

## BAB II

### TINJAUAN TEORI

#### A. Tinjauan Penelitian Relevan

Tinjauan penelitian relevan pada intinya dilakukan untuk mendapatkan gambaran tentang hubungan topik yang akan diteliti dengan penelitian sejenis yang pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Sehingga penelusuran referensi yang telah penulis lakukan, ada beberapa peneliti yang terkait dengan masalah yang akan diteliti, sebagai berikut:

Salim Muhamad melakukan penelitian tentang “Analisis faktor- faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan kreditor dalam memilih KPR syariah”.<sup>1</sup> Penelitian ini adalah untuk menemukan alasan apa saja yang digunakan oleh kreditor dalam memilih dan menggunakan KPR syariah dalam membeli rumah, serta faktor-faktor apa saja yang menjadi pendorong atau yang mempengaruhi kreditor dalam pengambilan keputusannya untuk membeli rumah dengan menggunakan KPR syariah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah riset eksploratif dengan studi pustaka atau literature serta informasi dari internet, sertariset deksriptif kuantitatif dengan survey. Responden adalah kreditor yang telah mengambil KPR di Bank Mandiri Syariah Salatiga, ukuran sampel sebanyak 100 orang. Hasil dari penelitian ini adalah ditemukannya hubungan signifikan antara jangka waktu dengan jenis kelamin, usia, pendidikan, penghasilan. Sedangkan antarpembayaran cicilan setiap bulannya berhubungan signifikan dengan jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, dan penghasilan. Dapat disimpulkan bahwa beberapa pertanyaan dalam faktor pelayanan yaitu pada atribut “proses yang lancar dan mudah dalam melakukan

---

<sup>1</sup>Salim Muhamad, *Analisis Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Kreditor dalam Memilih KPR Syariah*, (Salatiga: Skripsi, 2009)

transaksi” mendapatkan nilai yang lebih tinggi dari responden yang biasa dijadikan alasan yang mempengaruhi kreditor mengambil keputusan.

Dalam penelitian diatas terdapat persamaan dan perbedaan yang mendasar. Persamaannya yaitu variabel yang diteliti meliputi pembiayaan KPR dan metode yang digunakan dengan pendekatan kuantitatif. Adapun perbedaannya yaitu penelitian diatas tidak ada yang membahas tentang biaya administrasi, tidak ada yang mengaitkan pembiayaan KPR dengan loyalitas nasabah. Penelitian terdahulu diatas untuk menemukan alasan apa saja yang digunakan oleh kreditor dalam memilih dan menggunakan KPR syariah dalam membeli rumah, serta faktor-faktor apa saja yang menjadi pendorong atau yang mempengaruhi kreditor dalam pengambilan keputusannya untuk membeli rumah dengan menggunakan KPR syariah, sedangkan penelitian yang penulis lakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara pembiayaan KPR terhadap loyalitas nasabah, pengaruh Biaya Administrasi terhadap loyalitas nasabah, dan untuk mengetahui variabel mana yang paling berpengaruh secara simultan antara pembiayaan KPR dan Biaya Administrasi terhadap loyalitas nasabah. Maka penulis dapat menjadikan penelitian diatas menjadi penelitian terdahulu atau relevan karena setelah nasabah memilih untuk mejadi kreditor pembiayaan KPR, bank akan melakukan sesuatu agar nasabah tersebut menjadi loyal.

Shohib Bisri melakukan penelitian Skripsi dengan judul “Pengaruh Produk Pembiayaan Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) dan Biaya Administrasi Terhadap Kepuasan Nasabah”.<sup>2</sup> Penelitian ini peneliti berusaha mengkaji kepuasan nasabah dapat ditentukan oleh kualitas produk dan biaya administrasi. Produk pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di Bank Muamalat Tulungagung menjadi salah satu

---

<sup>2</sup>Shohib Bisri, *Pengaruh Produk Pembiayaan Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) dan Biaya Administrasi Terhadap Kepuasan Nasabah*, (Tulungagung: Skripsi, 2015)

motor penggerak untuk meingkatkan pangsa pasar, pembiayaan ini adalah fasilitas pembiayaan consumer berdasarkan akad *musyarakah mutanaqisah* atau akad *murabahah*, salah satu keunggulannya berupa pembiayaan hingga jangka waktu 15 tahun. Kepuasan nasabah juga dapat ditentukan oleh besar kecilnya biaya administrasi yang ditentukan oleh bank karena biaya yang terlalu mahal bias meningkatkan laba jangka pendek tetapi di sisi lain akan sulit dijangkau konsumen dan sukar bersaing dengan kompetitor. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif dengan metode analisis kuantitatif. Pada penelitian ini menggunakan uji normalitas data, uji regresi berganda dan uji hipotesis. Dari hasil analisis regresi berganda dapat disimpulkan bahwa, variable pembiayaan KPR tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, variable biaya administrasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dan variable pembiayaan KPR serta biaya administrasi secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan dari hasil uji F ternyata factor pembiayaan KPR dan biaya administrasi ada hubungan yang linier.

