

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pengambilan keputusan dimulai ketika nasabah mengenali akan keinginan dan kebutuhannya. Pengambilan keputusan nasabah berbeda-beda, bergantung pada jenis keputusan pembelian (Kotler *et al*, 2012). Para nasabah melewati lima tahap yaitu pengenalan masalah, informasi produk, pertimbangan dan pengambilan keputusan. Dalam menentukan sikap pengambilan keputusan nasabah inimerupakan dari proses penyelesaian masalah, artinya nasabah sudah melewati lima tahap tersebut dan sudah menentukan sikap dalam menentukan suatu keputusan.

Pada umumnya dalam pemilihan penggunaan fasilitas pembiayaan KPR bersubsidi dari perbankan nasabah tidak mencari informasi secara langsung di bank melainkan memperoleh informasi dari developer pembangunan perumahan, hal ini dikarenakan kebiasaan masyarakat mencari fasilitas KPR tidak langsung ke bank melainkan langsung mengunjungi lokasi perumahan dan bertemu dengan pihak developer perumahan, setelah melakukan negosiasi terhadap unit rumah yang diminati oleh nasabah kemudian developer menawarkan pilihan perbankan yang memiliki kerjasama kepada nasabah, sehingga di sini faktor developer sangat mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan fasilitas pembiayaan dari perbankan.

Fakta dilapangan menunjukkan bahwa dari keseluruhan nasabah penerima fasilitas pembiayaan KPR Syariah bersubsidi di Kota Lhokseumawe, tidak berhubungan langsung dengan pegawai bank melainkan untuk proses tahap awal

penggunaan fasilitas tersebut masyarakat sudah difasilitasi oleh pihak developer di mana masyarakat tidak perlu datang secara langsung dalam proses pengajuan berkas ke bank untuk memperoleh fasilitas KPR melainkan hanya cukup melengkapi berkas dan menyerahkannya ke pihak developer, sehingga dalam proses pengajuan ini masyarakat tidak langsung berhubungan dengan pihak bank. Selain itu masyarakat juga memperoleh informasi pengajuan penggunaan fasilitas KPR Syariah bersubsidi disetujui atau tidak oleh pihak bank melalui pihak developer, sehingga disini peran developer dalam proses pengambilan keputusan penggunaan fasilitas pembiayaan KPR Syariah bersubsidi sangat besar.

Beberapa riset sebelumnya telah menemukan bahwa faktor yang mempengaruhi keputusan adalah bauran pemasaran. Penelitian Silvia, (2019) menemukan bahwa *customer value* tidak dapat memperkuat pengaruh bauran pemasaran terhadap niat pembelian rumah di Perumahan Golden Village Kota Metro. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *customer value* dan bauran pemasaran berpengaruh secara parsial terhadap terhadap niat pembelian. Selanjutnya, Nasution (2007) membuktikan bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, promosi, lokasi, proses, orang dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan.

Bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, promosi, lokasi, proses, orang dan karyawan, merupakan elemen penting dalam pengambilan keputusan (Octari, 2017). Qorizah *et all* (2019) menemukan variabel bauran pemasaran yang terdiri dari promosi dan karyawan berpengaruh terhadap keputusan sementara variabel lain seperti produk, harga, tempat, proses dan bukti fisik tidak

berpengaruh terhadap keputusan. Tidak semua variabel bauran pemasaran berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan (Muhyiddin, 2015). Ini membuktikan bahwa bauran pemasaran bukan menjadi elemen utama dalam pemasaran bagi perusahaan maupun pemasar.

Bauran pemasaran merupakan *tool* (alat) untuk memasarkan suatu hasil baik dalam bentuk barang maupun jasa kepada masyarakat. Guna mencapai tujuan pemasaran dipakai elemen-elemen alat pemasaran yang disebut dengan bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, promosi, lokasi, proses, karyawan dan bukti fisik. Lupiyoadi (2008) mengatakan bauran pemasaran terdiri dari tujuh variabel yaitu *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi), *place* (tempat), *people* (karyawan), *proses* (proses), dan *physical evidence* (bukti fisik).

Produk fasilitas pembiayaan KPR yang disediakan oleh beberapa bank sangat membantu bagi masyarakat yang belum memiliki rumah hunian yang layak, di mana kita lihat bahwa untuk memiliki sebuah hunian yang layak membutuhkan dana yang sangat besar sehingga bagi masyarakat yang masih memiliki penghasilan rendah sangat sulit untuk mewujudkan impiannya memperoleh hunian yang layak tanpa melalui fasilitas pembiayaan. Saat ini perbankan berlomba-lomba mengembangkan produk KPR bagi masyarakat dengan berbagai macam jenis produk KPR diantaranya fasilitas pembiayaan KPR bersubsidi, KPR komersil serta pembiayaan pembelian Ruko, di mana produk-produk ini sangat dibutuhkan oleh masyarakat.

