faktor pribadi dipengaruhi oleh faktor umur, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, dan kepribadian dan konsep diri yang menjadikan seseorang memiliki sifat dan sikap yang kuat untuk menentukan pemilihan produk, merk atau jasa yang dipilih. Faktor psikologis dipengaruhi oleh faktor motivasi, persepsi, proses belajar, dan kepercayaan dan sikap yang dapat mempengaruhi sikap seseorang berdasarkan pengalaman yang diterima dan kepuasan diri yang diinginkan.<sup>5</sup> Keraguan dan ketidakmampuannya pemenuhan persyaratan administrasi pembiayaan murabahah pada seorang konsumen dalam memutuskan melakukan pembiayaan murabahah atau tidak, didasari oleh keadaan internal konsumen tersebut.<sup>6</sup>

Murabahah secara umum diterapkan melalui mekanisme jual beli barang secara cicilan dengan penambahan margin keuntungan bagi bank. Porsi pembiayaan dengan akad Murabahah saat ini berkontribusi 58% dari total pembiayaan Perbankan Syariah Indonesia. Namun dalam praktiknya di lapangan, pembiayaan murabahah masih dipersepsikan dan diimplementasikan secara beragam oleh perbankan syariah, sehingga diperlukan standarisasi produk secara teknis operasional yang bersifat standar minimum sebagai referensi pelaksanaan produk sehingga dapat memenuhi ketentuan syariah dan peraturan perundang-undangan serta prinsip kehati-

---

<sup>5</sup> Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, Edisi Ketiga, (Jakarta: Prenada Media Group, 2003), hal 9-12

<sup>6</sup> Aeni Wahyuni, *Pengaruh Budaya, Psikologis dan Pribadi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan Murabahah Pada BMT Bina Ummat Mandiri Tambang*, Riau: Jurnal Ekonomi, 2013, hal. 101.

hatian. Sehubungan dengan hal tersebut dan guna meningkatkan layanan dan kualitas produk bank syariah serta memberikan jaminan rasa aman dan kenyamanan dalam konteks perlindungan konsumen perbankan syariah, OJK melalui Departemen Perbankan Syariah telah melaksanakan program kerja 2015 berupa penyusunan review standar produk Murabahah. Hal ini sejalan dengan arah kebijakan OJK yang tertuang dalam Roadmap Perbankan Syariah Indonesia 2015-2019 untuk "memperbaiki kualitas layanan dan keragaman produk". Selain memudahkan otoritas dalam proses perizinan dan pengawasan, Standar Produk Murabahah ini diharapkan dapat memberikan pedoman atau referensi standar yang dapat membantu industri dalam pengembangan dan pelaksanaan produk. Buku Standar Produk ini merupakan pelengkap dari Buku Kodifikasi Produk yang telah disampaikan pada tahun lalu kepada industri perbankan syariah melalui Surat Edaran OJK No.36/SEOJK.03/2015 tentang Produk dan Aktivitas Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah sebagai ketentuan lebih lanjut dari Peraturan OJK No.24/POJK.03/2015 tentang Produk dan Aktivitas Bank Syariah dan UUS, yang lebih bersifat penjelasan teknis operasional produk secara lebih rinci dan komprehensif. Penerbitan Buku Standar Produk ini diharapkan dapat memberikan kepastian hukum dan transparansi produk yang mendukung perlindungan konsumen melalui pemenuhan prinsip syariah, prinsip kehati-hatian, *good governance* dan kepatuhan *market conduct* sehingga dapat meningkatkan daya saing dan pertumbuhan industri perbankan syariah.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup><https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Buku-Standar->

