

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia selalu dibawah bayang-bayang Perbankan Konvensional, padahal Perbankan Syariah berkembang pesat terutama sejak ditetapkannya dasar-dasar hukum operasional tentang perbankan melalui UU No. 7 tahun 1992, yang kemudian diubah dalam UU No. 10 tahun 1998 dan terbaru dipertegas dengan Undang-Undang No 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

Selanjutnya pengertian Perbankan menurut Undang-Undang No.10 Tahun 1998, adalah suatu badan usaha menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.¹

¹ Kasmir, *Pemasaran Bank, cetakan ke-lima*, (Jakarta,Kencana:2015), h.8.

Oleh karena itu, perbedaan mendasar antara Perbankan Syariah dan Perbankan Konvensional yaitu terletak pada *Riba* sebagai batasan dalam Perbankan Syariah, terlebih lagi investasi dan kegiatan usaha pada Perbankan Syariah hanya untuk yang dikategorikan halal, dan Perbankan Syariah membangun sistem bagi hasil sebagai prinsip dasar operasionalnya dan memenuhi prinsip Islam, yang tentu saja tidak dapat ditampung oleh sistem pada Perbankan Konvensional.

Di Indonesia perkembangan disektor Perbankan terbilang pesat terutama dengan terobosan-terobosan produk pada bank yang lebih merata baik dari kelas menengah-keatas maupun menengah-kebawah. Salah satu produk perbankan dalam sektor pembiayaan yaitu Pemberian Kredit Pemilikan Rumah (KPR). Produk KPR pada perbankan tentunya beragam baik dari KPR pada Perbankan Syariah maupun KPR pada Perbankan Konvensional.

Perkembangan produk KPR ini sangatlah dibutuhkan oleh masyarakat dikarenakan seiring terus bertambahnya jumlah penduduk di daerah pandeglang, terutama di kecamatan Kaduhejo ini terbukti pada data BPS kabupaten pandeglang, jumlah penduduk kecamatan kadu hejo berjumlah 42,279, tingginya kepadatan penduduk akan berpengaruh terutama menyangkut akan pemenuhan kebutuhan perumahan.² Hal ini menunjukkan memang jumlah penduduk ini juga mempengaruhi bertambahnya masyarakat yang membutuhkan rumah atau tempat tinggal ditambah lagi dari presentase rumah tinggal menurut fasilitas perumahan di kabupaten pandeglang yang memiliki rumah sendiri 93.07%.³ Memiliki rumah sendiri adalah suatu impian semua manusia, terlebih lagi tempat tinggal ini sering dijadikan patokan kesuksesan suatu masyarakat dalam karir nya, namun

² Badan Pusat Statistik Kabupaten Pandeglang, *Kecamatan Kaduhejo Dalam Angka Kaduhejo District In Figures*, (Pandeglang, BPS Kabupaten Pandeglang, 2017),h.19.

³ Dinas Komunikasi, Informatika, Sandi Dan Statistik Kabupaten Pandeglang, *Makro Sosial Budaya Kabupaten Pandeglang*, (Pandeglang: Dinas Komunikasi, Informatika, Sandi Dan Statistik Kabupaten Pandeglang, 2020),h.16.

memang memiliki suatu rumah perlu adanya perencanaan yang matang baik membeli, menyewa ataulainnya, karena membeli rumah membutuhkan waktu yang lama dan harga yang tidak sedikit. Selanjutnya harga tanah didaerah desa sukasari selalu mengalami kenaikan, ini menjadi pertimbangan ataupun kendala bagi masyarakat dalam memiliki tempat tinggal sendiri.

Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) adalah kredit jangka panjang yang diberikan oleh lembaga Keuangan (Perbankan) kepada debiturnya untuk mendirikan atau memiliki rumah di atas sebuah lahan dengan jaminan sertifikat kepemilikan rumah dan lahan itu sendiri⁴

Sedangkan KPR Syariah adalah pembiayaan pemilikan rumah secara syariah dan ada beberapa akad dalam KPR syariah yakni, jual beli tegaskan untung (Murabahah), jual beli dengan termin dan konstruksi (Istishna), sewa berakhir lanjut milik (Ijarah Muntahiya

⁴ Suprayitno Marlan Kuswati, *Cara Gampang Membeli Rumah Tanpa Modal*, (Publishing Langit:2015), h.87

