

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Manajemen Pembiayaan

Istilah manajemen berasal dari kata kerja *to manage* berarti *control*, dalam bahasa Indonesia dapat diartikan mengendalikan, menangani atau mengelola. Pengertian manajemen didefinisikan dalam berbagai cara, tergantung dari titik pandang, keyakinan serta pengertian dari pembuat definisi. Secara umum pengertian manajemen adalah pengelolaan suatu pekerjaan untuk memperoleh hasil dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditentukan dengan cara menggerakkan orang-orang lain untuk bekerja.

Manajemen adalah suatu proses atau kerangka kerja, yang melibatkan bimbingan atau pengarahan suatu kelompok orang-orang ke arah tujuan-tujuan organisasional atau maksud-maksud yang nyata.¹¹

Dari definisi di atas, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa manajemen adalah suatu proses dalam sebuah kelompok atau organisasi yang mempunyai fungsi memperoleh hasil dalam rangka mencapai tujuan bersama. Beberapa fungsi dari manajemen adalah:¹²

1. *Planning* yaitu menentukan tujuan-tujuan yang hendak dicapai selama suatu masa yang akan datang agar dapat mencapai tujuan.
2. *Organizing* yaitu mengelompokkan dan menentukan berbagai kegiatan penting dan memberikan kekuasaan untuk melaksanakan kegiatan.

¹¹ George R. Terry, Leaslie W. Rue, *Dasar-Dasar Manajemen*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012). Hlm 1

¹² Ibid . . . hlm 9

3. *Staffing* yaitu menentukan keperluan sumberdaya manusia, pengerahan, penyaringan, latihan dan pengembangan tenaga kerja.
4. *Motivating* yaitu mengarahkan atau menyalurkan perilaku manusia kearah tujuan-tujuan.
5. *Controlling* yaitu mengukur pelaksanaan dengan tujuan-tujuan, menentukan sebab-sebab penyimpangan-penyimpangan dan mengambil tindakan-tindakan.

Dalam bidang manajemen terdapat beberapa unsur dengan fungsi dan tujuan yang berbeda-beda sesuai dengan kegunaannya. Peneliti ini hanya melakukan kajian dibidang manajemen. Khususnya manajemen pembiayaan (kredit).

Kredit adalah penyerahan barang, jasa atau uang dari satu pihak (kreditor/pemberi pinjaman) atas dasar kepercayaan kepada pihak lain (debitur/pengutang) dengan janji membayar dari penerima kredit kepada pemberi kredit pada tanggal yang telah disepakati kedua belah pihak.¹³

Menurut Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998, kredit adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjem meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga. Sedangkan pengertian pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.¹⁴

¹³ Veithzal Rivai, *Credit Manajemen Handbook Manajemen Perkreditan Cara Mudah Menganalisis Kredit: Teori, Konsep, Prosedur, dan Aplikasi serta Panduan Praktis Bankir, Mahasiswa, dan Nasabah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013). Hlm 3

¹⁴ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014). Hlm 85

Pembiayaan atau *financing*, yaitu pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga. Dengan kata lain, pembiayaan adalah pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan.

(Q.S. Al-Baqarah:275)¹⁵

Pembiayaan secara umum memiliki fungsi untuk meningkatkan daya guna uang, meningkatkan daya guna barang, meningkatkan peredaran uang, menimbulkan kegairahan berusaha, sebagai jembatan untuk meningkatkan pendapatan nasional, serta stabilitas ekonomi yang pada dasarnya diarahkan pada usaha-usaha untuk pengendalian inflasi, peningkatan ekspor, rehabilitasi prasarana, pemenuhan kebutuhan-kebutuhan pokok rakyat untuk menekan arus inflasi dan terlebih-lebih lagi untuk usaha pembangunan ekonomi maka pembiayaan bank memegang peran yang penting.¹⁶

Dalam suatu manajemen pembiayaan harus terdapat prinsip untuk menganalisis sebuah kegiatan dalam pembiayaan atau yang dimaksud adalah pedoman-pedoman yang harus diperhatikan oleh pejabat pembiayaan bank syariah pada saat melakukan analisis pembiayaan, secara umum prinsip analisis pembiayaan didasarkan pada rumus 5C, yaitu:¹⁷

¹⁵ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Widya Cahaya: Bandung, 2011)

¹⁶ Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2005). Hlm 19

¹⁷ Elvi Royani, Fery Panjaitan, Lona Miranda, *Jurnal Pengaruh Harga Timah dan Down Payment Terhadap Tunggakan Angsuran Konsumen pada PT. Kembang 88 Multifinance Cabang Bangka*, (Bangka: Jurusan Akuntansi, STIE IBEK)

1. *Character* artinya sifat atau karakter nasabah pengambilan pinjaman.
2. *Capacity* artinya kemampuan nasabah untuk menjalankan usaha dan mengembalikan pinjaman yang diambil.
3. *Capital* artinya besarnya modal yang diperlukan peminjam.
4. *Collateral* artinya jaminan yang telah dimiliki yang diberikan peminjam kepada bank.
5. *Condition* artinya keadaan usaha atau nasabah prospek atau tidak.

