

# **BAB I PENDAHULUAN**

## **I.1. Latar Belakang**

Bank merupakan berperan sebagai perantara antara pihak pemilik modal dengan pihak yang memerlukan modal serta sebagai tempat transaksi pembayaran. Menurut Undang Undang No. 10 Tahun 1998 pengertian bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Bank memiliki salah satu produk yaitu kredit, menurut undang undang perbankan nomor 10 tahun 1998 tentang pengertian kredit adalah penyedia uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak meminjam untuk melunasi hutangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga, imbalan atau pembagian hasil tertentu. Penjelasan diatas bahwa bank memberikan kredit dengan kesepakatan melunasi hutangnya dengan jangka waktu jatuh tempo dengan pemberian pembagian hasil tertentu atau bunga. Pendapat kredit ini didukung oleh Rivai (2006) yang mengatakan definisi kredit adalah “penyerahan barang, jasa atau uang dari satu pihak dengan janji membayar dari penerima kredit kepada pemberi kredit pada tanggal yang telah disepakati oleh kedua belah pihak”. Kredit didunia perbankan terbagi menjadi 2 yaitu kredit konvensional dan kredit syariah. Kredit konvensional adalah transaksi kredit yang diajukan berdasarkan kesepakatan dengan kewajiban nasabah melunasinya dengan jangka waktu tertentu berikut bunga yang telah di tetapkan oleh bank. Sedangkan Kredit Syariah adalah proses peminjaman antara bank dengan nasabah melalui akad yang telah disepakati dengan sistem bagi hasil. Perbedaan dari kedua kredit tersebut adalah dari keuntungan yang diperoleh dari pihak bank, bank konvensional dengan menerapkan suku bunga sedangkan bank syariah dengan bagi hasil.

Bank syariah adalah lembaga simpanan yang kegiatannya menghimpun dana dan menyalurkan dana berdasarkan prinsip syariah yang merujuk pada ketentuan Al quran dan Hadist. Menurut Pasal 1 Ayat 12 Undang – Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah, prinsip syariah adalah prinsip hukum islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah. Berdasarkan Undang Undang tentang perbankan syariah, sehingga perbankan syariah memiliki landasan hukum atas setiap produk yang dikeluarkan oleh perbankan syariah. Menurut Sutan Remy Sjahdeini (2007) Bank syariah dikenal sebagai lembaga penghubung karena Bank Syariah menghimpun modal dan menyalurkannya kepada masyarakat berdasarkan prinsip islam. Perkembangan bank syariah di Indonesia menjadi standar keberhasilan ekonomi syariah di Indonesia. Kemajuan Perbankan syariah di Indonesia sangat pesat dan cukup baik kinerjanya dalam prospek jangka panjang. Selain itu Indonesia dengan mayoritas umat muslim terbanyak di dunia sangat mendukung perkembangan bank syariah sehingga bank bank syariah di Indonesia menjadi bank yang *professional* dan sesuai dengan prinsip syariah. Dengan demikian Bank syariah mampu bersaing dan mengeluarkan produk-produk dengan prinsip syariah serta disetujui oleh lembaga fatwa. Salah satu produk yang dikeluarkan oleh bank syariah yaitu produk kredit pemilik rumah (KPR). Pemasaran KPR yang dilakukan Bank Syariah harus menjadi daya saing antar bank dan menarik minat konsumen. Karena bisnis KPR sebagai investasi yang sangat menguntungkan karena masyarakat diindonesia memiliki daya beli KPR yang sangat banyak serta bertambah setiap tahunnya. Adapun data pembiayaan untuk kepemilikan rumah dan Appartemen ditunjukkan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 1. Data Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) dan Appartemen pada tahun 2020 (dalam triliun)

Pembiayaan	Tahun 2020
Untuk Kepemilikan Rumah	83.589
Untuk Kepemilikan Apartemen	3.184
Total	86,774

Sumber: OJK

Berdasarkan Statistik Perbankan Syariah Tahun 2020 yang dirilis dari OJK bahwa pembiayaan untuk Kredit Kepemilikan Rumah tinggal dan Apartemen pada Bank Umum Syariah mencapai Rp. 86,774 Triliun. Perkembangan Bank Syariah sejalan dengan peminatan masyarakat terhadap rumah, dengan memanfaatkan KPR Syariah.