Dalam penelitian diatas terdapat persamaan dan perbedaan yang mendasar. Persamaannya yaitu varabel yang diteliti meliputi produk pembiayaan KPR, biaya administrasi dan metode yang digunakan dengan pendekatan kuantitatif. Adapun perbedaannya yaitu penelitian diatas tidak berfokus kepada loyalitas nasabahnya. Walaupun ada sedikit yang menyinggung mengenai loyalitas, tetapi penelitian tersebut hanya berfokus pada kepuasan nasabahnya sebagai variabel Y nya. Maka penulis disini menjadikan loyalitas sebagai variabel Y, dimana loyalitas merupakan kelanjutan dari kepuasan.

Meinarti Dian Saraswati melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh religiusitas, kebutuhan produk perumahan, pengetahuan produk KPR syariah, pilihan pembiayaan, dan pelayanan bank pada minat masyarakat menengah DKI Jakarta atas produk kepemilikan rumah KPR syariah”.<sup>3</sup> Fokus penelitian menganalisa minat terhadap produk KPR syariah berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat menengah DKI Jakarta menggunakan faktor penelitian religiusitas, kebutuhan produk perumahan, pengetahuan produk KPR syariah, pilihan pembiayaan dan pelayanan bank. Metode penelitian yang digunakan berupa penelitian kuantitatif dengan deskriptif dan instrumen kuesioner sebagai data primer dilengkapi program analisis statistik. Hasil penelitian menyarankan peningkatan perhatian pada pengetahuan produk KPR syariah dan kebutuhan perumahan karena sebagai faktor paling dominan mempengaruhi minat dibandingkan faktor lain pada penelitian ini. Dan kedua faktor tersebut dapat diartikan sebagai faktor penting yang meningkatkan minat masyarakat pada KPR syariah.

Dalam penelitian di atas terdapat persamaan dan perbedaan yang mendasar. Persamaannya yaitu variabel yang diteliti meliputi produk pembiayaan KPR dan metode yang digunakan dengan pendekatan kuantitatif. Adapun perbedaannya yaitu penelitian di atas tidak ada yang membahas tentang biaya administrasi, tidak ada yang mengaitkan pembiayaan KPR dengan loyalitas nasabah. Penelitian di atas juga membahas minat masyarakat dengan produk KPR syariah berdasarkan beberapa faktor. Namun, penulis disini ingin mengetahui keloyalitasan nasabah dilihat dari pembiayaan KPR dan biaya administrasinya.

---

<sup>3</sup>Meinarti Dian Saraswati, *Pengaruh religiusitas, kebutuhan produk perumahan, pengetahuan produk KPR syariah, pilihan pembiayaan, dan pelayanan bank pada minat masyarakat menengah DKI Jakarta atas produk kepemilikan rumah KPR syariah*, (Jakarta: Skripsi, 2011)

## B. Tinjauan Teori

### 1. Pengertian Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.<sup>4</sup>

Produk didefinisikan dalam 2 (dua) pengertian dasar, yaitu:

- a. Produk dalam pengertian sempit adalah sekumpulan atribut fisik nyata (tangible) yang terkait dalam sebuah bentuk yang dapat didefinisikan.
- b. Produk dalam pengertian luas adalah sekumpulan atribut yang tidak nyata (intangible) di dalamnya sudah tercakup warna, harga, kemasan, prestive pabrik, prestive pengecer dan pelayanan dari pabrik serta pengecer yang mungkin diterima oleh pembeli sebagai sesuatu yang bisa memuaskan keinginannya.<sup>5</sup>

Produk perbankan termasuk dalam jenis produk yang tidak nyata (intangible) karena tidak dalam sebuah bentuk yang dapat didefinisikan bentuknya.

