DETERMINAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN RUMAH KPR *DEVELOPER* SYARIAH

Consumer's Determinant In Buying KPR House of Developer Sharia

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Ekonomi Islam

Oleh:
DHEA AYU PRATIWI
14423080

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2018

DETERMINAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN RUMAH KPR *DEVELOPER* SYARIAH

DHEA AYU PRATIWI
Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia Jalan Kaliurang Km. 14,5 Sleman, Yogyakarta
Dheaprtw.da@gmail.com

Abstrak

Di zaman yang modern ini, rumah menjadi kebutuhan pokok yang jumlahnya terus meningkat bagi masyarakat. Namun, masyarakat menengah perkotaan yang kritis mulai menerapkan gaya hidup Islami dengan memanfaatkan fasilitas KPR berbasis syariah pada perumahan syariah yang disediakan oleh *Developer Property*. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh faktor kesesuaian agama dan faktor operasional terhadap konsumen dalam pembelian rumah KPR *developer* syariah. Metode penelitian yang digunakan adalah regresi linear berganda yang bersumber dari data primer dengan menyebarkan kuisioner kepada konsumen rumah KPR *developer* syariah sebanyak 90 orang responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* dan olah data dengan menggunakan *software SPSS versi 22 for windows*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor kesesuaian agama secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian rumah KPR *developer* syariah dengan nilai Sig. (0.154 > 0.05) dan nilai t-hitung (-1.439 < 1.987). Faktor operasional secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian rumah KPR *developer* syariah dengan nilai Sig. (0.416 > 0.05) dan nilai t-hitung (0.818 < 1.987).

Kata Kunci: Kesesuaian Agama, Operasional, Pembelian, Rumah KPR *Developer* Syariah.

CONSUMER'S DETERMINANT IN BUYING KPR HOUSE OF DEVELOPER SHARIA

DHEA AYU PRATIWI
Department of Islamic Economics, Faculty of Islamic Studies, Universitas Islam Indonesia Jalan Kaliurang Km 14,5 Sleman, Yogyakarta
Dheaprtw.da@gmail.com

Abstract

In this modern age, homes are becoming an increasingly increasing number of basic needs for society. However, critical urban middle communities begin to adopt an Islamic lifestyle by utilizing a sharia-based mortgage facility on sharia housing provided by the Developer Property. The purpose of this study is to determine the influence of religious conformity factors and operational factors on consumers in purchasing home mortgages developer sharia. The research method used is multiple linear regression sourced from the primary data by distributing questionnaires to home consumers KPR developer sharia as much as 90 respondents. Sampling technique used is purposive sampling technique and data using SPSS software version 22 for windows. The results of this study indicate that religious conformity factors partially no significant effect on the purchase of home mortgage developer sharia with Sig value. (0.154> 0.05) and the value of t-count (-1.439 <1.987). Operational factors partially no significant effect on the purchase of home mortgages developer sharia with Sig value. (0.416> 0.05) and the value of t-count (0.818 <1.987). While simultaneously between the factors of religious suitability and operational factors also stated no effect on the variable home mortgages developer sharia.

Keywords: *Religion, Operational, Purchase, KPR House of Developer Sharia*

PENDAHULUAN

Pada zaman yang sudah modern ini, rumah sudah menjadi kebutuhan pokok bagi masyarakat. Berdasarkan hasil diskusi Outlook Pembiayaan Perumahan Indonesia Tahun 2018, Direktur Jenderal Pembiayaan Perumahan Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR) menyampaikan bahwa setiap tahunnya dibutuhkan sekitar 800 ribu hingga 1 juta unit rumah baru, sedangkan hingga akhir tahun 2016 lalu, jumlah masyarakat Indonesia yang belum memiliki rumah mencapai angka 11.4 juta. Kondisi seperti ini tidak sebanding dengan perekonomian Indonesia saat ini. Hal ini diperkuat dengan adanya data yang ditunjukkan oleh Badan Pusat Statistik (2015) dimana masyarakat yang memiliki penghasilan di bawah 3 juta masih mendominasi kebutuhan akan tempat tinggal. Dalam kondisi lain, berdasarkan data yang dikeluarkan Badan Pusat Statistik dalam DJA Kemenkeu (2014) menunjukkan bahwa kebutuhan akan rumah yang belum terpenuhi (*backlog*) apabila menggunakan konsep penghunian (perspektif Kementrian PUPR) telah mencapai 7.8 juta dan mencapai 13 juta rumah apabila menggunakan konsep kepemilikan (perspektif BPS).

Peluang seperti inilah yang dimanfaatkan oleh para lembaga keuangan untuk menciptakan fasilitas bagi masyarakat yang ingin memiliki rumah namun bisa dicicil. Fasilitas tersebut yaitu KPR (Kredit Pemilikan Rumah). Namun, KPR syariah perbankan nasional masih memiliki banyak kelemahan, yaitu masih banyaknya persepsi masyarakat bahwa KPR baik konvensional maupun syariah itu sama saja, salah satunya karena batas antara syariah dan *syub'hat* dianggap sangat tipis. Selain itu, KPR tersebut berada pada lembaga keuangan perbankan yang jelas-jelas tujuannya adalah untuk mencari keuntungan.