Dalam pembiayaan yang diberikan bank syariah terdapat beberapa akad dengan fungsi yang berbeda-beda. Dalam hal ini peneliti hanya membatasi kajian yang akan dibahas yaitu membahas prinsip jual beli (piutang) dengan menggunakan akad murabahah.

Murabahah adalah istilah dalam fikih Islam yang berarti suatu bentuk jual beli tertentu ketika penjual menyatakan biaya perolehan barang, meliputi harga barang dan biaya-biaya lain yang dikeluarkan untuk memperoleh barang tersebut dan tingkat keuntungan (margin) yang diinginkan.

Pembayaran bisa dilakukan secara *spot* (tunai) atau bisa dilakukan kemudian hari yang disepakati bersama. Oleh karena itu murabahah tidak dengan sendirinya mengandung konsep pembayaran tertunda (*deferred payment*), seperti yang secara umum dipahami oleh sebagian orang yang mengetahui murabahah hanya dalam hubungannya dengan transaksi pembiayaan di perbankan syariah, tetapi tidak memahami fikih islam.

(Q.S. Al-Maa'idah:1)¹⁸

Akad murabahah yang telah distandardisasi ini menjadi petunjuk bagi bank syariah di Indonesia sebagai landasan operasinya. Hal ini juga berguna sebagai dasar pembuatan regulasi yang hati-hati bagi bank syariah yang fungsinya menjadi instrument pengaturan untuk menjamin kepatuhan operasional perbankan syariah terhadap prinsip-prinsip dasarnya.¹⁹

1. Pada setiap permohonan murabahah baru pada ketentuan internal bank diwajibkan untuk menerangkan esensi dari pembiayaan murabahah serta kondisi penerapannya. Hal yang wajib dijelaskan antara lain meliputi: esensi pembiayaan murabahah sebagai bentuk jual beli antara bank dan nasabah, definisi dan terminologi, *terms and condition*, dan tata cara implementasinya.
2. Bank wajib meminta nasabah untuk mengisi formulir permohonan pembiayaan murabahah, dan pada formulir tersebut wajib diinformasikan:
 - a. Jenis dan spesifikasi barang yang ingin dibeli
 - b. Perkiraan harga barang dimaksud
 - c. Uang muka yang dimiliki
 - d. Jangka waktu pembayaran
3. Dalam memproses permohonan pembiayaan murabahah dimaksud bank wajib melakukan analisis mengenai:
 - a. Kelengkapan administrasi yang disyaratkan

¹⁸ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Widya Cahaya: Bandung, 2011)

¹⁹ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013). Hlm 237

- b. Aspek hukum
 - c. Aspek personal
 - d. Aspek barang yang diperjual belikan
 - e. Aspek keuangan
4. Bank menyampaikan tanggapan atas permohonan dimaksud sebagai tanda adanya kesepakatan perakad.
 5. Bank meminta uang muka pembelian kepada nasabah sebagai tanda persetujuan kedua pihak untuk melakukan murabahah.
 6. Bank harus melakukan pembelian barang kepada *supplier* terlebih dahulu sebelum akad jual beli dengan nasabah dilakukan.
 7. Bank melakukan pembayaran langsung kepada rekening *supplier*.
 8. Pada waktu penandatanganan akad murabahah antara nasabah dan bank pada kontrak akad tersebut wajib diinformasikan:
 - a. Definisi dan esensi pembiayaan murabahah
 - b. Posisi nasabah sebagai pembeli dan bank sebagai penjual
 - c. Kepemilikan barang oleh bank yang dibuktikan oleh dokumen pendukung
 - d. Hak dan kewajiban nasabah dan bank
 - e. Barang yang diperjual belikan harus merupakan objek nyata
 - f. Harga pembelian dan margin yang disepakati dan tidak dapat berubah
 - g. Jangka waktu pembayaran yang disepakati.
 - h. Jaminan

