

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Undang-undang Perbankan Syariah nomor 21 tahun 2008 menyatakan bahwa 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 berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenis terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).¹

Perkembangan perbankan syaria di Indonesia kurang lebih sudah mencapai 23 tahun, terhitung muai lahirnya Bank Muamalat Indonesia secara resmi pada tanggal 1 November 1991 sebagai hasil kerja tim perbankan Majelis Ulama Indonesia (MUI).² Sebagai Negara yang mayoritas penduduknya muslim, Indonesia mempunyai potensi besar untuk memajukan dunia perbankan dengan prinsip syariah dan mengganti posisi perbankan konvensional yang telah mengakar kuat dikalangan penduduk Indonesia. Saat ini perkembangan perbankan syariah di Indonesia semakin pesat dari sisi jaringan kantor sebagai efek dari meningkatnya kebutuhan masyarakat dengan layanan perbankan yang Islami.

Peran pemasaran sangat di butuhkan. Jika bank masih bertindak pasif, maka bisa di kemungkinan produk jasa perbankan tidak akan di kenal oleh masyarakat. lapisan masyarakat. Kegiatan pemasaran tersebut diajukan untuk mempertahankan eksistensi dari perbankan dihati nasabah ataupun calon nasabah. Oleh karena itu

¹ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2011), h. 32-33

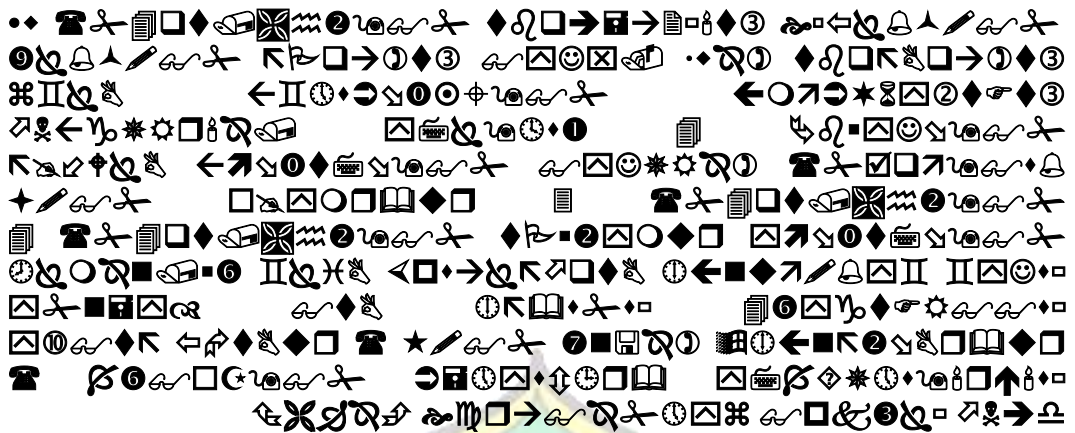
² M Syafi 'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani,2001),h. 25

dari kegiatan pemasaran itu, nasabah dan masyarakat yang lain dapat memperoleh informasi-informasi akurat mengenai produk, pelayanan, dan jasa yang di berikan oleh sebuah bank.

Perilaku konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain: faktor kebudayaan, kelas sosial, keluarga, status, kelompok/komunitas, usia, pekerjaan, gaya hidup, dan lain-lain. Faktor-faktor ini dapat member petunjuk bagi pemasar untuk melayani pembeli secara efektif. Selain faktor tersebut, sensitifitas *religiusitas* juga merupakan faktor pembentuk perilaku konsumen. Dalam Islam, perilaku seorang konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah swt., konsumen muslim lebih memilih jalan yang dibatasi Allah dengan tidak memilih barang haram, tidak kikir, dan tidak tamak supaya kehidupannya selamat, baik di dunia maupun di akhirat

Kasus tertentu, biaya yang terlampau mahal bisa diprotes lembaga konsumen dan bahkan mengundang campur tangan pemerintah untuk menurunkannya. Selain itu, margin laba yang besar cenderung menarik para pesaing untuk masuk ke industri yang sama. Sedangkan bila biaya terlalu murah, pangsa pasar bisa melonjak, namun margin kontribusi dan laba bersih yang diperoleh akan berkurang. Selain itu, sebagian konsumen bisa saja mempersepsikan kualitasnya jelek.