Hasil Survey Rumah.com Consumer Sentiment Study H2 pada tahun 2020 dimana KPR Syariah mengalami kenaikan sebesar 35% responden dari sebelumnya hanya 29% responden. Sedangkan untuk KPR Konvensional pada tahun 2020 Mengalami Penurunan dari 37% responden Menjadi 29% responden.

KPR Syariah Menjadi Prefensi Responden pada Rumah.com Tahun 2020 karena KPR Syariah adanya kepastian cicilan bulanan yang dinyatakan oleh 74% responden yang sebelumnya 69% responden, sementara yang memilih KPR Syariah dengan pertimbangan Agama. Berdasarkan Rumah.com Pembiayaan KPR Syariah lebih diminati oleh kalangan muda dimana 37% responden berusia 22-29 tahun dan 36% responden yang berusia 30-39 tahun menyukai KPR Syariah dibandingkan dengan KPR Konvensional

Dari hasil survey Rumah.com Consumer Sentiment Study Selama 3 tahun terakhir KPR yang paling diminati yaitu KPR Syairah. Kondisi ini karena adanya kepastian cicilan bulanan sehingga itu alasannya KPR Syariah diminati, alasan lainnya karena factor agama..

Marine menambahkan bahwa di tengah penurunan indeks harga dan kenaikan suplai properti yang saat ini sedang terjadi, konsumen bisa memanfaatkan momentum baik ini untuk melakukan transaksi pembelian rumah dengan menggunakan fasilitas KPR Syariah.

KPR adalah suatu fasilitas kredit yang diberikan oleh perbankan nasabah perorangan untuk membeli rumah atau memperbaikinya. KPR pada awalnya

merupakan salah satu produk yang ditawarkan oleh bank konvensional, tetapi seiring berjalannya waktu dengan berkembangnya perbankan syariah banyak yang menawarkan produk KPR. Pembiayaan kredit pemilikan rumah (KPR) ialah produk yang dimiliki oleh Bank muamalat yang biasa dikenal dengan sebutan “KPR iB Muamalat. KPR iB Muamalat merupakan produk pembiayaan yang ditawarkan oleh bank muamalat untuk memiliki rumah, apartemen serta renovasi dan pengembangan termasuk pengalihan (*take over*) KPR dari bank lain dengan jual beli atau bekerja sama dengan angsuran ringan. KPR bank muamalat memiliki program yang menyediakan dua pilihan akad perbankan syariah yaitu murabahah (akad jual beli yang disepakati penjual dan pembeli) dan musyarakah mutanaqishah (akad kerjasama sewa). (Bank Muamalat)

Akad Murabahah adalah akad jual beli barang dengan menyatakan perolehan harga dan keuntungan yang disepakati oleh penjual dan pembeli sedangkan Akad Musyarakah Mutanaqishah adalah bentuk kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk kepemilikan suatu barang atau aset. (Bank Muamalat)

Pembiayaan KPR dengan prinsip murabahah maksud dari akad jual beli dari awal hingga akhir tidak ada perubahan porsi, sedangkan Pembiayaan KPR dengan prinsip musyarakah mutanaqishah maksudnya prinsip kerja sama sewa dengan kesepakatan tersebut sewaktu waktu dapat naik harga sewanya.

Dengan adanya Pembiayaan dari KPR syariah serta angsuran yang ringan sesuai akad yang tersedia, di harapkan dapat membantu nasabah keluarga dalam merencanakan keuangan selama proses angsuran. Tingginya minat masyarakat dalam kepemilikan tempat tinggal membuat bank bank di Indonesia baik konvensional maupun syariah bersaing dalam penawaran Produk KPR rumah tersebut.