Bit Tamlik), kongsi berkurang bersama sewa (Musyarakah Mutanaqisoh).⁵

Selanjutnya terdapat perbedaan antara aspek-aspek KPR pada Perbankan Syariah dengan KPR pada Perbankan Konvensional yaitu terletak pada aspek hukum, yang dimana prinsip KPR Perbankan Syariah dalam kegiatan operasionalnya harus berdasarkan prinsip bagi hasil, yang tertera pada UU perbankan No. 7 Tahun 1992 tentang berdasarkan prinsip-prinsip bagi hasil, selanjutnya pada UU 1998 muncul No.10 tentang perubahan UU No.7 Tahun 1992 yaitu dimana terdapat beberapa perubahan yang memberikan peluang yang lebih besar bagi pengembangan Perbankan Syariah.⁶

Jika berbicara tentang aspek-aspek di KPR tentu saja berkaitan dengan aspek-aspek perkreditan antara lain, aspek modal, aspek pemasaran kredit, aspek penyediaan sumber-sumber dana, aspek manajemen, aspek tenaga

⁵ Ahmad Ifham, *Ini Lho Kpr Syariah!*, (Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama: 2017), h. 33-34

⁶ Gemala Dewi, *Aspek-Aspek Hukum Dalam perbankan dan perasuransian syariah di Indonesia*, (Jakarta: kencana, cetakan kelima,2017)h.58-59

kerja, aspek legal dan aspek makro ekonomi.⁷ Itulah aspek-aspek yang sebenarnya harus diketahui sebelum melakukan perkreditan, terutama pada aspek-aspek yang menyangkut KPR dan memahami prosedur-prosedur dalam permohonan kredit, tentu saja itu akan lebih memudahkan masyarakat mengetahui akan aspek-aspek yang berada di KPR baik dari Perbankan Syariah maupun Perbankan Konvensional.

Untuk saat ini sudah banyak lembaga keuangan yang menawarkan produk KPR ini baik dari Bank Syariah maupun dari Bank Konvensional, sehingga konsumen memiliki alternatif dalam memiliki KPR ini, tentu saja dalam menentukan pilihannya terhadap KPR ini nasabah harus memperhatikan faktor-faktor lain dalam memilih KPR ini. Salah satu faktor yang harus diperhatikan yaitu faktor Harga, Promosi dan Lokasi, karena ketiga faktor ini akan berpengaruh terhadap besarnya angsuran yang akan dibayar disetiap bulannya dan total angsuran sampai

⁷ Ikatan Bankir Indonesia (IBI), *Bisnis Kredit Perbankan*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka utama, 2015), h.316.

pembiayaan atau kredit yang dipilih berakhir, promosi yang menarikpun akan memudahkan konsumen dalam memilih, serta kenyamanan KPR yang di pilih yang tentu saja lokasinya strategis ke tempat kerja pengguna KPR nantinya. Namun, keutamaan Perbankan Syariah terletak dimana Bank Syariah tidak mengenal bunga (*riba*) dikarenakan Bank Syariah mengedepankan sistem bagi hasil, yang dimana semua transaksi disepakati diawal transaksi antara kesepakatan nasabah dan Bank (*Akad*).

Di zaman yang kompetitif ini, Bank Syariah tentunya secara tidak langsung harus berorientasi kepada kepuasan nasabah, mengenai hal itu terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi tercapai atau tidak tercapainya kepuasan nasabah, apabila tingkat kepuasan nasabah tinggi maka akan meningkatkan loyalitas nasabah sehingga nasabah tidak mudah berpindah dari Bank Syariah terutama pada produk KPR yang ditawarkan oleh Bank Syariah. Sebaliknya jika tingkat kepuasan nasabah rendah akan menyebabkan kekecewaan pada nasabah,

sehingga nasabah akan mencari Bank lainnya yang memiliki tingkat kepuasan dan jaminan yang lebih meyakinkan dan menjanjikan, karena kepuasan nasabah merupakan sasaran utama dalam konsep pemasaran Bank.⁸

