

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kegiatan usaha yang lazim dilakukan oleh bank dalam menanamkan dana mereka adalah pemberian kredit, investasi, surat berharga, mendanai transaksi perdagangan internasional, penempatan dana pada bank lain, dan penyertaan modal saham. Semua kegiatan menanamkan dana tersebut diatas tidak terlepas dari resiko tidak terbayar kembali, baik sebagian maupun seluruhnya. Di sebagian besar Negara di dunia ini, dari seluruh dana bank yang ditanamkan pada keempat jenis usaha tersebut diatas, kredit merupakan bagian terbesar dari harta operasional dan harta bank secara keseluruhan. Jumlah dana bank di berbagai Negara yang ditanam dalam kredit, berkisar sekitar 50 sampai 75 % dari seluruh harta yang mereka miliki.¹

Kredit terdiri dari beberapa jenis bila dilihat dari berbagai pandangan. Dalam hal ini, macam atau jenis kredit yang ada juga tidak bisa dipisahkan sesuai tujuan pembangunan. Pada mulanya kredit didasarkan atas kepercayaan murni, yaitu berbentuk kredit perorangan karena kedua belah pihak saling mengenal. Dengan berkembangnya waktu maka berkembang pula unsur-unsur

¹ Siswanto Sutojo, *Menangani Kredit Bermasalah*, Jakarta : PT PUSTAKA BINAMAN PRESSINDO, 1997, hlm. 1

lain yang menjadi landasan kredit, sehingga berkembang berbagai jenis kredit seperti yang ada sekarang.

Jenis kredit dapat dibedakan menurut berbagai kriteria, yaitu dari kriteria lembaga, pemberi-penerima kredit, jangka waktu serta penggunaan kredit, kelengkapan dokumen perdagangan, atau dari berbagai kriteria lainnya.² Dari bermacam-macam kredit menurut berbagai kriteria diatas, Kredit Pemilikan Rumah (KPR) adalah salah satu jenis kredit yang banyak diminati masyarakat, sebab memiliki rumah sendiri merupakan sebuah impian sekaligus kebutuhan primer bagi seseorang atau keluarga yang mandiri.

Disisi lain, harga rumah selalu naik sehingga masyarakat berpenghasilan rendah makin kesulitan mendapatkannya. Ini juga menyebabkan masyarakat bawah berfikir kembali untuk membeli rumah. Pemicu utama naiknya harga hunian saat ini adalah melambungny harga bahan bakar minyak (BBM). Kebijakan pemerintah yang dikeluarkan itu membawa efek berantai terhadap kenaikan harga komoditas lainnya, termasuk harga bahan material bangunan. Tidak tanggung-tanggung, kenaikannya cukup besar, sekitar 15-20%. Akibatnya, pengembang terpaksa menaikkan harga jual rumah.³

Kebutuhan perumahan di Indonesia mencapai lebih dari satu juta rumah per tahun. Tentu ini merupakan jumlah yang luar biasa besar, yang pemenuhannya akan melibatkan peran berbagai pihak yakni pemerintah, masyarakat, *investor* dalam hal ini pengembang dan lembaga-lembaga

² Budi Untung, *Kredit Perbankan di Indonesia*, Yogyakarta : ANDI, 2000, hlm. 4-5

³ Suzzana Hardjono, *Mudah Memiliki Rumah Idaman Lewat KPR (Kredit Pemilikan Rumah)*, Yogyakarta: Pustaka Grhatama, 2008, hlm. 9

pembiayaan seperti perbankan. Kebutuhan 1 juta tempat tinggal tersebut menggunakan angka psimistik/terendah mengingat jumlah tersebut hanya 0,5 % dari jumlah penduduk Indonesia saat ini, yang sudah diatas 220 juta jiwa yang semuanya menuntut adanya ketersediaan rumah/tempat tinggal baru. Angka ini pun akan terus bertambah setiap tahunnya.⁴

Dari banyaknya kebutuhan konsumen atas pemilikan rumah, dan keterbatasan materi untuk mewujudkannya dengan cara tunai, KPR menjadi salah satu alternatif yang cukup diminati masyarakat.