- i. Kondisi-kondisi tertentu yang akan mempengaruhi transaksi jual beli tersebut (*terms and condition*) antara lain:
 - 1) Pelarangan penerapan *buy-back guarantee* dalam perjanjian jual beli
 - 2) Kontrak murabahah hanya dapat di- *rescheduling*
 - 3) Keadaan ketika seorang nasabah yang tidak dapat melunasi kewajibannya akibat tidak ada keinginan untuk membayar atau ketidakmampuan untuk membayar,
 - f. Definisi atas kondisi *force majeure* yang dapat dijadikan sebagai dasar acuan bahwa bank tidak akan mengalami kerugian (dirugikan) oleh factor-faktor yang bersifat spesifik.
 - g. Lembaga yang akan berfungsi untuk menyelesaikan persengketaan antara bank dengan nasabah apabila terjadi sengketa.
9. Bank menyerahkan atau mengirimkan barang ke nasabah
10. Bank wajib memiliki standar prosedur untuk menetapkan tindakan yang diambil dalam rangka *rescheduling* kewajiban yang belum terselesaikan.

B. Down Payment

Uang muka adalah pembayaran uang kepada pihak lain yang belum memberikan prestasi atau memenuhi kewajiban, misalnya kepada kontraktor pada saat kontrak ditandatangani atau kepada penjual yang belum menyerahkan barangnya, pembayaran sebagian dan harga yang

telah disepakati oleh pembeli kepada penjual yang merupakan tanda bahwa perjanjian jual beli yang diadakan telah mengikat.²⁰

Uang muka diakui uang muka pembelian sebesar jumlah yang diterima, pada saat barang jadi dibeli oleh pembeli, uang muka diakui sebagai pembayaran piutang. Jika barang batal dibeli, uang muka dikembalikan kepada pembeli setelah diperhitungkan dengan biaya-biaya yang telah dikeluarkan oleh penjual.²¹

Menurut kamus Bahasa Indonesia standar adalah ukuran tertentu yang dijadikan sebagai patokan. Sedangkan uang muka (*down payment*) bersal dari bahasa Inggris, "*down payment is a prtial payment made at the time of purchase; the balanced to be paid later*" yaitu sebagian pembayaran yang dilakukan pada awal pembelian, sementara sisanya akan di bayar kemudian. Berapa lama waktu pembayaran ditentukan sesuai perjanjian diantara penjual dan pembeli.

Ibnu Qudamah - salah seorang ulama hanabilah - dalam *al-mughni* mendefinisikan Bai' al-'urbun (jual beli dengan sistem panjar) sebagai berikut : "seorang pembeli barang, kemudian dia menyerahkan dirham (uang) kepada penjual sebagai uang panjar. Jika ia jadi membeli barang itu, maka uang itu dihitung dari harga barang .akan tetapi jika tidak membelinya, maka uang panjar itu menjadi milik penjual."²²

²⁰ Ralona M. . Hal 323

²¹ Ahmad Ifham Sholihin, *Buku Pintar Ekonomi Syariah*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010). Hal 50

²² Enang Hidayat, *Fiqh Jual Beli*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2015). Hlm 209

Pendek kata dari pengertian diatas bisa diketahui bahwa standar uang muka adalah patokan harga terendah (minimal) yang dijadikan sebagai awal pembelian suatu barang, dengan waktu pelunasan pembayaran sesuai dengan kesepakatan penjual dan pembeli.

Kebijakan pembatasan uang muka kredit tertera pada Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 220/PMK.010/2012, yang merupakan pembaharuan dari Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 43/PMK.010/2012 tentang uang muka pembiayaan konsumen untuk kendaraan bermotor pada perusahaan pembiayaan. Hal ini dalam rangka meningkatkan prinsip kehati-hatian perusahaan pembiayaan atas resiko penyaluran pembiayaan konsumen kendaraan bermotor. Dalam peraturan tersebut menetapkan pembatasan uang muka pembiayaan konsumen untuk kendaraan bermotor termasuk mobil dan sepeda motor.

Dengan adanya uang muka (*down payment*) yang rendah telah memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk memiliki sepeda motor masing-masing. Selain itu, terkadang dealer pun memeberikan kemudahan yang lainnya, seperti angsuran yang ringan meskipun dengan jangka waktu angsuran yang lebih lama, kredit tanpa survei atau bahkan kredit tanpa uang muka. Hal ini tentunya banyak mendorong masyarakat untuk memiliki sepeda motor meskipun tanpa memperhitungkan kemampuan keuangan mereka.