Beberapa ahli menyebutkan bahwa produk ialah semua jenis barang atau jasa berbentuk fisik maupun non fisik yang dapat ditawarkan kekonsumen untuk

mendapat perhatian, ditawarkan, dimiliki digunakan atau dikonsumsi serta memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk yaitu mencakup objek yang berbentuk fisik, jasa, orang, organisasi, ide dan tempat (Kotler, 2008). Sementara itu Tjiptono (2005) mengatakan produk bisa berupa apa saja yang bisa dipasarkan kepada konsumen untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

Tingkat suku bunga fasilitas pembiayaan KPR Syariah bersubsidi sangat ringan di mana di sini peran pemerintah sangatlah besar, yaitu pemerintah memberikan subsidi berupa subsidi uang muka, selisih suku bunga serta beberapa item lainnya yang meringankan masyarakat dalam melakukan pembayaran angsuran kredit kepada bank penyalur KPR bersubsidi. Untuk KPR subsidi sendiri tingkat suku bunga yang dibebankan kepada nasabah adalah 5%/tahun artinya tingkat suku bunga ini jauh lebih rendah dibandingkan suku bunga produk non subsidi yaitu berkisar antara 10% s.d 15% tahunnya.

Harga adalah sejumlah nilai uang yang dikeluarkan untuk memiliki produk baik fisik maupun jasa. Assauri (2007) menjelaskan bahwa harga merupakan unsur satu-satunya bauran pemasaran untuk menghasilkan pemasukkan penjualan, sementara unsur lainnya hanya sebagai unsur biaya. Harga sendiri memiliki berbagai ragam istilah, hal ini tergantung akan jenis produknya, yang utama yaitu bagi konsumen dalam kaitan dengan harga ialah bagaimana harga mencerminkan biaya konsumen. Bank BTN Syariah dan Bank Aceh syariah menggunakan akad/perjanjian KPR yaitu akad murabahah yang merupakan kesepakatan bersama antara bank dengan nasabahnya.

Penyampaian promosi terkait produk KPR Syariah bersubsidi oleh perbankan baik bank BUMN maupun BUMD tidak terlihat dengan jelas oleh masyarakat luas, perbankan khususnya yang membuka kantor cabang di Kota Lhokseumawe belum melakukan promosi-promosi yang mendetail atau khusus terkait produk KPR kepada masyarakat, sehingga masyarakat umum tidak mengetahui fasilitas-fasilitas pembiayaan yang disediakan oleh perbankan khususnya fasilitas KPR bersubsidi. Seharusnya perbankan giat dalam melakukan promosi dikarenakan promosi merupakan alat atau kegiatan penyampaian informasi tentang produk yang ingin ditawarkan kepada nasabah melalui berbagai media baik media cetak maupun media elektronik. Suharno (2009), mengatakan promosi merupakan kegiatan komunikasi pemasaran tentang produk dan membujuk pasar sasaran agar membeli produk tersebut. Suatu bentuk penyampaian pemasaran yang merupakan kegiatan pemasaran yang berusaha menyampaikam informasi, membujuk dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia membeli produk yang ditawarkan disebut promosi (Alma, 2009). Promosi merupakan bagian dari unsur bauran pemasaran yang menjadi salah satu elemen penting dalam pemasaran.

Masyarakat sangat mudah menemukan perbankan yang berkantor di Lhokseumawe, hal ini terlihat bahwa seluruh kantor-kantor cabang perbankan terletak dipusat kota dan pusat keramaian sehingga masyarakat sering melihat gedung-gedung kantor perbankan baik bank konvensional maupun bank syariah bahkan bank daerah baik bank milik pemerintah maupun swasta. Perbankan di Lhokseumawe sudah memilih lokasi kantor yang sangat baik hal ini sesuai dengan

beberapa pendapat para ahli diantaranya Hurriyati (2008), mengatakan lokasi merupakan tempat perusahaan berdiri atau untuk menyalurkan produk baik fisik maupun jasa yang tersedia untuk nasabah. Tempat atau disebut juga dengan lokasi bisnis merupakan aspek bauran pemasaran yang penting, di mana konsumen akan lebih mudah bertransaksi dan merasa nyaman dengan lokasi yang strategis. Tempat yang strategis untuk penjualan langsung, jika pasar menginginkan pengiriman cepat, tepat waktu dan sifat barang yang tidak tahan lama (Lupiyoadi, 2006). Untuk mencapai jangkauan pemasaran yang luas, membutuhkan berbagai perantara atau saluran lokasi yang dapat menyampaikan barang sampai ke tangan konsumen.

