

MINAT MASYARAKAT TERHADAP KPRS (KREDIT PEMILIKAN RUMAH SYARIAH) DENGAN SKEMA MURABAHAH PADA BNI SYARIAH KC SURABAYA

Aisyiatu Shahiyah Suharto

Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya
Email: Aisyahshahiyah9@gmail.com

Moch Khoirul Anwar

Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya
Email: Khoirulanwar@unesa.ac.id

Abstrak

KPRS (Kredit Pemilikan Rumah Syariah) merupakan salah satu produk unggulan dari BNI Syariah karena dirasa permintaan masyarakat akan produk tersebut mengalami peningkatan dari tahun ketahun, begitupun juga pendapatan terbesar yang didapat BNI Syariah didominasi oleh akad murabahah yang mayoritas berasal dari pembiayaan KPRS. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar minat masyarakat terhadap KPRS beserta alasannya, hasil penelitian yang didapat yakni minat masyarakat untuk menggunakan produk KPRS dengan akad murabahah mengalami peningkatan setiap tahunnya dengan beberapa motif yang mendasari, salah satunya dikarenakan cicilan yang bersifat tetap serta tidak ada biaya administrasi.

Kata Kunci : *kredit pemilikan rumah syariah, murabahah, minat*

Abstract

KPRS (Sharia House Ownership Credit) is one of the superior products of BNI Syariah because it is perceived that the demand for the product will increase from year to year, as well as the biggest revenue earned by BNI Syariah is dominated by murabahah contract which majority comes from KPRS financing. This research uses descriptive qualitative method with aim to know how big of interest of society to KPRS along with the reason, result of research which is got that interest of society to use product of KPRS with murabahah contract increase every year with some underlying motive, one of them because of installment which is fixed and no administrative costs.

Keywords: *sharia house ownership credit, murabahah, interes*

1. PENDAHULUAN

Kehadiran perbankan di Indonesia dirasa memberikan beberapa fungsi baik untuk masyarakat, industri besar, baik menengah atau bawah mempunyai pengaruh yang signifikan. Hal tersebut terjadi karena kebutuhan masyarakat akan perbankan baik untuk penguatan modal atau penyimpanan uang, untuk mengantisipasi kebutuhan masyarakat akan rasa aman dalam transaksi tersebut perbankan syariah hadir dengan memberikan solusi untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat akan perbankan. Bank syariah merupakan perbankan dengan sistem ekonomi islam yang kini sedang menjadi perbincangan di Indonesia. Beberapa kalangan masyarakat di Indonesia mendesak agar Pemerintah Indonesia mengimplementasikan sistem Ekonomi Islam dalam sistem perekonomian Indonesia seiring dengan hancurnya sistem Ekonomi Kapitalisme. Amin (2014) menjelaskan bahwasannya perkembangan perbankan syariah cukup bagus jika di lihat dari semakin banyaknya BUS (Bank Umum Syariah) yang semakin memperluas cabang cabangnya, akan tetapi hal tersebut tidaklah seimbang jika kurangnya minat masyarakat akan perbankan syariah tersebut, meskipun penduduk Indonesia mayoritas beragama islam, tetapi kondisi sosial dan ekonomi serta aliran politiknya masih dipengaruhi oleh kepercayaan animisme, mistik dan agama hindu-budha yang di anuti oleh masyarakat sebelum datangnya islam. Pada tahun 1945 di simpulkan bahwasannya terdapat tiga golongan kebudayaan dalam masyarakat jawa, yakni abangan, santri dan priyayi, hal ini juga berpengaruh pada sosial, ekonomi & politik yang mana dalam hal tersebut menjadi pertanyaan besar bahwa sudah taatkah masyarakat islam pada agamanya dan sudahkah masyarakat muslim mau memanfaatkan perbankan syariah dalam hal bermuamalah dan faktanya adalah minat masyarakat muslim termasuk rendah akan perbankan syariah.

