

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Rumah merupakan impian setiap orang, terlebih rumah yang tergolong layak huni, sehat, dan nyaman. Rumah juga merupakan tempat berkumpulnya anggota keluarga, ibadah, istirahat, serta perlindungan dari gangguan alam. Keinginan masyarakat untuk memiliki rumah, sering terbentur dengan kepemilikan dana, sehingga Kebutuhan Pemilikan Rumah (KPR), menjadi solusi untuk dapat memiliki rumah dengan cara angsuran. Pemerintah memfasilitasi intermediari para pengembang untuk membangun dan para masyarakat sebagai konsumen melibatkan institusi pembiayaan formal yaitu bank.

Proses kredit untuk jenis KPR sangat sederhana, tidak serumit menganalisis kredit komersial umumnya. Analisisnya tinggal berdasarkan pertimbangan berapa gaji atau pendapatan bersih bulanan untuk memperoleh kredit sekian dengan jangka waktu sekian. Faktor agunan juga tidak menjadi masalah karena agunan yang diserahkan ke bank tak lain adalah rumah yang akan dibeli atau dibangun. Menilai agunan rumah juga tidak serumit menilai agunan berupa pabrik dan isinya. Kadang pihak

bank meminta bantuan konsultan penilai atau *appraisal* untuk hal ini. (Ristante, 2008: 25)

Seiring banyaknya minat masyarakat untuk memiliki rumah melalui KPR, banyak institusi yang bergerak dalam kegiatan kepemilikan perumahan, baik yang dilakukan swasta maupun pemerintah. Oleh sebab itu, pemerintah melalui Peraturan Menteri Negara Perumahan Rakyat Nomor 13 Tahun 2010 Tentang Tata Cara Pelaksanaan KPR Bersubsidi Dan KPR Syariah Bersubsidi Serta KPR Sarusuna Bersubsidi Dan KPR Sarusuna Syariah Bersubsidi, berupaya memenuhi dan memfasilitasi kemudahan masyarakat untuk memiliki hunian. ([http://pembiayaan.kemenpera.go.id/new/regulasi/Permenpera Nomor 13 Tahun 2010.pdf](http://pembiayaan.kemenpera.go.id/new/regulasi/Permenpera%20Nomor%2013%20Tahun%202010.pdf))

Bagi hasil KPR yang diberikan cukup murah hanya 8% untuk perumahan subsidi dan 12% untuk perumahan komersial. Jika perbankan lain menerapkan suku bunga yang relatif murah di awal dua tahun pertama lalu di tahun ketiga mengikuti BI rate, khusus perbankan syariah menerapkan metode yang berbeda yang dapat meringankan konsumen dengan menetapkan suku bunga flat. BTN Syariah targetkan pertumbuhan KPR 25%. Bank Tabungan Negara (BTN) Yogyakarta tahun ini mengejar target pertumbuhan pembiayaan perumahan 25%. BTN Syariah masih

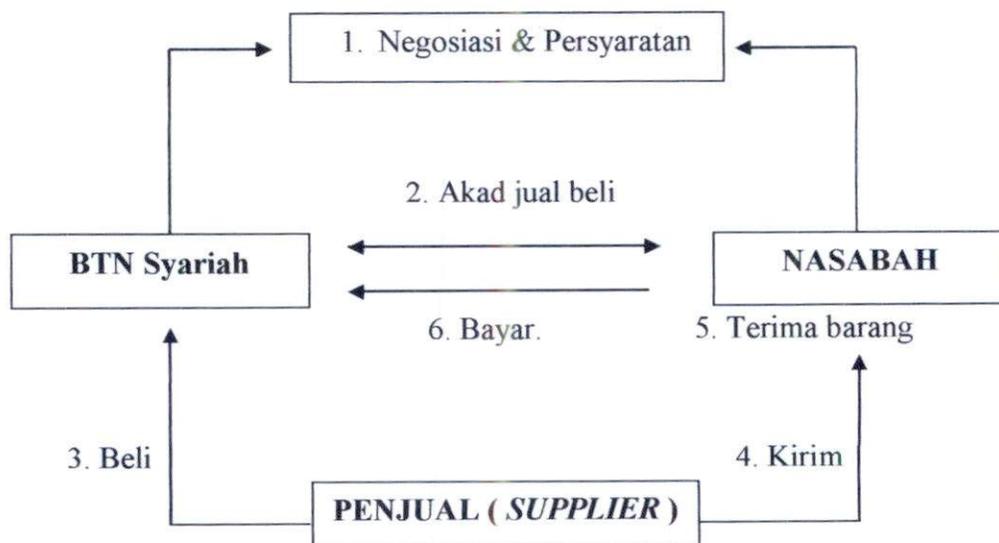
memfokuskan diri di sektor pembiayaan perumahan dengan target penyerapan Rp180 M. (<http://m.sindonews.com>)