### 2. Pengertian Pembiayaan

Istilah pembiayaan pada dasarnya lahir dari pengertian *I believe, I trust*, yaitu “saya percaya” atau “saya menaruh kepercayaan”. Perkataan pembiayaan yang artinya kepercayaan (*trust*) yang berarti bank menaruh kepercayaan kepada seseorang untuk melaksanakan amanah yang diberikan oleh bank selaku *shahibul maal*. Dana

---

<sup>4</sup>Kotler & Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 8, (Jakarta: Erlangga, 2001), h. 346

<sup>5</sup>Marius P Anggipora, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1999), h. 128

tersebut harus digunakan dengan benar, adil, dan harus disertai dengan ikatan dan syarat-syarat yang jelas serta saling menguntungkan bagi kedua belah pihak.<sup>6</sup>

Pembiayaan merupakan aktivitas bank syariah dalam menyalurkan dana kepada pihak lain selain bank berdasarkan prinsip syariah. Penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan didasarkan pada kepercayaan yang diberikan oleh pemilik dana kepada pengguna dana. Pemilik dana percaya kepada penerima dana, bahwa dana dalam bentuk pembiayaan yang diberikan pasti akan terbayar. Penerima pembiayaan mendapat kepercayaan dari pemberi pembiayaan, sehingga penerima pembiayaan berkewajiban untuk mengembalikan pembiayaan yang telah diterimanya sesuai dengan jangka waktu yang telah diperjanjikan dalam akad pembiayaan.

Pembiayaan yang diberikan oleh bank syariah berbeda dengan kredit yang diberikan oleh bank konvensional. Dalam perbankan syariah, return atas pembiayaan tidak dalam bentuk bunga, akan tetapi dalam bentuk lain sesuai dengan akad-akad yang disediakan di bank syariah.

Di dalam perbankan syariah, istilah kredit tidak dikenal, karena bank syariah memiliki skema yang berbeda dengan bank konvensional dalam menyalurkan dananya kepada pihak yang membutuhkan. Bank syariah menyalurkan dananya kepada nasabah dalam bentuk pembiayaan. Sifat pembiayaan, bukan merupakan utang piutang, tetapi merupakan investasi yang diberikan bank kepada nasabah dalam melakukan usaha.

Di dalam perbankan syariah, pembiayaan yang diberikan kepada pihak pengguna dana berdasarkan pada prinsip syariah. Aturan yang digunakan yaitu sesuai dengan hukum islam.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup>Veithzal Rivai dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking: Sebuah Teori, Konsep dan Aplikasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), h. 698

Pembiayaan sering digunakan untuk menunjukkan aktivitas utama lembaga keuangan syariah, karena berhubungan dengan rencana memperoleh pendapatan. Berdasarkan UU No. 7 tahun 1992, yang dimaksud pembiayaan adalah : “Penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu berdasarkan tujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi hutangnya setelah jangka waktu tertentu ditambah dengan sejumlah bunga, imbalan atau pembagian hasil”.<sup>8</sup>

Pinjaman dana kepada masyarakat disebut juga pembiayaan. Pembiayaan adalah suatu fasilitas yang diberikan bank syariah kepada masyarakat yang membutuhkan untuk menggunakan dana yang telah dikumpulkan oleh bank syariah dari masyarakat yang surplus dana.<sup>9</sup>

### 3. Tujuan Pembiayaan

Secara umum, tujuan pembiayaan dibedakan menjadi dua kelompok besar, yaitu tujuan pembiayaan untuk tingkat makro, dan tujuan pembiayaan untuk tingkat mikro. Secara makro, pembiayaan bertujuan untuk:

- a. Peningkatan ekonomi umat, artinya masyarakat yang tidak dapat akses secara ekonomi, dengan adanya pembiayaan mereka dapat melakukan akses ekonomi. Dengan demikian, dapat meningkatkan taraf ekonominya.
- b. Tersedianya dana bagi peningkatan usaha, artinya untuk pengembangan usaha membutuhkan dana tambahan. Dana tambahan ini dapat diperoleh

---

<sup>7</sup>Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), h.105-106

<sup>8</sup>Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)*, (Yogyakarta: UII Press, 2005), h.163

<sup>9</sup>Muhammad, *Teknik Perhitungan Bagi Hasil dan Profit Margin pada Bank Syariah*, (Yogyakarta: UII Press, 2006), h.7

melakukan aktivitas pembiayaan. Pihak yang surplus dana menyalurkan kepada pihak minus dana, sehingga dapat tergulirkan.