Tabel 1. Persepsi Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah

| Provinsi | Jumlah Responden | Presentase Muslim Di Masing – Masing Provinsi | Persepsi Bahwa Bunga Bertentangan Dengan Ajaran Islam | Memahami Produk Dan Manfaat Perbankan Syariah |
|----------------|------------------|-----------------------------------------------|-------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| Jawa Barat | 1022 | 98% | 62% | 6% |
| Jateng & Yogya | 1500 | 96% | 48% | 16% |
| Jawa Timur | 1503 | 97% | 31% | 10% |
| Sumatera Barat | 1060 | 98% | 20% | NA++ |
| Jambi | 500 | 96% | 50% | 10% |
| Total | 5585 | Rata-Rata 97% | Rata-Rata 42% | Rata-Rata 11% |

Melihat dari tabel di atas menunjukkan bahwasannya minat masyarakat pada perbankan syariah cenderung masih rendah, diperlukan strategi baru pada perbankan syariah untuk menarik minat masyarakat akan hal tersebut. Sebagaimana aturan yang tertuang pada peraturan BI No.18/16/PBI/2016 yang resmi diterbitkan pada 29 Agustus 2016 menyatakan bahwa uang muka untuk KPR di bank konvensional 15% dan di bank syariah kurang lebih 10%, berikut adalah beberapa poin terkait kebijakan LTV (Loan to Value) dan FTV (Financing to Value) :

- a. Uang muka untuk rumah pertama sebesar 15%, sedangkan uang muka untuk pembiayaan syariah menjadi 10%
- b. Penambahan kredit yang bisa diperlakukan sebagai kredit dengan fasilitas yang sama selama kredit sebelumnya memiliki kualitas kredit lancar, begitupun juga berlaku pada pembiayaan, akan tetapi berbeda jika sebelumnya masuk pada kolektabilitas dua atau dalam perhatian khusus dengan kolektabilitas lima atau macet, maka kredit atau pembiayaan akan diperlakukan baru atau lebih tepatnya memulai dari awal tahapan kredit ataupun pembiayaan, hal ini juga berlaku untuk kredit pembiayaan *take over*
- c. Adanya perubahan rasio dan selisih fasilitas rasio antara rumah pertama dan seterusnya, yang jika sebelumnya antara rumah pertama kedua mempunyai selisih 10%, dengan peraturan baru ini maka selisih antara rumah pertama dan kedua dan seterusnya hanya 5%
- d. Syarat yang ditentukan agar bank bisa menerapkan kebijakan baru LTV (Loan to Value) ini adalah jika rasio kredit bermasalah / *Non Performing Financing* (NPF) kurang dari 5%, selain itu bank juga harus mempunyai NPL (*Non Performing Loan*) dan NPF (*Non Performing Financing*) kredit perumahan secara *gross* kurang dari 5%
- e. Pengecualian untuk aturan LTV yakni kredit atau pembiayaan yang terkait dengan program pemerintah baik pusat maupun daerah.

Untuk pengecualian diatas bisa disimpulkan bahwa kredit untuk pembiayaan keperluan pemerintah tidak dikenakan pelanggaran LTV atau FTV tersebut, dalam pelaksanaannya bank yang mendapatkan pelanggaran LTV juga dihimbau untuk menggunakan kebijakan tersebut dengan tetap menggunakan prinsip kehati hatian. Dengan adanya kebijakan baru dari BI tersebut sudah tentu perusahaan properti mengalami peningkatan dalam penjualannya. Diantara sektor properti yang paling banyak di minati masyarakat yakni pada sektor rumah, jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya, pada tahun 2016 ini permintaan rumah mengalami peningkatan, hal ini dapat dilihat dari pertumbuhan harga rumah yang mengalami peningkatan sebesar 3,39 persen pada kuartal II 2016 jika dibandingkan dengan kuartal yang sama di tahun 2015. Berdasarkan tipe rumah, kenaikan harga rumah paling tinggi terjadi pada tipe rumah kecil yakni 4,16

persen (tahun ke tahun), sementara untuk tipe rumah besar mengalami peningkatan harga yang tidak signifikan, yakni hanya 2,16 persen dari tahun ke tahun, berikut adalah grafik minat masyarakat pada perumahan di bandingkan dengan sektor properti lainnya:

Grafik yang didapat dari penelitian menunjukkan bahwasannya mayoritas minat masyarakat pada umumnya adalah rumah, mengingat rumah adalah salah satu dari kebutuhan pokok yang harus di miliki. KPR merupakan salah satu produk perbankan yang menyediakan pembiayaan untuk pembelian rumah. Pada beberapa tahun terakhir, nasabah KPR ini dirasa tumbuh secara signifikan yang kebetulan juga bersamaan dengan kenaikan pasar properti yang didominasi oleh permintaan rumah di Indonesia. Produk tersebut bisa menjadi solusi bagi siapapun yang menginginkan rumah tetapi tidak memiliki cukup dana untuk membelinya, karena dengan mendatangi perbankan untuk melakukan KPR hanya perlu menyiapkan uang muka serta beberapa persyaratan administrasi yang akan diminta oleh pihak perbankan, pada Harian Neraca dijelaskan bahwa tahun 2011 pertumbuhan KPR tumbuh menjadi 33,12% dan hal ini melebihi target kredit tersebut, sedangkan pada tahun 2012 pertumbuhan KPR mencapai 43,04%, sementara pertumbuhan agregat kredit sebesar 23,72%. Pertumbuhan KPR tersebut yang kian pesat bisa mendorong kenaikan harga properti. Penelitian (Novi, 2015) menunjukkan bahwasannya nasabah Bank Syariah Mandiri lebih menunjukkan minatnya pada pembiayaan *murabahah* khususnya pada KPRS (Kredit Pemilikan Rumah Syariah) di karenakan menurut sebagian pendapat nasabah bahwasannya akad *murabahah* memiliki resiko yang sangat sedikit jika di banding dengan akad lainnya yang terdapat pada perbankan syariah. (Adi, 2013) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa instrument yang digunakan developer dalam istilah fiqh dikenal dengan istilah *istishna'*, yakni menggunakan sistem pesan bangun atau dikenal dengan sebutan *indent*. Skema ini merupakan salah satu yang diperbolehkan dalam syariat, begitupun dengan skema bisnis dengan akad *murabahah*, *salam* dan akad lain yang diperbolehkan. Dalam hal ini Rasul pernah memesan secara *ishtisna'* kepada para sahabat untuk dibuatkan cincin dan mimbar, sama halnya dengan konsumen yang hendak membeli rumah secara *indent* tentu bisa menjadi fasilitas bagi konsumen untuk *customize design* sesuai dengan keinginan masing masing, akan tetapi tidak semua developer menggunakan akad *isthisna'* ini, bahkan banyak developer yang langsung menggunakan akad *murabahah* atau jual beli dengan rumah ready stock. Konsumen yang menggunakan produk KPRS ini tinggal memilih membeli secara tunai atau kredit, setelah konsumen menentukan skema pembayaran maka disepakati satu harga yang dipilih apakah melakukan pembiayaan selama 5 tahun, 10 tahun ataupun 15 tahun. Harga yang telah disepakati diawal pada akad bersifat permanen dan nilainya tetap karena memang sudah diperhitungkan pihak perbankan, tidak dengan penentuan naik turunnya suku bunga dan kondisi ekonomi, sehingga biaya angsurannya flat juga penerapan skema tanpa denda yang berarti jika konsumen tidak mampu membayar dikarenakan suatu hal maka

pihak perbankan mewajibkan untuk konfirmasi, agar bisa menentukan kebijakan tertentu bagi kedua belah pihak tanpa denda.

Berdasarkan latar belakang diatas, permasalahan yang dapat dirumuskan adalah : (1) Bagaimana kelebihan dan kekurangan KPRS (Kredit Pemilikan Rumah Syariah) pada BNI Syariah? (2) Bagaimana minat masyarakat terhadap KPRS dengan skema *murabahah* pada BNI Syariah?