Salah satu hal yang dijadikan penentu dalam tingkat keberhasilan dan kualitas suatu perusahaan adalah dalam kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan pelayanan pada pelanggan. Pelayanan dan kepuasan pelanggan memiliki keterkaitan yang erat yaitu apabila dengan adanya pelayanan yang baik maka memiliki kemungkinan sebuah perusahaan dapat memperkuat kesetiaan pelanggan juga dalam peningkatan pangsa pasar. Penerapan *Total Quality Manajemen (TQM)* yang diaplikasikan perusahaan pada awalnya adalah untuk memperbaiki mutu produk namun dalam perkembangannya perusahaan yang bergerak di bidang jasa atau pelayanan juga menerapkan *TQM* untuk memberikan kepuasan pelanggan.<sup>8</sup> Maka dapat disimpulkan bahwa suatu kualitas pelayanan yang dapat diartikan yaitu seluruh aktivitas yang dilakukan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan nasabahnya. Pelayanan dapat juga diartikan sebagai jasa yang ditawarkan perusahaan pada masyarakat yang berwujud kemampuan, kecepatan, serta bersikap ramah dalam memberikan pelayanan pada para konsumennya.

Dalam melakukan kegiatan suatu perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, dapat diperkuat dengan adanya strategi promosi. Menurut G. Terry dalam buku yang ditulis Uchjana Effendy, Strategi adalah rencana cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Strategi pada hakekatnya adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan tersebut strategi tidak berfungsi sebagai peta yang hanya menunjukkan arah

---

[Produk-Perbankan-Syariah-Murabahah.aspx](#) diakses pada Jumat, 14 Mei 2020 pukul: 14:04 WIB

<sup>8</sup> Kusuma Wijayanto, *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank*, Vol. 17, No. 1 (Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya, Juni 2015), hal.40

saja, melainkan mampu menunjukkan taktik operasionalnya.<sup>9</sup> Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan/atau meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan<sup>10</sup>. Maka sangat diperlukan strategi promosi yaitu suatu aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan dimaksudkan mempengaruhi pasar dengan mengajak dan membujuk masyarakat atau calon nasabah mau menggunakan produk yang ada pada suatu perusahaan tersebut dengan tujuan meningkatkan penjualan yang diharapkan dapat tercapai.

Penentuan harga adalah salah satu keputusan yang sangat penting dalam manajemen pemasaran. Harga yang ditetapkan harus dapat menutupi semua biaya – biaya, atau lebih dari itu yakni mendapatkan laba. Namun jika harga yang ditetapkan terlalu tinggi akan mengakibatkan berkurangnya laba tersebut. Sehingga konsumen berkurang, volume penjualan berkurang dan juga keuntungan menjadi kurang optimal.<sup>11</sup> Harga pada Pembiayaan Akad Murabahah ditunjukkan dengan margin. Margin keuntungan adalah presentase tertentu yang ditetapkan pertahun perhitungan margin keuntungan secara harian, maka jumlah hari dalam setahun ditetapkan 360 hari; perhitungan margin keuntungan secara bulanan, maka setahun ditetapkan 12

---

<sup>9</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Karya, 1984), hal. 35

<sup>10</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi ke dua, (Yogyakarta: penerbit Andi, 2007), hal. 209-210

<sup>11</sup> Astriani Megasari, Skripsi: Pengaruh Presepsi Masyarakat Mengenai Harga Produk Pembiayaan Modal Kerja BNI Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah (Studi Kasus Pada Pedagang di Pasar Pagi Cirebon, (IAIN Syekh Nurjati, 2013), hal.5

bulan.<sup>12</sup> Margin adalah harga atau laba yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Akad ini merupakan salah satu bentuk *natural certainty contracts*, karena dalam Pembiayaan Akad Murabahah ditentukan berupa *required rate of profit*-nya (keuntungan yang ingin diperoleh).<sup>13</sup> Maka besaran margin dapat menjadi faktor harga yang dapat mempengaruhi dan mendukung pada lingkup perbankan dalam calon nasabah yang akan melakukan permintaan pembiayaan.

