

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan penduduk di Indonesia dari tahun ke tahun terus mengalami perubahan. Indonesia termasuk negara dengan jumlah dan pertumbuhan penduduk yang besar dan berpenduduk banyak. Dilihat dari segi kependudukannya. Jumlah penduduk yang begitu besar di Indonesia menjadi permasalahan serius terutama di daerah perkotaan. Karena semakin besar jumlah dan pertumbuhan penduduk, semakin banyak pula permasalahan yang dihadapi oleh suatu daerah. Misalnya dengan penambahan jumlah penduduk tentu harus dibarengi dengan penambahan berbagai sarana dan prasarana.

Jumlah penduduk yang kian bertambah dengan lahan yang terbatas membuat harga rumah terus menerus mengalami kenaikan. Bagi mereka yang gemar berinvestasi jangka panjang, rumah adalah salah satu bentuk investasi yang cukup menjanjikan dan biasanya menjadi bagian dari portofolio investasi yang dimiliki. Investasi dilakukan dengan membeli lalu menyewakan atau menjual kembali rumah tersebut.¹

Penyediaan rumah menjadi salah satu bagian penting dalam majunya sebuah Negara. Rumah menjadi pilar tumbuh kembangnya keluarga yang baik dari sisi kesejahteraan, kesehatan, hingga aspek sosial. Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat melalui Direktorat Jenderal Pembiayaan Perumahan memperkirakan hingga tahun 2025 angka kebutuhan rumah di

¹ Taufik Hidayat, *Buku Pintar Investasi Syariah*, (Jakarta: PT TransMedia. 2011), 161.

Indonesia mencapai 30 juta unit. Namun dalam kenyataannya, Negara masih belum mampu dan jauh dapat memenuhi dan melaksanakan kewajiban untuk menyediakan rumah layak huni bagi rakyat Indonesia.²

Pemenuhan kebutuhan rumah saat ini masih menjadi permasalahan. Pertumbuhan penduduk yang semakin tinggi, khususnya di perkotaan mengakibatkan kebutuhan akan tempat tinggal juga meningkat. Ini merupakan potensi yang perlu didorong oleh para pelaku industry pembangunan perumahan agar pasar rumah selalu siap untuk dibeli oleh masyarakat yang membutuhkan. Akan tetapi, keterbatasan lahan dalam memenuhi kebutuhan tanah untuk perumahan terus menjadi masalah yang memerlukan penanganan secara komprehensif.³

Saat ini, Harga tanah dan rumah di kota-kota besar terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Namun peningkatan harga tanah dan rumah hampir selalu lebih tinggi dari tingkat penghasilan seseorang. Hal ini mengakibatkan sulitnya masyarakat untuk menyisihkan penghasilannya agar bisa digunakan untuk membeli rumah secara tunai. Sehingga untuk mengatasi kondisi tersebut, diperlukan adanya peran perbankan khususnya perbankan Syariah untuk menyediakan dana tunai dan memberikan pinjaman dalam bentuk pembiayaan.

Di Indonesia, regulasi mengenai bank syariah tertuang dalam UU No 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Bank syariah adalah bank yang

² Pramdia Arhandi Julianto, diakses pada 06 Desember 2016
<http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2016/09/17/195151226/hingga.2025.kebutuhan.rumah.di.indonesia.tembus.30.juta.unit>

³ *Ibid.*

menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).⁴

Pada dasarnya, produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah dapat dibagi menjadi tiga bagian besar, yaitu produk penyaluran dana, produk penghimpunan dana, dan produk jasa. Dalam menyalurkan dananya kepada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi kedalam empat kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya, yaitu pembiayaan prinsip jual-beli, pembiayaan prinsip sewa, pembiayaan dengan prinsip bagi hasil, dan pembiayaan dengan akad pelengkap.⁵

Pembiayaan dengan prinsip jual-beli ditujukan untuk memiliki barang, sedangkan yang menggunakan prinsip sewa ditujukan untuk mendapatkan jasa. Prinsip bagi hasil digunakan untuk usaha kerjasama yang ditujukan guna mendapatkan barang dan jasa sekaligus.

Pada pembiayaan dengan prinsip jual beli dan prinsip sewa, tingkat keuntungan bank ditentukan di depan dan menjadi bagian harga atas barang atau jasa yang dijual. Sedangkan pembiayaan pada prinsip bagi hasil dan pembiayaan dengan akad pelengkap, tingkat keuntungan bank ditentukan dari besarnya keuntungan usaha sesuai dengan prinsip bagi hasil. Pada produk bagi hasil keuntungan ditentukan oleh nisbah bagi hasil yang disepakati di muka.⁶

⁴ Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2009), 61.

⁵ Adiwarman Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persabda, 2013), 97.