Pelayanan yang diberikan oleh perbankan semakin hari semakin baik hal ini terlihat dengan keramahan dan kenyamanan dalam bertransaksi mulai dari pelayanan bertemu dengan security hingga diarahkan kepada petugas yang sesuai dengan jenis layanan nasabah inginkan. Karyawan merupakan aspek yang sangat penting bagi perusahaan dalam penyampaian produk kepada konsumen, sikap dan perbuatan karyawan merupakan kunci keberhasilan dalam proses penjualan produk. Payne (2007) mengatakan karyawan merupakan unsur bauran pemasaran yang berperan sangat penting, hal ini dikarenakan karyawan adalah unsur yang langsung bertemu untuk menyampaikan produk ke tangan konsumen. Karyawan adalah unsur bauran pemasaran yang memiliki peranan penting dalam pemasaran, di mana karyawan merupakan unsur yang mengkomunikasikan dan bertemu langsung kepada konsumen serta melakukan interaksi proses penawaran produk.

Perbankan yang beraktifitas di Lhokseumawe merupakan perwakilan atau kantor cabang bahkan cabang pembantu sehingga tidak memiliki wewenang atau pengambil keputusan secara langsung dalam menentukan persetujuan atas fasilitas pembiayaan diajukan oleh masyarakat, sehingga untuk proses pengajuan fasilitas pembiayaan oleh masyarakat pihak perwakilan bank di Lhokseumawe harus meneruskan berkas pengajuan penggunaan fasilitas kepada pemegang kewenangan yang levelnya lebih tinggi, sehingga membutuhkan waktu yang relatif lebih lama. Banyak ahli berpendapat bahwa proses merupakan keseluruhan kegiatan yang terdiri dari prosedur, rencana pekerjaan, mekanisme, aktifitas dan kegiatan rutin di mana produk atau jasa dihasilkan dan diberikan kepada konsumen, di mana proses merupakan urutan pelaksanaan kegiatan atau kejadian yang saling keterkaitan antara satu sama lainnya. Payne (2007) berpendapat proses merupakan semua aktifitas kerja, proses meliputi prosedur, tugas-tugas, jadwal-jadwal, mekanisme, kegiatan dan rutinitas di mana produk atau jasa disampaikan kepada konsumen.

Keberadaan bangunan-bangunan gedung kantor perbankan sangatlah menarik di mana seluruh perbankan akan mendesign bangunannya semenarik dan menyenangkan mungkin untuk memberikan rasa nyaman bagi nasabah yang melakukan transaksi khususnya Bank BTN Syariah KCP Lhokseumawe dan Bank Aceh Syariah Cabang Lhokseumawe memiliki disign bangunan yang menarik baik eksterior maupun interior dan perpaduan warna yang sedemikian menarik bagi nasabah. Bukti fisik merupakan unsur yang menjadi faktor pendukung dalam

proses penawaran produk ataupun jasa di mana bukti fisik meliputi dekorasi gedung, interior ruangan, penampilan karyawan, kemudahan proses dan kedisiplinan karyawan. Kotler, *et all*(2008) berpendapat bukti fisik adalah lingkungan fisik di mana perusahaan dan konsumen melakukan interaksi, proses dan setiap konsumen memfasilitasi penampilan maupun komunikasi jasa tersebut. Lovelock *et all* (2007) berpendapat perusahaan melalui tenaga pemasarannya harus menggunakan cara dalam mengelola bukti fisik yaitu pertama perusahaan jasa melakukan *deferensiasi* dengan pesaing, kedua menggunakan simbol atau syarat untuk mengkomunikasikan secara intensif kepada konsumen mengenai kualitas dan produk jasa dan yang ketiga pakaian seragam yang berwarna, bercorak, design yang menciptakan sesuatu yang lain dari produk jasa yang ditawarkan.

