

KESADARAN MASYARAKAT TERHADAP KPR SYARIAH

Depid Ismail

Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung

depidismail@uinsgd.ac.id

ABSTRAK

Dengan kemunculan Lembaga Keuangan Syariah (LKS), seperti perbankan syariah, memberikan kesadaran kepada masyarakat akan pentingnya Kredit Pemilikan Rumah (KPR) yang berbasis syariah. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai tingkat kesadaran masyarakat terhadap perumahan syariah di Indonesia. Metode yang digunakan adalah melakukan kajian sejumlah literatur dan pengumpulan data sekunder dari berbagai sumber khususnya hasil riset komunitas Developer Properti Syariah (DPS) pada tahun 2018. Ternyata developer-developer properti syariah, yang mengusung skema perbankan tanpa bunga, tanpa denda, tanpa sita, tanpa pinalti, tanpa BI *checking*, dan tanpa akad *bathil*, mampu mendongkrak animo masyarakat untuk memilih perumahan yang menggunakan kaidah-kaidah syariah. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa kesadaran masyarakat terhadap Kredit Pemilikan Rumah (KPR) syariah cukup tinggi, yaitu 64,6 persen.

Kata Kunci: Kesadaran Masyarakat, LKS, KPR Syariah

PENDAHULUAN

Sebagai negara dengan jumlah penduduk terbesar di dunia, masyarakat muslim di Indonesia membutuhkan kepastian kehalalan aset yang dimilikinya. Rumah termasuk salah satu aset yang mahal untuk dimiliki oleh masyarakat selama hidupnya. Artinya upaya untuk memiliki rumah secara umum membutuhkan pengorbanan yang cukup berat bagi masyarakat, karena secara konsisten harga tanah dan rumah semakin mahal.

Harga rumah yang begitu tinggi menyebabkan masyarakat tidak mudah membelinya secara tunai, khususnya Masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR). Melalui Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR), pemerintah mengadakan program Satu Juta Rumah untuk MBR yang saat ini masih berkisar 11,4 juta unit. Namun dari semenjak diluncurkannya program tersebut baru terbangun 805.169 unit rumah yang terdiri dari rumah MBR sebanyak 569.382 unit dan rumah non MBR sebanyak 235.787 unit rumah.

Ketika kegiatan ekonomi kurang bergairah, pendapatan masyarakat belum mampu mengiringi harga rumah dan tanah yang terus mengalami kenaikan yang rata-rata sebesar 20% pertahun. Sehingga semakin banyak masyarakat yang mengalami kesulitan untuk memiliki rumah. Dalam mengatasi tantangan ini, skema kredit atau KPR (Kredit Pemilikan Rumah) menjadi pilihan solusi bagi masyarakat dalam kepemilikan rumah. Bersinerginya pemerintah, developer, dan lembaga keuangan diharapkan kebutuhan masyarakat akan rumah dapat terpenuhi dengan mengadakan program pembelian rumah secara angsuran, yaitu kredit kepemilikan rumah (KPR).

Saat ini seiring dengan maraknya kajian-kajian muamalah, potensi kesadaran masyarakat akan pentingnya memiliki rumah dengan KPR syariah akan mengalami peningkatan, baik yang menggunakan skema perbankan ataupun tanpa skema bank yang merupakan skema kredit baru dimana pembeli langsung mencicil kepada pengembang (developer). KPR syariah tanpa bank ini merupakan model alternatif, karena KPR syariah tanpa menggunakan intermediasi lembaga keuangan apa pun baik bank maupun non-bank seperti koperasi. Skema KPR syariah tanpa bank ini walaupun masih relatif baru namun cukup berkembang secara pesat lebih dari 100 kota di Indonesia dan menjadi salah satu pihak yang sangat membantu pemerintah dalam penyediaan rumah bagi masyarakat secara umum khususnya bagi kaum muslimin dengan skemanya yang syariah.