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan kali ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif karena diasumsikan sebagai penelitian dengan pemahaman tentang fenomena yang telah dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, motivasi, persepsi dan hal yang lainnya melalui deskripsi dalam kata kata serta bahasa pada konteks secara alamiah. Model penggunaan teori penelitian deskriptif kualitatif yang di gunakan oleh peneliti kali ini tertuju pada objek melalui wawancara secara langsung, seperti halnya pada penelitian kali ini mengacu pada pihak bank dan pihak nasabah. Subjek penelitian peneliti tertuju pada PT BNI Syariah Surabaya dan objek yang di tuju adalah bagian sales konsumtif BNI Syariah Surabaya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan di BNI Syariah KC Surabaya melalui pengamatan, wawancara dan dokumentasi menunjukkan hasil bahwasannya minat masyarakat akan KPRS pada BNI Syariah KC Surabaya mengalami peningkatan, dengan deskripsi sebagai berikut:

Kelebihan KPRS (Kredit Pemilikan Rumah Syariah) Pada BNI Syariah

Suatu perbankan baik konvensional maupun syariah memiliki suatu kelebihan maupun kekurangan dalam perspektif masyarakat sendiri, begitupun pada BNI Syariah yang juga memiliki kelebihan dalam sistematika produk maupun kinerja yang terdapat di BNI Syariah, berikut terdapat tiga kelebihan KPRS pada BNI Syariah yang di dapat dari hasil wawancara pada salah satu karyawan dan nasabah BNI Syariah:

Biaya administrasi untuk produk Griya IB Hasanah gratis

Perbankan syariah dalam beberapa produknya terdapat biaya administrasi yang di bebaskan pada nasabah, meskipun biaya administrasi tergolong tidak begitu memberatkan karena harganya yang relatif murah, akan tetapi cukup menjadi nilai *plus* bagi nasabah, bahkan menjadi pertimbangan bagi beberapa nasabah yang tergolong sedikit perhitungan, hal tersebut menjadi peluang BNI Syariah yang membebaskan biaya administrasi dan tentu menjadi nilai *plus* untuk pertimbangan nasabah maupun calon nasabah

Proses follow up dan acc setelah pengajuan tergolong cepat

Sebagian calon nasabah yang menjadi pertimbangan adalah seberapa lama proses follow up dan acc, melihat dari hasil wawancara salah satu nasabah BNI Syariah, mengungkapkan bahwasannya proses pengajuan cukup cepat jika di bandingkan dengan tetangga beliau yang juga mengajukan KPR Syariah pada Bank Syariah Mandiri yang 14 hari lebih tidak ada kabar apakah pengajuan KPR Syariahnya diterima atau tidak, melihat dari hal tersebut di asumsikan bahwa proses KPR Syariah pada BNI Syariah tergolong cepat jika di bandingkan bank syariah lainnya

Rumah secara indent bisa mendapat pembiayaan Griya IB Hasanah jika developer bekerjasama dengan BNI Syariah

Rumah *indent* untuk saat ini menjadi salah satu produk idaman untuk masyarakat, khususnya pasangan yang baru melakukan pernikahan, karena mayoritas pasangan muda menginginkan rumah *custom* dan tentu saja tidak bisa selesai dalam waktu dekat, hal ini menjadi peluang tersendiri bagi BNI Syariah untuk memperluas kerjasama dengan developer baik yang menawarkan produk rumah, properti maupun apartemen

Kelebihan atau keunggulan suatu perusahaan merupakan suatu indikator untuk kepuasan konsumen, dan hal tersebut menjadi salah satu asset yang di miliki perusahaan untuk kelangsungan produk yang di miliki oleh perusahaan, (Kotler & Keller, 2008) dalam bukunya menjelaskan bahwasannya nilai yang diciptakan perusahaan adalah nilai dari pelanggan, dan nilai yang dimiliki perusahaan pada masa sekarang merupakan nilai yang dimiliki di masa depan, jika suatu perusahaan meyakini bahwa pelanggan adalah satu satunya “pusat laba” maka dalam diagram organisasi yang di gunakan adalah diagram organisasi modern dengan penempatan konsumen menjadi strategi perusahaan tersebut, begitupun juga pada BNI Syariah, keunggulan yang dimiliki dirasa cukup untuk memberi kepuasan pada nasabah dan cukup untuk menarik perhatian masyarakat khususnya pada produk inti yakni KPRS atau Griya IB Hasanah terbukti dengan pemberian nilai tujuh sampai dengan sembilan antara nilai satu sampai sepuluh yang di berikan oleh salah satu nasabah BNI Syariah yang menggunakan produk Griya IB Hasanah, dari hasil wawancara pada salah satu bagian konsumtif di BNI Syariah, bahwasannya bagian *sales consumtif* di tuntutan untuk memenuhi target perusahaan khususnya pada produk Griya IB Hasanah ini, karena dirasa menempati kursi dengan pendapatan tertinggi yang merupakan salah satu peluang bagi BNI Syariah.