Rumah atau hunian merupakan salah satu kebutuhan pokok yang wajib dipenuhi, di mana rumah menjadi tempat utama bagi keluarga untuk beristirahat, tinggal, berlindung, berkomunikasi serta berbagi kasih sayang antar anggota keluarganya, serta rumah juga menjadi tempat bagi orang tua untuk memberikan ketenangan dan kehidupan yang layak untuk istri, anak-anak serta keluarganya. Banyak orang berusaha keras dengan berbagai cara untuk memiliki rumah. Bagi sebagian orang sangatlah sulit untuk mewujudkan kepemilikan rumah impian, ini dikarenakan besarnya biaya yang dibutuhkan untuk pembangunan sebuah unit rumah. Untuk masyarakat yang tinggal di lingkungan perkotaan masalah yang dihadapi adalah selain mahal biaya pembangunan rumah juga sulit memperoleh lahan untuk pembangunan rumah dikarenakan semakin sulitnya mencari lahan

yang tersedia dan harganya juga tidak terjangkau sehingga bagi masyarakat yang berpenghasilan rendah yaitu masih berpenghasilan rata-rata masyarakat Indonesia berkisaran UMR (Upah Minimum Regional), sehingga memiliki rumah idaman masih sangat sulit tercapai jika harus membeli secara tunai.

Pemerintah memiliki kewajiban untuk memfasilitasi dalam pelaksanaan pemenuhan pengembangan perumahan dengan jumlah kebutuhan unit rumah yang terus meningkat dan harga yang terjangkau oleh masyarakat berpenghasilan rendah dengan tetap memperhatikan persyaratan yang ada untuk pembangunan rumah yang layak huni, sehat dan aman. Pemerintah melalui perbankan baik Bank BUMN maupun Bank BUMD telah membuat program kredit atau pembiayaan rumah murah yang diperuntukan bagi masyarakat berekonomi rendah, yaitu dengan memberikan program pembiayaan kepemilikan rumah bersubsidi melalui Kementerian Perumahan Rakyat (KEMENPERA).

Pemerintah melalui Kemenpera telah mengeluarkan 5 program subsidi rumah yaitu KPR Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (FLPP), KPR Subsidi Selisih Bunga (SSB), Subsidi Bantuan Uang Muka (SBUM), Tapera dan Bantuan Pembiayaan Perumahan Berbasis Tabungan (BP2BT). Dengan adanya pembiayaan kepemilikan rumah bersubsidi ini membantu masyarakat masyarakat menengah kebawah atau yang berpenghasilan rendah untuk memiliki rumah impian karena program pembiayaan ini dibuat oleh pemerintah untuk memberikan kredit atau pembayaran dengan uang muka dan cicilan yang ringan serta margin yang rendah dan tetap selama masa pengembalian pembiayaan. Adapun keunggulan KPR FLPP yaitu suku bunga

rendah (5% fix/tahun), jangka waktu sampai dengan 20 tahun, angsuran ringan, bebas premi asuransi (jiwa dan kebakaran) dan bebas pajak PPN serta uang muka (*Down Payment*) ringan. Adapun skema dan besaran angsuran KPR Syariah bersubsidi dapat dilihat Tabel 1.1 di bawah ini.

Tabel 1.1
Simulasi Angsuran Pembiayaan KPR Bersubsidi

Bank BTN Syariah				Bank Aceh Syariah			
Plafond	Jangka Waktu			Plafond	Jangka Waktu		
	10 Thn	15 Thn	20 Thn		10 Thn	15 Thn	20 Thn
100 jt	1,079,200	802,852	668,688	100 jt	1,060,658	790,797	659,958
110 jt	1,187,120	883,137	735,557	110 jt	1,166,724	869,877	725,954
120 jt	1,295,040	963,422	802,425	120 jt	1,272,790	948,957	791,950
130 jt	1,402,960	1,043,708	869,294	130 jt	1,378,856	1,028,036	857,945
142 jt	1,532,464	1,140,050	949,537	142 jt	1,506,135	1,122,932	937,141

Sumber : Bank Aceh Syariah & BTN Syariah 2020

Pemerintah melalui Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (KEMENPERA) telah bekerjasama dengan 38 perbankan nasional dan bank daerah dalam penyaluran KPR bersubsidi yaitu 7 bank nasional terdiri dari BTN, BNI, BRI, Mandiri, Bank Artha Graha, BRI Agro, KEB Haan Bank dan 3 bank syariah nasional yaitu BTN Syariah, BNI Syariah dan BRI Syariah serta 15 bank pembangunan daerah terdiri dari Bank BJB, Bank Sumut, Bank Jambi, Bank Kalbar, Bank Sulselbar, Bank Jatim, Bank Nagari, Bank NTT, Bank Papua, Bank Kalsel, Bank Riau Kepri, Bank Sulteng, Bank Jateng dan Bank Kaltimara serta 12 bank daerah syariah terdiri dari Bank Sumut Syariah, Bank Jambi Syariah, Bank NTB Syariah, Bank BJB Syariah, Bank Sulselbar Syariah, Bank Sumselbabel Syariah, Bank Jatim Syariah, Bank Aceh Syariah, Bank Nagari Syariah, Bank Riau Kepri Syariah dan Bank Jateng Syariah. (Buletin Griya Sejahtera, 2020).