Sebagai salah satu bank yang juga memprioritaskan pada pembiayaan sekaligus bank yang berpengalaman serta menempati peringkat pertama sebagai bank yang mempelopori KPR, Bank BTN juga memiliki keinginan untuk membantu masyarakat Indonesia pada umumnya. Hal ini dibuktikan dengan konsistensi mereka yang lebih dari enam dekade yang senantiasa konsisten dan dikonsentrasikan pada tiga sektor yakni KPR dan perbankan konsumen, perumahan dan komersial, serta perbankan syariah.

Persepsi merupakan proses yang digunakan individu mengelola dan menafsirkan kesan indera mereka dalam rangka memberikan makna kepada lingkungan mereka. Meski demikian yang dipersepsikan seorang dapat berbeda dari kenyataan yang obyektif (Robbins, 2006).

Pada KPR Syariah, lazim menggunakan pembiayaan model *murabahah* dan model *musyarakah mutanaqishah*. Model pembiayaan *murabahah* memiliki prinsip yaitu perjanjian antara dua pihak, yaitu pihak pertama sebagai pemilik dana (*shahibul maal*) dan pihak kedua

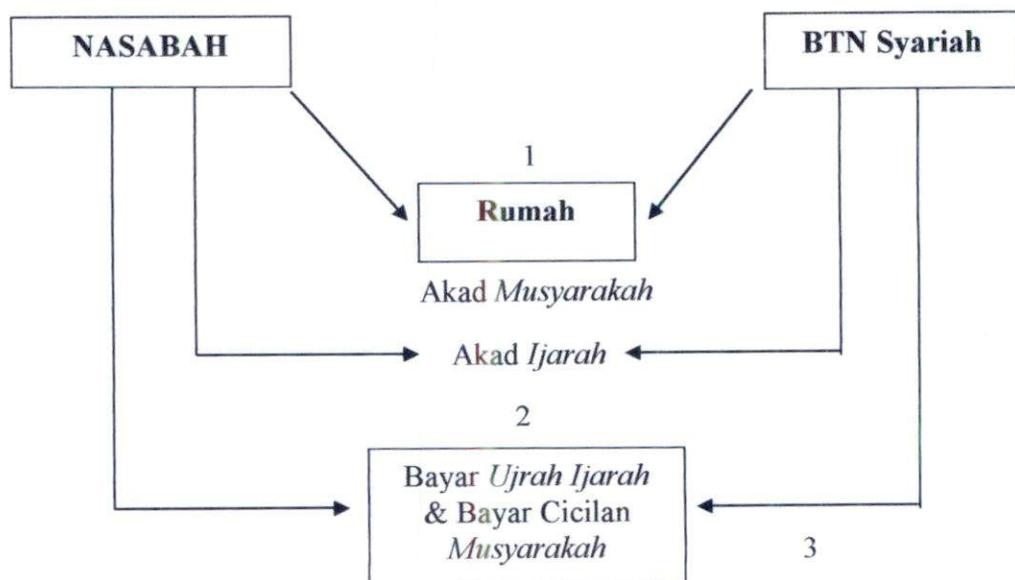
yaitu pengelola dana (*mudharib*) untuk mengelola suatu kegiatan ekonomi dengan menyepakati nisbah bagi hasil atas keuntungan yang diperoleh, sedangkan kerugian yang timbul merupakan resiko pemilik dana sepanjang tidak terdapat bukti bahwa *mudharib* melakukan kecurangan atau tindakan yang tidak amanah/*misconduct* (Umam, 2013 : 28).



Gambar: 1.1 Skema *Murabahah*

Model musyarakah mutanaqishah dan pembiayaan ini terdapat unsur kerjasama antar bank dan nasabah untuk membeli sebuah hunian syariah. Keduanya sepakat mengakui atas kepemilikan tanah dan bangunan sesuai dengan porsi masing-masing. Sejak berlakunya akad

tersebut bukti kepemilikan tanah dan bangunan diatas namakan nasabah sesuai persetujuan bank. Terkait hal tersebut maka timbul akad ijarah yang mengikuti akad *musyarakah mutanaqishah*. Adanya unsur sewa ini yang membedakan antara KPR syariah dan KPR konvensional. Namun tidak ubahnya pembayaran sewa tersebut sama halnya dengan adanya bunga/riba pada bank konvensional. Asas adanya jaminan dalam akad pembiayaan ini hampir membuat tidak adanya perbedaan antar bank konvensional dengan bank syariah.