Masyarakat menengah perkotaan yang kritis dan ingin seratus persen menerapkan gaya hidup islami pun mulai beralih, mereka tidak lagi memanfaatkan KPR baik konvensional maupun syariah yang dijual di Perbankan Nasional,

melainkan memanfaatkan fasilitas KPR berbasis syariah pada perumahan syariah dari *developer*. Salah satu keunikan fasilitas yang ditawarkan yaitu meniadakan peran perbankan, khususnya pada proses pengecekkan kemampuan bayar calon konsumen di Bank Indonesia (BI *Checking*). Sehingga, konsumen hanya berurusan dengan pihak pengembang serta notaris yang ditunjuk, setelah harga dan tenor KPR disepakati. Dengan adanya fasilitas-fasilitas tersebut dapat meringankan masyarakat yang termasuk ke dalam golongan Masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR) yang tidak memenuhi kategori *bankable* namun sangat membutuhkan rumah. Dengan melihat keunikan KPR *developer* syariah tersebut, tentunya ada beberapa faktor mengapa nasabah memilih untuk mengambil produk KPR *developer* syariah ini.

Pada penelitian terdahulu, ditemukan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah untuk memilih KPR pada bank syariah. Berdasarkan temuan observasi lapangan yang penulis lakukan, faktor-faktor yang dapat menentukan konsumen dalam membeli rumah KPR *developer* syariah itu terbagi menjadi 2 bagian, yaitu : (a) faktor kesesuaian dengan agama (tanpa riba/bunga) karena berdasarkan kondisi masyarakat muslim saat ini banyak yang ingin benar-benar beralih dan meninggalkan unsur riba dalam setiap transaksi kehidupan khususnya dalam hal pembelian rumah yang jangka waktunya panjang. Seperti yang kita ketahui, riba/bunga adalah hal yang sangat dibenci Allah swt dan dilarang oleh agama, (b) faktor operasional (tanpa denda, sita, dan BI *checking* serta perantara bank). Penulis merumuskan tidak diterapkannya denda, sita, dan BI *checking* serta perantara bank sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam memilih KPR *developer* syariah ini karena hal-hal tersebut rumit dan menghambat proses nasabah untuk memiliki rumah secara cepat. Selain itu, dengan tidak adanya perantara bank dalam proses pembelian rumah meyakinkan nasabah bahwa transaksi hanya dilakukan murni oleh 2 pihak, yaitu konsumen dan *developer property*.

Penelitian ini dilakukan pada konsumen yang menempati rumah KPR *developer property* yang bernama *Developer Property* Syariah, Nirwana Gemilang *Property* Syariah, dan Andalusia *Land Islamic Property Development* karena termasuk dalam asosiasi *Developer Property* Syariah Indonesia (DPSI) yang merupakan *developer property* syariah pertama yang mencetuskan dan menjalankan konsep rumah syariah tanpa riba, tanpa denda, tanpa sita, tanpa BI *checking* dan tanpa bank. Selain itu, DPSI sudah menaungi banyak perumahan dengan jumlah unit rumah serta konsumen yang banyak. Adapun alasan penulis tertarik memilih penelitian ini dikarenakan jenis rumah KPR *developer property* syariah ini merupakan salah satu inovasi baru yang bisa diterapkan oleh umat Islam untuk beralih kepada gaya hidup yang lebih islami dengan perbedaan fasilitas yang ditawarkan. Penulis juga ingin mengetahui secara pasti berdasarkan fakta yang ada, apakah fasilitas yang ditawarkan terebut benar adanya dan apakah hal-hal tersebut dapat memberikan pengaruh kepada para konsumennya sehingga membeli rumah tersebut. Selain itu, penulis juga ingin memberikan peluang serta tantangan untuk para akademisi khususnya lulusan Sarjana Ekonomi Islam maupun Sarjana Ekonomi untuk menyempurnakan inovasi yang telah ada dengan menyelaraskan teori yang didapatkan dengan praktek lapangan demi terwujudnya gaya hidup yang benar-benar islami, khususnya dimulai dari melakukan kegiatan transaksi secara halal.

KERANGKA TEORI

A. Telaah Pustaka

Sejauh penggalian literatur yang dilakukan oleh penulis tidak ditemukan penelitian dan karya ilmiah yang serupa ataupun secara khusus membahas mengenai KPR *developer* syariah. Namun, pada penelitian ini, penulis menggunakan 9 penelitian terdahulu yang berkaitan dengan KPR, perilaku pembelian rumah serta faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian rumah.