Seperti yang telah diketahui bahwa uang muka sangat erat kaitannya dengan pembelian suatu barang secara kredit. Dimana pengertian kredit adalah kemampuan untuk melaksanakan suatu pembelian atau mengadakan suatu pinjaman dengan suatu janji, pembayaran akan dilaksanakan pada jangka waktu yang telah disepakati. Meskipun dalam hal perkreditan ini masih banyak perbedaan pendapat diantara para ulama apakah diperbolehkan atau tidak. Sebagian ulama yang membolehkan jual beli secara kredit dengan alasan untuk memberikan kemudahan kepada orang lain dengan tujuan saling membantu untuk memperoleh suatu barang, namun ada juga ulama yang melarang dengan alasan bahwa dalam jual beli dengan sistem kredit karena mengandung unsur riba. Untuk pembahasan perbedaan pendapat tentang perkereditan ini, penulis tidak akan memaparkan lebih luas dikarenakan fokus penelitian penulis adalah uang muka, bukan tentang perkreditan.

Uang muka dan kredit adalah salah satu strategi yang diterapkan oleh suatu oleh perusahaan, melalui kebijakan bagian pemasaran (*marketing*). Menurut *American Marketing Association*, “pemasaran diartikan sebagai hasil prestasi kerja kegiatan usaha yang langsung berkaitan dengan mengalirnya barang atau jasa dari produsen ke konsumen.”²³ Sering sekali sebuah perusahaan dagang melakukan pemasaran dengan menggunakan gabungan beberapa variabel yang sering dikenal dengan yang namanya bauran pemasaran (*marketing mix*).

²³ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran : dasar, konsep, dan strategi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013). Hlm 4

“Bauran pemasaran atau *marketing mix* merupakan interaksi empat variabel utama dalam sistem pemasaran yaitu produk/jasa, penentuan harga, distribusi, dan promosi. Arti penting setiap variabel tersebut berbeda, tergantung pada industri, misi perusahaan dan ukuran perusahaan maupun sejumlah faktor lingkungan.” Keempat variabel tersebut menempati posisi yang penting dalam pemasaran, karena misalnya tanpa adanya produk tidak akan bisa menawarkan apa-apa.

Selain itu harga barang pun akan menjadi salah satu indikator dari barang atau jasa tersebut dibeli oleh konsumen. Karena meskipun suatu barang atau jasa dibutuhkan oleh konsumen, tetapi dengan harga yang tidak sesuai, maka konsumen tersebut tidak akan menjadi pembelinya. Oleh karena itu sangat penting untuk memperhatikan dalam hal memberikan harga yang tepat. Suryana mengatakan “harga yang tepat adalah harga yang terjangkau dan paling efisien bagi konsumen.”²⁴

Selain itu, promosi juga tidak kalah penting dalam hal pemasaran. Promosi adalah cara mengkomunikasikan barang dan jasa yang ditawarkan supaya konsumen mengenal dan membeli. Suryana mengatakan “tujuan dari promosi adalah untuk memperkenalkan barang dan jasa agar diketahui, dibutuhkan dan diminati oleh konsumen.”²⁵ Dalam melakukan promosi banyak hal yang di unggulkan oleh masing-masing perusahaan, yang diantaranya dalam hal harga. Baik dengan cara memberikan harga

²⁴Suryana, *Kewirausahaan : kiat dan proses Pemenuju sukses*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013). Hlm 210

²⁵ Ibid. . . Hlm 218

yang murah (termasuk uang muka yang rendah), atau dengan memberikan potongan harga pada setiap barang yang dipromosikan.

Dalam fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 13/DSN-MUI/IX/2000 tentang uang muka dalam murabahah telah mempertimbangkan apa yang dapat dilakukan oleh LKS:²⁶

1. Bahwa untuk menunjukkan kesungguhan nasabah dalam permintaan pembiayaan murabahah dari lembaga keuangan syariah (LKS), LKS dapat meminta uang muka.
2. Bahwa agar dalam pelaksanaan akad murabahah dengan memakai uang muka tidak ada pihak yang dirugikan, sesuai dengan prinsip ajaran Islam, DSN memandang perlu menetapkan fatwa tentang uang muka dalam murabahah untuk dijadikan pedoman oleh LKS.