Kelemahan KPRS (Kredit Pemilikan Rumah Syariah) Pada BNI Syariah

Suatu perbankan baik konvensional maupun syariah memiliki suatu kelebihan maupun kekurangan dalam perspektif masyarakat sendiri, begitupun pada BNI Syariah yang juga memiliki kelemahan dalam sistematika produk maupun kinerja, berikut terdapat dua kelemahan KPRS pada BNI Syariah yang di dapat dari hasil wawancara pada salah satu karyawan dan nasabah BNI Syariah:

Kurangnya tempat sarana untuk melakukan akad

Tempat untuk melakukan akad merupakan salah satu bentuk fasilitas yang akan menjadi tolak ukur penilaian tersendiri bagi calon nasabah, walaupun merupakan hal yang dirasa sebagian nasabah atau calon nasabah tidak begitu rumit, akan tetapi beda halnya dengan sebagian nasabah lain yang merasa rumit dengan terbatasnya akses lokasi untuk melakukan akad, hal ini juga di rasakan salah satu nasabah di karenakan jarak rumah yang jauh dan mengharuskan untuk melakukan akad pada salah satu kantor cabang BNI Syariah yang bekerja sama dengan developer yang dipilih oleh nasabah

Naik turun limit yang terlalu sering

Naik turun limit merupakan hal yang pasti terjadi pada perbankan baik konvensional maupun syariah, begitupun pada BNI Syariah, melihat dari hasil wawancara pada salah satu karyawan BNI Syariah bahwasannya ketentuan limit memang kebijakan dari bank, akan tetapi untuk membuat kebijakan tersebut, pihak BNI Syariah mengikuti kebijakan *FTV (Financing to Value)* dari BI, dan hal ini rata rata yang menjadi keluhan para calon nasabah serta menjadikan tolak ukur untuk menggunakan produk KPRS pada BNI Syariah atau tidaknya

Penilaian konsumen merupakan suatu hal yang harus di perhatikan oleh suatu perusahaan, begitupun pada BNI Syariah, penilaian dari nasabah merupakan tolak ukur seberapa puas nasabah akan pelayanan, sistem maupun produk pada BNI Syariah seperti halnya pentingnya sarana untuk melakukan akad, (Djoyowiriono, 2005) pada bukunya menyatakan bahwa sarana adalah alat yang diperlukan untuk melakukan kegiatan manajemen untuk tujuan organisasi, dari teori tersebut menunjukkan bahwasannya betapa pentingnya sarana dalam sebuah perusahaan, hal tersebut juga berlaku pada BNI Syariah yang sebaiknya memberi kebijakan baru bahwasannya akad tidak harus dilakukan di kantor cabang yang bersangkutan, akan tetapi lebih baik fleksibel, dengan adanya hal tersebut calon nasabah akan mudah setuju untuk menggunakan produk yang ditawarkan Selain pentingnya sarana, komunikasi yang baik juga diperlukan agar nasabah atau calon nasabah bisa mengerti dan memahami apa yang di jelaskan oleh pihak *consumer* terkait naik turun limit pada produk Griya IB Hasanah, sehingga tidak ada keluhan dari nasabah, (Gallerman, 2007) dalam bukunya menyatakan komunikasi dapat disebut efektif apabila pesan: Bisa diterima

dengan baik oleh pendengar yang dimaksudkan, diinterpretasikan melalui cara yang sama oleh penerima dan pendengar, bisa diingat pada jangka waktu tertentu, bisa digunakan ketika tepat pada keadaannya