Tujuan Penelitian

Penulisan jurnal ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai tingkat kesadaran masyarakat terhadap perumahan dengan skema syariah di Indonesia, dengan memanfaatkan hadirnya Lembaga Keuangan Syariah (LKS) seperti perbankan Syariah dan Developer Property Syariah (DPS) yang bisa memberikan kontribusi besar kepada kesadaran masyarakat akan pentingnya Kredit Pemilikan Rumah (KPR) sesuai syariah.

Kajian Teoritik

Kesadaran merupakan kemampuan untuk memahami, merasakan, dan menjadi standar akan suatu peristiwa atau benda-benda. Kesadaran adalah konsep tentang menyiratkan pemahaman dan persepsi terhadap peristiwa atau subjek (Aziz, 2013:7). Kesadaran terhadap KPR Syariah tergambar dalam pemahaman yang ada dari hasil edukasi terhadap masyarakat.

Setiap lembaga keuangan syariah mempunyai falsafah mencari keridhaan Allah untuk memperoleh kebajikan di dunia dan akhirat. Oleh karena itu, setiap kegiatan lembaga keuangan yang dikhawatirkan menyimpang dari tuntunan syariah harus dihindari. Berikut adalah falsafah yang harus diterapkan oleh bank syariah (Muhammad, 2005) Menjauhkan diri dari unsur riba, caranya:

1. Menghindari penggunaan sistem yang menetapkan di muka secara pasti keberhasilan suatu usaha (QS. Luqman, ayat: 34)
2. Menghindari penggunaan sistem bagi presentasi untuk pembebanan biaya terhadap hutang atau pemberian imbalan terhadap simpanan yang mengandung unsur melipatgandakan secara otomatis hutang/simpanan tersebut hanya karena berjalannya waktu (Q.S. Ali'Imron, 130)
3. Menghindari penggunaan sistem perdagangan/penyewaan barang ribawi dengan imbalan barang ribawi lainnya dengan memperoleh kelebihan baik kuantitas maupun kualitas (HR. Muslim Bab Riba No. 1551 s/d 1567)
4. Menghindari penggunaan sistem yang menetapkan di muka tambahan atas hutang yang bukan atas prakarsa yang mempunyai hutang secara sukarela (HR. Muslim, Bab Riba No. 1569 s/d 1572)
5. Menerapkan sistem bagi hasil dan perdagangan, dengan mengacu pada alquran surah Al Baqarah ayat 275 dan An Nisaa ayat 29, maka setiap transaksi kelembagaan syariah harus dilandasi atas dasar sistem bagi hasil dan perdagangan atau transaksinya didasari oleh adanya pertukaran antara uang dengan barang. Akibatnya pada kegiatan muamalah berlaku prinsip ada barang/jasa uang dengan barang, sehingga akan mendorong produksi barang/jasa, mendorong kelancaran arus barang/jasa, dapat dihindari adanya.

Menurut Yuniarti (2015) persepsi adalah sebagai proses mengorganisasikan dan memaknakan kesan-kesan indra untuk memberikan arti terhadap lingkungannya. Seseorang memersepsikan sesuatu dapat berbeda dengan kenyataan yang objektif. Sedangkan menurut Sunyoto (2014) Persepsi adalah sebagai proses di mana seorang memilih, mengorganisasikan dan mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti di dunia ini. Persepsi dapat melibatkan penafsiran seorang atas suatu kejadian berdasarkan pengalaman masa lalunya. Sedangkan menurut Rakhmat (2010) bahwa persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi menurut Yuniarti (2015) adalah penglihatan dan sasaran yang diterima dan situasi persepsi menjadi penglihatan. Tanggapan yang timbul atas

rangsangan dipengaruhi sifat-sifat individu yang melihatnya. Sifat yang dapat mempengaruhi persepsi, yaitu sebagai berikut:

1. Sikap, yaitu mempengaruhi positif atau negatifnya tanggapan yang akan diberikan seseorang.
2. Motivasi, yaitu hal yang mendorong seseorang mendasari sikap tindakan yang dilakukannya.
3. Minat, yaitu faktor lain yang membedakan penilaian seseorang terhadap suatu hal atau objek tertentu, yang mendasari kesukaan ataupun ketidaksukaan terhadap objek tersebut.
4. Pengalaman masa lalu, yaitu dapat mempengaruhi persepsi seseorang karena akan menarik kesimpulan yang sama dengan yang pernah dilihat dan didengar.
5. Harapan, yaitu mempengaruhi persepsi seseorang dalam membuat keputusan, akan cenderung menolak gagasan, ajakan, atau tawaran yang tidak sesuai dengan yang kita harapkan.
6. Sasaran, yaitu mempengaruhi penglihatan yang akhirnya akan mempengaruhi persepsi.
7. Situasi atau keadaan sekitar kita atau sekitar sasaran yang turut mempengaruhi persepsi. Sasaran atau benda yang sama yang kita lihat dalam situasi yang berbeda akan menghasilkan persepsi yang berbeda pula.

Persepsi masyarakat tentang bunga bank, yang dimaksud dalam penelitian ini adalah persepsi masyarakat tentang hukum bunga bank. Menurut Imaniati (2010) hukum bunga adalah haram, baik dilakukan oleh bank, asuransi, pasar modal, pegadaian, koperasi dan lembaga keuangan lainnya maupun dilakukan oleh individu. Hukum bunga bank sampai saat ini masih menimbulkan kontroversi pendapat tentang keabsahannya. Sebagian *fuqaha* dan ekonom muslim berpendapat bahwa bunga bank itu bertentangan dengan ajaran agama Islam. Berangkat dari asumsi ini, akhirnya berkembang sistem alternatif perbankan yang menggunakan sistem bebas bunga (*interest free banking*) agar terhindar dari unsur riba dengan menggunakan sistem bagi hasil (*profit and loss sharing*).

Persepsi tentang produk bank syari'ah adalah tingkat pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang produk dan jasa bank syari'ah. Sebagaimana telah dikemukakan oleh beberapa pakar ekonom muslim bahwa salah satu kendala bagi pengembangan bank syari'ah adalah rendahnya pemahaman masyarakat terhadap produk dan operasional bank syari'ah. Untuk itu, perlu adanya penelitian seberapa besar pemahaman masyarakat tentang produk dan jasa bank syari'ah. Persepsi tentang pemahaman terhadap produk dan jasa bank syari'ah akan mempengaruhi perilaku masyarakat dalam berinvestasi dan mengambil dana dari bank syari'ah.