- c. Meningkatkan produktivitas, artinya adanya pembiayaan memberikan peluang bagi masyarakat usaha agar mampu meningkatkan daya produksinya. Sebab upaya produksi tidak akan dapat jalan tanpa adanya dana.
- d. Membuka lapangan kerja baru, artinya dengan dibuka nya sektor-sektor usaha melalui penambahan dana pembiayaan, maka sector usaha tersebut akan menyerap tenaga kerja. Hal ini berarti menambah atau membuka lapangan kerja baru.
- e. Terjadi distribusi pendapatan, artinya masyarakat usaha produktif mampu melakukan aktivitas kerja, berarti mereka akan memperoleh pendapatan dari hasil usahanya. Penghasilan merupakan bagian dari pendapatan masyarakat. Jika ini terjadi maka akan terdistribusi pendapatan.

Adapun secara mikro, pembiayaan yang diberikan dalam rangka untuk:

- a. Upaya mengoptimalkan laba, artinya setiap usaha yang dibuka memiliki tujuan tertinggi, yaitu menghasilkan laba usaha. Setiap pengusaha menginginkan mampu mencapai laba maksimal. Untuk dapat menghasilkan laba maksimal maka mereka perlu dukungan dana yang cukup.
- b. Upaya meminimalkan risiko, artinya usaha yang dilakukan agar mampu menghasilkan laba maksimal, maka pengusaha harus mampu meminimalkan risiko yang mungkin timbul. Risiko kekurangan modal usaha dapat diperoleh melalui tindakan pembiayaan.

- c. Pendayagunaan sumber ekonomi, artinya sumber daya ekonomi dapat dikembangkan dengan melakukan mixing antara sumber daya alam dengan sumber daya manusia serta sumber daya modal. Jika, sumber daya alam dan sumber daya manusianya ada, dan sumber daya modal tidak ada. Maka dipastikan diperlukan pembiayaan. Dengan demikian, pembiayaan pada dasarnya dapat meningkatkan daya guna sumber-sumber daya ekonomi.
- d. Penyaluran kelebihan dana, artinya dalam kehidupan masyarakat ini ada pihak yang memiliki kelebihan sementara ada pihak yang kekurangan. Dalam kaitannya dengan masalah dana, maka mekanisme pembiayaan dapat menjadi jembatan dalam penyeimbangan dan penyaluran kelebihan dana dari pihak yang kelebihan (*surplus*) kepada pihak yang kekurangan (*minus*) dana.<sup>10</sup>

#### 4. Jenis-Jenis Pembiayaan

Menurut sifat penggunaannya, pembiayaan dapat dibagi menjadi dua hal sebagai berikut:

- a. Pembiayaan produktif, yaitu pembiayaan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan produksi dalam arti luas, yaitu untuk peningkatan usaha, baik usaha produksi, perdagangan, maupun investasi.
- b. Pembiayaan Konsumtif, yaitu pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi, yang akan habis digunakan untuk memenuhi

---

<sup>10</sup>Veithzal Rival dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking, Sebuah Teori, Konsep, dan Aplikasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), h.681-682

kebutuhan. Merupakan pembiayaan yang digunakan untuk dikonsumsi atau dipakai secara pribadi.<sup>11</sup>

Jenis pembiayaan pada dasarnya dapat dikelompokkan menurut beberapa aspek, diantaranya:

- a. Pembiayaan menurut tujuan dibedakan menjadi:
  - 1) Pembiayaan modal kerja, yaitu pembiayaan yang dimaksudkan untuk mendapatkan modal dalam rangka pengembangan usaha. Secara umum yang dimaksud pembiayaan modal kerja (PMK) syariah adalah pembiayaan jangka pendek yang diberikan kepada perusahaan untuk membiayai kebutuhan modal kerja usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah.
  - 2) Pembiayaan investasi, yaitu pembiayaan yang dimaksudkan untuk melakukan investasi atau pengadaan barang konsumtif. Investasi adalah penanaman dana dengan maksud untuk memperoleh imbalan manfaat / keuntungan dikemudian hari.<sup>12</sup>
- b. Pembiayaan menurut jangka waktu dibedakan menjadi:
  - 1) Pembiayaan jangka waktu pendek, pembiayaan yang dilakukan dengan waktu 1 bulan sampai dengan 1 tahun. Biasanya digunakan untuk keperluan modal kerja.
  - 2) Pembiayaan jangka waktu menengah, pembiayaan yang dilakukan dengan waktu 1 tahun sampai dengan 5 tahun.