Bima Kurnia Putra dan Fatin Fadhilah Hasib (2014) dengan judul "Proses Pengambilan Keputusan Nasabah Bank Syariah dalam Memilih Produk Pembiayaan Kepemilikan Rumah (Studi Kasus Nasabah Bank Muamalat KCI Darmo Surabaya)" yang bertujuan mengetahui proses pengambilan keputusan pelanggan Bank Muamalat dalam memilih produk KPR dengan proses *problem recognition*, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pilihan produk, dan hasil penelitian.

Dina Saripatul Radiah (2014) dengan judul "Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Mengambil KPR Pada Bank Mandiri Cabang Utama Samarinda" yang bertujuan untuk mengetahui kesimpulan diantara variabel-variabel yang digunakan dengan melakukan pengujian berkaitan dengan hipotesis yang ada.

Gustina Hidayat (2017) dengan judul "Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Permintaan KPR Pada Bank Syariah Di Kabupaten Sumedang" yang bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi nasabah dalam membeli produk biaya KPR di Bank Syariah Cabang Kab. Sumedang.

Dewanda Ayodya dan Imroatul Khasanah (2016) dengan judul "Analisis Pengaruh Diferensiasi Produk, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pengambilan KPR (Kredit Pemilikan Rumah)" yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh diferensiasi produk, kualitas produk,

kualitas pelayanan dan sikap konsumen terhadap pengambilan keputusan dan menganalisa faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi pengambilan keputusan KPR iB Syariah.

Suzy Widyasari dan Erna Triastuti Fifilia (2009) yang berjudul "Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah (Studi Pada Perumahan Graha Estetika Semarang)" yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh produk, harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Graha Estetika Semarang.

Bagus Fitrian (2017) dengan judul "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Terhadap Produk Pembiayaan Murabahah Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Syariah (Studi Kasus Di Bank Syariah Mandiri Cabang Surabaya Sungkono) yang bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah dalam memilih KPR Syariah.

Tri Rahmat Habiby (2013) dengan judul "Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Dalam Meminjam Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) Studi Kasus Di Kota Malang" yang bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen di Kota Malang melakukan peminjaman kredit KPR.

Tuti Ediati (2014) dengan judul "Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Perumahan Di Surakarta" dengan tujuan mengukur sejauh mana sikap konsumen, mengukur efek parsial dan efek simultan antara harga, lokasi, kualitas konstruksi, dan lingkungan pembelian pada rumah tipe 45/90 di Surakarta.

Adi Yahya (2016) yang berjudul "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Syariah (Studi pada KPR Syariah Bank BTN Syariah Cabang Malang)" yang bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih KPR syariah di Bank BTN Syariah Cabang Malang.

B. Landasan Teori

1. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan berbagai tindakan yang dilakukan baik oleh suatu individu, kelompok maupun organisasi yang berpengaruh pada proses-proses suatu keputusan diambil dalam hal memperoleh dan menggunakan berbagai barang atau jasa yang dipengaruhi oleh lingkungan (Mangkunegara dalam Totok Subianto, 2007).

Literatur tentang perilaku konsumen menunjukkan bahwa dalam memutuskan pembelian, konsumen yang rasional mengikuti pola dari munculnya kebutuhan sampai dengan mengevaluasi pilihannya. Pola ini disebut dengan proses pengambilan keputusan konsumen (Hoyer & Macinis dalam Anton A. Setyawan, 2014). Proses ini dimulai dari identifikasi terhadap masalahnya, pencarian informasi, evaluasi pilihan, keputusan pembelian dan diakhir dengan evaluasi pasca pembelian (Setyawan, 2014).

2. Perilaku Konsumen Dalam Islam

Perilaku konsumen dalam Islam memberikan keharusan kepada setiap muslim untuk selalu memperhatikan aspek-aspek yang diperoleh ketika melakukan konsumsi terhadap suatu barang atau jasa, khususnya aspek syariah. Aktivitas konsumsi dilakukan tidak hanya semata-mata mengejar kepuasan dunia serta manfaatnya saja tetapi juga menjadikannya sebagai bagian dari suatu ibadah yang kelak akan dipertanggungjawabkan perbuatannya di hadapan Allah swt.

3. Perilaku Pembelian Konsumen

Seorang konsumen dalam memilih keputusan terhadap pembelian suatu produk dipengaruhi oleh sikap konsumen itu sendiri. Kotler menyatakan ada beberapa hal yang bisa digunakan sebagai indikator seorang konsumen ketika berbelanja, yaitu keinginan untuk memperoleh atau membeli suatu barang/jasa dan keinginan untuk menggunakan suatu barang, antara lain (Kotler dalam Kadek

Indayani, I Ketut Kirya, Ni Nyoman Yulianthini) (Indayani, Kirya, & Yulianthini, 2014) :

a. Tipe Perilaku Pembelian

Selanjutnya, perilaku pembelian oleh konsumen dibagi menjadi 4 tipe berdasarkan tingkatan keterlibatan pembeli dan perbedaan diantara merek menurut Assael yang dikutip dalam Kotler (2000) sebagai berikut:

1) Perilaku Pembelian Yang Rumit
2) Perilaku Pembelian Untuk Mengurangi Ketidakcocokan
3) Perilaku Pembelian Berdasarkan Kebiasaan
4) Perilaku Pembelian Yang Mencari Keragaman

b. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen

Perilaku pembelian konsumen menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2008) dipengaruhi oleh 4 kelompok utama berdasarkan karakteristik pembeli, antara lain sebagai berikut :

1) Faktor Budaya

Budaya merupakan penentu dari keinginan dan perilaku seseorang yang sangat mendasar. Biasanya, budaya meliputi nilai-nilai dasar, preferensi, serta perilaku yang dipelajari oleh seseorang baik itu dari keluarga maupun institusi-institusi penting lainnya.