Seorang konsumen dalam memilih sebuah produk tentu bukan semata-mata karena dorongan kebutuhan semata, faktor pribadi, psikologis, dan sosial juga menjadi pertimbangan bagi seorang konsumen dalam memilih produk tertentu.⁹ Maka faktor pribadi biasanya meliputi karakteristik individunya, seperti usia pembeli dan tahap siklus hidup pembeli, pekerjaan, kondisi ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan kondisi ekonomi.¹⁰ Selanjutnya, faktor psikologis yang mempengaruhi perilaku konsumen biasanya adalah pengetahuan (*learning*), serta keyakinan dan sikap. Faktor yang

⁸ Roni Andespa, Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan – Volume 2, No.1: *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah*, Januari – Juni 2017, H.44-45

⁹ W.M. Pride, O.C. Ferrel, *Pemasaran: Teori dan Praktek Sehari Hari* (Jakarta: Erlangga, 1995),h.211

¹⁰ Danang Sunyonto, *Prilaku Konsumen dan Pemasaran* (Jakarta: PT. Buku Seru, 2015),h. 42

terakhir dari faktor-faktor di atas yaitu faktor sosial seperti perilaku kelompok acuan (kelompok referensi), dari faktor tersebut munculah yang dinamakan perilaku konsumen.

Menurut James F. Engel dalam bukunya “Manajemen Pemasaran” yang ditulis oleh Agustina Shinta, bahwa yang dimaksud perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang dan jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakannya.¹¹

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menggunakan KPR di Bank Syariah, hal pertama adalah harga/biaya yang diberikan, nasabah/masyarakat cenderung memilih lembaga keuangan yang menawarkan biaya yang rendah.¹² Harga cenderung menjadi faktor yang mempengaruhi perilaku

¹¹ Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran* (Malang: UB Press, 2011),h. 40-41

¹² Veithzal Rival Dkk, *Financial Institution Managemen (Manajemen Kelembagaan Keuangan)*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013), hal.491.

konsumen, nasabah atau masyarakat akan membandingkan harga dan mencari yang paling sesuai dengan kondisi finansial masyarakat tersebut, dan masyarakat/nasabah juga menilai terlebih dahulu apakah harga yang ditawarkan KPR di Bank Syariah itu sesuai dengan manfaat yang diperoleh.

Tidak dapat dipungkiri bahwa promosi menjadi pertimbangan seseorang nasabah dalam memilih atau menggunakan KPR di Bank Syariah, karena promosi adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menonjolkan keistimewaan-keistimewaan produknya dan membujuk masyarakat/nasabah untuk membelinya.¹³ Promosi ini menjadi faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen, nasabah/masyarakat akan membandingkan promosi yang dilakukan oleh suatu lembaga-lembaga yang menjadi pertimbangannya dalam memilih produk yang ditawarkan. Dalam hal ini, produk yang ditawarkan yaitu KPR di Bank Syariah.

¹³ Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran* (Malang: UB Press, 2011),h.127

Lokasi tentu saja menjadi bahan pertimbangan seorang nasabah/konsumen dalam menggunakan KPR di Bank Syariah maupun konvensional, karena sebuah KPR dengan strategis lokasi yang mudah di akses nasabah/konsumen dengan kendaraan umum maupun kendaraan pribadi akan lebih menarik, dibanding jika lokasinya jauh dari jangkauan umum. Hal ini karena lokasi suatu usaha strategis pastinya akan mendorong minat masyarakat tersebut untuk menggunakan/membeli karena akses kemudahan sangat penting bagi nasabah/konsumen.¹⁴

Maka sama halnya dengan perilaku nasabah dalam menentukan minatnya untuk menggunakan produk terutama produk KPR Perbankan Syariah, pemilihan produk KPR pada Perbankan Syariah oleh nasabah dilakukan dengan perencanaan oleh nasabah, lalu memilih dan akhirnya mengambil keputusan Bank Syariah mana

¹⁴ Titik Suryani, *Manajemen Pemasaran Strategis Bank Di Era Global*, (Jakarta: Prenada Media, 2017), hal.39.

dan produk apa saja yang sesuai dengan kebutuhan, serta dapat diambil manfaatnya oleh nasabah tersebut.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan di atas, dan belum ada penelitian yang mengkaji tentang Pengaruh harga, promosi dan lokasi terhadap minat masyarakat menggunakan KPR pada Bank Syariah di Desa Sukasari Pandeglang-Banten. Maka peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian yang berjudul **Analisis Pengaruh Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Minat masyarakat Menggunakan Produk KPR Pada Perbankan Syariah (Studi pada Masyarakat Desa Sukasari Pandeglang-Banten).**

1.2 Identifikasi masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka identifikasi masalah dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Harga yang dibebankan kepada masyarakat Desa Sukasari yang menggunakan KPR di Bank Syariah.