---

<sup>11</sup>Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, (Gema Insani Press, 2001), h.160

<sup>12</sup>Adimarwan A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT.Rajagrafindo Persada, 2007), h.234

3) Pembiayaan jangka waktu panjang, pembiayaan yang dilakukan dengan waktu lebih dari 5 tahun. Biasanya pembiayaan ini digunakan untuk investasi jangka panjang seperti perkebunan karet, kelapa sawit atau manufaktur dan juga untuk pembiayaan konsumtif seperti pembiayaan perumahan.<sup>13</sup>

#### 5. Kredit Pemilikan Rumah (KPR)

Berikut pengertian KPR pada Bank Konvensional dan KPRS Bank Syariah:

##### a. KPR Bank Konvensional

Kredit Pemilikan Rumah (KPR) adalah salah satu fasilitas kredit yang diberikan perbankan kepada nasabah perorangan yang akan membeli atau memperbaiki rumah.

##### b. KPRS Bank Syariah

Syariah adalah hukum atau peraturan yang ditetapkan Allah SWT untuk hambanya sebagaimana yang terkandung didalam Al-Qur'an dan diterangkan oleh Rasulullah SAW dalam bentuk sunnah rasul. Dalam literature bahasa Indonesia masih belum terdapat makna yang jelas mengenai definisi dari KPR syariah namun demikian dapat disimpulkan bahwa KPR syariah adalah suatu fasilitas pembiayaan berdasarkan kepada hukum islam antara bank syariah dengan nasabah yang akan membeli atau memperbaiki rumah.

Pembiayaan rumah ini dapat digunakan untuk membeli rumah, ruko, apartemen baru maupun bekas, membangun dan merenovasi rumah untuk pengalihan pembiayaan KPR dari bank lain. Perbedaan pokok antara KPR konvensional dengan Syariah terletak pada akadnya. Pada bank Konvensional, kontrak KPR berdasarkan

---

<sup>13</sup>Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2003), h.78

pada suku bunga tertentu yang sifatnya bisa fluktuatif, sedangkan KPR Syariah bisa dilakukan dengan beberapa pilihan akad alternatif sesuai dengan kebutuhan nasabah dan tentunya sesuai syariat Islam.<sup>14</sup>

#### 1) Akad murabahah dalam pembiayaan KPR

Secara etimologi, murabahah berasal dari kata *ribh*, yang berarti keuntungan.<sup>15</sup> Sedangkan dalam pengertian terminologis, murabahah adalah jual beli barang seharga barang tersebut ditambah keuntungan yang disepakati antara penjual dengan pembeli.<sup>16</sup>

Murabahah dalam istilah Fikih adalah 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. Dalam daftar istilah buku himpunan fatwa DSN (Dewan Syariah Nasional) dijelaskan bahwa yang dimaksud dengan murabahah adalah menjual suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai laba. Sedangkan dalam PSAK 59 tentang Akuntansi Perbankan Syariah paragraph 52 dijelaskan bahwa murabahah adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*margin*) yang disepakati oleh penjual dan pembeli.<sup>17</sup>

Adapun ayat-ayat Al-Qur'an yang dapat dijadikan rujukan dasar akad murabahah, adalah:

<sup>14</sup>Dina Zulfa Ofera, *Pengaruh Margin Murabahah, Bunga Kpr Bank Konvensional Dan Ujrah Terhadap Tingkat Pertumbuhan Pembiayaan Kongsy Kepemilikan Rumah Syariah (Kprs) Di Bank Muamalat Cabang Medan*, (Tesis Magister, Program Pascasarjana, UIN Sumatra Utara, 2016), h.31

<sup>15</sup>Abdullah al-Muslih dan Shalah ash-Shawi, *Fikih Ekonomi Keuangan Islam*, (Jakarta: Daarul Haq, 2004), h.198.

<sup>16</sup>Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, h.161.

<sup>17</sup>Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syari'ah*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2007), h.81-82

## Surat an-Nisa' : 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنِ  
تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Terjemahannya :

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka samasuka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.  
(QS. An-Nisa' : 29)

## Surat al-Baqarah : 275

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۗ ذَلِكَ  
بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۗ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ  
مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۗ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۗ هُمْ  
فِيهَا خَالِدُونَ

Terjemahannya :

“Orang-orang yang Makan (mengambil) riba, tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal didalamnya”. ( QS. Al-Baqarah : 275)<sup>18</sup>

<sup>18</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Semarang: PT. Karya Toha Sutra, 1996), h.