2) Faktor Sosial

Perilaku pembeli juga dipengaruhi oleh faktor sosial seperti kelompok referensi baik itu seseorang, keluarga, teman atau kerabatnya, organisasi sosial dan lain sebagainya.

3) Faktor Pribadi

Faktor-faktor pribadi yang dimaksud antara lain seperti usia konsumen/pembeli, tahapan atau siklus kehidupan konsumen,

pekerjaan konsumen, keadaan ekonomi konsumen, gaya hidup dan karakteristik pribadi lainnya yang dimiliki oleh konsumen.

4) Faktor Psikologi

Faktor-faktor psikologi ini terbagi menjadi 4 utama, yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan serta sikap konsumen.

4. Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB)

Definisi lembaga keuangan menurut SK Menkeu RI No. 792/1990 adalah semua badan yang memiliki kegiatan di bidang keuangan berupa penghimpunan dan penyaluran dana kepada masyarakat terutama untuk membiayai investasi perusahaan (Arthesa & Handiman, 2006). Lembaga keuangan di Indonesia terbagi menjadi 2, yaitu Lembaga Keuangan Perbankan dan Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB). LKBB dapat dibedakan menjadi lembaga pembiayaan pembangunan (*development finance corporation*), lembaga perantara penerbitan dan perdagangan surat-surat berharga (*investment finance corporation*), dan LKBB lainnya (Rindjin, 2000). LKBB lainnya diantaranya adalah pasar modal, asuransi, *multifinance* atau lembaga pembiayaan, pegadaian, dan dana pensiun.

5. KPR (Kredit Pemilikan Rumah) Syariah Bank dan *Developer*

KPR Syariah adalah pembiayaan yang digunakan untuk pembelian rumah secara kredit (Yahya, 2016). Pada perbankan syariah terdapat beberapa akad, yaitu: (a) KPR iB Jual Beli (skema *murabahah*), (b) KPR iB sewa (skema *ijarah*), (c) KPR iB Sewa Beli (skema *Ijarah Muntahia Bittamlik*-IMBT), dan (d) KPR iB Kepemilikan Bertahap (*musyarakah mutanaqisah*).

Selain adanya KPR syariah pada perbankan, ada inovasi baru yaitu pembelian rumah jenis KPR yang menggunakan *developer* syariah. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), *developer* atau pengembang merupakan sebuah perusahaan yang melakukan kegiatan pengadaan & pengolahan tanah, lahan, bangunan serta sarana dan prasarana yang bertujuan untuk dijual atau juga disewakan. Sedangkan pengertian *property* atau properti menurut KBBI adalah

suatu harta yang berupa tanah, lahan, bangunan serta sarana dan prasarana yang menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari tanah, lahan atau bangunan yang dimaksudkan. Dapat ditarik kesimpulan bahwa KPR *developer* syariah adalah pembiayaan kepemilikan rumah yang berada pada sebuah perusahaan yang melakukan kegiatan pengadaan dan pengolahan tanah dan bangunan dengan menggunakan prinsip syariah tanpa melibatkan perantara bank didalamnya.

6. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan KPR Syariah

Penjelasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih KPR syariah merujuk pada penelitian yang dilakukan oleh Kharisma Faundri A. (2012) dan Alfi Mulikhah (2015) dalam penelitian Adi Yahya (2016), ada beberapa faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan, antara lain :

a. Faktor Karakteristik KPR Syariah

   Ada 2 indikator pada faktor karakteristik KPR, yaitu :

   1) Jangka Waktu Pembiayaan
   2) Jumlah Margin Tetap (*Fix Rate*)

b. Faktor Religiusitas

c. Faktor Pengetahuan

d. Faktor Pelayanan

7. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Memilih KPR *Developer* Syariah

a. Faktor Kesesuaian Agama (Tanpa Riba/Bunga)

   Islam melarang setiap muslim yang mencoba untuk meningkatkan modal mereka melalui pinjaman atas riba (berkembang atau bunga) baik itu pada *rate* yang rendah atau tinggi (Puspitasari, 2011). Riba dalam segala bentuknya sangat dilarang bahkan dalam ayat Al-Qur’an tentang pelarangan riba yang terakhir yaitu surat Al-Baqarah ayat 278-279.

b. Faktor Operasional

   1) Tanpa Denda

Dalam Islam, denda dikenal dengan istilah *gharamah*. *Gharamah* ialah penalti atau denda yang dikenakan karena kelewatan melunaskan hutang, tanpa perlu pembuktian kewujudan kerugian sebenar (Fauzi & Ismail, 2013). Tidak menerapkan adanya denda merupakan salah satu kelebihan yang diberikan oleh *developer property* yang menjual rumah jenis KPR syariah non-bank. Karena terdapat pro & kontra tentang besarnya pemungutan denda yang berujung pada adanya riba/tambahan.

