

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan penduduk di Indonesia semakin meningkat terutama di perkotaan. Pemenuhan kepentingan suatu rumah pribadi di Indonesia hingga saat ini masih menjadi masalah besar. Meningkatnya jumlah manusia yang semakin bertambah menjadikan kebutuhan ingin mempunyai sebuah rumah. Dominasi penduduk perkotaan (urban population) terhadap jumlah penduduk di Indonesia meningkat setiap tahunnya. Hal ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**TABEL 1.1**

**JUMLAH PENDUDUK INDONESIA, KOTA DAN PERSENTASE PENDUDUK KOTA TERHADAP JUMLAH PENDUDUK INDONESIA 2017-2025**

No	Nama	Penduduk Kota/Jiwa	Jumlah Penduduk Indonesia/Jiwa
1	2017	144.294.861	264.650.9632
2	2018	147.603.006	267.670.543
3	2019	150.900.390	270.625.568
4	2020	154.188.546	273.523.615
5	2025	170.361.295	287.089.635

Sumber: (Jayani, 2019)

Tahun 2019 total penduduk perkotaan di Indonesia sebesar 150,9 juta jiwa atau 55,8% dari total penduduk Indonesia yang sebesar 270,6 juta jiwa. Dilihat dari tahun sebelumnya sebesar 147,6 juta jiwa menjadi meningkat 0,7% dari total penduduk Indonesia. Selama lima tahun yang akan datang, *worldmeters* memprediksi jumlah penduduk di Indonesia terutama perkotaan semakin bertambah. Tahun 2020, populasi penduduk diperkirakan sebesar 154,2 juta jiwa atau setara dengan 56,4% dari total keseluruhan penduduk Indonesia yaitu 273,5 juta jiwa. Tahun 2025, diprediksi akan bertambah hingga 170,4 juta jiwa dari keseluruhan penduduk Indonesia sebesar 287 juta jiwa, sementara lahan yang tersedia semakin menyempit dan tak terjangkau harganya.

Kebutuhan primer untuk mensejahterakan manusia setelah sandang dan pangan yaitu rumah. Rumah merupakan bangunan gedung yang bermanfaat sebagai tempat tinggal yang layak huni, sarana pengembangan keluarga, cerminan harkat dan martabat penghuninya, serta aset untuk pemiliknya menurut UU No.1 Tahun 2011. Meskipun demikian, harapan untuk mempunyai sebuah rumah bukan hal yang mudah untuk beberapa masyarakat di Indonesia. Harga rumah dan tanah setiap tahunnya terus meningkat tinggi, terutama di perkotaan besar.

Harga rumah dan tanah yang selalu lebih tinggi dibandingkan dengan penghasilan seseorang. Dengan hal ini, menjadikan masyarakat sulit menyimpan dana terlebih dahulu hingga mampu membeli rumah yang hendak dibelinya dengan tunai. Jika seseorang memiliki penghasilan yang sama dengan harga rumah tersebut,

seseorang dapat membeli rumah yang diinginkan secara tunai. Seiring berjalannya waktu, semakin sulit keadaan ekonomi serta banyaknya tuntutan akan kebutuhan hidup yang harus terpenuhi maka pembelian rumah yang diinginkan secara tunai semakin sulit dilaksanakan. Pembelian rumah secara kredit digolongkan masyarakat pada dasarnya menjadikan pilihan yang sangat baik (Utami, 2013).

Semakin tumbuhnya dunia perbankan syariah yang terus mengembangkan produk-produknya sesuai dengan kebutuhan yang diminati para nasabah. Bank syariah sebagai lembaga bisnis untuk memasarkan produknya yaitu Kredit Pemilikan Rumah (KPR) dengan upaya menarik minat konsumen untuk kebutuhan penting setiap golongan masyarakat. Hadirnya produk KPR, yang terbuka bagi setiap masyarakat sudah memiliki dana yang memadai dengan cara dicicil. Tetapi, untuk kalangan Masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR) atau menengah kebawah yang memiliki kesulitan mempunyai rumah sendiri bisa dengan mudah mengajukan pembiayaan KPR tersebut, dikarenakan harga suatu rumah atau *property* yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Pemerintah semakin sulit mengendalikan gejolak harga rumah (*property*) tersebut.

Pemerintah melalui perbankan mengeluarkan program kredit atau pembiayaan rumah murah yang terbuka serta ditujukan bagi Masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR) tujuannya untuk meningkatkan kesejahteraan. Menurut Basuki Hadimuljono selaku Menteri Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat, keseriusan pemerintah dalam program perumahan salah satunya dengan terus meningkatkan alokasi program KPR

subsidi melalui skema Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (FLPP) yang telah terbukti sangat membantu kalangan MBR (Ardiyanto, 2021). Bantuan dari pemerintah inilah yang nantinya disebut dengan rumah bersubsidi, yaitu memfasilitasi dana subsidi dengan cara bekerja sama oleh kementerian Pekerja Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR) yang diterbitkan oleh bank pelaksana program yang ada di Indonesia, untuk memberikan pembiayaan dalam bentuk uang muka, margin rendah, cicilan yang ringan dan akan tetap selama masa pengembalian pembiayaan tersebut.

