

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki jumlah penduduk terbanyak keempat di dunia (Susetyo & Fajrizam, 2017). Pada tahun 2018 jumlah penduduk Indonesia mencapai 266,7 juta jiwa dan pada tahun 2019 meningkat menjadi 266,91 juta jiwa (Databoks, 2019). Dengan meningkatnya jumlah penduduk berdampak pada peningkatan kebutuhan penduduk Indonesia, salah satunya kebutuhan akan rumah (Susetyo & Fajrizam, 2017). Rumah merupakan tempat berlindung manusia, tempat berteduh dari matahari maupun hujan, tempat untuk berkumpul dengan keluarga juga tempat untuk beristirahat setelah beraktivitas di luar rumah (Sapi'i & Setiawan, 2016).

Kebutuhan akan rumah tentunya harus diimbangi dengan jumlah rumah yang tersedia agar tidak terjadi kesenjangan atau yang disebut dengan *backlog* (Susetyo & Fajrizam, 2017). Berdasarkan data kementerian PUPR per 8 Maret 2019 bahwa jumlah *backlog* di Indonesia sebanyak 7,6 juta unit (Hutapea, 2019). Kebutuhan rumah setiap tahunnya mencapai 800.000 sampai satu juta unit. Di mana pemerintah dan pengembang hanya mampu memenuhi di angka 400.000 unit per tahun. Hidayah, Nawawi & Arif (2018) pun menjelaskan apabila kemampuan penyediaan rumah terus di angka yang sama, maka kesenjangan (*backlog*) perumahan akan terus meningkat.

Pemerintah menyediakan program kredit kepemilikan rumah bagi rakyat (KPR) yang di mana KPR ini bekerja sama dengan bank sebagai pihak ketiga (Hidayat, 2017). KPR muncul karena adanya kebutuhan di kalangan masyarakat untuk memiliki rumah. Keberadaan KPR saat ini hadir dengan berbagai pilihan yaitu ada KPR konvensional dan KPR Syariah. Dalam praktiknya pun KPR Syariah terbagi lagi ke dalam dua, yaitu KPR Syariah Bank dan KPR Syariah tanpa menggunakan bank (Hasannudin, 2020).

Perbedaan antara KPR konvensional dan KPR Syariah terdapat dari sisi akad (Sapi'i & Setiawan, 2016). Pada perbankan syariah dikenal dengan konsep yaitu bagi

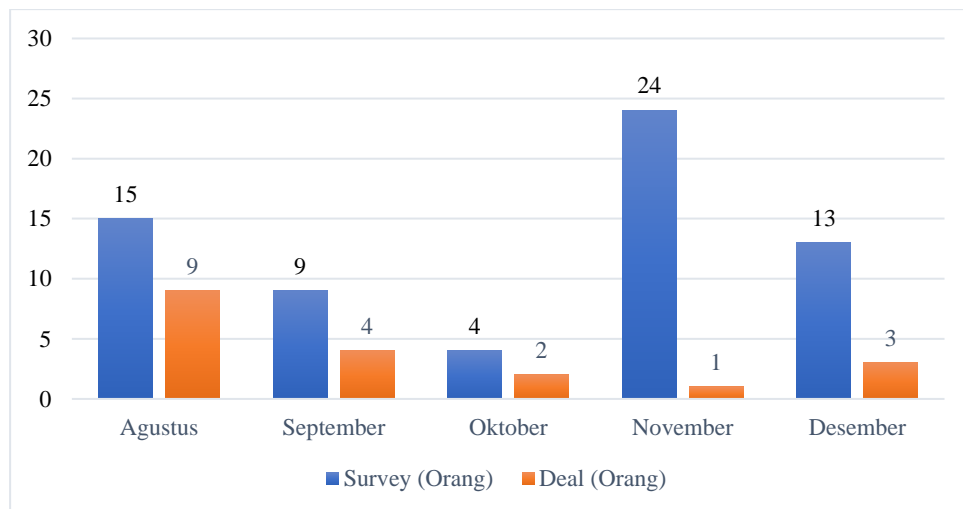
hasil dan perdagangan. Sedangkan perbankan konvensional berbasis pada bunga (Heykal, 2014). Begitu pula pada KPR konvensional menggunakan sistem bunga, maka KPR syariah tidak boleh menggunakan instrumen bunga dalam perhitungan angsuran dan dalam bank syariah tidak dikenal istilah bunga atau *interest fee* melainkan sistem bagi hasil, karena dalam Islam bunga adalah riba yang dilarang dalam agama (Sapi'i & Setiawan, 2016). Sehingga jelas sistem kredit perumahan yang ditawarkan oleh perbankan konvensional jelas tidak sesuai dengan syariah karena mengandung unsur riba yang diharamkan (Hidayah, Nawawi, & Arif, 2018). Sedangkan perbedaan antara KPR bank syariah dengan properti syariah yaitu, dalam skema pembiayaan KPR bank syariah melibatkan tiga pihak (developer, nasabah dan bank) di mana developer sebagai pembuat rumah, nasabah sebagai pihak yang memesan rumah dan bank sebagai perantara. Namun pada properti syariah hanya melibatkan developer dan konsumen saja (Hidayah, Nawawi, & Arif, 2018).