Penentuan keputusan dalam memilih sebuah produk, nasabah memiliki kualifikasi sendiri. Pengetahuan seseorang akan menentukan tindakan atau pengambilan keputusan setelah konsumen mempelajari produk, merk dan pelayanan yang dianggap memuaskan. Oleh karena itu meskipun jasa bank telah dikemas secara menarik dan disertai layanan yang professional, namun apabila bank tidak mengkomunikasikan dengan calon nasabah maka mereka akan ragu-ragu untuk membelinya karena ketidaktahuannya mengenai produk yang akan digunakannya sehingga hal itu akan berpengaruh pada keputusan memilih produk yang dibeli.<sup>14</sup> Khususnya pada keputusan untuk memilih suatu produk dalam perbankan, calon nasabah akan tertarik pada produk yang menurutnya dapat memberikan keuntungan dan manfaat baginya. Ketika calon nasabah memiliki banyak informasi mengenai bank syariah dan produk - produknya, maka akan berkesinambungan juga pada mengambil keputusan

---

<sup>12</sup> Ulul Albab, Skripsi: *Pengaruh Presepsi Pembiayaan Murabahah dan Margin Terhadap Pengambilan Pembiayaan Murabahah si Baituttamwil TAMZIS Prambanan*, (Yogyakarta: 2018) hal.39-40

<sup>13</sup> *Ibid.*, hal.113

<sup>14</sup> Ghozali Maski, *Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Kompoen dan Model Logisik Studi pada Bank Syariah di Malang*. *Journal of Indonesian Applied Economics*, (Vol.4, (No.1: 43-57), 2010), hal.46

dalam memilih produk yang akan dipilih. Calon nasabah akan memiliki peluang lebih tepat dan efisien dalam mengolah sekaligus menyaring informasi dengan baik. Jadi faktor yang penting dalam mengembangkan perbankan syariah adalah pengetahuan. Pengetahuan bisa didapatkan dari informasi yang diperoleh dari berbagai media, misalnya televisi, radio, koran, bahkan dapat melalui pengalaman seseorang.

Faktor penentu dalam memilih produk untuk melakukan pembiayaan yaitu karena didorong oleh suatu keinginan dalam meningkatkan pendapatan usahanya. Kemudian nasabah yang memiliki pendapatan usaha cukup tinggi akan berusaha melakukan aktivitas yang dapat memperluas dan mengembangkan usaha agar lebih maju dan mendapatkan pendapatan yang lebih tinggi, maka nasabah dapat mengajukan pembiayaan pada bank. Dengan adanya peningkatan modal usaha yang dimiliki akan berpengaruh pada peningkatan volume pendapatan dari usaha yang dijalankan nasabah. Pihak bank juga harus mengetahui dengan pasti sampai dimana kemampuan calon nasabah dalam menjalankan usahanya. Kemampuan ini sangat penting mengingat bahwa kemampuan inilah yang menentukan besar kecilnya pendapatan atau penghasilan seseorang dimasa yang akan datang. Dari penghasilan yang meningkat diharapkan pembayaran/pengembalian pembiayaan pun akan terjamin. Seandainya sebaliknya yaitu calon nasabah tidak mampu menjalankan usahanya dengan baik sehingga penghasilannya menurun, walaupun wataknya baik atau maksud baiknya untuk membayar

cukup menggebu-gebu, tetap saja pengembalian kredit/pembiayaan tidak akan terlaksana karena ketiadaan dana.<sup>15</sup>

Besarnya pendapatan dari suatu usaha yang ditekuni menunjukkan besarnya daya beli seseorang akan suatu barang atau jasa. Sehingga besarnya pendapatan usahanya sangat berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan karena bagaimana tidak, pendapatan usaha adalah merupakan sumber utama untuk mengangsur pembiayaan, dan hal ini terkait dengan kemampuan nasabah mengangsur pembiayaan serta melunasi pembiayaan tersebut.<sup>16</sup>

Perkembangan perbankan syariah di wilayah Kediri saat ini dapat dikatakan meingkat dari tahun sebelumnya. Dapat dibuktikan berdirinya kantor cabang baru dari bank yang ada di Indonesia, diantaranya, Bank Mandiri Syariah, BNI Syariah, BRI Syariah dan Bank Muamalat Indonesia. Beragam upaya yang telah dilakukan oleh suatu perusahaan atau bank dalam meningkat kualitasnya dalam segala hal. Dari meningkatkan kualitas pelayanan, memperbaiki fasilitas yang dimiliki hingga strategi dalam melakukan promosi produk. Hal ini juga dilakukan oleh Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kediri. Tetapi masih terjadi kesenjangan antara pihak Bank dengan harapan nasabah mengenai kinerja dan operasionalnya.