Keempat unsur yang sudah disebutkan diatas merupakan bagian yang penting dalam komunikasi, apabila ada yang kurang dari keempat unsur tersebut maka komunikasi dirasa kurang efektif Dengan demikian, komunikasi dinyatakan efektif apabila member pengaruh bagi perilaku, hal tersebut juga berlaku pada BNI Syariah khususnya terletak pada komunikasi bagian *consumer* dengan nasabah ataupun calon nasabah, seperti halnya keluhan salah satu nasabah tentang naik turunnya limit yang terlalu sering, akan tetapi pihak perbankan tidak bisa mengatur hal tersebut di karenakan termasuk kebijakan dari pemerintah, maka dari itu di perlukan komunikasi yang baik dengan nasabah ataupun calon nasabah agar memaklumi dan memahami bahwa hal tersebut di luar kendali dari pihak BNI Syariah.

Minat Masyarakat Terhadap KPRS (Kredit Pemilikan Rumah Syariah) Pada BNI Syariah

BNI Syariah merupakan perbankan syariah terbaik ketiga setelah Mandiri Syariah dan Muamalat, hal ini di lihat dari statistik OJK (Otoritas Jasa Keuangan), tidak luput dari hal tersebut, setiap perbankan memiliki strategi masing masing untuk meningkatkan pendapatan setiap bulan bahkan setiap tahunnya, begitupun dengan BNI Syariah yang memiliki produk unggulan yakni Griya IB Hasanah, karena di rasa pendapatan setiap tahun di dominasi oleh pembiayaan dari produk Griya IB Hasanah atau lebih di kenal dengan KPRS (Kredit Pemilikan Rumah Syariah) oleh masyarakat.

BNI Syariah merupakan salah satu perbankan syariah yang cukup di minati masyarakat. Menurut Witherington (1999) dalam (Hery, 1998) minat merupakan kesadaran seseorang dalam suatu objek atau situasi yang bersangkutan dengan hal tersebut, penelitian (Novia & Musdholifah, 2018) menyatakan bahwa masyarakat dengan pengetahuan keuangan semakin baik maka pengelolaan dalam kehidupannya juga baik begitupun dengan pengetahuan atau informasi mengenai seseorang atau seseorang mengharuskan terlebih dulu ada minat objek tersebut. Berikut adalah proses minat : motif (alasan, dasar, pendorong), perjuangan motif. Sebelum mengambil keputusan pada batin terdapat beberapa motif yang bersifat luhur dan rendah dan disini harus dipilih, keputusan Ini yang sangat penting yang berisi pemilihan antara motif – motif yang ada dan meninggalkan kemungkinan yang lain, sebab tak mungkin seseorang mempunyai macam – macam keinginan pada waktu yang sama, bertindak sesuai dengan keputusan yang di ambil.

Minat masyarakat terhadap KPRS (Kredit Pemilikan Rumah Syariah) pada BNI syariah terbentuk dari beberapa proses yakni: Adanya alasan untuk menggunakan KPR Syariah tersebut, alasannya juga beragam, seperti faktor kepercayaan agama, angsuran yang flat dan proses administrasi yang cukup

mudah, menilai beberapa faktor yang mempengaruhi alasan untuk menggunakan KPR Syariah pada BNI Syariah tersebut seperti bertanya pada beberapa nasabah yang lebih dulu menggunakan KPR Syariah dan juga mencari informasi guna mendapatkan jawaban tentang sesuatu yang ingin di ketahui dari KPR Syariah pada BNI Syariah, mendapatkan alasan yang cukup memuaskan untuk menggunakan KPR Syariah pada BNI Syariah, menggunakan KPR Syariah pada BNI Syariah