Ketentuan umum uang muka adalah:²⁷

1. Dalam akad pembiayaan murabahah, Lembaga Keuangan Syariah (LKS) dibolehkan untuk meminta uang muka apabila kedua belah pihak bersangkutan.
2. Besar jumlah uang muka ditentukan berdasarkan kesepakatan.
3. Jika nasabah membatalkan akad murabahah, nasabah harus memberikan ganti rugi kepada LKS dari uang muka tersebut.
4. Jika jumlah uang muka lebih kecil dari kerugian, LKS dapat meminta tambahan kepada nasabah.

²⁶ Ahmad Ifham Sholihin, Pedoman Umum Lembaga Keuangan Syariah, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010). Hlm 143

²⁷ Ibid... hlm 144-145

5. Jika jumlah uang muka lebih besar dari kerugian, LKS harus mengembalikan kelebihannya kepada nasabah.

C. Biaya Angsuran

Angsuran dalam bank konvensional biasa disebut cicilan atau kredit, fasilitas kredit kepada konsumen untuk dapat melakukan pembelian saat ini tanpa harus membayar tunai. Pembayaran kredit tersebut dapat dilakukan dalam jangka waktu tertentu atau secara angsuran.²⁸

(Q.S. Al-Muzzamil: 20)²⁹

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Angsuran yaitu uang yang dipakai untuk mengangsur atau cicilan. Angsuran adalah uang yang dipakai untuk diserahkan sedikit demi sedikit atau tidak sekaligus, seperti untuk pembayaran utang, pajak dan sebagainya. Sistem Angsuran merupakan suatu pembayaran atau pelunasan atas uang, barang atau jasa secara bertahap atau berkala dengan cara cicilan atau pembayaran sebagian dengan besar pembayaran dan jangka waktunya telah ditentukan sesuai kesepakatan kedua belah pihak yang membayar dan penerima pembayaran.³⁰

(Q.S. Al-Baqarah: 245)³¹

Selain pembayaran angsuran oleh nasabah, dalam KPR bank juga menawarkan akad yang menjanjikan yaitu akad murabahah, dalam akad

²⁸ Reloa M, *Kamus Istilah Ekonomi Populer*, hal . . . 54

²⁹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Widya Cahaya: Bandung, 2011)

³⁰ Dendy Sugono, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Departemen Pendidikan Nasional: Jakarta, 2008). Hlm 78

³¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Widya Cahaya: Bandung, 2011)

murabahah juga mengambil keuntungan dalam beberapa keadaan, sebagai berikut:

1. Pada saat terjadinya akad murabahah jika dilakukan secara tunai atau secara tangguh sepanjang masa angsuran murabahah tidak melebihi satu periode laporan keuangan.
2. Selama periode akad secara proporsional, jika akad melampaui satu periode laporan keuangan.

Pembiayaan Kepemilikan Rumah kepada perorangan untuk memenuhi sebagian atau keseluruhan kebutuhan akan hunian dengan menggunakan prinsip jual beli (Murabahah) atau prinsip sewa menyewa (Ijarah) dimana pembayarannya secara angsuran dengan jumlah angsuran yang telah ditetapkan di muka dan dibayar setiap bulan.

- a. Skim pembiayaan sesuai dengan kebutuhan, yaitu :
 - 1) Jual beli (Murabahah), adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (margin) yang disepakati oleh Bank dan Nasabah (*fixed margin*), angsuran tetap sampai akhir periode.
 - 2) Sewa Menyewa dengan peralihan kepemilikan (Ijarah Muntahiyah Bitamlik/IMBT), dengan angsuran makin lama makin ringan.
- b. Uang muka ringan, minimum 10%
- c. Jangka waktu maksimal 15 tahun
- d. Mudah dan cepat

- e. Rate bersaing / kompetitif dan tetap sampai dengan jatuh tempo.

Dalam biaya asuransi terdapat metode yang menentukan penetapan harga biaya angsuran yang harus dibayar nasabah:

- a. *Cost plus pricing* yaitu penentuan harga yang didasarkan kepada harga pokok, biaya tetap, biaya variabel.
- b. *Cost plus pricing* dengan *mark up* sama seperti halnya dengan *cost plus pricing*, harga dalam hal ini ditambahkan laba yang diinginkan.
- c. *Marginal pricing* yaitu penentuan harga dengan menghitung *marginal cost* ditambah dengan laba yang diinginkan.
- d. *Break even pricing* (BEP) atau *Target pricing* yaitu harga ditentukan berdasarkan titik impas.
- e. *Perceived value pricing* yaitu harga ditentukan oleh kesan pembeli (persepsi) terhadap produk yang ditawarkan.