## 6. Pengertian Biaya Administrasi

Biaya dalam bahasa Inggris disebut *cost* diserap menjadi “kos”. Dalam PSAK (Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan) yang diterbitkan IAI (Ikatan Akuntansi Indonesia) menerjemahkan istilah *cost* tidak konsisten, kadang diterjemahkan “biaya”, kadang “harga pokok”, dan kadang “harga perolehan”.<sup>19</sup>

Akuntansi keuangan, istilah biaya didefinisikan sebagai pengorbanan ekonomis yang dibuat untuk memperoleh barang atau jasa. Dengan kata lain, biaya adalah harga perolehan barang atau jasa yang diperlukan oleh organisasi yang besarnya diukur dalam satuan moneter yang jumlahnya dipengaruhi oleh transaksi dalam rangka pemilikan barang dan jasa tersebut.<sup>20</sup>

Pengertian administrasi dapat dibedakan menjadi 2 pengertian yaitu :

### a. Administrasi dalam arti sempit

Menurut Soewarno Handyaningrat mengatakan “administrasi secara sempit berasal dari kata *administratie* (bahasa Belanda) yaitu meliputi kegiatan catat-mencatat, surat-menyurat, pembukuan ringan, ketik-mengetik, agenda dan sebagainya yang bersifat teknis ketatausahaan”.

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan administrasi dalam arti sempit merupakan kegiatan ketatausahaan yang meliputi kegiatan catat-mencatat, surat-menyurat, pembukuan dan pengarsipan surat serta hal-hal lainnya yang dimaksudkan untuk menyediakan informasi serta mempermudah memperoleh informasi kembali jika dibutuhkan.

---

<sup>19</sup>Sri Hanggana INC, *Modul Akuntansi Biaya*, FE UNS, 2007, h.1-2

<sup>20</sup>Supriyono, *Akuntansi Manajemen I: Konsep Dasar Akuntansi dan Proses Perencanaan*, (Yogyakarta: BPF, 1999) h.185

b. Administrasi dalam arti luas

Menurut The Liang Gie mengatakan “administrasi secara luas adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh sekelompok orang dalam suatu kerjasama untuk mencapai tujuan tertentu”. Administrasi secara luas dapat disimpulkan pada dasarnya semua mengandung unsur pokok yang sama yaitu adanya kegiatan tertentu, adanya manusia yang melakukan kerjasama serta mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.

Biaya berdasarkan perilakunya dapat digolongkan menjadi tiga biaya, yaitu:<sup>21</sup>

1) Biaya Tetap

Adalah biaya yang jumlah totalnya konstan, tidak dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan atau aktivitas sampai dengan tingkatan tertentu. Biaya tetap per unit besarnya berbanding terbalik secara proporsional dengan perubahan volume kegiatan atau kapasitas, semakin tinggi tingkat kegiatan maka semakin rendah biaya tetap per unit begitu pula sebaliknya, semakin rendah tingkat kegiatan maka semakin tinggi biaya tetap per unit.

2) Biaya Variabel

Adalah biaya yang jumlah totalnya berubah secara sebanding atau proporsional dengan perubahan volume kegiatan atau aktivitas. Semakin tinggi volume kegiatan maka secara proporsional semakin tinggi pula total biaya variabel, semakin rendah volume kegiatan maka secara proporsional semakin rendah pula total biaya variabel. Perlu diingat bahwa biaya variabel per unit selalu konstan tidak dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan atau aktivitas.

---

<sup>21</sup>Supriyono, *Akuntansi Manajemen 1: Konsep Dasar Akuntansi dan Proses Perencanaan*, h. 207-209

### 3) Biaya Semi Variabel

Adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sesuai dengan perubahan volume kegiatan atau aktivitas tetapi tingkat perubahannya tidak proporsional atau sebanding. Semakin tinggi volume kegiatan semakin tinggi pula jumlah biaya semi – variabel, semakin rendah volume kegiatan semakin rendah pula jumlah biaya semi– variabelnya, tetapi perubahannya tidak proporsional dengan perubahan volume kegiatan. Biaya semi– variabel per unit berubah secara terbalik dengan perubahan volume kegiatan tetapi sifat perubahannya tidak proporsional.

## 7. Teori Loyalitas Nasabah

### a. Pengertian Loyalitas

Loyalitas adalah gabungan antara proses intelektual dan emosional antara pelanggan dan perusahaan, Sehingga loyalitas tidak dapat dipaksakan, meskipun loyalitas dapat diukur dan dikelola. Loyalitas secara umum dapat diartikan sebagai kesetiaan seseorang terhadap suatu produk barang atau jasa. Loyalitas pelanggan merupakan kelanjutan dari kepuasan konsumen.