2) Tanpa Sita

Dalam Islam, istilah penyitaan dijelaskan dalam QS. Al-Baqarah ayat 280. Apabila telah sampai pada waktu yang ditetapkan maka pihak berhutang wajib untuk menyelesaikan hutangnya, namun apabila ia mengalami kesulitan dalam melunasi hutangnya hendaklah diberi kelonggaran. Pendapat lain menjelaskan apabila ada seseorang yang berada dalam situasi sulit atau akan terjerumus dalam kesulitan bila membayar hutangnya, maka tangguhkan penagihan sampai di lapang. Jangan menagihnya jika kamu mengetahui dia sempit, apalagi memaksanya membayar dengan sesuatu yang amat dia butuhkan (Prof. Dr. M. Quraish Shihab dalam Tafsir Al-Misbah Jilid 1) (Shihab, 2002). Dalam Islam, agunan tidak boleh berupa objek akad yang di transaksikan. Maka dari itu, banyak yang menilai penyitaan merupakan tindakan yang dapat merugikan pihak lain atau tindakan kedzaliman.

3) Tanpa BI *Checking*

BI *checking* diatur dalam Pasal 2 Peraturan Bank Indonesia No. 9/14/PBI/2007 yang bertujuan untuk memperlancar proses penyediaan dana, penerapan manajemen resiko, dan identifikasi kualitas debitur untuk pemenuhan ketentuan-ketentuan yang berlaku serta meningkatkan disiplin pasar (Sergianno, 2010).

BI *checking* dianggap sebagai proses yang rumit, membutuhkan banyak waktu dan menutup peluang bagi nasabah-nasabah yang memiliki pengalaman kredit buruk di masa lalu. Hal inilah yang menjadi alasan mengapa *developer property* menjual rumah tanpa menerapkan adanya proses BI *checking*.

4) Tanpa Perantara Bank

Sejauh ini, baik bank konvensional maupun bank syariah masih dianggap sama oleh masyarakat. Hal tersebut dikarenakan adanya tujuan untuk memperoleh keuntungan dalam operasionalnya. Selain itu, adanya perantara bank didalam kegiatan transaksi juga dianggap sesuatu yang rumit, prosesnya yang lama, dan lain sebagainya.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang akan dilakukan merupakan jenis penelitian deskriptif yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan faktor-faktor yang ditemukan dan mengetahui apakah berpengaruh terhadap pembelian rumah dengan KPR *developer* syariah oleh konsumen. Lokasi penelitian ini dilakukan di wilayah Bogor dan Depok pada 7 perumahan dengan *developer property* yang berbeda yaitu Kresyar *Residence* Cimahpar, Bantarsari *Residence* Bogor, Cilap *Residence* Cilebut, Barazaki *Residence*, Ramadhan *Town House*, Telaga Jambu 2 Sawangan Depok, *Cluster* Muslim Villa Ciomas Indah Bogor. Penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah 90 orang responden.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan 3 cara yaitu penyebaran kuisioner, *interview*/wawancara serta studi kepustakaan yang berasal dari jurnal ilmiah, disertasi, buku, dan lain sebagainya. Dalam mengolah data, penelitian ini menggunakan perangkat lunak SPSS dengan jenis skala *Continous Rating Scale* (CRS).

PEMBAHASAN

Penjelasan hasil penelitian adalah sebagai berikut :

1. **Pengaruh Variabel Kesesuaian Agama Terhadap Pembelian Rumah KPR *Developer* Syariah**

   Hasil yang ditunjukkan oleh variabel kesesuaian agama menunjukkan nilai signifikan (Sig.) 0.154 > tingkat signifikansi 0.05, artinya, variabel kesesuaian agama tidak mempengaruhi konsumen secara signifikan terhadap variabel pembelian rumah KPR *developer* syariah (Y). Variabel kesesuaian agama dalam penelitian ini menggunakan indikator tanpa riba/bunga. Setelah dilakukan wawancara terhadap 35 orang dari total 90 responden, sebagian dari mereka menyatakan bahwa alasan mereka tidak menjadikan variabel kesesuaian agama dengan indikator tanpa riba sebagai faktor yang menentukan mereka sehingga melakukan pembelian rumah karena menurut mereka, meskipun harga rumah KPR *developer* syariah serta biaya-biaya lebih murah, tetap tidak dapat dipastikan bahwa sudah terbebas 100% dari unsur riba. Bagi mereka, setiap transaksi jangka panjang dengan pembayaran di cicil dan harganya melebihi harga pokok baik menggunakan jasa bank maupun non-bank tetap berorientasi memperoleh keuntungan, meskipun nominalnya tidak sebesar yang ada pada lembaga keuangan perbankan. Sebanyak 100% konsumen dari jumlah 90 responden mengaku paham tentang istilah riba sehingga mereka berpendapat bahwa perkara riba adalah hal yang sangat sensitif sehingga enggan menetapkan bahwa alasannya membeli rumah KPR *developer* syariah karena tidak mengandung unsur riba.