BI *checking* sering menjadi kendala bagi sebagian orang dalam mengajukan KPR di bank karena tidak lolos BI *checking*. Nasabah yang tidak lolos BI *checking* dalam pengajuan KPR di bank karena mereka memiliki riwayat kredit macet dan atau masuk dalam daftar hitam bank. BI *checking* adalah laporan riwayat pinjaman keuangan seseorang pada lembaga perbankan atau non bank, informasi riwayat ini dihasilkan melalui Sistem Informasi Debitur (SID) yang datanya dipegang oleh Bank Indonesia (Lamudi, 2017). Maka dari itu properti syariah menjadi salah satu solusi bagi konsumen yang ingin membeli rumah tanpa harus melakukan BI *checking* (Zulfikar, 2020).

Properti syariah sudah banyak dipasarkan, tetapi pertumbuhannya masih belum memuaskan. (Leonard, 2017). Salah satu penyebabnya karena keberadaan properti syariah dimanfaatkan oleh segelintir orang yang tidak bertanggung jawab. Karena properti syariah memiliki banyak keunggulan jika dibandingkan dengan konvensional. Tidak adanya denda, sita memudahkan konsumen untuk bertransaksi. Ditambah dengan tidak adanya riba yang menjadi daya tarik bagi masyarakat yang ingin berhijrah (Hasannudin, 2019). Berdasarkan laporan Polda Metro Jaya mengungkap dari laman

YouTube (KompasTV, 2019) bahwa terjadi tindak kejahatan dengan melakukan penipuan penjualan rumah dengan skema pembiayaan syariah di Surabaya dengan jumlah kerugian mencapai Rp. 1 Triliun. Sedikitnya terdapat 32 korban yang melapor ke Polrestabes Surabaya.

Di kota Bandung pun sedikitnya terdapat 135 orang yang menjadi korban penipuan properti syariah. Para korban ini tergiur dengan harga rumah yang murah dengan cicilan tanpa bunga dan tidak melibatkan bank. Pada kasus ini kerugian konsumen ditaksir mencapai Rp. 11,4 Miliar (Dinillah, 2018). Tak hanya itu awal tahun 2020 Kapolrestabes Surabaya membongkar penipuan dengan berkedok perumahan syariah. Terdapat 32 orang lebih yang menjadi korban dari perumahan fiktif ini (Baihaqi, 2020).



Gambar 1.1
Penjualan di PT Milenial Setiabudi Clove
Sumber: Data diolah dari PT Milenial Setiabudi Clove 2019

Dilihat dari gambar 1.1 bahwa pembelian rumah di PT Milenial Setiabudi Clove mengalami fluktuasi cenderung menurun. Konsumen yang melakukan survei lebih banyak dibandingkan dengan yang membeli. Pada bulan November terdapat sebanyak 24 orang calon konsumen yang melakukan survei, tetapi hanya 1 yang *deal* untuk

membeli. Berdasarkan dari data tersebut membuktikan bahwa penjualan properti syariah di PT Milenial Setiabudi Clove terdapat masalah yang di mana dari banyaknya calon konsumen yang melakukan survei hanya sedikit yang *deal* untuk membeli.