---

<sup>15</sup> H. Rachmat Firdaus dan Maya Aryanti, *Manajemen Perkreditan Bank Umum: Teori, Masalah Kebijakan dan Aplikasinya*, (Bandung: Alfabeta, 2008), hal. 86

<sup>16</sup> Wilson Bangun, *Teori Ekonomi Mikro*, (Bandung: Refka Aditama, 2007), hal. 21.

Peneliti memilih Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Kediri yang notabene cabang dari bank syariah pertama di Indonesia yang digagas oleh Cendekiawan Muslim Indonesia (CMI) dan pengusaha muslim yang didukung oleh Pemerintah Republik Indonesia. Kemudian dewasa ini masih banyak yang belum mengenal bank syariah dengan segala operasionalnya, dan belum banyak mengetahui lembaga mana saja yang menggunakan sistem syariah di wilayah Kediri. Selain itu peneliti ingin mengetahui mengenai berapa besar pengaruh kualitas pelayanan, strategi promosi, tingkat *margin*, tingkat pengetahuan, dan pendapatan nasabah terhadap permintaan pembiayaan murabahah pada Kantor Cabang Pembantu Kediri. Maka peneliti ingin memberikan informasi bahwa melalui faktor kualitas pelayanan, strategi promosi, tingkat margin, tingkat pengetahuan, dan pendapatan nasabah dapat meningkatkan permintaan pembiayaan, sehingga lalu lintas pembayaran akan terus berjalan dengan baik, kemudian dana pihak ketiga dari bank syariah akan mengalami peningkatan.

Berawal dari kondisi tersebut merupakan suatu hal yang menarik untuk diteliti dan dicermati faktor apa saja yang mempengaruhi para anggota dalam permintaan pembiayaan pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kediri. Berdasarkan pemikiran tersebut dalam skripsi ini penulis ingin melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, STRATEGI PROMOSI, TINGKAT MARGIN, TINGKAT PENGETAHUAN, DAN PENDAPATAN NASABAH TERHADAP PERMINTAAN PEMBIAYAAN MURABAHAH PADA**

## **BANK MUAMALAT INDONESIA KANTOR CABANG PEMBANTU KEDIRI”.**

### **B. Identifikasi Masalah**

Permasalahan penelitian yang penulis ajukan dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Prosedur pelayanan Bank Syariah yang belum banyak diketahui nasabah.
2. Strategi promosi dalam menawarkan produk – produk bank syariah yang belum meluas dan belum banyak diketahui masyarakat luas.
3. Penentuan tingkat margin yang belum diketahui dengan baik oleh nasabah.
4. Kurangnya pengetahuan dan pemahaman mengenai sistem pembiayaan murabahah pada bank syariah.
5. Masyarakat / calon nasabah belum mengetahui tingkat pendapatan dapat berpengaruh dalam keputusan mengambil suatu pembiayaan.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka pokok permasalahannya dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan pembiayaan murabahah pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kediri?

2. Apakah strategi promosi berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan pembiayaan murabahah pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kediri?
3. Apakah tingkat margin berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan pembiayaan murabahah pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kediri?
4. Apakah tingkat pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan pembiayaan murabahah pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kediri?
5. Apakah pendapatan nasabah berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan pembiayaan murabahah pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kediri?
6. Apakah kualitas pelayanan, strategi promosi, tingkat margin, tingkat pengetahuan dan pendapatan nasabah berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan pembiayaan murabahah pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kediri?

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

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan jawaban dari persoalan yang menjadi rumusan masalah diatas yang telah diajukan dalam penelitian ini antara lain :

1. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap permintaan pembiayaan murabahah pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kediri.
2. Untuk menguji pengaruh strategi promosi terhadap permintaan pembiayaan murabahah pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kediri.
3. Untuk menguji pengaruh tingkat margin terhadap permintaan pembiayaan murabahah pada Bank Muamalat Kantor Indonesia Cabang Pembantu Kediri.
4. Untuk menguji pengaruh tingkat pengetahuan terhadap permintaan pembiayaan murabahah pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kediri.
5. Untuk menguji pengaruh pendapatan nasabah terhadap permintaan pembiayaan murabahah pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kediri.
6. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, strategi promosi, tingkat margin, tingkat pengetahuan dan pendapatan nasabah terhadap permintaan pembiayaan murabahah pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kediri.