Bank Tabungan Negara (BTN) Syariah adalah bagian dari unit usaha syariah milik Bank Tabungan Negara (BTN) Konvensional, merupakan bank pelaksana yang ikut memabantu dalam program KPR Syariah Bersubsidi hingga memperoleh apresiasi Bank Syariah Terbaik Pertama menurut PUPR yang berhasil mewujudkan program KPR Syariah Bersubsidi. Pembiayaan pemilikan rumah (KPR) syariah bersubsidi adalah produk yang dimiliki oleh BTN Syariah, yang biasa dikenal dengan “KPR BTN Sejahtera iB” menggunakan akad Murabahah (jual beli) yang memberikan berbagai macam manfaat. Adanya program tersebut, masyarakat berpenghasilan rendah atau masyarakat dengan penghasilan tidak lebih dari Rp4.000.000 perbulan dapat mengajukan KPR bersubsidi dengan cara mencicil selama maksimal 20 tahun.

Bank penyelenggara pembiayaan kepemilikan rumah bersubsidi salah satunya adalah BTN KCS Jakarta Pasar Minggu. Salah satu produk yang sangat diminati masyarakat saat ini merupakan pembiayaan KPR, karena program subsidi dari pemerintah yang sangat membantu dengan jangka waktu angsuran hingga 20 tahun.

Pada tahun 2020, Indonesia diserang pandemi *Covid-19* yang dimana perekonomian Indonesia mengalami penurunan. Piter Abdullah selaku Direktur *Riset Center Of Reform on Economics* (CORE) Indonesia menyampaikan bahwa keadaan pertumbuhan bank syariah tidak jauh berbeda dengan bank konvensional, yang dimana semua kegiatan usaha mengalami perlambatan. (Witadini Eka, 2020). Dengan adanya kondisi tersebut, yang terjadi pada perbankan terkait menurunnya tingkat penjualan rumah subsidi serta jumlah nasabah. Adapun tabel terkait perkembangan total nasabah pembiayaan KPR Syariah Bersubsidi di BTN KCS Jakarta Pasar Minggu tahun 2019-2021:

**TABEL 1.2**  
**TOTAL NASABAH DAN PLAFONT KPR SYARIAH BERSUBSIDI**

Nomor	Tahun	Jumlah Nasabah	Plafont
1	2019	323	49.524.000.000
2	2020	100	14.360.000.000
3	2021	629	96.615.000.000

(Sumber: Bank BTN KCS Jakarta Pasar Minggu)

Berdasarkan tabel diketahui bahwa pembiayaan KPR Syariah Bersubsidi di BTN KCS Jakarta Pasar Minggu mengalami perkembangan yang fluktuatif. Pada tahun 2019 jumlah nasabah sebanyak 323 orang, Hingga pada tahun 2020 dengan adanya

pandemic *Covid-19*, menurunnya jumlah nasabah sebanyak 223 orang. Sehingga pada tahun 2021 mengalami peningkatan 529 orang. Dengan adanya dampak pandemic COVID-19 terhadap KPR Syariah Bersubsidi dari segi pemohon ialah, volume penjualan serta permintaan pembiayaan KPR Syariah Bersubsidi mengalami penurunan karena pemohon mengalami keguncangan ekonomi sehingga tidak berpikir untuk investasi dalam hal pembelian KPR Syariah Bersubsidi. Adanya system physical distancing dan bekerja dari rumah juga dinilai sangat berpengaruh terhadap permintaan dari konsumen yang kemudian berpengaruh pada penyaluran pembiayaan KPR Syariah Bersubsidi, karena dimasa itu orang tidak mengutamakan untuk membeli rumah. Itulah salah satu penyebab kurangnya minat masyarakat untuk membeli rumah terhadap dampak pandemic COVID-19 terhadap KPR Syariah Bersubsidi.

Di era digitalisasi ini, masyarakat sudah lebih selektif dalam mengajukan pembiayaan kredit pemilikan rumah (KPR). Dengan keadaan seperti ini, BTN Syariah diminta untuk terus membuat inovasi baru dalam hal produknya. Kualitas yang tidak memenuhi kriteria sangat mudah ditinggalkan oleh nasabah dalam hal produk maupun jasa. Dengan demikian, untuk mengantisipasinya suatu perusahaan harus memprioritaskan kualitas produk yang layak, pelayanan, dan promosi untuk berorientasi dalam kepentingan suatu kepuasan nasabah.