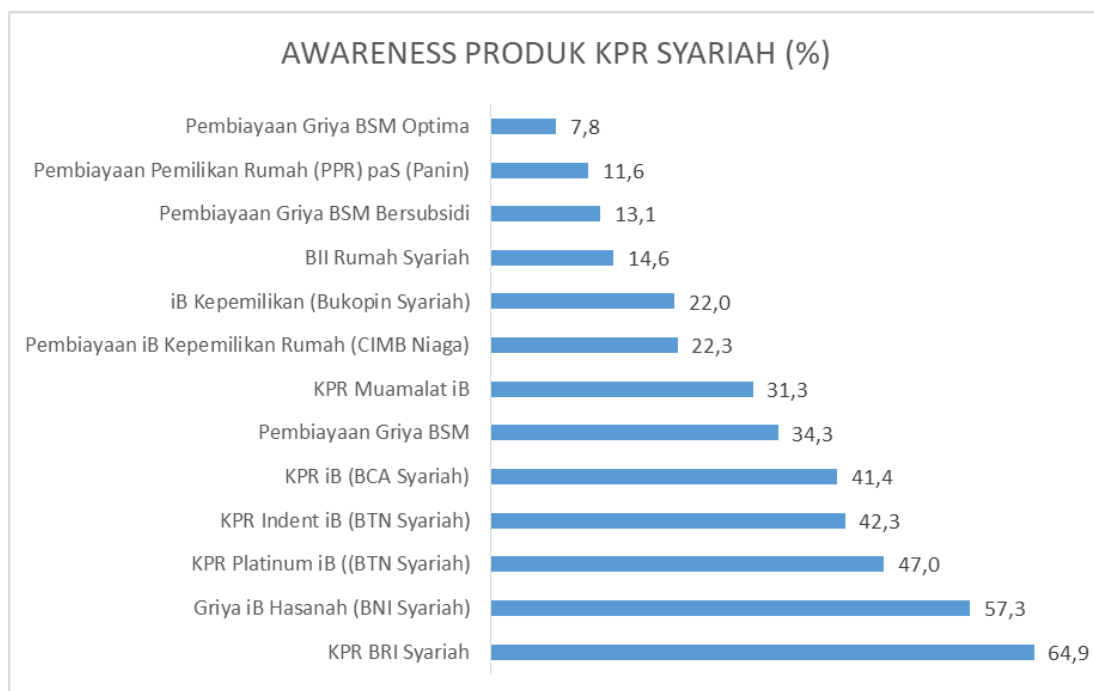
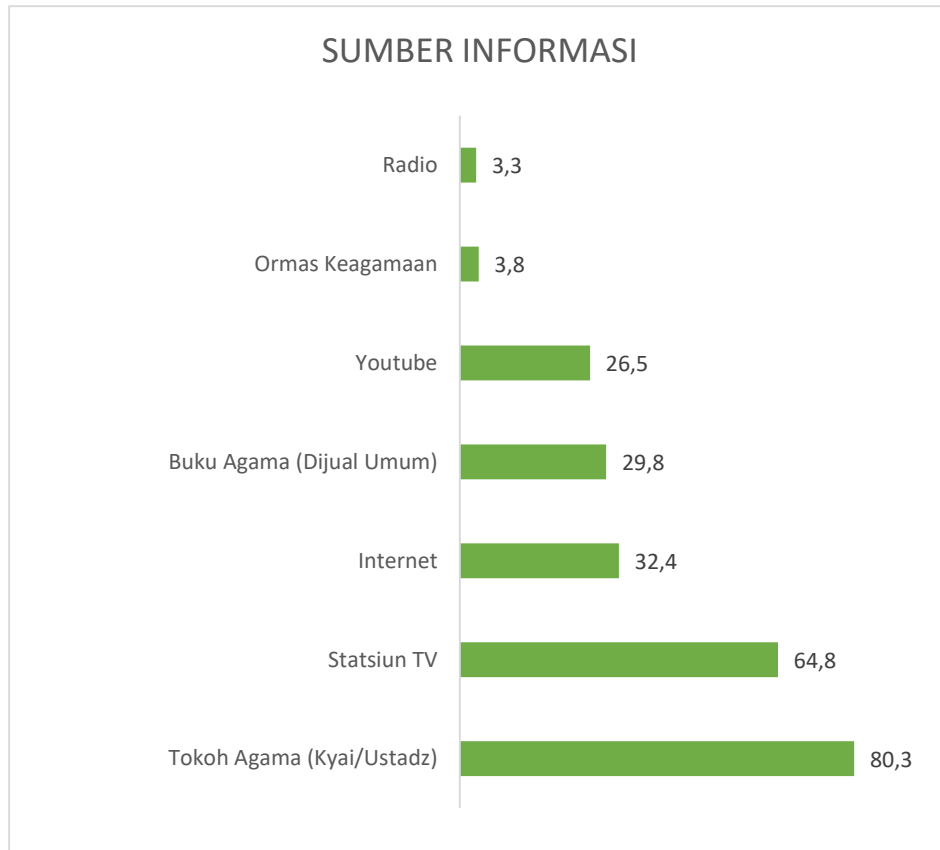
Minat beli dalam dunia bisnis sekarang kita akan sering mengenal dan mendengar berbagai macam taktik atau kiat dari para penjual. Baik penjual partai besar maupun penjual partai kecil dalam menarik dan menggoda para pembeli atau calon pembelinya untuk membeli atau hanya melihat-lihat saja. Pembeli dalam membeli suatu barang dan jasa yang ditawarkan pada