Penentuan administrasi bank berdasarkan prinsip syariah juga berbeda dengan bank konvensional. Penentuan administrasi dan harga yang berlaku pada bank syariah harus sesuai dengan prinsip syariah dengan dasar hukum QS.Al-Baqarah /2:275



Terjemahnya :

“Orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.(Q.S.Al-Baqarah/2:275)”³

Rasulullah juga bersabda mengenai larangan riba

عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ حَنْظَلَةَ غَسِيلِ الْمَلَائِكَةِ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ دِرْهَمٌ رِبَاً يَأْكُلُهُ الرَّجُلُ وَهُوَ يَعْلَمُ أَشَدُّ مِنْ سِتَّةٍ وَثَلَاثِينَ زَنْبِيَةً

Artinya :

“Dari ‘Abdullah bin Hanzhalah, yang dimandikan oleh para malaikat, ia berkata; Rasulullah Shallallahu’alaihi wasallam bersabda: “Satu dirham hasil riba yang dimakan seseorang sementara ia mengetahuinya, itu lebih buruk dari tigapuluh kali berzina.” (HR. Ahmad).⁴

³ Departemen Agama RI. *al-Qur’an Dan Terjemahnya*, Lajnah Pentashih Mushaf Al-Qur’an CV AL WAAH, Bandung, 2004. H. 58

⁴<http://koneksi-indonesia.org/2014/hadits-hadits-tentang-riba-bahayanya-dampaknya-terhadap-ekonomi-dan-dosa-dosanya/> diakses , Tanggal 19 september 2019, Pukul 20.00 wita

Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan, kepuasan nasabah adalah hal pokok yang tidak boleh diabaikan, dimana kepuasan nasabah merupakan aspek strategis dalam memenangkan persaingan mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas. Kepuasan nasabah ditentukan oleh kualitas produk dan layanan yang dikehendaki nasabah, sehingga jaminan kualitas menjadi kualitas utama bagi suatu perusahaan.⁵

Kepuasan nasabah telah menjadi konsep sentral dalam teori dan praktek pemasaran, serta merupakan salah satu tujuan esensial bagi aktifitas bisnis. Kepuasan nasabah berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas nasabah dan meningkatkan reputasi bank. Hal ini menjadikan kepuasan nasabah menjadi penting berkaitan dengan persaingan yang makin ketat, serta tingkat kerugian dan keuntungan bank. Kepuasan nasabah dapat ditinjau dari beberapa aspek diantaranya melalui aspek produk dan biaya administrasi yang dibebankan pada nasabah.

Berdasarkan uraian diatas, maka perlu adanya penelitian faktor yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas nasabah dari beberapa sudut pandang. Adapaun penelitian yang dilakukan penulis adalah “ **Pengaruh Administrasi Pembiayaan Griya Faedah Bersubsidi Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank BRI Syariah**”

⁵ *Ibid H.3*

B. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas maka penelitian ini dibatasi, agar lebih terfokus dalam pembahasan. Masalah yang diteliti adalah Pengaruh Administrasi Pembiayaan Griya Faedah Bersubsidi Terhadap Kepuasan Nasabah.

C. Rumusan Masalah

“Apakah Administrasi pembiayaan Griya Faedah Bersubsidi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah” ?

D. Tujuan Penelitian

“Untuk Mengetahui Apakah Administrasi Pembiayaan Griya Faedah Bersubsidi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah”

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini ialah :

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran terhadap pengembangan ilmu pengetahuan khususnya Ilmu perbankan syariah mengenai produk pembiayaan griya faedah dan dapat di gunakan sebagai dasar perluasan penelitian terutama di bidang manajemen perbankan syariah.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sarana untuk melatih berfikir ilmiah dengan berdasar pada disiplin ilmu yang diperoleh pada bangku perkuliahan khususnya lingkup manajemen

perbankan syariah dan menerapkan pada data yang diperoleh dari objek penelitian

- b. Bagi kalangan akademik dan pembaca hasil penelitian ini kiranya dapat menambah khsanah perpustakaan dengan referensi bagi peneliti selanjutnya
- c. Bagi objek penelitian dapat digunakan sebagai bahan informasi dalam memperbaiki diri dan memberikan layanan terbaik bagi nasabah