Di berbagai tempat, KPR (Kredit Pemilikan Rumah) menjadi isu menarik baik dikalangan perbankan maupun calon debitur peminat KPR. Saat ini, bank-bank sepertinya berlomba untuk melayani KPR. Tentunya sangat logis jika bisnis ini digeluti oleh perbankan, karena sangat menguntungkan dalam jangka panjang dan tingkat resiko kredit bermasalahnya pun sangat kecil.⁵

Meski kredit di berbagai bank terdiri dari beragam segmen bisnis, namun segmen KPR termasuk jenis kredit yang paling diminati dan menjadi pilihan untuk iklan oleh perbankan, di samping iklan kartu kredit tentunya. Bank-bank yang semula hanya menggeluti segmen bisnis tertentu, saat ini hamper semuanya terjun untuk menggarap bisnis KPR.⁶

Selain di tawarkan di bank-bank konvensional, Bank Syari'ah pun berlomba-lomba menawarkan produk KPR. Diantaranya adalah BRI Syari'ah,

⁴ Slamet Ristanto, *Mudah Meraih Dana KPR (Kredit Pemilikan Rumah) dari Memilih Bank hingga Cara Mengangsur*, Yogyakarta : Pustaka Grhatama, 2008, hlm. 20

⁵ *Ibid.*, hlm. 9

⁶ *Ibid.* hlm. 19

Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan juga sebagai produk unggulan Bank Tabungan Negara (BTN) Syari'ah. Berbeda dengan KPR Konvensional, dalam Syari'ah KPR memiliki arti Pembiayaan Kepemilikan Rumah atau lebih singkatnya Kepemilikan Rumah (KPR), tidak ada kata kreditnya⁷.

Setelah puluhan tahun Bank BTN menjadi Bank pioner dan berpengalaman dalam hal pembiayaan dana perumahan untuk perorangan ataupun lembaga, Bank BTN mulai membuka Cabang Syari'ah pertama kali pada tanggal 14 Februari 2005 di Jakarta. Dalam peresmiannya, para pengelola dan manajemen BTN kembali menegaskan bahwa kehadiran bank BTN syariah tidak lain adalah untuk mengakomodasi tuntutan dan minat masyarakat calon nasabah untuk menggunakan pelayanan jasa keuangan yang sesuai dengan syariah, dalam hal ini untuk penyediaan dana perumahan.⁸ Pada periode 2011-2012 BTN Syari'ah sudah mencatat ± 30 nasabah yang menggunakan produk Pembiayaan KPR⁹

Sesuai dengan visinya yaitu, “Menjadi Bank yang terkemuka dalam pembiayaan perumahan”,¹⁰ dan sebagai Bank pioner pembiayaan dana perumahan, BTN Syari'ah menjadi kiblat bagi minat masyarakat khususnya muslim dalam pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR), yang masih cenderung mementingkan sisi Syari'ah dalam pemilihan Produk.

⁷Hasil wawancara dengan Bapak Abdul Dekon Ries (DBM Consumer) PT. Bank Tabungan Negara (BTN) Cabang Syari'ah Semarang pada tanggal 17 September 2012

⁸ <http://www.anneahira.com/btn-syariah.htm>

⁹Hasil wawancara dengan Bapak Abdul Dekon Ries (DBM Consumer) PT. Bank Tabungan Negara (BTN) Cabang Syari'ah Semarang pada tanggal 17 September 2012

¹⁰ <http://www.btn.co.id/Tentang-Kami/Visi---Misi.aspx>.

Demam syariah ini berkembang sebagai bentuk respons negatif dari kecenderungan perilaku masyarakat dalam berbagai aktivitasnya yang semakin mengarah pada hal eksploitatif, saling menindas, tidak berkeadilan dan jauh dari prinsip-prinsip ibadah dalam pandangan Islam.¹¹ Sebagai seorang muslim tentu harapannya adalah sekali beraktivitas memperoleh pahala sekaligus hasil akhirat.