Menurut salah satu praktisi properti syariah Abiyu Faiq (2020) mengatakan, adanya kasus penipuan yang berada di luar sana mempengaruhi sisi penjualan PT Milenial Setiabudi Clove yang mengakibatkan penurunan penjualan yang drastis. Sehingga keputusan pembelian konsumen dalam membeli rumah dengan sistem syariah mengalami penurunan akibat adanya kasus tersebut. Selain itu menurut praktisi properti syariah lain yaitu Dandi Irawan (2020) menyatakan bahwa dengan adanya penipuan tersebut juga berdampak terhadap penjualan properti syariah.

Namun di sisi lain, menurut Wasekjen Realestate Indonesia (REI) Bidang Perbankan Syariah Royzani Syachril bahwa properti syariah ini akan mengalami peningkatan yang akan mengalami pertumbuhan di setiap daerah yang diperkirakan lebih dari 10 persen. Meningkatnya permintaan masyarakat akan properti syariah ini salah satunya didorong karena kesadaran anggota REI untuk hijrah (Persatuan Perusahaan Realestate Indonesia, 2020).

Skema KPR menggunakan perbankan yang lazim dilakukan di Indonesia dan Negara lain, berbeda dengan KPR syariah tanpa bank yang muncul sebagai alternatif baru bagi para calon pembeli (Firmansyah & Indika, 2017). Namun berdasarkan hasil dari artikel kompas.com dalam Fatimatuzahroh (2017) menurut wakil Sekretaris Jendral Majelis Ulama Indonesia (MUI) Sholahudin mengatakan bahwa minimnya pemanfaatan pembiayaan syariah karena disebabkan masih rendahnya pemahaman masyarakat terhadap pembiayaan syariah untuk KPR. Namun mereka yang sudah mengetahui pun terkadang belum memahami secara utuh mengenai KPR syariah (Fatimatuzahroh, 2017). Dalam KPR Konvensional ketika nasabah mengajukan pembiayaan lebih fokus kepada garansi apa yang dapat menunjukkan nasabah mampu membayar, maka bank meminta jaminan kepada nasabah. Dengan melakukan angsuran pembayaran yang menetapkan jumlah *margin* tidak *flat* karena rujukan adalah suku bunga pada saat itu, berbeda dengan bank syariah yang menetapkan asas kesepakatan

margin dengan penentuan pada awal akad dan tidak berubah selama periode akad (Hidayah, Nawawi, & Arif, 2018). Begitu juga dengan KPR syariah, menurut konsultan keuangan independen Nurfitriavi Noeriman harga rumah dalam KPR syariah terutama dalam cicilan memberikan harga yang tetap setiap bulannya, berbeda dengan konvensional di mana cicilan itu akan mengalami perubahan karena mengikuti suku bunga (Rumah.com, Yuk, Kenali Beda KPR Konvensional VS KPR Syariah, 2018).

Dalam melakukan keputusan pembelian menurut Kotler & Armstrong (2018) umumnya konsumen akan mempertimbangkan berbagai hal. Hal ini disebabkan karena konsumen sadar adanya kebutuhan dari dalam dirinya. Sebelum melakukan keputusan pun konsumen mendapatkan stimulus dari pihak luar. Stimulus ini dikategorikan menjadi dua jenis yaitu stimulus pemasaran dan stimulus lainnya. Stimulus pemasaran meliputi unsur bauran pemasaran yaitu produk, harga, distribusi dan promosi. Sedangkan faktor lainnya ialah faktor lingkungan eksternal seperti kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologis (Suryawardana & Yani, 2017).

Meningkatnya jumlah penduduk menyebabkan sulitnya mendapatkan lahan kosong untuk membangun tempat tinggal, secara otomatis hal tersebut menyebabkan mahalnya harga sebuah rumah pada saat ini (Amri, 2018). Di beberapa kota besar pun harga perumahan bisa meningkat 20% hingga 30% setiap tahunnya (Hasannudin, 2019). Kebutuhan dan keinginan akan seseorang membeli rumah ditentukan oleh daya kemampuan dan daya beli orang tersebut (Harjanto, 2016). Dan daya beli orang tersebut di cerminkan oleh harga, sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Baruna Hadi Brata, Ghilvana dan Hapzi Ali (2017), Danny Harjanto (2016) dan Ali (2017) hasil penelitian menunjukkan variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Magdalena & Sari (2019) menyatakan bahwa variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Honda Brio di Kota Padang.