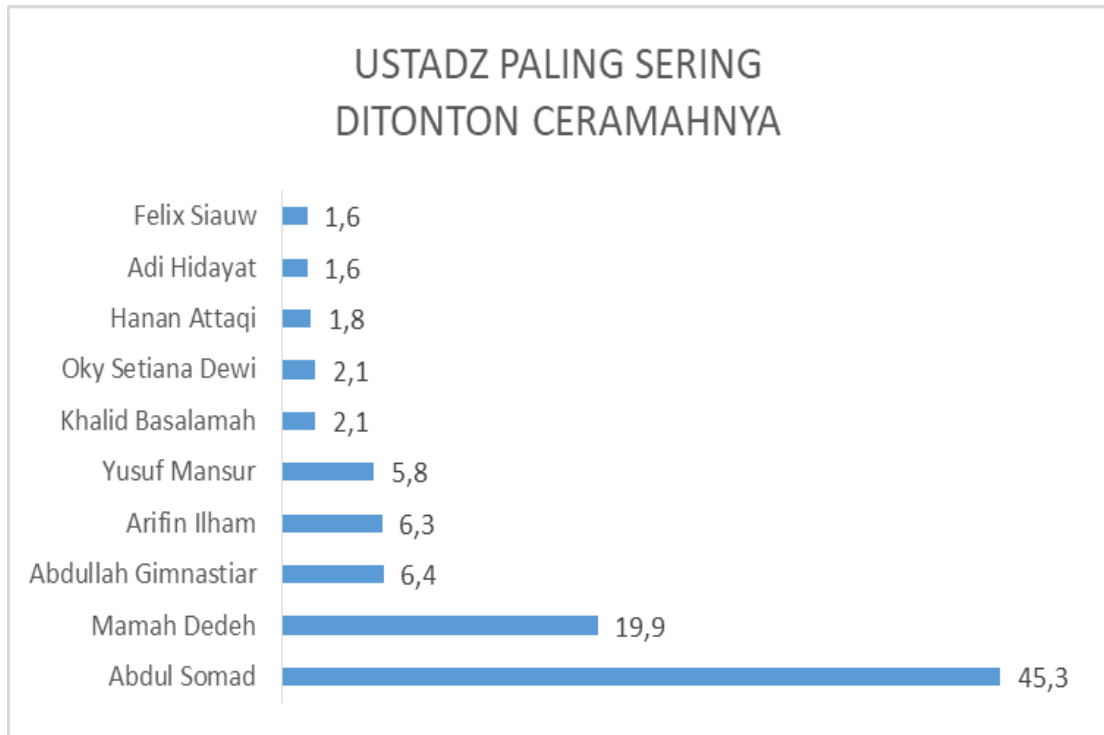
pedagang di pasar sering kali berdasarkan pada naluri atau minat. Minat yang timbul dalam diri pembeli seringkali berlawanan dengan kondisi keuangan yang dimiliki. Minat beli konsumen merupakan keinginan tersembunyi dalam benak konsumen. Minat beli konsumen selalu terselubung dalam tiap diri individu yang mana tak seorang pun bisa tahu apa yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen. Berikut ini akan diberikan beberapa definisi tentang minat beli konsumen dari para ahli pemasaran. Menurut Oentoro (2012) Minat Beli Konsumen adalah inisiatif responden dalam pengambilan keputusan untuk membeli sebuah produk. Sedangkan menurut Schiffman dan Kanuk (2007) Minat beli adalah suatu model sikap seseorang terhadap obyek barang yang sangat cocok dalam mengukur sikap terhadap golongan produk, jasa atau merk tertentu.

PEMBAHASAN DAN HASIL

Dari hasil riset yang dilakukan oleh komunitas Developer Properti Syariah (DPS), yang mempertimbangkan profil usia, tingkat penghasilan, area, dan gender menjadi prioritas bahan analisis dari berbagai data yang ada. Didapat data yang menunjukkan bahwa *awareness* (kesadaran) masyarakat akan skema Kredit Pemilikan Rumah (KPR) secara syariah cukup tinggi yaitu 64,6% (enam puluh empat koma enam persen). Prosentase tersebut di dapat dari kontribusi beberapa faktor yaitu:

1. Sumber informasi keagamaan yang memberikan kontribusi awal munculnya pengetahuan masyarakat akan KPR syariah. Tiga besar sumber informasi keagamaan yang paling besar kontribusinya yaitu berasal dari Tokoh Agama (Kiyai/Ustadz) sebesar 80,3%, Stasiun TV sebesar 64,8%, dan Internet sebesar 32,4%. Sedangkan tiga besar Ustadz yang paling sering ditonton ceramahnya yaitu Abdul Somad sebesar 45,3%, Mamah Dedeh sebesar 19,9%, dan Abdullah Gimnastiar sebesar 6,4%.