KPR merupakan singkatan dari kredit pemilikan rumah. Produk pembiayaan kepemilikan rumah ini diterbitkan oleh bank syariah Indonesia untuk pembiayaan kepemilikan rumah dengan dukungan Fasilitas Likuiditas pembiayaan rumah (FLPP) kepada masyarakat yang berpenghasilan rendah hingga menengah, khususnya masyarakat yang berpenghasilan tetap yang ingin kepemilikan rumah sejahtera yang dikembangkan oleh pihak *developer*. Produk KPR bank syariah Indonesia menawarkan

angsuran jangka waktu yang sangat fleksibel yaitu (15-30 tahun) Produk KPR ini diharapkan dapat menjadi solusi bagi masyarakat atau nasabah bank syariah Indonesia yang ingin membangun kepemilikan rumah impian dengan sistem kredit yang mana kredit tersebut sesuai dengan syariah islam. (Noviarika,k,2021)

Bank syariah Indonesia dalam melakukan pemasaran produk pembiayaan kredit pemilikan rumah menggunakan strategi pemasaran marketing mix. Pada dasarnya tujuan yang diterapkan pada pemasaran tersebut untuk keberhasilan KPR dan untuk menghindari terjadinya kredit macet kepada nasabah dalam pembiayaan produk KPR Bank syariah Indonesia. Dengan ini kegiatan pemasaran diharapkan dapat memberikan pelayanan, memberikan informasi terkait produk KPR, serta jasa yang diberikan oleh Bank syariah Indonesia untuk memudahkan pelaksanaan KPR.Strategi yang tepat mampu memenuhi kebutuhan nasabah bank syariah Indonesia dan masyarakat sebagai sasaran konsumen, yang kemudian strategi inilah yang digunakan oleh bank dalam menentukan prospek perusahaan baik jangka panjang maupun jangka pendek. (Noviarika,k, 2021).

Berkaitan dengan latar belakang di atas penulis ingin mengangkat sebuah Tugas Akhir yang berjudul “ANALISIS PERBANDINGAN PRODUK DAN PEMBIAYAAN KPR PADA BANK MUAMALAT DAN BANK SYARIAH INDONESIA”

## **I.2. Tujuan Tugas Akhir**

Berdasarkan latar belakang diatas yang ditulis oleh penulis sebelumnya, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penulisan tugas akhir ini adalah untuk mengetahui produk dan pembiayaan KPR Bank Muamalat, produk dan pembiayaan Bank Syariah Indonesia dan menganalisis perbandingan produk dan pembiayaan kpr pada Bank Muamalat dan Bank Syariah Indonesia

## **I.3. Manfaat Tugas Akhir**

Adapun manfaat penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

### **1. Bagi Akademis**

Berdasarkan manfaat akademis dari hasil penulisan tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu ekonomi dan kajian ilmu perbankan dan keuangan khususnya pada bidang Manajemen Perkreditan Bank. Hal ini mengingat bahwa penulisan tugas akhir yang membahas mengenai “Analisis Perbandingan Strategi Pemasaran KPR pada Bank Muamalat dan Bank Syariah Indonesia”. Hasil dari penulisan tugas akhir ini diharapkan dapat menjadi rujukan untuk kegiatan akademis, juga dapat menjadi referensi serta perbandingan bagi penulisan tugas akhir selanjutnya yang berhubungan dengan strategi pemasaran kpr.

### **2. Bagi Praktis**

Berdasarkan manfaat bagi praktis hasil dari penulisan tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada masyarakat khususnya mahasiswa, lembaga pendidikan khususnya perguruan tinggi, pemerintah, perusahaan negri maupun swasta atau pihak lainnya dengan memberikan informasi mengenai pemasaran kpr. Hasil dari penulisan tugas akhir ini juga dapat digunakan sebagai bahan evaluasi mengenai strategi pemasaran dalam rangka meningkatkan masyarakat untuk menggunakan kpr. Penulisan tugas akhir ini juga diharapkan dapat menjadi rekomendasi dalam rangka pembuatan

kebijakan serta dapat menjadi pertimbangan pengambilan keputusan dalam hal yang berkaitan dengan pemasaran kpr.