Alasan masyarakat memilih produk KPRS sangat beragam, salah satunya di karenakan faktor agama, (Mirawati, 2017) dalam jurnalnya menjelaskan bahwasannya rata rata nasabah yang datang dan menggunakan produk perbankan syariah adalah masyarakat muslim yang ingin hartanya di kelola oleh perbankan syariah, walaupun beberapa dari nasabah tersebut tidak cukup memahami konsep dari perbankan syariah, hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan peneliti pada salah satu karyawan BNI Syariah KC Surabaya bagian konsumtif bahwasannya alasan nasabah untuk menggunakan produk dari BNI Syariah yakni faktor agama, akan tetapi di sisi lain juga terdapat pernyataan dari nasabah bahwa biaya angsuran yang flat dengan akad *murabahah* menjadi pilihan nasabah untuk menggunakan produk pembiayaan pada BNI Syariah, tidak hanya karena dua faktor tersebut, minat masyarakat juga tergantung bagaimana karyawan BNI Syariah memperlakukan nasabahnya seperti halnya dengan alasan nasabah menggunakan produk pembiayaan pada BNI Syariah di karenakan pelayanan yang sangat baik menurut nasabah tersebut. Penilaian dari nasabah merupakan salah satu hal yang harus di perhatikan, karena hal tersebut akan menjadi tolak ukur untuk calon nasabah, maka dari itu kredibilitas perusahaan harus tetap di maksimalkan, sama halnya dengan hasil wawancara dengan salah satu karyawan BNI Syariah yang menjelaskan bahwasannya penilaian nasabah sebelumnya akan menjadi tolak ukur untuk calon nasabah mendatang, sehingga menjalin silaturahmi dengan para nasabah menjadi pilihan BNI syariah untuk menjaga kredibilitas yang baik untuk perusahaannya.

Produk Griya IB Hasanah pada BNI Syariah menjadi salah satu produk yang di unggulkan, dikarenakan berbagai faktor alasan yang tentunya sudah melalui *survey* kepada masyarakat yang dirasa berpotensi untuk menjadi nasabah, salah satunya penggunaan akad *murabahah* yang menjadi satu satunya akad yang ditawarkan dalam produk ini, akad *murabahah* merupakan salah satu akad yang paling mudah dan memiliki resiko paling rendah di antara akad lainnya, juga menjadi akad yang paling dikenal oleh masyarakat karena memang artinya jual beli, menurut (Antonio, 2001) *Murabahah* adalah jual beli barang dengan adanya tambahan keuntungan yang telah disepakati, dalam transaksi *murabahah* penjual harus memberitahu harga asal produk yang telah dibeli kemudian menentukan harga untuk disepakati begitupun yang dilakukan pihak BNI Syariah dengan membeli rumah kepada developer yang diinginkan nasabah yang kemudian akan di angsur oleh nasabah dengan jangka beberapa tahun dengan jaminan yang sudah di perhitungkan oleh pihak perbankan, maka dari itu BNI Syariah hanya menggunakan akad *murabahah* untuk produk Griya IB Hasanah, hasil wawancara pada salah satu nasabah dan karyawan BNI Syariah menunjukkan bahwasannya

masyarakat lebih banyak mengetahui akad *murabahah* untuk produk KPR Syariah baik di BNI Syariah maupun perbankan syariah lainnya, karena memang rata-rata produk KPR Syariah yang dikeluarkan oleh perbankan syariah lainnya juga hanya memakai akad *murabahah*.