2. Faktor pertimbangan teknis menjadi dasar kesadaran masyarakat dalam KPR syariah. Tiga besar pertimbangan teknis dalam pembelian rumah yaitu harga sebesar 86,4%, lokasi sebesar 61,9%, dan legalitas (IMB, kontrak, sertifikat) sebesar 43,6%.



SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka dengan *awareness* (kesadaran) sebesar 64,6% (*enam puluh empat koma enam persen*) bisa diambil kesimpulan bahwa kesadaran masyarakat sangat besar. Untuk kepentingan bisnis perumahan pun bisa menjadi segmentasi pasar Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Syariah yang sangat potensial. Bagi peneliti berikutnya disarankan untuk dapat melakukan penelitian dengan mendapatkan data primer secara kuantitatif untuk menguji beberapa variabel lain yang dapat mempengaruhi kesadaran masyarakat terhadap Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Saeed (1996) *Islamic Banking and Interest, A Study of Prohibition of Riba and its Contemporary Interpretation* (Leiden: E.J. Brill, 1996)
- Abhimantra, Anangadipa, dkk. (2013). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nasabah (Mahasiswa) dalam memilih Menabung pada Bank Syariah, *Jurnal Procseding PESAT*, ISSN 1858- 2559, Jurusan Akuntasnsi, Universitas Gunadarma
- Ahktar, Naeem, Dkk. (2016). Factors Influencing the Perception on Customers in Islamic Bank: A Case Study in Pakistan, *Jurnal International Management and Business Research*, ISSN 2306- 9007, University of Okara (Punjab) Pakistan
- Cahyani. A. F. (2013). Pengaruh Persepsi Bunga Bank dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menabung pada Bank BNI Syariah di Kota Semarang, *Jurnal social and politik*, Jurusan Administrasi Bisnis, Universitas di Ponegoro
- Ghozali, Imam. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Imaniati, Neni sri (2010). *Pengantar Hukum Perbankan Indonesia*, Penerbit PT. Refika Aditama, Jl. Mengger Girang No. 98, Bandung
- Kamarni, Neng (2012) Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam berhubungan dengan bank syarian di Kota Padang, *Jurnal. Manajemen dan kewirausahaan*, Volume 3, Nomor 1, ISSN: 2086- 5031, Universitas Andalas, Padang
- Lovenia, Christiana Okky. A (2012) Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah, *Skripsi Program sarjana*, Universitas Diponegoro.
- Muhammad (2005). *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Yogyakarta. UPP AMP YKPN
- Oentoro, D. 2012, *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kesembilan, Jilid 1 dan jilid 2, Jakarta, Prehalindo, Penerbit LaksBang PRESSindo, Yogyakarta. QS.
- Rahmawanty, A (2014). Pengaruh Persepsi Tentan Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk di Bank BNI Syariah Semarang, Vol. 8. *Stain Kudus Jawa Tengah*

- Schiffman, Leon G dan Kanuk, Lesley L, (2007), *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sholihin, Ahmad Ifham. (2010). *Buku Pintar Ekonomi Syariah: Penerbit Gramedia Pustaka Utama, Jakarta*
- Sugiyono, (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Cv. Alfabeta: Bandung
- Sunyoto, Danang (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Jakarta, CAP (Center for Academic Publishing Service)
- Yamin, Regina (2009) *Persepsi Nilai, Persepsi kualitas, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Astra International Daihatsu di Manado*, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Yuniarti, Vinna, Sri (2015). *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, Penerbit Pustaka Setia, Bandung