Gambar: 1.2 Skema *Musyarakah mutanaqishah*

Namun pembiayaan menggunakan *murabahah* masih menjadi prioritas dan sudah lama berlangsung, dibanding pembiayaan *musyarakah mutanaqishah*.

*Murabahah* merupakan bagian dari jual beli dan sistem ini mendominasi produk-produk yang ada di semua bank Islam. Dalam Islam, jual beli merupakan salah satu sarana tolong menolong antara sesama umat manusia yang diridhai oleh Allah SWT (Muhammad , 2009: 58). Hal tersebut sudah tercantum pada firman Allah, dalam Q.S. An-Nisa': 29, yaitu:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَأْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ  
بِالْبَاطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ بَیْكُم مِّمَّا رَآضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوْا  
اَنْفُسَكُمْ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا ﴿٢٩﴾

“Hai orang-orang yang beriman janganlah kamu makan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu” (Departemen Agama, 2002: 108).

Dalam akad *murabahah*, nasabah mengajukan pembiayaan ke bank untuk membeli rumah, kemudian bank mewakilkan nasabah

untuk membeli rumah tersebut. Setelah itu, bank menjual rumah tersebut pada nasabah dengan cara angsuran. Ketika menjual rumah kepada nasabah, bank berhak meminta margin keuntungan dari nasabah yang besarnya berdasarkan akad yang disepakati.

Setiap kegiatan usaha yang didirikan bertujuan untuk mencari keuntungan, begitu juga pada sektor perbankan. Meski sebagai perusahaan bank selalu berburu sektor-sektor bisnis yang menguntungkan, namun bukan berarti bank akan sembarangan menyalurkan kredit tanpa memperhatikan risiko. Tinggi rendah risiko kredit akan menjadi pertimbangan utama apakah bank akan membiayai bisnis tersebut atau tidak (Ristanto, 2008: 23).

Langkah yang ditempuh dalam kegiatan usaha harus sangat diperhitungkan, mengingat setiap langkah pasti memiliki risiko, dan risiko tersebut harus dapat seminimal mungkin ditemui. Pengidentifikasian risiko itu merupakan proses penganalisaan untuk menemukan secara sistematis dan secara berkesinambungan risiko (kerugian yang potensial) yang menantang perusahaan (Darmawi, 2006: 35).

Menurut Kotler & Armstrong (1997:48), "Bauran pemasaran atau *marketing mix* adalah perangkat alat pemasaran taktis yang dapat

dikendalikan, produk, harga, distribusi, dan promosi yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkan dalam pasar sasaran. “*Marketing mix* adalah strategi mengkombinasikan kegiatan-kegiatan *marketing*, agar tercipta kombinasi maksimal sehingga memunculkan hasil paling memuaskan” (Alma, 2005:205).

Dalam menjalankan kegiatan perbankan, bank syariah juga tak lepas dari risiko yang mungkin terjadi. Banyak hal yang memungkinkan risiko itu muncul. Pada akad *murabahah* yang ada dalam KPR Syariah juga berpeluang memunculkan risiko, baik masalah uang muka atau angsuran pembiayaan. Namun hingga sekarang yang sangat banyak dijumpai adalah pembiayaan bermasalah yang pada umumnya angsuran yang tidak lancar hingga terhentinya angsuran pembiayaan atau wanprestasi dan juga strategi pemasaran tiap bank berbeda dan untuk mengetahuinya sejauh mana efektifitas pemasaran yang telah dilakukan oleh bank tersebut.

Hasil bauran pemasaran juga berkaitan dengan keputusan nasabah dalam menentukan pilihan bank syariah yang akan dia pilih, jadi servis yang diberikan marketing terhadap nasabah merupakan salah satu daya tarik bagi nasabah dalam keputusan memilih bank

atau produk. Sehingga dengan demikian akan timbul persepsi dari nasabah tersebut.