Sejak dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan serta dikeluarkannya Fatwa Bunga Bank Haram dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) Tahun 2003 menyebabkan banyak bank yang menjalankan prinsip syariah. Baik dengan melakukan konversi system perbankan dari konsep konvensional menjadi syariah, ataupun pembukaan cabang syariah oleh bank-bank konvensional, maupun pendirian Bank Perkreditan Rakyat Syari'ah. Hal ini dilakukan karena bank syariah terbukti memiliki berbagai keunggulan dalam mengatasi dampak krisis ekonomi beberapa waktu yang lalu, serta mempunyai potensi pasar yang cukup besar, mengingat mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim dan masih banyaknya kalangan umat Islam yang enggan berhubungan dengan perbankan yang menggunakan system ribawi.¹²

Ketidak teraturan negeri, rupanya juga membuat orang semakin ingin kembali ke jalan Islam. Itu setidaknya diindikasikan oleh sejumlah hasil pendapat. Polling Majalah *Tempo* pada akhir tahun 2002 lalu menyebutkan,

¹¹ Kwat Ismanto, *Manajemen Syari'ah Implementasi TQM Dalam Lembaga Keuangan Syariah*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2009, hlm. 2

¹² Wiroso, *Jual Beli Murabahah*, Yogyakarta : UII Press, 2005, hlm. 1

sebagian besar responden setuju bila syariat Islam dijadikan alternative pengganti hukum positif. Hasil jajak pendapat *Tazkia.Com* menyatakan, kebanyakan responden menilai pelayanan bank syariah lebih baik ketimbang bank konvensional.¹³

Dalam Islam, konsumsi tidak bisa dipisahkan dari peranan keimanan, sebab keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia, yaitu dalam bentuk perilaku, gaya hidup, selera, sikap-sikap terhadap sesama manusia, sumber daya, dan ekologi. Keimanan sangat mempengaruhi sifat, kuantitas, dan kualitas konsumsi baik dalam bentuk kepuasan material maupun sepirtual.¹⁴

Sebagaimana firman Allah SWT dalam surat Al-Baqarah ayat 168-169 tentang batasan konsumsi dalam Islam.



¹³ Anton Apriyanto Nurbowo, *Panduan Belanja dan Konsumsi Halal, cet. I*, Jakarta : Khairul Bayan, 2003, hlm. 2
¹⁴ Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2006, hlm. 12



Artinya :

“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu. Sesungguhnya syaitan itu hanya menyuruh kamu berbuat jahat dan keji, dan mengatakan terhadap Allah apa yang tidak kamu ketahui.” (QS. Al-Baqarah :168-169)¹⁵

Sama halnya dengan makanan dan pakaian, manusia juga membutuhkan tempat berlindung dari kehidupan liar. Oleh karena itu Islam juga telah memberi perhatian terhadap kebutuhan yang satu ini. Dalam Al-Qur’an disebutkan tentang bangunan-bangunan, istana-istana, rumah kaca, kemah dan lain sebagainya yang dibangun oleh manusia jaman dahulu demi perlindungan dan kekuatan mereka.¹⁶ Mengenai kontruksi bangunan-bangunan besar dan benteng kokoh terdapat dalam surat Asy-Syuaa’raa:



Artinya :

“Apakah kamu mendirikan pada tiap-tiap tanah Tinggi bangunan untuk bermain-main, Dan kamu membuat benteng-benteng dengan maksud supaya kamu kekal (di dunia)?” (Asy-Syua’raa : 128-129)

¹⁵ Al-Quran in Word

¹⁶ Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam jilid 2*, Jakarta : PT. Dana Bhakti Wakaf, 1995, hlm.

Dari sebuah penelitian mengenai minat¹⁷, banyak nasabah yang berminat menggunakan jasa lembaga keuangan syari'ah dengan alasan bahwa mereka lebih senang dengan cara pelayanannya yang dirasa lebih transparan dan adil antara kedua belah pihak, atau dari brand Islamnya. Dari penelitian yang lain¹⁸, mempunyai kesimpulan bahwa proses pengambilan keputusan masyarakat muslim untuk menggunakan produk dan jasa Perbankan Syari'ah sebagai nasabah dipengaruhi oleh faktor intern muslim, salah satunya yaitu tingkat kualitas keagamaan muslim. Terdapat dalam penelitian yang lain juga¹⁹, menyimpulkan bahwa termasuk faktor agama yang mempengaruhi minat nasabah.

Tapi dalam Jurnal Ekonomi Islam yang ditulis oleh Rahman El Junusi²⁰, pada variabel komitmen agama, dimensi kepercayaan agama pribadi kontribusinya kecil sekali dalam menjelaskan variabel komitmen agama. Secara keseluruhan komitmen agama mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa Bank Muamalat, akan tetapi pengaruh komitmen agama terhadap kepuasan tidak begitu signifikan.