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia dimulai sejak tahun 1998 yang merupakan awal perkembangan perbankan syariah, di mana pemerintah memberikan komitmennya secara penuh dengan mengeluarkan Undang-undang No. 10 Tahun 1998 sebagai pengganti Undang-undang No. 14 Tahun 1967 tentang pokok-pokok Perbankan, ini yang menjadi landasan kelembagaan dan operasional untuk perkembangan bank syariah secara komprehensif. Undang-undang ini mendapat tanggapan baik dari sejumlah perbankan dengan berdirinya beberapa bank syariah seperti Bank Syariah Mandiri, Bank Mega Syariah, Bank BRI Syariah, BPD Jabar, BPD Aceh dan lainnya. Dimulai tahun 2013 Otoritas Jasa keuangan (OJK) sudah mulai melakukan pengaturan dan pengawasan perbankan syariah di Indonesia yang sebelumnya untuk fungsi ini di laksanakan oleh Bank Indonesia.

Perbankan syariah tumbuh dengan cepat di Indonesia, ini terlihat dari banyaknya perbankan syariah baik yang merupakan bank nasional maupun bank daerah, di mana perbankan syariah ini saling bersaing dalam memperebutkan pangsa pasar dan menarik minat masyarakat untuk menggunakan jasa perbankan yang disediakan oleh masing-masing bank, terutama produk pembiayaan KPR Syariah bersubsidi. Perbankan milik pemerintah baik perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) skala nasional maupun bank Milik Pemerintah Daerah Badan Usaha Milik Daerah (BUMD), bila dilihat dari segi aset perusahaan sudah jelas Bank BUMN lebih besar dan lebih luas jangkannya, namun hal ini bukan berarti bank daerah tertinggal, pada prinsipnya jenis ataupun status bank itu bukan menjadi hal utama bagi masyarakat untuk menggunakan jasa perbankan hal ini terlihat dari tumbuh pesatnya bank-bank daerah di Indonesia khususnya di

Provinsi Aceh. Hal yang paling utama dalam memasarkan produk perbankan adalah tingkat kualitas pelayanan, produk yang ditawarkan, kepuasan nasabah, kenyamanan serta kemudahan-kemudahan dalam bertransaksi dari jasa perbankan baik bank swasta, bank BUMN serta bank Daerah (BUMD).

Provinsi Aceh merupakan salah satu daerah yang memiliki *political will* Syariah yang kuat di mana Aceh memiliki otonomi khusus untuk membentuk peraturan daerah Syariah atau disebut Qanun. Qanun Aceh No. 11 Tahun 2018 tentang Lembaga Keuangan Syariah (LKS) Qanun Nomor 8 Tahun 2014 tentang Pokok-pokok Syariat Islam mewajibkan bahwa lembaga keuangan yang akan membuka kantor di Aceh harus melaksanakan kegiatannya berdasarkan prinsip Syariah.

Pelaksanaan Qanun Aceh No. 11 Tahun 2018 tentang Lembaga Keuangan Syariah (LKS) dan Qanun Nomor 8 Tahun 2014 tentang pokok-pokok Syariat Islam yang mewajibkan lembaga keuangan yang akan beroperasi di Aceh harus melaksanakan kegiatannya berdasarkan prinsip Syariah dan lembaga keuangan baik bank dan non bank sudah wajib menjalankan syariah paling lambat tahun 2021. Dengan pelaksanaan qanun tersebut maka mulai 2020 perbankan dan lembaga keuangan yang beroperasi di Aceh mulai menjalankan kegiatannya sesuai prinsip syariah, adapun perbankan syariah yang sudah beroperasi di Kota Lhokseumawe dapat dilihat pada Tabel 1.2 di bawah ini.