Unit Usaha Syariah PT. Bank Tabungan Negara (BTN) Jogja yang menargetkan pertumbuhan 25% tahun 2015, maka dengan demikian BTN Syariah masih memfokuskan diri disektor pembiayaan perumahan (KPR) dengan target penyerapan sebesar RP 180 miliar . Dengan cukup baiknya pencapaian yang telah dilakukan selama 2014, pembiayaan BTN Syariah tumbuh 24% dibandingkan 2013. Pada tahun 2014 pencapaian pembiayaan perumahan sebesar RP 150 M dengan jumlah nasabah pembiayaan KPR mencapai 4.000-5.000 nasabah pada 2015. Kecenderungan masyarakat juga pada umumnya meminati perumahan tipe 36 keatas. Di DIY nasabah lebih menyukai rumah-rumah tipe komersil dibandingkan tipe subsidi tipe 27 dan 36. Kemudahan yang diberikan yang diberikan apabila persyaratan telah dilengkapi maka akan diproses dalam tiga hari, namun apabila belum lengkap akan ditunggu sampai diperlengkapi. Dan dengan peningkatan kinerja dua kantor layanan syariah baik di Kota Baru, Jogja maupun Condongcatur, Sleman serta 15 unit outlet BTN Konvensional yang mana juga bisa melayani nasabah BTN Syariah. Dengan bunga *fix* dari awal sampai jatuh tempo yang diberikan

sebesar 8% untuk perumahan subsidi dan 12% untuk perumahan komersil yang mana juga ditujukan untuk menyasar nasabah dengan penghasilan dibawah 2,5 juta perbulan untuk perumahan bersubsidi ([www.solopos.com](http://www.solopos.com)).

Sampai di sini penulis merasa perlu kiranya dilakukan sebuah penelitian yang mengedepankan persepsi yang ditimbulkan nasabah khususnya dalam pembiayaan kepemilikan rumah (KPR) Syariah dengan akad *murabahah*, ini sengaja penulis mengambil reponden nasabah dimaksudkan sebagai tolak ukur bagi pihak bank syariah bagaimana sistem pembiayaan kepemilikan rumah (KPR) Syariah tersebut dapat dipersepsikan serta dicermati hal-hal mana saja yang sekiranya menjadi kekurangan tentunya harus segera dibenahi guna tercapainya keadilan secara merata.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis memfokuskan penelitian terhadap pembiayaan kepemilikan rumah (KPR) Syariah dengan akad *murabahah*, sehingga penulis tertarik untuk menyusun skripsi yang berjudul "PENGARUH PERSEPSI NASABAH DAN *MARKETING MIX* TERHADAP PEMBIAYAAN KEPEMILIKAN RUMAH (KPR) DENGAN AKAD MURABAHAH

DI BANK TABUNGAN NEGARA (BTN) SYARIAH CABANG YOGYAKARTA”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang masalah di atas dan untuk memeperjelas arah penelitian maka masalah yang akan dirumuskan adalah :

1. Apakah *marketing mix* berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam Kebutuhan Pemilikan Rumah (KPR) syariah dengan akad murabahah di BTN syariah cabang Yogyakarta ?
2. Apakah persepsi nasabah berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam Kebutuhan Pemilikan Rumah (KPR) syariah dengan akad murabahah di BTN Syariah ?

## **C. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan di atas maka tujuan penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengkaji :

- a. Untuk menjelaskan bagaimana pengaruh *marketing mix* terhadap keputusan nasabah dalam Kebutuhan

Pemilikan Rumah (KPR) syariah dengan akad *murabahah* di BTN Syariah Cabang Yogyakarta.

- b. Untuk menjelaskan pengaruh persepsi nasabah terhadap keputusan nasabah dalam Kebutuhan Pemilikan Rumah (KPR) syariah dengan akad *murabahah* di BTN Syariah Cabang Yogyakarta.

## 2. Kegunaan Penelitian

### a. Kegunaan Akademis

Dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu Perbankan Syariah pada umumnya dan keuangan Islam pada khususnya mengenai pembiayaan Kebutuhan Pemilikan Rumah (KPR) Syariah serta menjadi rujukan bagi peneliti selanjutnya.

### b. Aspek Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan bagi BTN Syariah Cabang Yogyakarta serta pihak terkait di dalam pengambilan kebijakan, khususnya mengenai anggapan atau persepsi nasabah terhadap Kebutuhan Pemilikan Rumah (KPR) Syariah di

BTN Syariah Cabang Yogyakarta sehingga nasabah dapat mengerti dengan jelas tentang pembiayaan KPR Syariah di BTN Syariah Cabang Yogyakarta.