   Berdasarkan pada bukti-bukti tambahan yang diperoleh peneliti tersebut, semakin diperkuat bahwa variabel kesesuaian agama tidak mempengaruhi konsumen secara signifikan terhadap pembelian rumah KPR *developer* syariah.

2. **Pengaruh Variabel Operasional Terhadap Pembelian Rumah KPR *Developer* Syariah**

Hasil yang ditunjukkan oleh variabel operasional menunjukkan nilai signifikan (Sig.) 0.416 > tingkat signifikansi 0.05, artinya, variabel operasional tidak mempengaruhi konsumen secara signifikan terhadap variabel pembelian rumah KPR *developer* syariah (Y). Variabel operasional dalam penelitian ini menggunakan indikator tanpa denda, tanpa sita/penyitaan, tanpa BI *checking*, dan tanpa perantara bank. Setelah dilakukan wawancara terhadap 35 orang dari total 90 responden, mereka menyatakan kebenaran tentang *developer property* syariah yang tidak menetapkan denda/sanksi dan penyitaan rumah ketika konsumen tidak mampu memenuhi kewajiban mereka dengan tepat waktu dan menjadikan hal terebut sebagai penentu mereka membeli rumah KPR *developer* syariah karena sangat meringankan mereka bekerja sebagai wiraswasta dengan penghasilan yang tidak tetap di setiap bulannya.

Namun, sebagiannya lagi tidak berpendapat demikian. Bagi mereka, denda dan penyitaan hanya sebatas bonus bagi mereka yang yakin dan mampu konsisten untuk membayar tepat waktu. Selain itu, tidak semua konsumen membeli rumah dengan cara di cicil, ada sebagian yang membeli dengan tunai/lunas, jadi diterapkan atau tidaknya denda dan penyitaan, tidaklah berperan penting.

Indikator lainnya yaitu BI *checking* juga demikian, bagi sebagian mereka tidak diterapkannya BI *checking* merupakan penentu mereka membeli rumah KPR *developer* syariah karena memudahkan mereka yang berpenghasilan rendah dan berusia diatas 40 tahun. Namun, sebagian dari mereka berpendapat ada atau tidaknya BI *checking* tidaklah berpengaruh. Proses BI *checking* dianggap sebagai suatu hal yang wajar dalam transaksi jumlah besar, agar setiap konsumen dapat bertanggung jawab ketika sedang dalam masa kontrak dengan orang lain, baik itu kontrak peminjaman dana/kredit maupun lainnya.

Indikator yang terakhir pada faktor operasional ini yaitu tanpa perantara bank. Beberapa konsumen rumah KPR *developer* syariah ini mengaku bahwa salah satu penentu mereka membeli rumah KPR *developer* syariah karena tidak

menerapkan adanya perantara bank karena dianggap belum bisa meyakinkan mereka bahwa dalam prakteknya tidak ada riba. Sedangkan sebagian dari konsumen merasa tidak terpengaruh dengan ditetapkannya tanpa perantara bank karena transaksi kepemilikan rumah ataupun transaksi besar sejenisnya akan lebih baik jika menggunakan perantara bank untuk mengurangi risiko hukum. Mereka merasa lebih terjamin, meskipun di sisi lain mereka merasa dengan adanya perantara bank maka prosesnya menjadi semakin rumit dan lambat.

Berdasarkan pada bukti-bukti tambahan yang diperoleh peneliti tersebut, semakin diperkuat bahwa semakin menurunnya tingkat operasional yang diberikan oleh *developer* syariah dapat mempengaruhi penentuan konsumen dalam membeli rumah KPR *developer* syariah. Selain itu bukti tambahan yang diperoleh peneliti saat melakukan wawancara terhadap beberapa konsumen, ditemukan faktor-faktor lain atau variabel *error* (e) dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan pada rumusan masalah dan analisis data serta pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor kesesuaian agama (tanpa riba) tidak memiliki pengaruh kepada konsumen terhadap pembelian rumah KPR *developer* syariah ditunjukkan oleh hasil pengujian hipotesis yang tidak signifikan dimana nilai (Sig.) 0.154 > 0.05. Hal tersebut membuktikan bahwasanya $H0_1$ ditolak.
2. Faktor operasional (tanpa denda, tanpa sita, tanpa BI *checking* dan tanpa perantara bank) tidak memiliki pengaruh kepada konsumen terhadap pembelian rumah KPR *developer* syariah ditunjukkan oleh hasil pengujian hipotesis yang tidak signifikan dimana nilai (Sig.) 0.416 > 0.05. Hal tersebut membuktikan bahwasanya $H0_2$ ditolak.
3. Faktor kesesuaian agama dan operasional setelah dilakukan uji secara simultan dinyatakan tidak memiliki pengaruh kepada konsumen terhadap pembelian rumah KPR *developer* syariah ditunjukkan oleh angka yang menunjukkan F-hitung 1.302 < F-tabel 3.10 dan nilai sig. 0.277 > 0.05 sehingga dapat membuktikan bahwa H_0 diterima.