Tabel 1.2
Bank Syariah di Kota Lhokseumawe

Bank Umum Syariah	Unit Usaha Syariah	BPR Syariah
Bank Muamalat	BTN Syariah	Bank Aceh Utara
Mandiri Syariah	CIMB Niaga Syariah	BPRS Rahmah Hijrah Agung
BRI Syariah		
BNI Syariah		
Bank Aceh Syariah		

Sumber : KPWBI Lhokseumawe Tahun 2020

Pada prinsipnya bank konvensional dan bank syariah memiliki prinsip dan karakteristik masing-masing yang berbeda satu sama lainnya. Perbedaan antara Bank Konvensional dan Bank Syariah terletak pada dasar hukum, sistem operasional, cara mengelola dana, metode transaksi, pembagian keuntungan, perjanjian/akad hingga antara nasabah dan bank itu sendiri. Dalam penyaluran kredit KPR bersubsidi bank konvensional dan bank syariah pada prinsipnya sama dikarenakan KPR Syariah bersubsidi merupakan program pemerintah namun yang menjadi perbedaan antara bank konvensional dan bank syariah adalah akad/perjanjian dalam transaksinya, di mana bank konvensional didalam pinjaman atau kredit diberikan atas akad pinjaman debitur wajib mengembalikan beserta bunganya serta ada denda keterlambatan dalam membayar angsuran. Sementara dalam prinsip syariah bunga sama sekali tidak diperbolehkan karena dianggap riba, oleh karena itu bank syariah menerapkan akan murabahah atau jual beli, artinya dalam bank syariah pihak bank bertindak sebagai pembeli rumah yang diinginkan nasabah kemudian bank menjual kembali kepada nasabah dengan margin harga tertentu yang di sepakati bersama-sama kemudian cicilan bersifat tetap hingga masa KPR berakhir dan tidak dikenakan sanksi denda bagi nasabah yang terlambat menyeter cicilan.

Dengan pelaksanaan Qanun LKS di Aceh yang dapat menyalurkan KPR Subsidi adalah perbankan syariah, adapun bank syariah yang terdapat di Lhokseumawe dan bekerjasama dengan Kemenpera adalah Bank BTN Syariah dan Bank Aceh Syariah. Untuk Bank Aceh Syariah sendiri penyaluran KPR Syariah bersubsidi dimulai sejak tahun 2018. Untuk jumlah penyaluran KPR Syariah bersubsidi di Aceh melalui Bank BTN Syariah dan Bank Aceh Syariah dapat dilihat pada Tabel 1.3 berikut.

Tabel 1.3
Realisasi Penyaluran KPR Syariah Subsidi di Aceh

BTN Syariah			Bank Aceh Syariah		
Tahun	Jumlah	Pertumbuhan	Tahun	Jumlah	Pertumbuhan
2018	10	100%	2018	92	100%
2019	91	81%	2019	404	339%
2020	203	112%	2020	414	2,4%
Total	304		Total	910	

Sumber : <http://ppdpp.id>

Keunggulan KPR bank syariah dibandingkan dengan KPR pada bank konvensional adalah dengan KPR syariah masyarakat yang menerima fasilitas pembiayaan merasa lebih nyaman, dikarenakan pembiayaan kepemilikan rumah syariah tersebut menggunakan akad jual beli (*murabahah*). Sehingga pembayaran cicilan pada pembiayaan kepemilikan rumah secara syariah dari awal akad sampai selesai tidak mengalami perubahan harga atau kenaikan yang dipengaruhi suku bunga yang ada.

Dari data penyaluran pembiayaan KPR di atas terlihat baik Bank BTN Syariah (BUMN) dan bank Aceh (BUMD) sama-sama tumbuh dalam penyaluran pembiayaan KPR Syariah bersubsidi dengan demikian masyarakat merasa nyaman dalam menggunakan jasa perbankan di kedua bank tersebut walaupun

perbankan tersebut memiliki status bank yang berbeda yaitu bank BTN Syariah (BUMN) berskala nasional dan Bank Aceh Syariah (BUMD) bank milik pemerintah Aceh yang hanya ada di Provinsi Aceh dan sebagian di Sumatera Utara serta pangsa pasar utamanya adalah masyarakat yang berdomisili Aceh ataupun masyarakat Aceh yang tinggal di Sumatera Utara.

Bank BTN Syariah dan Bank Aceh Syariah memiliki keunggulan masing-masing dalam penyaluran kredit KPR Syariah bersubsidi, bank BTN Syariah memiliki kerjasama dengan developer pembangunan perumahan subsidi yang luas dikarenakan BTN Syariah merupakan bank nasional yang fokus terhadap penyaluran KPR dalam bisnisnya selain itu Bank BTN mendapat porsi kuota yang lebih besar dalam penyaluran KPR subsidi sementara Bank Aceh Syariah merupakan bank daerah sehingga untuk Pegawai Negeri Sipil (PNS) daerah lebih mudah dalam pengajuan pengambilan fasilitas di Bank Aceh serta khusus PNS diberi kemudahan dengan uang muka (DP) sebesar 1% dari harga rumah, selain itu bank Aceh juga memiliki kantor cabang yang lebih banyak sehingga nasabah tidak kesulitan dalam bertransaksi.