Lingkungan kehidupan sosial masyarakat kota terutama yang tinggal di perumahan umumnya memiliki perilaku yang individual yang tidak mudah untuk dihilangkan (Dillah, 2016). Maka, kenyamanan dalam berinteraksi di lingkungan

merupakan hal dasar yang harus dipenuhi oleh para pengembang perumahan. Karena akan berdampak pada penghuni rumah apabila pembangunan perumahan tidak diperkuat dengan penyediaan sarana dan prasana lingkungan perumahan. Kenyaman yang dirasakan dapat diakibatkan oleh kondisi lingkungan yang sehat dan bersih, akses yang mudah dalam memperoleh kebutuhan hidup dan tersedianya fasilitas untuk berinteraksi sosial warga di lingkungan hunian itu sendiri (Putro & Purwaningsih, 2014).

Fenomena gerakan hijrah di lingkungan masyarakat bukan sekedar gerakan dakwah keagamaan, namun lebih dari itu hijrah berkembang menjadi tren sosial yang menarik untuk diikuti (2019). Hadirnya gerakan hijrah di masyarakat muslim saat ini, menjadi salah satu alasan properti syariah kini makin diminati. Karena masyarakat yang ingin menghindari riba dan memilih lingkungan yang islami untuk pertumbuhan hidup masyarakat tersebut (Hasanuddin, 2020).

Menurut Ust. Abdul Somad dalam video Net (2018) mengatakan bahwa nikmat besar itu bukan karena tinggal di suatu bukit dengan udara yang sejuk, bukan di tempat yang suasananya steril dan bukan tinggal di tempat penuh dengan gemerlap dunia harta benda. Tetapi tinggal dengan mata yang indah melihat pemandangan, hati yang tenteram karena mendengarkan Alquran dan itulah nikmat yang luar biasa. Hal ini selaras dengan konsep dalam properti syariah yang di mana memberikan fasilitas yang *real* dengan menunjang ketaatan kepada Allah SWT seperti tersedianya masjid, nuansa keilmuan seperti sekolah (rumah *tahfidz*), suasana dengan menyediakan *audio line* dengan memperdengarkan murotal menjelang *adzan*. Program-program terstruktur seperti kajian umum, khusus untuk anak, ibu dan bapa sehingga semua berada di lingkungan perumahan yang tersuasana dengan semangat keilmuan ingin belajar, lingkungannya terbentuk dengan ilmu khususnya ilmu agama (Land, 2019). Maka dari itu peneliti mengangkat variabel lingkungan untuk diteliti lebih lanjut apakah memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian Dana & Rastini (2015), Dyah Sri Wulandari, Prihandoyo, Arrywibowo, & Awaliyah (2015) dan Nuraini & Najib (2015) bahwa faktor lingkungan memiliki pengaruh yang

signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun, penelitian Das, Mohanty, & Shil, (2008) menyatakan bahwa faktor lingkungan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen.