2. Promosi yang dilakukan KPR Bank Syariah kepada masyarakat desa sukasari.
3. Lokasi KPR Bank Syariah yang berada di Desa Sukasari Pandeglang Banten.

1.3 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, penulis memiliki batasan masalah dengan tujuan agar pembahasan dari penelitian ini tetap pada koridor penelitian. Adapun batasan permasalahan yang diberikan yaitu bahwa penelitian ini hanya membahas tentang pengaruh Harga, Promosi dan Lokasi terhadap minat masyarakat Desa Sukasari Kecamatan Kaduhejo Pandeglang Banten menggunakan KPR di Bank Syariah dan berfokus pada masyarakat yang telah menggunakan KPR di Bank syariah

1.4 Perumusan Masalah

1. Apakah Harga berpengaruh terhadap minat masyarakat Desa Sukasari Pandeglang-Banten dalam menggunakan KPR Bank Syariah?

2. Apakah Promosi berpengaruh terhadap minat masyarakat Desa Sukasari Pandeglang-Banten dalam menggunakan KPR Bank Syariah?
3. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap minat masyarakat Desa Sukasari Pandeglang-Banten dalam menggunakan KPR Bank Syariah?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat masyarakat Desa Sukasari Pandeglang Banten dalam menggunakan KPR Bank Syariah.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat masyarakat Desa Sukasari Pandeglang Banten dalam menggunakan KPR Bank Syariah.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap minat masyarakat Desa Sukasari Pandeglang Banten dalam menggunakan KPR Bank Syariah.

1.6 Manfaat/Signifikansi Penelitian

1. Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan para pembaca, serta dapat menambah rujukan untuk referensi pembaca yang ingin melakukan penelitian mengenai pengaruh harga, promosi dan lokasi terhadap minat masyarakat Kota Pandeglang-Banten menggunakan produk KPR pada Perbankan Syariah.

2. Lembaga Perbankan Syariah

Hasil ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang baik bagi perbankan syariah di Indonesia terutama di Kota Pandeglang-Banten dalam proses meningkatkan kinerja keuangan dari aspek keuangan dan minat, serta pengetahuan masyarakat terhadap produk KPR di Bank Syariah secara luas dan merata terkhusus pada produk KPR bank syariah, dan diharapkan dijadikan bahan pertimbangan untuk pengambilan informasi bagi bank, dan dapat digunakan

seefektif mungkin sehingga mampu meningkatkan pengetahuan masyarakat terhadap produk KPR pada Perbankan di Desa Sukasari Pandeglang-Banten.

3. Peneliti

Bagi peneliti sendiri, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana belajar untuk mengidentifikasi dan menganalisis permasalahan yang ada pada perbankan syariah, sehingga dapat memperluas dan memperkaya ilmu pengetahuan, khususnya menyangkut tentang produk KPR pada perbankan syariah.

1.7 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini meliputi latar belakang, idenfitikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang landasan teori-teori sebagai hasil dari studi pustaka. Teori yang didapat menjadi landasan pendukung mengenai masalah yang diteliti oleh penulis, hal yang dikemukakan dalam landasan teori diantaranya meliputi perilaku konsumen, teori tentang minat, harga, promosi, lokasi, hubungan antar variable X dengan variabel Y, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang waktu dan tempat penelitian, populasi dan sampel, operasional variabel, jenis metode analisis yang digunakan dalam penelitian dan teknik pengumpulan data serta teknik analisis data yang digunakan penulis.

BAB IV : PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang dimana peneliti akan mengolah data yang telah diperolehnya. Yang akan diuraikan dalam bab ini meliputi deskripsi objek penelitian, analisis data, pengujian hipotesis dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V: PENUTUP

Bab ini merupakan titik terakhir dalam sebuah penelitian, Bab ini akan menguraikan tentang kesimpulan dan hasil penelitian, keterbatasan pada penelitian serta saran yang diberikan berkaitan dengan penelitian dan penutup.