Produk KPR Syariah bersubsidi adalah program pemerintah untuk mewujudkan masyarakat memiliki sehingga untuk fasilitas harga dan margin semua bank penyalur adalah sama, hal ini menjadi sebuah persaingan yang berat bagi bank-bank penyalur KPR Syariah bersubsidi. Langkah dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, setiap lembaga keuangan ataupun perbankan harus mampu menunjukkan berbagai kelebihan serta keunggulan tertentu dari para pesaingnya. Dalam kondisi yang demikian perusahaan tidak

boleh hanya duduk menunggu datangnya konsumen, lembaga pembiayaan dituntut untuk bersikap lebih agresif dan bekerja lebih profesional. perusahaan pembiayaan dituntut juga untuk dapat mengetahui faktor-faktor yang menjadi alasan konsumen dalam menentukan perusahaan pembiayaan sehingga perusahaan dapat menentukan kebijakan pemasaran yang dilaksanakan dengan lebih akurat dan mudah.

Dari sisi pasar, dengan banyaknya perusahaan pembiayaan baik nasional maupun lokal telah memicu kecenderungan semakin meningkatnya *bargaining position* pelanggan di mata perusahaan. Dengan kecenderungan ini, perusahaan harus semakin fokus kepada pelanggan dan harus mampu meningkatkan pelayanan. Dalam mempertahankan keberlangsungan jalan perusahaan, salah satu persoalan yang cukup penting dalam suatu perusahaan ialah pemasaran, yaitu di mana agar produk baik dalam bentuk barang maupun jasa dapat dibeli dan memenuhi kebutuhan dan keinginan serta memberikan kepuasan kepada konsumen. Setiap perusahaan akan menerapkan model pemasaran yang berbeda-beda tergantung dari kebutuhan dan besar kecilnya perusahaan tersebut. Rencana kegiatan yang dilakukan oleh setiap perusahaan pembiayaan untuk menjual produknya yaitu dengan kombinasi kegiatan pemasaran yang dikenal dengan bauran pemasaran atau *marketing mix* pada perusahaan jasa. Variabel-variabel *marketing mix* terdiri atas bagaimana menciptakan produk (*product*), penetapan harga (*price*), pelaksanaan promosi (*promotion*), pemilihan saluran distribusi (*place*), pihak internal tenaga pemasar (*people*), dan bagaimana proses yang akan dijalankan (*process*), serta bukti nyata (*physical evidence*).

Penerapan strategi pemasaran *marketing mix* bertujuan untuk mempertahankan konsistensi penjualan yang merupakan alat pengambilan keputusan konsumen menggunakan jasa pembiayaan KPR Syariah bersubsidi. Dengan penerapan bauran pemasaran diharapkan produk yang dihasilkan akan dikenal oleh masyarakat luas dan membangun merek yang kuat serta memiliki identitas yang dapat menggambarkan suatu *value* yang akan menancap dalam hati konsumen, menarik minat beli konsumen atau calon pembeli sehingga tercapai tujuan perusahaan yaitu meningkatkan volume penjualan, serta menjadikannya posisi *leader* di pasar.

1.2 Perumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka rumusan masalah atau pertanyaan penelitian (*research question*) dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan KPR Syariah bersubsidi pada Bank Syariah di Kota Lhokseumawe?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan KPR Syariah bersubsidi pada Bank Syariah di Kota Lhokseumawe?
3. Apakah tempat berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan KPR Syariah bersubsidi pada Bank Syariah di Kota Lhokseumawe?

4. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan KPR Syariah bersubsidi pada Bank Syariah di Kota Lhokseumawe?
5. Apakah karyawan/orang berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan KPR Syariah bersubsidi pada Bank Syariah di Kota Lhokseumawe?
6. Apakah proses berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan KPR Syariah bersubsidi pada Bank Syariah di Kota Lhokseumawe?
7. Apakah bukti fisik berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan KPR Syariah bersubsidi pada Bank Syariah di Kota Lhokseumawe?
8. Apakah status bank memoderasi produk terhadap keputusan pembiayaan KPR Syariah bersubsidi pada Bank Syariah di Kota Lhokseumawe?
9. Apakah status bank memoderasi harga terhadap keputusan pembiayaan KPR Syariah bersubsidi pada Bank Syariah di Kota Lhokseumawe?
10. Apakah status bank memoderasi promosi terhadap keputusan pembiayaan KPR Syariah bersubsidi pada Bank Syariah di Kota Lhokseumawe?
11. Apakah status bank memoderasi tempat terhadap keputusan pembiayaan KPR Syariah bersubsidi pada Bank Syariah di Kota Lhokseumawe?
12. Apakah status bank memoderasi karyawan terhadap keputusan pembiayaan KPR Syariah bersubsidi pada Bank Syariah di Kota Lhokseumawe?