## **E. Kegunaan Penelitian**

### **1. Kegunaan Secara Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan sekaligus mengetahui secara langsung penerapan teori ke praktik dalam perbankan syariah yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, strategi promosi, tingkat margin, tingkat pengetahuan dan pendapatan nasabah yang mempengaruhi permintaan pembiayaan murabahah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kediri dan umumnya pada lembaga keuangan lainnya baik syariah ataupun konvensional.

### **2. Kegunaan Secara Praktis**

#### **a. Untuk Lembaga Yang Diteliti**

Bagi lembaga keuangan yang menjadi tempat penelitian diharapkan penelitian ini mampu memberikan informasi bagi pengelola perbankan syariah lainnya khususnya Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kediri untuk menetapkan kualitas pelayanan, strategi promosi, tingkat margin, tingkat pengetahuan dan pendapatan nasabah dalam pembiayaan dan penerapan nilai syariah dalam menarik nasabah yang lebih banyak lagi serta dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan.

b. Untuk Peneliti Yang Akan Datang

Diharapkan hasil penelitian ini nantinya mampu menjadi bahan referensi dan sebagai rujukan penelitian terdahulu untuk penelitian yang akan datang.

c. Untuk Akademik

Diharapkan penelitian ini bermanfaat bagi pengembangan ilmu, dan sebagai bahan referensi atau rujukan khususnya di Jurusan Perbankan Syariah dan tambahan pustaka pada perpustakaan IAIN Tulungagung.

## **F. Ruang Lingkup dan keterbatasan**

Agar tidak terjadi pembiasan dalam penelitian ini dan adanya keterbatasan waktu, tenaga, kondisi, dan dana, maka dalam penelitian ini akan membatasi pada pengaruh Kualitas Pelayanan, Strategi Promosi, Tingkat Margin, Tingkat Pengetahuan, dan Pendapatan Nasabah terhadap Permintaan Pembiayaan Murabahah pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kediri.

## **G. Penegasan Istilah**

### **1. Konseptual**

a. Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )

Dalam menentukan pembiayaan utamanya dilihat dari kualitas pelayanan, kemudian kepuasan pelanggan memiliki keterkaitan yang erat apabila dengan adanya pelayanan yang baik maka memiliki

kemungkinan sebuah perusahaan dapat memperkuat kesetiaan pelanggan, memenuhi harapan pelanggan, juga dalam peningkatan pangsa pasar.<sup>17</sup>

b. Strategi Promosi ( $X_2$ )

Promosi memudahkan perusahaan untuk memasarkan produknya, karena persaingan yang semakin ketat dan kebebasan konsumen dalam memilih produk yang ditawarkan ke pasar, promosi juga membawa keuntungan baik bagi produsen maupun konsumen.<sup>18</sup> Keuntungan bagi konsumen, konsumen dapat mengetahui tentang suatu produk dan dapat mengatur pengeluarannya lebih baik.

c. Tingkat margin ( $X_3$ )

Besaran margin juga dapat menjadi faktor harga yang dapat mempengaruhi dan mendukung pada lingkup perbankan yaitu memaksimalkan keuntungan dan meminimalkan resiko dengan menetapkan harga jual pada calon nasabah yang akan melakukan permintaan pembiayaan.<sup>19</sup>

d. Tingkat Pengetahuan ( $X_4$ )

Faktor yang penting dalam mengembangkan perbankan syariah adalah pengetahuan. Calon nasabah akan memiliki peluang lebih tepat dan efisien dalam mengolah sekaligus menyaring informasi

---

<sup>17</sup> Nina Indah Febriana, *Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung*, Vol. 03, No. 01, (An-Nisbah, Oktober 2016), hal 150