D. Kepuasan Nasabah

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atas *performance* produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Kepuasan adalah sejauh mana suatu tingkatan produk dipersepsikan sesuai dengan harapan pembeli. Kepuasan konsumen atau pelanggan diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu produk atau jasa sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen atau pelanggan.³²

³² Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2013). Hlm 181

Kepuasan pelanggan diukur dengan seberapa besar harapan pelanggan tentang produk dan pelayanan sesuai dengan kinerja produk dan pelayanan yang aktual. Setelah mengkonsumsi produk atau jasa, pelanggan akan merasakan kepuasan atau kekecewaan. Kepuasan yang dirasakan pelanggan akan mendorong pelanggan untuk membeli ulang produk ataupun jasa. Sebaliknya, jika pelanggan merasa kecewa, pelanggan tidak akan membeli produk atau jasa yang sama lagi dikemudian hari lagi.

(Q.S. Ali Imron:159)³³

Terdapat lima faktor pendorong terkait tingkat kepuasan pelanggan dalam produk jasa, kelima faktor pendorong tersebut adalah:³⁴

1. Kualitas produk

Kualitas produk menyangkut lima elemen, yaitu performance, reliability, conformance, durability dan consistency. Nasabah akan merasa puas bila hasil evaluasi menunjukkan bahwa jasa yang mereka gunakan berkualitas.

2. Kualitas pelayanan

Pelanggan akan merasa puas apabila pelayanan yang baik yang sesuai dengan yang diharapkan. Dimensi kualitas pelayanan menurut konsep SerQual meliputi reliability, responsiveness, assurance, empathy dan tangible. Dalam banyak hal, kualitas pelayanan mempunyai daya diferensiasi yang lebih kuat dibandingkan dengan kualitas produk.

³³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Widya Cahaya: Bandung, 2011)

³⁴ Luli Prandita, Sri Styo Iriani, *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan Sogo Departemen Store*, (Surabaya: Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya, 2013)

3. Emosional

Kepuasan konsumen yang diperoleh pada saat menggunakan suatu produk yang berhubungan dengan gaya hidup. Kepuasan nasabah didasari atas rasa bangga, rasa percaya diri, simbol sukses, dan sebagainya.

4. Harga

Komponen harga sangat penting karena dinilai mampu memberikan kepuasan yang relatif besar. Harga yang murah akan memberikan kepuasan bagi nasabah yang sensitif terhadap harga karena mereka akan mendapat value for money yang tinggi.

5. Kemudahan/ biaya

Komponen ini berhubungan dengan biaya untuk memperoleh produk atau jasa. Nasabah akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Beberapa studi menghubungkan tingkat kepuasan konsumen dengan perilaku konsumen, dimana akan terdapat beberapa tipe dari konsumen, yaitu:³⁵

1. Konsumen yang puas atau apa yang didapatkan oleh konsumen tersebut melebihi apa yang diharapkannya, sehingga ia akan loyal terhadap produk tersebut dan akan terus melakukan pembelian kembali. Ia akan memberitahukan dan memberikan efek berantai

³⁵ Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010). Hal 195

tentang perusahaan tersebut kepada orang lain. Tipe ini disebut dengan *Opostles*.

2. Tipe konsumen *Defectors*, yaitu konsumen yang merasa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tidak ada sesuatu yang lebih atau bersifat standar atau biasa saja, biasanya konsumen akan berhenti melakukan pembelian atas produk tersebut.
3. Tipe konsumen *Terrorist*, yaitu konsumen yang mempunyai pengalaman buruk atau negatif atas perusahaan, sehingga akan menyebarkan efek berantai yang negatif kepada orang lain. Konsumen akan mengatakan kepada pihak lain keburukan produk tersebut dan tidak akan menganjurkan orang lain menggunakan produk tersebut.
4. Tipe konsumen *Hostages*, yaitu konsumen yang tidak puas akan sesuatu produk namun tidak dapat melakukan pembelian kepada orang lain, karena struktur pasar yang monopolistic atau harga yang murah. Meskipun konsumen tidak puas atas pelayanan yang diberikan, namun karena tidak ada perusahaan lain senang atau tidak senang maka ia tetap harus menggunakan annya.
5. Tipe konsumen *Mercenaries*, yaitu konsumen yang sangat puas, namun tidak mempunyai kesetiaan terhadap produk tersebut. Dimana dipengaruhi oleh rendahnya harga atau faktor lain.