DAFTAR PUSTAKA

Atom, P. N. (2014). Perlindungan Terhadap Konsumen Bahan Makanan dan Minuman Kadaluwarsa Di Kabupaten Menggarai Provinsi Nusa Tenggara Timur. *Jurnal Ilmiah*.

Ayodya, D., & Khasanah, I. (2016). Analisis Pengaruh Diferensiasi Produk, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pengambilan KPR (Kredit Pemilikan Rumah). *Diponegoro Journal Of Management*, *4*, 1–11. Retrieved from http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr

Baraba, A. (1999). Prinsip Dasar Operasional Perbankan Syariah. *Bulletin of Monetary Economics and Banking*, *2*, 1–8.

Djunaeni, M. E., & Yusuf, M. (2017). Analisis Penerapan Denda Di Lembaga Keuangan Syariah Perspektif Hukum Islam. *Al-Amwal*, *9*(2).

Ediati, T. (2014). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Perumahan Di Surakarta. *Widya Ganeswara*, *24*, 23–32.

Elimpen. (n.d.). Leasing Dalam Perspektif Ekonomi Islam.

Fauzi, N. A. B. M., & Ismail, A. G. Bin. (2013). Pengurusan Hutang Lapuk di Perbankan Islam Merentasi Kitaran Ekonomi. *Prosiding PERKEM VIII*, *1*(September), 38–49.

Fitrian, B. (2017). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Terhadap Produk Pembiayaan Murabahah Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Syariah (Studi Kasus Di Bank Syariah Mandiri Cabang Surabaya Sungkono). *Jurnal Ilmiah FEB UNIVERSITAS BRAWIJAYA*, 1–11.

Ghofur, A. (2016). Konsep Riba Dalam Al-Quran. *Economica*, *7*(01), 01-26.

Gunawan, A. I., & Cahyanti, F. (2014). Pengaruh Pembiayaan KPR Syariah Terhadap Proses Keputusan Pembelian Rumah Di Kota Cirebon. *Edunomic*, *2*(2).

Hadjar, I. (2006). Syari'at Islam Dan Hukum Positif Di Indonesia. *Al-Mawarid*, *XVI*, 2.

Hasyim, M. S. (2008). Bunga Bank: Antara Paradigma Tekstual Dan Kontekstual. *HUNAFA: Jurnal Studia Islamika*, *5*(1), 45–58. Retrieved from http://www.jurnalhunafa.org/index.php/hunafa/article/view/151

Hidayat, G. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Permintaan KPR Pada Bank Syariah Di Kabupaten Sumedang. *Coopetion*, *VIII*, 129–137.

Indayani, K., Kirya, I. K., & Yulianthini, N. N. (2014). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Mobil. *E-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Manajemen*, *2*(1). Retrieved from http://id.portalgaruda.org/index.php?ref=browse&mod=viewarticle&article=138840

Isfardiyana, S. H. (2016). Sita Umum Kepailitan Mendahului Sita Pidana Dalam Pemberesan Harta Pailit. *Jurnal Ilmu Hukum Padjadjaran*, *3*, 628–650.

Kosasi, S., & Hasan. (2015). Perancangan Sistem Pengolahan Data Debitur Untuk Mengetahui Kolektibilitas Debitur Bank. *Seminar Nasional Teknologi Informasi Dan Multimedia 2015*, 6–8.

Liana, L. (2009). Penggunaan MRA Dengan Spss Untuk Menguji Pengaruh Variabel Moderating Terhadap Hubungan Antara Variabel Independen Dan Variabel Dependen. *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK*, *XIV*(2), 90–97.

Makmun, S., & Ratnasari, R. T. (2015). Faktor Nasabah Memilih BMT Mandiri Sejahtera Gresik. *Jestt*, *2*(8), 614–626.

Malarangan, H. (2007). Sistem Bunga Dalam Bisnis Moderen (Suatu Analisis Berdasarkan Hukum Islam). *Jurnal Hunafa*, *4*(4), 373–382.