⁶ *Ibid*

Untuk kebanyakan orang yang ingin memiliki rumah sendiri sedangkan uang yang ada belum cukup untuk membeli tunai, solusinya adalah mengajukan pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) yang ditawarkan oleh banyak bank. Saat ini banyak bank menawarkan fasilitas KPR dengan beberapa opsi pembayaran dan persyaratan yang beragam.

Perbankan syariah merupakan salah satu segmen pasar yang mengalami pertumbuhan cukup pesat. Salah satu produk perbankan syariah yang diminati nasabah adalah produk pembiayaan KPR.

Bank Tabungan Negara Syariah (BTN Syariah) merupakan Unit Usaha Syariah milik PT. Bank Tabungan Negara (Persero) yang merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara yang memiliki keunggulan dalam produk yang salah satunya adalah Kredit Pemilikan Rumah (KPR) terbesar di Indonesia sejak 10 Desember 1976. Hingga 31 Desember 2015, Bank BTN berhasil mempertahankan posisinya untuk tetap berada di jajaran 10 besar Bank Indonesia berdasarkan jumlah asset dan kredit. Asset Bank BTN mencapai Rp 171,81 triliun di tahun 2015 atau tumbuh 18,83% dari Rp 144,58 triliun di tahun 2014. Sedangkan posisi kredit/pembiayaan yang disalurkan Bank BTN pada tahun 2015 mencapai Rp 138,96 triliun meningkat sebesar Rp 23,04 triliun dari Rp 115,92 triliun di tahun 2014.⁷

Ditengah kondisi ekonomi dan industry perbankan yang penuh tantangan dan meningkatnya kebutuhan masyarakat, BTN Syariah berusaha untuk

⁷ Laporan tahunan Bank BTN 2015, 156.

menciptakan inovasi produk khususnya pembiayaan agar dapat memfasilitasi kebutuhan-kebutuhan tersebut.

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Promosi adalah semua kegiatan yang ditujukan untuk memperkenalkan, membujuk, dan mengingatkan pelanggan pada produk atau perantara.⁸ Promosi merupakan kegiatan dari pemasaran maupun penjualan dalam rangka untuk menginformasikan dan mendorong permintaan konsumen terhadap produk atau jasa dari suatu perusahaan dengan mempengaruhi konsumen supaya membeli produk atau jasa yang dijual oleh perusahaan.

Promosi merupakan cara yang dilakukan oleh pemasar untuk menginformasikan dan mempengaruhi para konsumen atau masyarakat sehingga dapat tertarik untuk membeli dan menggunakan produk ataupun jasa yang dipasarkannya.

Sejalan dengan bisnisnya, BTN terus memfokuskan bisnis KPR untuk melayani nasabah segmen pasar berpenghasilan menengah ke bawah. Oleh karena itu, Bank BTN Syariah untuk pertama kalinya meluncurkan produk inovasi khusus untuk KPR. BTN terus berusaha untuk terus menambah produk baru ke dalam segmen produk dan pembiayaan lainnya.

Untuk mendukung pertumbuhan pembiayaan KPR di awal tahun 2016 serta untuk mengantisipasi tingkat persaingan margin KPR di perbankan, maka Bank BTN Syariah mengeluarkan produk yang disebut dengan margin promo KPR.

⁸ Nana herdiana Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah Dan Kewirausahaan*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013), 349.

Margin promo ini disebut KPR Berjenjang. Tujuan produk ini dikeluarkan adalah untuk memperluas pangsa pasar KPR Bank BTN dan untuk memperingati HUT BTN ke-66.

Berdasarkan pemaparan diatas, untuk memperluas pangsa pasarnya dan untuk tetap eksis di bidang KPR, Bank BTN Syariah mengeluarkan inovasi produk KPR berupa Kredit Pemilikan Rumah Berjenjang (KPR Berjenjang). Produk promo KPR Berjenjang hanya ditawarkan selama tiga (3) bulan. Pada KPR Berjenjang ini, BTN Syariah menawarkan margin yang rendah pada pembayaran dua tahun pertama, tiga tahun pertama, atau lima tahun pertama sesuai dengan kesepakatan yang terjadi antara nasabah dengan bank. Dengan adanya margin yang rendah tersebut memudahkan nasabah untuk membayar angsuran.

Berdasarkan kondisi demikian, maka penulis tertarik untuk meneliti implementasi model promo KPR Berjenjang dan pengaruh model promo KPR Berjenjang terhadap tingkat penjualan produk KPR setelah adanya model promo KPR berjenjang yang dituangkan dalam penulisan sebuah skripsi yang berjudul **“Pengaruh Model Promo KPR Berjenjang Terhadap Tingkat Penjualan Produk KPR” (Studi kasus pada BTN Syariah Cabang Surabaya).**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1.2.1 Bagaimana implemementasi promo KPR berjenjang di Bank BTN Syariah ?