Disamping itu, adanya keluhan yang ditujukan kepada BTN Syariah terutama terkait pelayanan, mulai dilakukan nasabah secara langsung adanya keluhan system antrian yang dimana di BTN Syariah KCS Jakarta Pasar Minggu tidak menggunakan

mesin nomor antrian serta dianggap tidak efisien dan lama, hingga keterlambatan pelayanan yang mereka terima. Dengan situasi persaingan perbankan yang ketat, masalah pelayanan menjadi faktor yang sangat penting menentukan keberhasilan bank karena tidak ada yang lebih penting lagi bagi sebuah bank kecuali menempatkan masalah kepercayaan sebagai salah satu komitmen bisnisnya. Jika pelayanan yang diberikan kepada nasabah itu baik maka akan berpengaruh terhadap peningkatan minat menabung atau mengajukan pembiayaan (Mohsan et al., 2011).

Bank syariah melakukan pemasaran suatu produk yang kurang gencar menjadikan beberapa masyarakat belum mengetahui keunggulan dari KPR syariah yang tidak dimiliki oleh KPR konvensional. Bank syariah sendiri masih fokus terhadap produk-produk selain KPR seperti, pinjaman modal, tabungan, dan lain sebagainya. Agar nasabah tertarik dalam mengajukan KPR di bank syariah, bank harus menerapkan pelayanan yang baik serta mengetahui keinginan konsumen, karena sudah banyak konsumen yang mengeluhkan pelayanan bank dalam hal tidak ramah, prosedur yang panjang, dan lain sebagainya. Produk kredit pemilikan rumah syariah merupakan produk yang relatif baru, sehingga dalam memperkenalkan produk ini kepada masyarakat diperlukannya peran pemasaran yang baik dalam mempromosikan berbagai kelebihan kredit pemilikan rumah syariah dibandingkan kredit pemilikan rumah konvensional. Dalam hal ini, segi promosi untuk nasabah tertarik tentunya harus gencar melakukan promosi dengan mengedepankan kualitas yang berkualitas sehingga

nasabah tertarik untuk mengajukan pembiayaan KPR di bank syariah yaitu BTN KCS Jakarta Pasar Minggu.

Kualitas produk (Kotler, 2016) merupakan kinerja suatu barang untuk memberikan hasil yang sesuai atau melebihi dari apa yang diinginkan oleh pelanggan. Dengan adanya kualitas produk yang baik akan membuat para konsumen puas dan percaya. Hal tersebut membuat konsumen akan terus membeli produk karena mereka merasa cocok dan tertarik, karena itu suatu produk harus sebanding dengan kebutuhan atau keinginan pembeli agar terciptanya pemasaran produk berhasil.

Selain pengaruh kualitas produk, salah satu hal yang perlu untuk dipertimbangkan oleh konsumen untuk melakukan pengambilan keputusan pembiayaan KPR Syariah Bersubsidi yaitu pelayanan. Pelayanan adalah kegiatan yang ditujukan oleh bank kepada pihak lainnya. Pelayanan juga diartikan sebagai perilaku produsen untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen untuk tercapai sebuah kepuasan pada konsumen (Kotler, 2008b) Apabila pelayanan yang diberikan oleh bank merupakan pelayanan yang baik maka pengambilan keputusan pembiayaan KPR Syariah Bersubsidi dapat terpenuhi.

Disamping adanya pelayanan yang baik, pada dasarnya hal yang akan dilihat oleh konsumen dalam mengambil keputusan pembiayaan yaitu promosi yang dilakukan oleh bank. Menurut (Kotler, 2000) promosi adalah bagian dari suatu proses strategi pemasaran merupakan cara untuk berkomunikasi dengan pasar menggunakan

komposisi bauran promosi. Dengan adanya promosi yang menarik maka konsumen akan lebih mengenal mengenai produk apa yang ditawarkan oleh bank. Peran dari promosi itu sendiri merupakan bagian yang penting dari pemasaran atas suatu produk yang dimiliki oleh perbankan syariah.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Mengambil Pembiayaan KPR Syariah Bersubsidi Pada BTN Kantor Cabang Syariah Pasar Minggu”.

## 1.2 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup pada permasalahan yang akan dibahas dalam menyusun penelitian dapat diketahui sebagai berikut:

1. Penelitian ini akan berbentuk *Research and Development* (R&D) dengan menggabungkan variabel lain dari jurnal-jurnal terkait guna mendapatkan data untuk melihat hasil validasi atau pengembangan akan suatu teori.
2. Fokus kepada variabel bebas yaitu Kualitas produk, Pelayanan, dan Promosi Sementara itu variabel Terikat yang terkait dengan variabel bebas yaitu Keputusan Nasabah.
3. Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh berdasarkan teori yang ada.
4. Objek dalam penelitian ini yaitu nasabah KPR Syariah Bersubsidi pada Bank BTN KCS Pasar Minggu yang telah mengambil pembiayaan.