E. Penelitian Terdahulu

Berikut ini merupakan beberapa hasil penelitian terdahulu, yang dijadikan sebagai landasan bagi peneliti dalam melakukan penelitian selanjutnya. Salah satu penelitian yang dilakukan oleh Royani dkk³⁶, melakukan penelitian tentang “Pengaruh harga Timah dan *Down Payment* Terhadap Tunggakan Angsuran Konsumen Pada PT. Kembang 88 Multifinance Cabang Bangka”. Hasil penelitian dengan metode kuantitatif yang dilakukan menghasilkan yaitu dari Uji F yang dilakukan diketahui bahwa nilai F-hitung(72,894) lebih besar dari F-tabel(3,16) yang berarti bahwa variabel Harga Timah dan *Down Payment* secara simultan atau bersamasamamempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Tunggakan Angsuran Konsumen Pada PT. Kembang 88 *Multifinance* Cabang Bangka.

Penelitian ini memiliki kesamaan yaitu menggunakan variabel *Down Payment* dan Angsuran. Sedangkan perbedaan penelitian ini yaitu adanya penambahan variabel Kepuasan Nasabah dalam variabel (Y).

Penelitian yang dilakukan oleh Sofiandi³⁷, tentang “Kepuasan Nasabah Terhadap Implementasi Akad Murabahah Pembiayaan Kepemilikan Rumah Bersubsidi Secara Syariah; *Studi Kasus Pada Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Batam*”. Hasil analisis dengan menggunakan Metode kuantitatif menunjukkan bahwa dalam melaksanakan implementasi akad murabahah, secara simultan nasabah

³⁶ Elvi Royani, Fery Panjaitan, Lona Miranda, *Jurnal Pengaruh Harga Timah dan Down Payment Terhadap Tunggakan Angsuran Konsumen pada PT. Kembang 88 Multifinance Cabang Bangka*, (Bangka: Jurusan Akuntansi, STIE IBEK)

³⁷ Sofiandi, Kepuasan Nasabah Terhadap Implementasi Akad Murabahah Pembiayaan Kepemilikan Rumah Bersubsidi Secara Syariah; *Studi Kasus Pada Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Batam*, (Batam: Jurnal Madania Volume 6 : 1, 2016)

merasakan bahwa rasa aman, rasa nyaman, keuntungan dan syariah ternyata berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dalam pembiayaan KPR bersubsidi pada Bank BTN Syariah Cabang Batam.

Penelitian ini memiliki kesamaan yakni menggunakan variabel kepuasan nasabah, akad murabahah dan kredit kepemilikan rumah. Sedangkan perbedaan penelitian ini yakni adanya penambahan variabel jumlah DP dan biaya angsuran terhadap kepuasan nasabah KPR

Penelitian yang dilakukan oleh Rokhman³⁸, tentang “Pengaruh Biaya Angsuran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan BMT di Kabupaten Kudus”. Hasil penelitian dengan menggunakan Metode kuantitatif menunjukkan berdasarkan pengujian secara simultan, ternyata penelitian ini membuktikan bahwa secara bersama-sama variabel independen (biaya, angsuran, kualitas layanan) mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen pembiayaan. Hasil uji simultan ini menunjukkan bahwa biaya pinjaman yang dibebankan, model angsuran yang cukup fleksibel dan kualitas layanan yang baik diberikan lembaga keuangan mikro syariah cukup berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pembiayaan cukup mewakili sebesar 59,7 persen, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Penelitian ini memiliki kesamaan yaitu meneliti tentang biaya angsuran dan kepuasan nasabah pembiayaan. Sedangkan perbedaannya

³⁸ Wahibur Rokhman, *Jurnal Pengaruh Biaya, Angsuran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan BMT di Kabupaten Kudus*, (Kudus: Prodi Ekonomi Syariah STAIN Kudus, 2016)

yaitu adanya penambahan variabel berupa jumlah DP dan penggunaan produk pembiayaan yakni KPR.

Penelitian yang dilakukan oleh Marpaung dan dkk³⁹, tentang “Analisis Dampak Kebijakan Pembatasan Uang Muka Kredit (Down Payment) Terhadap Permintaan Mobil di Kota Medan”. Hasil penelitian yang menggunakan metode kuantitatif menunjukkan bahwa dari hasil penelitian diketahui bahwa kebijakan pembatasan uang muka minimum kredit memiliki pengaruh yang signifikan terhadap permintaan mobil di kota Medan ini dapat dilihat dari nilai t hitung yang lebih besar dari nilai t tabel.