Munawaroh, F. (2012). Konsep Diri, Intensitas Komunikasi Orang Tua-Anak, dan Kecenderungan Perilaku Seks Pranikah. *Persona, Jurnal Psikologi Indonesia*, *1*(2), 105–113. Retrieved from http://jurnal.untag-

sby.ac.id/index.php/persona/article/view/35

Munparidi. (2012). Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi, Pelatihan, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Musi Kota Palembang. *Jurnal Orasi Bisnis*, 47–54. Retrieved from jurnal.polsri.ac.id

Nasrullah, M. (2015). Islamic Branding, Religiusitas Dan Keputusan Konsumen Terhadap Produk. *Jurnal Hukum Islam (JHI)*, *13*(79), 79–87.

Nugroho, Anton Priyo. (2015). Pengaruh Religiusitas dan Efikasi Diri Terhadap Perilaku Menabung di Perbankan Syariah. *Disertasi*. 1–257.

Oktavianingrum, Y. (2016). Analisis Preferensi Nasabah Terhadap Pembiayaan Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) Antara Bank Umum Syariah Dan Bank Umum Konvensional (Studi Kasus di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah FEB UNIVERSITAS BRAWIJAYA*.

Pato, S. (2013). Analisis Pemberian Kredit Mikro Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Manado. *Jurnal EMBA*, *1*(4), 875–885. https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004

Puspitasari, N. (2011). Sejarah Dan Perkembangan Asuransi Islam Serta Perbedaannya Dengan Asuransi Konvensional. *JEAM*, *X*(1), 72–99.

Putra, B. K., & Hasib, F. F. (2014). Proses Pengambilan Keputusan Nasabah Bank Syariah Dalam Memilih Produk Pembiayaan Kepemilikan Rumah (Studi Kasus Nasabah Bank Muamalat KCI Darmo Surabaya). *JESTT*, *1*, 144–160.

Rahmat Habiby, T. (2013). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Dalam Meminjam Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) Studi Kasus Di Kota Malang. *Jurnal Kuliah FEB UNIVERSITAS BRAWIJAYA*.

Rudyawan, A. P., & Badera, I. D. N. (2002). Opini Audit Going Concern: Kajian Berdasarkan Model Prediksi Kebangkrutan, Pertumbuhan Perusahaan, Leverage, dan Reputasi Auditor. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 1–17.

Said, A. (2017). Perlindungan Hukum Bagi Nasabah Yang Didaftarhitamkan Akibat

Kesalahan Sistem Perbankan Menurut UU No. 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan. *Lex Crimen*, *VI*(3), 53–60.

Saripatul Radiah, D. (2014). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Mengambil KPR Pada Bank Mandiri Cabang Utama Samarinda. *EJournal Ilmu Administrasi Bisnis*, *2*(1), 15–29.

Sergianno, G. (2010). Analisis Terhadap Putusan Pengadilan Niaga Jakarta Pusat NO. 70/PAILIT/2010/PN.NIAGA.JKT.PST Dalam Perkara Kepailitan PT. Dewata Royal International, (70).

Setyawan, A. A. (2014). Studi Eksploratori Tentang Perilaku Niat Beli Produk Keuangan Syariah. *Enhancing Indonesia's Competitive Advantage for the Bettermen of the Society*.

Subianto, T. (2007). Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*, *3*, 165–182.

Suharyat, Y. (2009). Hubungan Antara Sikap, Minat dan Perilaku Manusia. *Region*, *I*(3), 1–19. https://doi.org/10.1073/pnas.0703993104

Sukotjo, H., & Radix A, S. (2010). Analisa Marketing Mix-7P (Produk, Price, Promotion, Place, partisipant, Process, dan Physical Evidence) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya. *Jurnal Mitra Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, *1*(2), 216–228.

Ulum, K. (2016). Hakikat Keharaman Riba Dalam Islam, *1*(September), 115–126.

Wahyono, R. E. S. (2012). Pengaruh Corporate Governance Terhadap Manajemen Laba Di Industri Perbankan Indonesia. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, *1*(12), 1–26. https://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.73019-4

Waspodo, A. A., Handayani, N. C., & Paramita, W. (2013). Pengaruh Kepuasan Kerja dan Stres Kerja terhadap Turnover Intention pada Karyawan PT. Unitex di Bogor. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, *4*(1), 97–115.

Wibisono, A., & Suhayati, E. (2014). Pengaruh Sanksi Denda Dan Kualitas Pelayanan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Badan (Studi Kasus Pada Kantor

Pelayanan Pajak Pratama Sumedang), 1–23.

Wibowo, S. F., & Karimah, M. P. (2012). Pengaruh Iklan Televisi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sabun LUX (Survei Pada Pengunjung Mega Bekasi Hypermall), *3*(1), 1–15.

Widoyoko, E. P. (2000). Evaluasi Program Pembelajaran. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 1–16.

Widyasari, S., & Triastuti Fifilia, E. (2009). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah (Studi Pada Perumahan Graha Estetika Semarang). *TEMA (Telaah Manajemen)*, *6*, 159–169.

Yahya, A. (2016). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Syariah (Studi Pada KPR Syariah Bank BTN Syariah Cabang Malang). *Jurnal Ilmiah FEB UNIVERSITAS BRAWIJAYA*. https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004