13. Apakah status bank memoderasi proses terhadap keputusan pembiayaan KPR Syariah bersubsidi pada Bank Syariah di Kota Lhokseumawe?
14. Apakah status bank memoderasi bukti fisik terhadap keputusan pembiayaan KPR Syariah bersubsidi pada Bank Syariah di Kota Lhokseumawe?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang sudah dirumuskan penulis di atas tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui apakah produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan KPR Syariah Bersubsidi pada Bank Syariah di Kota Lhokseumawe.
2. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan KPR Syariah Bersubsidi pada Bank Syariah di Kota Lhokseumawe.
3. Untuk mengetahui apakah tempat berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan KPR Syariah Bersubsidi pada Bank Syariah di Kota Lhokseumawe.
4. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan KPR Syariah Bersubsidi pada Bank Syariah di Kota Lhokseumawe.
5. Untuk mengetahui apakah karyawan/orang berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan KPR Syariah Bersubsidi pada Bank Syariah di Kota Lhokseumawe.

6. Untuk mengetahui apakah proses berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan KPR Syariah Bersubsidi pada Bank Syariah di Kota Lhokseumawe.
7. Untuk mengetahui apakah bukti fisik berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan KPR Syariah Bersubsidi pada Bank Syariah di Kota Lhokseumawe.
8. Untuk mengetahui apakah status bank memoderasi produk terhadap keputusan pembiayaan KPR Syariah bersubsidi pada Bank Syariah di Kota Lhokseumawe?
9. Untuk mengetahui apakah status bank memoderasi harga terhadap keputusan pembiayaan KPR Syariah bersubsidi pada Bank Syariah di Kota Lhokseumawe?
10. Untuk mengetahui apakah status bank memoderasi promosi terhadap keputusan pembiayaan KPR Syariah bersubsidi pada Bank Syariah di Kota Lhokseumawe?
11. Untuk mengetahui apakah status bank memoderasi tempat terhadap keputusan pembiayaan KPR Syariah bersubsidi pada Bank Syariah di Kota Lhokseumawe?
12. Untuk mengetahui apakah status bank memoderasi karyawan terhadap keputusan pembiayaan KPR Syariah bersubsidi pada Bank Syariah di Kota Lhokseumawe?
13. Untuk mengetahui apakah status bank memoderasi proses terhadap keputusan pembiayaan KPR Syariah bersubsidi pada Bank Syariah di Kota Lhokseumawe?

14. Untuk mengetahui apakah status bank memoderasi bukti fisik terhadap keputusan pembiayaan KPR Syariah bersubsidi pada Bank Syariah di Kota Lhokseumawe?

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Praktisi

Adapun manfaat praktisi yang diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Memberikan masukan bagi pihak perusahaan untuk membuat kebijakan yang berkaitan dengan bauran pemasaran terhadap keputusan pengambilan pembiayaan.
2. Sebagai bahan masukan atau perbandingan bagi pihak organisasi mengenai pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap pengambilan keputusan pembiayaan dengan moderasi oleh status bank.
3. Menjadi salah satu informasi untuk peninjauan kembali terhadap manajemen pemasaran yang berkaitan dengan bauran pemasaran terhadap keputusan pengambilan pembiayaan.

1.4.2 Manfaat Teoritis

Adapun manfaat dari penelitian yang penulis lakukan adalah:

1. Bagi Peneliti, untuk menambah pengetahuan dan wawasan tentang strategi bauran pemasaran produk jasa.
2. Bagi Akademik, diharapkan dapat menambah informasi dan sebagai bahan perbandingan serta penyempurnaan bagi peneliti yang akan dilakukan oleh peneliti lain dengan tema yang terkait.

3. Bagi Bank Syariah, membantu untuk lebih mengembangkan usaha dan bisnis perbankan syariah dan untuk mendorong masyarakat agar lebih tertarik kepada bank syariah dalam melakukan pembiayaan KPR.
4. Bagi peneliti lain, sebagai referensi ataupun acuan dalam pengembangan penelitian selanjutnya.