1.2.2 Bagaimana pengaruh model promo KPR Berjenjang terhadap tingkat penjualan produk KPR di Bank BTN Syariah ?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Selain sebagai syarat untuk menyelesaikan studi program Strata 1 (S1) tujuan dan manfaat dari penelitian ini adalah:

1.3.1 Tujuan Penelitian

1.3.1.1 Untuk mengetahui implemementasi KPR berjenjang yang dilakukan oleh Bank BTN Syariah.

1.3.1.2 Untuk mengetahui tingkat penjualan setelah adanya promo KPR Berjenjang.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1.3.2.1 Bagi Manajemen BTN Syariah

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sarana sumbangan pemikiran dalam menjalankan kegiatan promosi dan memasarkan produk sehingga dapat menambah penjualan khususnya untuk produk KPR.

1.3.2.2 Bagi pembaca/mahasiswa

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan informasi untuk menambah referensi bagi peneliti yang sedang melakukan penelitian.

1.3.2.3 Bagi universitas

Diharapkan bisa memberikan kontribusi berupa referensi ilmiah yang terpercaya serta dapat dipertanggungjawabkan. Begitu juga dapat dijadikan informasi-informasi tambahan khususnya pada bidang Ekonomi Syariah.

1.3.2.4 Bagi debitur dan calon debitur

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat digunakan sebagai sumbangan wawasan dalam mengambil pembiayaan.

1.4 Kajian pustaka

Selama ini masih belum ada yang membahas tentang pengaruh model promo KPR Berjenjang terhadap tingkat penjualan produk KPR di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk divisi Sharia di Cabang Surabaya.

Tetapi, berdasarkan kajian dan penelusuran yang peneliti lakukan terhadap beberapa penelitian yang sejenis, maka penulis menemukan hasil dari penelitian terdahulu dan memiliki kesamaan dengan peneliti, namun terdapat beberapa perbedaan, penelitian tersebut yakni:

1. Skripsi yang ditulis oleh Cholidah Hanum yang berjudul “*Strategi Bank Syariah Dalam Pembiayaan KPR Bermasalah*” peneliti ini menyimpulkan

bahwa langkah-langkah yang dapat dilakukan terhadap strategi Bank BTN Syariah dalam pembiayaan KPR bermasalah adalah (1) menunjuk pegawai untuk melakukan pembinaan nasabah. (2) mengadakan pelatihan tentang pembiayaan bermasalah. (3) bekerjasama dengan kantor lelang (Kantor Pelayanan Kekayaan Negara Dan Lelang)⁹

2. Skripsi yang ditulis oleh Muhammad Arif Aditya dengan judul “*Strategi Pemasaran Pembiayaan KPR Syariah bersubsidi Bagi Masyarakat Berpenghasilan Rendah di BTN Syariah*”, didalam skripsi tersebut dijelaskan strategi yang digunakan oleh Bank BTN Syariah dalam memasarkan KPR Syariah subsidi adalah dengan menggunakan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari strategi produk (*product*), startegi penentuan harga (*price*), strategi penentuan lokasi (*place*), dan strategi promosi (*promotion*). Strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) dikenal dengan sebutan 4P.¹⁰

1.5 Sistematika Penulisan

⁹ Cholidah Hanum, *Strategi Bank BTN Syariah dalam pembiayaan KPR Bermasalah (studi kasus Bank BTN Kantor Cabang Syariah Jakarta)*, dalam skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2009.

¹⁰ Muhammad Arif Aditya, *Strategi Pemasaran Pembiayaan KPR Syariah bersubsidi Bagi Masyarakat Berpenghasilan Rendah di BTN Syariah (Studi kasus pada Bank BTN Syariah Cabang Tangerang)*, dalam skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2014.

Untuk memudahkan pemahaman dan memperjelas arah pembahasan maka penulisan skripsi ini disistematisasikan menjadi lima bab dengan uraian kalimat sebagai berikut:

- Bab I Merupakan bab pendahuluan. Dalam bab ini penulis menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.
- Bab II merupakan bab landasan teori yang menguraikan tinjauan teori yang dipergunakan sebagai dasar dalam penelitian, kajian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.
- Bab III Merupakan bab yang membahas metode penelitian yang digunakan oleh peneliti.
- Bab IV Merupakan bab pembahasan yang menguraikan tentang deskripsi objek penelitian, implementasi KPR Berjenjang, hasil analisa perhitungan data, pembahasan tentang hasil penelitian yang digunakan untuk menjawab permasalahan dalam rumusan masalah.
- Bab V Merupakan penutup yang berisikan kesimpulan dan saran