### 1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, dapat diidentifikasi permasalahan yang ada sebagai berikut:

1. Pemerintah melalui perbankan mengeluarkan program kredit atau pembiayaan rumah murah yang terbuka serta ditujukan bagi Masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR) tujuannya untuk meningkatkan kesejahteraan.
2. Pemasaran yang dilakukan terhadap produk kredit pemilikan rumah kurang mendapatkan respon dari para nasabah sehingga dalam menarik nasabah BTN Syariah dapat melakukan kegiatan promosi secara konsisten.
3. Banyaknya konsumen yang mengeluhkan pelayanan bank dalam hal tidak ramah, prosedur yang panjang, dan lain sebagainya. Pemberian pelayanan yang baik memiliki peranan penting dalam mempengaruhi nasabah mengambil produk yang ditawarkan.

### 1.4 Pembatasan Masalah

Pada penelitian ini, pembahasan penelitian hanya akan terbatas pada hal-hal yang sudah ditentukan, diantaranya:

1. Pengkajian hanya pada aspek kualitas produk, pelayanan, dan promosi terhadap pembiayaan KPR Syariah bersubsidi.
2. Pembiayaan KPR syariah bersubsidi pada BTN Syariah pada tahun 2019-2021.
3. Penelitian dilakukan di Kantor Cabang Syariah Jakarta Pasar Minggu .

4. Dalam penelitian ini menggunakan model analisis yaitu gambaran sederhana tentang hubungan diantara variabel.

### **1.5 Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang masalah, perumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan KPR Syariah bersubsidi pada BTN KCS Jakarta Pasar Minggu?
2. Bagaimana pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan KPR Syariah bersubsidi pada BTN KCS Jakarta Pasar Minggu?
3. Bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan KPR Syariah bersubsidi pada BTN KCS Jakarta Pasar Minggu?

### **1.6 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan KPR Syariah bersubsidi
2. Untuk menganalisis pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan KPR Syariah bersubsidi

3. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan KPR Syariah bersubsidi
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, pelayanan, dan promosi terhadap keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan KPR Syariah bersubsidi

### **1.7 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dapat hadir dari penelitian ini, diantaranya:

1. Akademisi
  - a. Untuk dapat memberikan wawasan dan pengetahuan lebih dalam hal pembiayaan KPR Syariah bersubsidi dengan fokus-fokus seperti kualitas produk, pelayanan, dan promosi.
  - b. Menjadi acuan untuk mengembangkan pemikiran teoritis bagi para akademisi khususnya rekan-rekan akademisi STIE Indonesia Banking School (IBS).
2. Praktisi
  - a. Dapat menjadi acuan para nasabah dalam melihat strategi dari hasil penelitian ini.
  - b. Dapat menjadi bahan acuan untuk bisa dikembangkan dan menjadi bahan tambahan sumber informasi untuk penelitian selanjutnya.
  - c. Dapat dijadikan sebagai bahan tambahan dalam pengambilan keputusan yang dalam hal prosedur pengajuan pembiayaan KPR Syariah Bersubsidi.

### 3. Penulis

- a. Penelitian ini untuk menjadi tambahan pengetahuan, serta dapat mempraktekan beberapa produk di bank syariah salah satunya mengenai pembiayaan KPR Syariah.

## 1.8 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan disusun untuk menjabarkan secara singkat gambaran mengenai proposal penelitian.

### 1) BAB 1 – Pendahuluan

Pada bab awal ini, menjelaskan peristiwa atau factor apa saja yang mempengaruhi penelitian ini. Isi di bab 1 yaitu latar belakang, ruang lingkup penelitian, identifikasi masalah penelitian, rumusan masalah penelitian, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian bagi akademisi, praktisi, maupun penulis dan ditutup dengan sistematika penulisan.

### 2) BAB II – Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi tentang landasan teori, kerangka pemikiran, penelitian terdahulu, dan hipotesis penelitian. Teori pada penelitian ini membahas mengenai variabel.

### 3) BAB III – Metodologi Penelitian

Bab ini menjelaskan tentang objek penelitian, jenis penelitian, desain penelitian, metode pengambilan sampel dan Teknik pengolahan dan analisis data.

#### 4) BAB IV – Hasil dan Pembahasan

Bab ini merupakan hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian yang diperoleh dari objek penelitian dan hasil pengolahan data yang menggunakan metode kuantitatif.

#### 5) BAB V – Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan akan menjabarkan rangkuman atau jawaban penelitian yang telah dilaksanakan. Saran serta kekurangan penelitian akan disampaikan agar dapat dikembangkan lagi dilain waktu.