*Customer loyalty* (loyalitas pelanggan) bersifat *elusive* (tidak dapat diukur). Perusahaan dapat melakukan pengukuran dengan menghitung retensi pelanggan dalam melakukan transaksi.

Loyalitas pelanggan dapat didefinisikan berdasarkan perilaku membeli. Pelanggan yang loyal adalah orang yang :

1. Melakukan pembelian ulang secara teratur.
2. Membeli antar lini produk barang dan jasa.
3. Mereferensikan kepada orang lain.
4. Menunjukkan kekebalan terhadap ketertarikan dari pesaing.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa loyalitas pelanggan merupakan suatu komitmen kuat pelanggan terhadap suatu merek dimana pelanggan menganugerahi loyalitas kepada perusahaan karena produk/jasa perusahaan telah memberikan sesuatu yang bernilai kepada pelanggan. Nilai yang didapatkan pelanggan dari suatu produk/jasa perusahaan akan mempengaruhi sikap atau perilaku pelanggan dimasa yang akan datang terhadap suatu produk/jasa tersebut. Perusahaan akan memperhatikan keempat sikap dan perilaku pelanggan diatas untuk bisa mendapatkan pelanggan yang loyal serta mempertahankan dari ancaman pesaing.

#### b. Jenis – Jenis Loyalitas

Loyalitas mempunyai beberapa jenis yang berbeda berdasarkan keterikatan pelanggan dan intensitas pembelian. Loyalitas terbagi menjadi empat jenis yaitu :

##### 1) Tanpa Loyalitas

Keadaan dimana seorang pelanggan tidak memperdulikan keterikatan terhadap pelayanan atas barang atau jasa yang digunakannya. Pelanggan seperti ini tidak melakukan pembelian ulang pada satu tempat yang sama. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada pelanggan yang mempunyai keterikatan rendah terhadap pelayanan atas barang atau jasa dan dikombinasikan dengan tingkat pembelian berulang yang rendah menunjukkan bahwa pelanggan tersebut tidak loyal.

##### 2) Loyalitas yang Lemah

Pelanggan yang mempunyai keterikatan yang rendah namun melakukan pembelian berulang yang tinggi menggambarkan jenis loyalitas yang lemah. Alasan utama pelanggan membeli adalah karena faktor nonsikap dan faktor situasi. Faktor nonsikap menjelaskan bahwa pelanggan tidak mempunyai alasan keterikatan yang kuat untuk melakukan pembelian pada satu tempat. Kemudian faktor situasi adalah

kebiasan pelanggan karena telah melakukan pembelian pada suatu tempat. Pelanggan dalam hal ini merasakan tingkat kepuasan tertentu pada perusahaan atau minimal tiada ketidakpuasan yang nyata dari pelanggan.

### 3) Loyalitas Tersembunyi

Tingkat keterikatan yang relatif tinggi bila digabungkan dengan tingkat pembelian ulang yang rendah maka menunjukkan jenis loyalitas tersembunyi (latent loyalty). Pelanggan dalam hal ini mempunyai hubungan keterikatan yang kuat pada produk, namun karena faktor situasi, pelanggan memiliki intensitas pembelian ulang yang rendah.

### 4) Loyalitas Premium

Jenis loyalitas ini menggambarkan pelanggan mempunyai tingkat keterikatan yang tinggi dan tingkat pembelian ulang yang tinggi pada produk suatu perusahaan. Bentuk kelayakan seorang pelanggan dalam hal ini yaitu merasa bangga menemukan dan menggunakan produk tertentu kemudian senang membagi pengetahuan dengan keluarga atau rekan kerja. Semakin loyal seorang pelanggan maka semakin sempurna tujuan perusahaan dalam memperkuat posisi produknya pada pelanggan.<sup>22</sup>