Nasabah ataupun calon nasabah yang menjatuhkan pilihan untuk memakai produk Griya IB Hasanah memiliki berbagai macam alasan, walaupun demikian minat masyarakat terhadap BNI Syariah meningkat dari tahun ke tahun, hal ini diungkapkan oleh salah satu karyawan BNI Syariah ketika diminta peneliti untuk melakukan wawancara walaupun secara spesifik tidak pada produk Griya IB Hasanah akan tetapi cukup tinggi permintaan masyarakat akan produk KPR Syariah tersebut.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang minat masyarakat terhadap KPRS (Kredit Pemilikan Rumah Syariah) pada BNI Syariah, didapatkan beberapa kesimpulan: (1) Kelebihan KPRS (Kredit Pemilikan Rumah Syariah) pada BNI Syariah Surabaya ada beberapa, yakni biaya administrasi untuk produk Griya IB Hasanah gratis, proses *follow up* dan *acc* tergolong cepat dan rumah *indent* bisa diproses dengan developer yang bekerjasama dengan BNI Syariah (2) Kelemahan KPRS (Kredit Pemilikan Rumah Syariah) pada BNI Syariah Surabaya terletak pada keterbatasan tempat untuk melakukan akad dan naik turun limit yang terlalu sering (3) Minat masyarakat terhadap KPR Syariah pada BNI Syariah mengalami peningkatan dari tahun ketahun, dibuktikan dengan peningkatan pendapatan dengan akad *murabahah* yang di dominasi oleh produk Griya IB Hasanah dan juga beberapa data dari hasil wawancara dan juga dokumentasi BNI Syariah serta beberapa fakta yang menjadi latar belakang bahwa minat masyarakat akan KPR Syariah pada BNI Syariah mengalami peningkatan.

5. REFERENSI

- Adi, M. I. (2013). Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Margin Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus Pada BRI Syariah Dan Bank Mega Syariah).
- Amin, M. (2014). *Efisiensi Perbankan Syariah:Teori Dan Praktik*. Bekasi: Gramata.
- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*. Depok: Gema Insani.
- Arif, M. N. (2012). *Lembaga Keuangan syariah*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Bayu Ilham Cahyono, D. N. (2015). Analisis Sistem Dan Prosedur Pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah Syariah (KPRS) Murabahah Untuk Mendukung Pengendalian Intern (Studi Pada PT BTN Syariah Cabang Jombang). *Administrasi Bisnis* .

- Bungin, B. (2007). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta : KENCANA.
- Darsono, S. A. (2017). *PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Djoyowiriono, S. (2005). *Manajemen Konstruksi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Fadholi, A. D. (2015). Pengaruh Pembiayaan Murabahah, Musyarakah Dan Mudharabah Terhadap Profitabilitas bank Umum Syariah.
- Gallerman, W. S. (2007). *Motivasi dan Produktivitas*. Jakarta: Bina Press.
- Haris, H. (2007). Pembiayaan Kepemilikan Rumah (Sebuah Inovasi Pembiayaan Perbankan Syariah). *La Riba* .
- Hery, P. (1998). *Pengantar perilaku Manusia*. Jakarta: EGC.
- Kamarni, N. (2002). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Berhubungan Dengan Bank Syariah Di Kota Padang. *Manajemen dan Kewirausahaan* .
- Karim, A. A. (2014). *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Ciptat: Erlangga.
- Kurniawan, A., & Nur, I. (2013). Tinjauan Kepemilikan Dalam KPR Syariah Antara Murabahah, Ijarah Muntahiyah Bittamlik, Dan Musyarakah Mutanaqisah. *Equilibrium* .
- Machmud, A., & Rukmana. (2010). *Bank Syariah : Teori, Kebijakan, dan Studi Empiris di Indonesia*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- Mirawati. (2017). Pembiayaan Murabahah : Analisis Persepsi Nasabah. *Menara Ekonomi* .
- Novi, F. (2015). Analisis Pembiayaan Mudharabah dan Murabahah Terhadap Laba Bank Syariah Mandiri. *Jurnal Riset Akutansi dan Bisnis* , 65-68.
- Novia, A. P., & Musdholifah. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Pemilihan Layanan Layanan Keuangan syariah. *Al Uqud* , 3-4.
- Patilima, H. (2005). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Pintrich, R. P., & Schunk, D. H. (1996). *Motivation in Education, Theory, Research and Application*. New Jesney: Prentice Hall.
- Setyaningtyas, P. (2016). Implementasi Akad Murabahah Pada Produk Pembiayaan KPR Di Bank Syariah Mandiri KC Mojokerto. *IAIN Purwokerto*.
- Srirejeki, Y. F. (2013). Akad Pembiayaan Murabahah Dan Praktiknya Pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Manado . *Lex Privatum* .
- Sugiyono. (2016). *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.