¹⁷ Skripsi yang ditulis oleh Siti Sendari Mahasiswa Ekonomi Islam Fakultas Syari'ah IAIN Walisongo Semarang, 2011 yang berjudul "*Pengaruh Atribut Produk dan Pelayanan Islami terhadap Minat Nasabah (Studi Kasus Pada BMT Artha Salsabil Ngaliyan Semarang)*".

¹⁸ Skripsi yang ditulis oleh Ayoe Niken Pratiwi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret, 2010 yang berjudul "*Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Masyarakat Muslim untuk Menggunakan Bank Syari'ah (Studi kasus di Kota Surakarta)*".

¹⁹ Skripsi yang ditulis oleh Asiroch Yulia Agustina Mahasiswa IAIN Walisongo Semarang Fakultas Syari'ah Jurusan Ekonomi Islam Tahun 2012 yang berjudul "*Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Kartu Kredit Syariah (Studi Analisis Hasanah Card di Bank BNI Syariah Cabang Semarang)*".

²⁰ Jurnal Ekonomi Islam yang ditulis oleh Rahman El Junusi, dengan judul "*Pengaruh Atribut Produk Islam, Komitmen Agama, Kualitas Jasa dan Kepercayaan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syari'ah (Pada Bank Muamalat Kota Semarang)*".

Berdasarkan penelitian diatas, terdapat perbedaan kesimpulan yang bertolak belakang, oleh sebab itu penulis tertarik untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh agama terhadap minat, maka di dalam penelitian ini akan berusaha mengetahui dan menganalisis terhadap faktor agama yang mempengaruhi minat nasabah memilih pembiayaan KPR di Bank Syariah, dengan judul penelitian **“PENGARUH FAKTOR AGAMA TERHADAP MINAT NASABAH MEMILIH PRODUK PEMBIAYAAN KEPEMILIKAN RUMAH (KPR) DI BANK TABUNGAN NEGARA (BTN) SYARI’AH CABANG SEMARANG.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut guna mengetahui adakah pengaruh faktor agama terhadap minat nasabah memilih produk pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) di Bank Syari’ah?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adakah pengaruh faktor agama terhadap minat nasabah memilih produk pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) di Bank Syari’ah. (Studi Kasus di Bank Tabungan Negara (BTN) Syari’ah Cabang Semarang).

1.4 Manfaat Penelitian

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi semua pihak, yaitu antara lain:

1. Bagi Pihak Perbankan Syari'ah

Dengan adanya informasi penelitian ini, Perbankan Syari'ah bisa menggunakan strateginya untuk memberikan produk yang lebih inovatif bagi nasabah muslim yang masih kuat pengamalan agamanya untuk memilih produk.

2. Bagi Masyarakat Umum

Jika agama berpengaruh signifikan, maka masyarakat akan memandang bahwa perbankan syari'ah adalah solusi lembaga keuangan yang sesuai dengan prinsip syari'ah. Dan dapat disimpulkan pula bahwa semakin besar minat nasabah, semakin besar pula tingkat kepercayaan masyarakat terhadap Perbankan Syari'ah.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh pembahasan yang sistematis, maka penulis menyusun sistematika sedemikian rupa sehingga dapat menunjukkan hasil penelitian yang baik dan mudah dipahami. Adapun sistematika tersebut adalah sebagai berikut:

Bab I. Pendahuluan

Dalam bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisannya.

Bab II. Tinjauan Pustaka

Dalam bab ini menguraikan tinjauan pustaka yang meliputi landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran teoritis serta hipotesis.

Bab III. Metode Penelitian

Dalam bab ini menguraikan metode penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini, yang meliputi: jenis penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, variabel penelitian dan pengukuran serta teknik analisis data.

Bab IV. Analisis Data

Dalam bab ini penulis akan membahas tentang profil obyek penelitian, deskriptif data penelitian dan responden, uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik, analisis data dan pembahasan hasil analisa data.

Bab V. Kesimpulan

Bab ini merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan dan saran-saran dari hasil analisis data pada bab – bab sebelumnya yang dapat dijadikan masukan bagi berbagai pihak yang berkepentingan.