## C. Kerangka Pikir

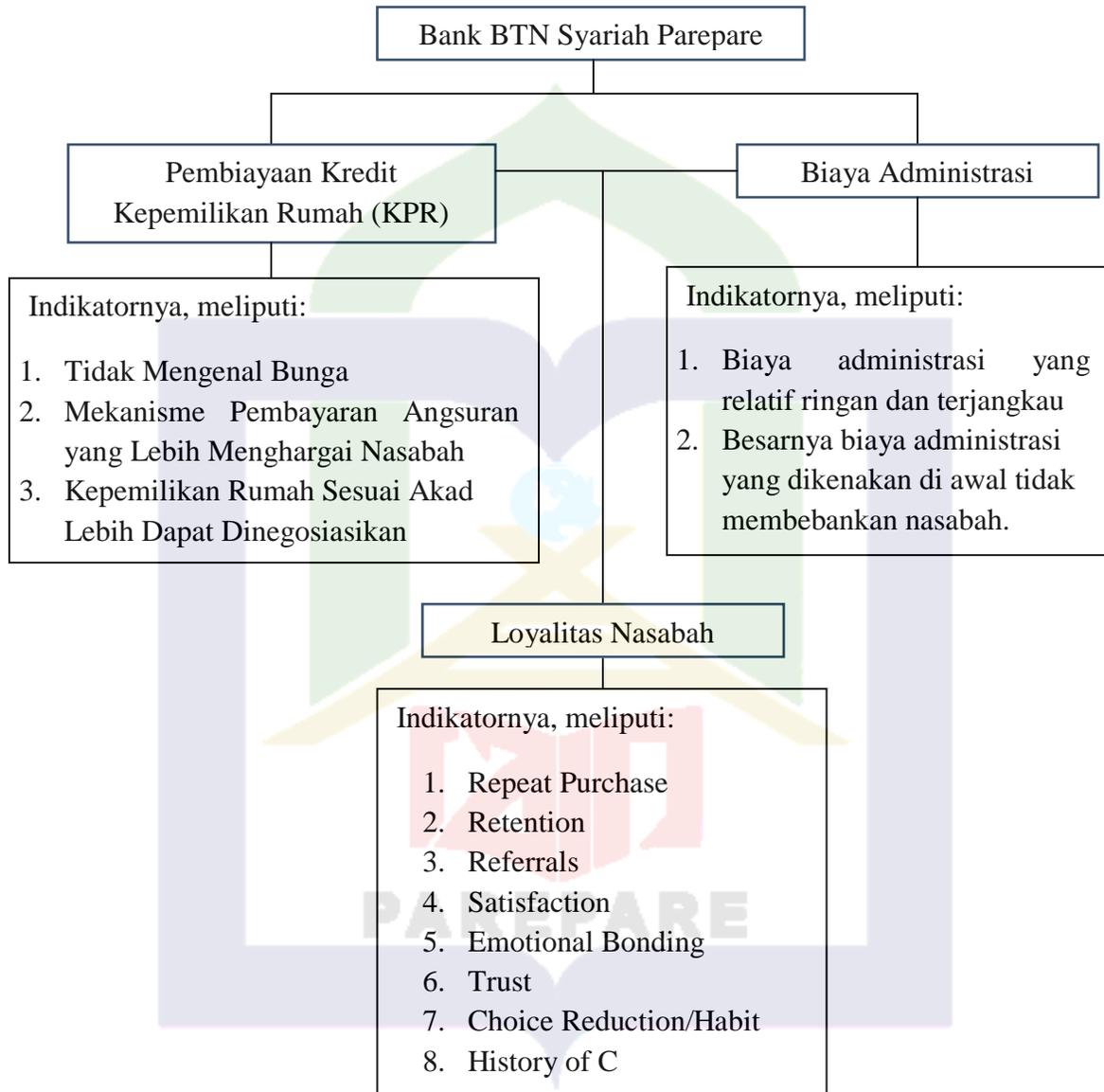
Kerangka pikir merupakan konseptual mengenai bagaimana suatu teori berhubungan diantara berbagai faktor yang telah diidentifikasi penting terhadap masalah penelitian.<sup>23</sup> Berdasarkan judul dari penulis, yaitu “Pengaruh pembiayaan

---

<sup>22</sup>Rizqilia Asriani Sudjarwo dkk, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah (Studi pada Nasabah Kredit KPR PT. Bank BTN KCP Tuban)*, Vol. 24 No. 1, 2015, h. 4-5

<sup>23</sup>Juliansyah Noor, *Metode Penelitian* (Jakarta : Kencana Prenadamedia Group, 2011), h. 76

KPR dan biaya administrasi terhadap loyalitas nasabah bank BTN syariah Parepare”, maka kerangka berfikir penelitian ini sebagai berikut.



**Gambar 2.1** Bagan Kerangka Pikir

#### D. Hipotesis

Hipotesis penelitian adalah suatu kesimpulan awal yang masih bersifat sementara. Dalam penelitian ini diduga:

1. H1 = Pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank BTN Syariah Parepare.
2. H2 = Biaya Administrasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank BTN Syariah Parepare.
3. H3 = Variabel pembiayaan Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) yang paling dominan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di Bank BTN Syariah Parepare.