Penelitian ini memiliki kesamaan yaitu sama-sama menggunakan variabel uang muka (DP) serta sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaan penelitian ini yaitu adanya penambahan variabel biaya angsuran dan kepuasan nasabah.

Penelitian yang dilakukan oleh Prandita dkk⁴⁰, tentang “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan Sogo Departemen Store”. Hasil penelitian yang menggunakan metode kualitatif menunjukkan bahwa Kualitas produk (X1), kualitas layanan (X2) dan emosional (X3) mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan

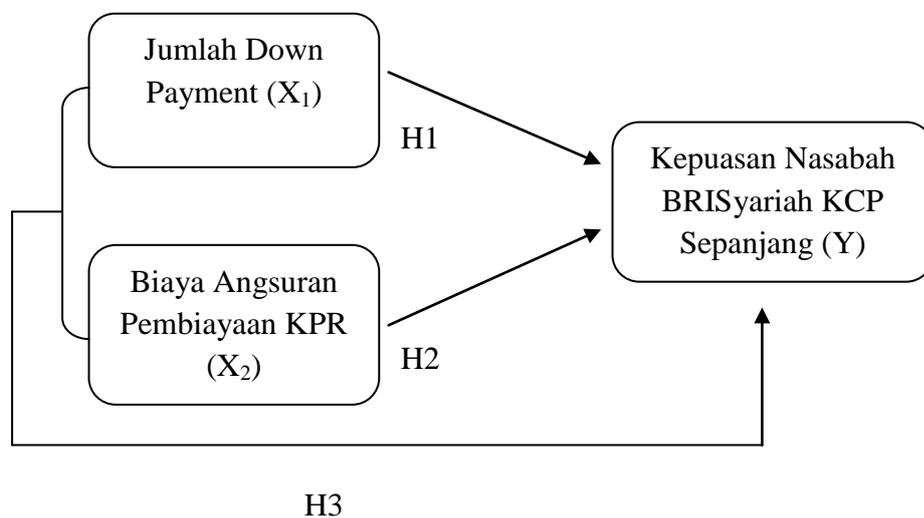
³⁹ Anna Octora Marpaung dan Rachmat Sumanjaya Hasibuan, *Jurnal Analisis Dampak Kebijakan Pembatasan Uang Muka Kredit (Down Payment) Terhadap Permintaan Mobil di Kota Medan*, (Medan: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Vol . 1 No. 11)

⁴⁰ Luli Prandita, Sri Styo Iriani, *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan Sogo Departemen Store*, (Surabaya: Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya, 2013)

pelanggan. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan sebesar 36,8% antara kualitas produk (X1), kualitas layanan (X2) dan emosional (X3) terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya 63,2% dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Antara lain harga, situasi dan kemudahan yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Penelitian ini memiliki kesamaan yaitu sama-sama menggunakan variabel terikat Kepuasan Nasabah. Sedangkan perbedaan dari penelitian ini yaitu adanya penambahan variabel Jumlah *Down Payment* dan Angsuran Terhadap Kepuasan Nasabah.

F. Kerangka Berfikir Penelitian



Keterangan:

1. X₁ Jumlah *Down Payment* mempengaruhi kepuasan nasabah pembiayaan berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh marpaung

dkk, tentang “Analisis Dampak Kebijakan Pembatasan Uang Muka Kredit (*Down Payment*) Terhadap Permintaan Mobil di Kota Medan”.

2. X2 Biaya Angsuran mempengaruhi kepuasan nasabah pembiayaan berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rohman, tentang “Pengaruh Biaya Angsuran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan BMT di Kabupaten Kudus”.
3. Y Kepuasan Nasabah pembiayaan dipengaruhi oleh jumlah DP dan Angsuran berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rokhman, tentang “Pengaruh Biaya Angsuran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan BMT di Kabupaten Kudus” dan penelitian yang dilakukan oleh Royani dkk, melakukan penelitian tentang “Pengaruh Harga Timah dan *Down Payment* Terhadap Tunggalan Angsuran Konsumen Pada PT. Kembang 88 Multifinance Cabang Bangka”.

G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang secara teoritis dianggap paling mungkin dan paling tinggi kebenarannya. Dari uraian rumusan masalah diatas, maka penulis menuliskan diskripsinya sebagai berikut:

H1 : Faktor jumlah DP pada pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BRISyariah KCP Sepanjang.

H2 : Faktor Angsuran pada KPR berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BRISyariah KCP Sepanjang.

H3 : H1 dan H2 simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah KPR pada BRISyariah KCP Sepanjang.