<sup>18</sup> Irfan Harmoko, *Strategi Pemasaran Produk Bank Syariah dalam Persaingan Bisnis Perbankan Syariah*, Vol.1 No.1, (Wadiah, 2017), hal.12

<sup>19</sup> Nurul Qomariyah, *Penentuan Margin Akad Murabahah pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Malang*, Vol.2 No.2, (2014), hal. 7

dengan baik dan mempermudah dalam menentukan pilihan produk atau jasa.<sup>20</sup>

e. Pendapatan Nasabah ( $X_5$ )

Pendapatan dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup dan perputaran usahanya, juga untuk memenuhi berbagai barang dan jasa yang dibutuhkan. Semakin besar kemampuan faktor produksi maka semakin besar pula pendapatan yang diciptakan.<sup>21</sup> Dari pendapatan yang meningkat diharapkan pembayaran/pengembalian pembiayaan pun akan terjamin.

f. Pembiayaan Murabahah (Y)

Murabahah secara umum diterapkan melalui mekanisme jual beli barang secara cicilan dengan penambahan margin keuntungan bagi bank. Produk ini paling banyak digunakan dalam implementasinya dibanding produk pembiayaan lain.<sup>22</sup>

2. Operasional

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Strategi Promosi, Tingkat Margin, Tingkat Pengetahuan, dan Pendapatan Nasabah terhadap Permintaan Pembiayaan Murabahah pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kediri. Analisis pembiayaan dilakukan untuk mengetahui

---

<sup>20</sup> Rosyidah, Muhammad Nizar, Khoirul Huda, *Analisi Pengetahuan Nasabah Tentang Produk Perbankan (Studi pada Bank Muamalat KCP Malang Kepanjen)*, Vol.10 No.2, 2019), hal. 7

<sup>21</sup> Annisah Dina Muthi'ah, dan Aqidah Asri Suwarsi, *Pengaruh Faktor Pribadi Nasabah terhadap Pengambilan Keputusan Produk Pembiayaan Murabahah di BMT UMY*, (Yogyakarta: UMY, 2018), hal. 4

<sup>22</sup> Mujizatullah, *Kebijakan dan Pelayanan Pembiayaan Murabahah terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah*, Vol. 2 No.1, (Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, 2018), hal. 5

pelayanan yang baik, strategi promosi dalam menawarkan produk , pengetahuan nasabah mengenai tingkat margin, pendapatan nasabah yang memiliki minat dalam produk pembiayaan dan prosedur pembiayaan terhadap pengaruhnya pada calon anggota/nasabah yang akan melakukan permintaan pembiayaan pada Bank Muamalat.

#### **H. Sistematika Penulisan**

**BAB I PENDAHULUAN :** Dalam bab ini penulis menjelaskan mengenai latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah dan sistematika penulisan.

**BAB II LANDASAN TEORI :** Dalam bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kediri yang berisi tentang sejarah singkat, visi dan misi, struktur organisasi dan produk-produk dan variabel yang diteliti. Dalam bab ini berisi tentang teori-teori besar (*grand theory*) dan penelitian terdahulu. Pembahasan dalam bab sub deskripsi teori mencakup teori-teori tentang kualitas pelayanan, strategi promosi, tingkat margin, tingkat pengetahuan, dan pendapatan nasabah, permintaan pembiayaan murabahah.

**BAB III METODE PENELITIAN :** Bab ini menjelaskan tentang tahapan untuk melakukan penelitian yaitu, Pendekatan dan Jenis Penelitian, Populasi, Sampel, dan Sampling, Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran, Teknik Pengumpulan Data, Instrumen Penelitian, dan Teknik Analisa Data.

BAB IV HASIL PENELITIAN : Dalam bab ini menjelaskan Hasil Penelitian.

BAB V PEMBAHASAN: Bab ini membahas tentang hasil penelitian yang sudah diteliti yaitu mencakup pengaruh variabel kualitas pelayanan, strategi promosi, tingkat margin, tingkat pengetahuan, dan pendapatan nasabah terhadap permintaan pembiayaan murabahah pada bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kediri.

BAB VI PENUTUP : Dalam bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dari jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam rumusan masalah serta mengemukakan saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pembaca khususnya.