Perkembangan *sharia lifestyle* membuat masyarakat mulai menyadari bahwa bunga bank termasuk dalam riba yang diharamkan dalam Islam. Maka muncullah produk KPR Syariah yang tidak menerapkan sistem bunga atau riba. (Hasannudin, 2020). Menurut Juliana (2017) bahwa konsep kewirausahaan berbasis islam yaitu syariahpreneur dibidang properti diharapkan dapat menjadi jawaban atau permasalahan tersebut. dimana riba bisa dihindari dan hal lain yang bertentangan dengan syariat islam juga bisa memberikan kemaslahatan bagi masyarakat. Gubernur DKI Jakarta, Anies Baswedan, dalam sambutannya pada pembukaan Hijrah Fest 2018 menyatakan bahwa, “Fenomena hijrah ini tidak hanya berdampak pada perkembangan di bidang religiositas saja, akan tetapi merambah ke berbagai sektor, seperti sektor ekonomi” (Alamsyah, 2019). Secara umum religiositas berhubungan dengan kondisi (pengetahuan beragama, keyakinan beragama) yang dapat mempengaruhi apa yang dilakukan dengan kelekatan emosional juga perasaan emosional mengenai agama dan perilaku. Sehingga konsumen muslim harus selektif dalam memilih suatu produk. Religiositas memiliki peranan yang penting dalam pengambilan keputusan. religiositas mempengaruhi cara seseorang dalam hidup, membuat pilihan, apa yang mereka makan dan dengan siapa mereka bergaul. Pilihan konsumsi oleh seorang konsumen dapat dipengaruhi oleh variabel religiositas dan mampu membentuk nilai dan sikap (Firmansyah, Purnamasari, & Djakfar, 2019). Semakin meningkatnya kesadaran masyarakat muslim akan produk syariah juga dapat dilihat dari sisi religiositas seseorang. Maka peneliti mengambil variabel religiositas sebagai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian properti syariah. Hal ini didukung oleh penelitian Dirwan (2019) dan Yoiz Shofwa (2016) hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel religiositas berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Pradani & Iriani (2018) menyatakan bahwa variabel religiositas tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan fenomena di atas maka penulis akan melakukan penelitian mengenai Properti Syariah di Indonesia. Dengan judul “**Keputusan Pembelian Properti Syariah Tanpa Bank: Analisis Pengaruh Faktor Harga, Lingkungan dan Religiositas**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dipaparkan di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Data penjualan properti syariah di PT Milenial Setiabudi Clove mengalami fluktuasi cenderung menurun setiap bulannya pada tahun 2019.
2. Pembelian rumah melalui properti syariah mengalami penurunan akibat adanya pemberitaan penipuan properti syariah. Hal ini diungkapkan oleh beberapa praktisi yaitu Abiyu Faiq (2020) dan Dandi Irawan (2020) menyatakan bahwa dari permasalahan tersebut berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli properti syariah.
3. Penipuan penjualan properti syariah sudah terjadi di kota-kota besar salah satunya Bandung dengan jumlah korban sedikitnya terdapat 135 orang penipuan pembangunan perumahan dengan skema pembiayaan syariah dengan kerugian sekitar Rp. 11,4 Miliar. (KompasTV, 2019).
4. Berdasarkan data kementerian PUPR per 8 Maret 2019 bahwa jumlah *backlog* di Indonesia sebanyak 7,6 juta unit (Hutapea, 2019).
5. Pemerintah dan pengembang berusaha memenuhi kebutuhan rakyat akan rumah. Kebutuhan setiap tahunnya mencapai 800.000 unit sampai satu juta. Sedangkan pemerintah hanya mampu memenuhi sekitar 400.000 unit per tahun (Hidayah, Nawawi, & Arif, 2018).
6. Setiap tahunnya harga perumahan rumah terus mengalami peningkatan. Hal ini juga terjadi di beberapa kota besar di Indonesia. Peningkatan harga perumahan bisa meningkat 20 hingga 30% setiap tahunnya (Hasannudin, 2019).

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis mengajukan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat harga, tingkat lingkungan perumahan, tingkat religiositas dan keputusan pembelian properti syariah tanpa bank?
2. Bagaimana pengaruh tingkat harga terhadap keputusan pembelian properti syariah tanpa bank?
3. Bagaimana pengaruh tingkat lingkungan perumahan terhadap keputusan pembelian properti syariah tanpa bank?
4. Bagaimana pengaruh tingkat religiositas terhadap keputusan pembelian properti syariah tanpa bank?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan mengenai tingkat harga, tingkat lingkungan perumahan, tingkat religiositas dan keputusan pembelian properti syariah tanpa bank di Indonesia. Di samping itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengaruh dari tingkat harga, tingkat lingkungan dan tingkat religiositas terhadap keputusan pembelian properti syariah.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan oleh penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis
Dapat memberikan kontribusi berupa ilmu pengetahuan di bidang ekonomi khususnya dalam keputusan pembelian, serta faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli properti syariah tanpa bank di Indonesia. Kemudian, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi acuan dan sumber referensi bagi pengembangan penelitian selanjutnya yang relevan.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan masukan kepada para pengembang properti syariah untuk dapat mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen untuk meningkatkan strategi pengembangan dalam penjualan properti syariah tanpa bank di Indonesia.