

Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR) Menggunakan Produk Pembiayaan Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (FLPP) Pada PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan

Analysis Of The Factors that Influence The Decision Of Low Reach Communities (MBR) To Use Housing Finance Liquidity Facility (FLPP) Financing Products at PT. Bank Sumut, Medan Islamic Branch Office

Dhea Ananda^{a,1}, Siti Kadariah^{b,2}

^aProdi Perbankan Syariah, Universitas Potensi Utama, K.L. Yos Sudarso KM 6,5 No. 3A Tj. Mulia Medan, 20241, Indonesia

^bDosen Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Potensi Utama, K.L. Yos Sudarso KM 6,5 No. 3A Tj. Mulia, Medan, 20241, Indonesia

deaananda9923@gmail.com¹ sitikadariah1920@gmail.com²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Harga, Promosi, dan Lokasi mampu mempengaruhi keputusan masyarakat berpenghasilan rendah (MBR) menggunakan produk pembiayaan Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (FLPP) pada PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil dari analisis penelitian yang dilakukan dengan alpha 5% menunjukkan bahwa hasil analisis regresi linear berganda secara parsial variabel Harga, Promosi, dan Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Masyarakat Berpenghasilan rendah dan secara simultan atau bersama – sama antara variabel Harga, Promosi, dan Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Masyarakat Berpenghasilan Rendah. Variasi faktor oleh variabel independent Harga, Promosi dan Lokasi secara bersama – sama mampu menerangkan pengaruh terhadap keputusan masyarakat sebesar 73,2% sedangkan sisanya sebesar 26,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci : Harga, Promosi, Lokasi, Keputusan Masyarakat

ABSTRACT

This Research aims to determine whether Price, Promotion, and Location are able to influence the decision of low-income people (MBR) to use the Housing Financing Liquidity Facility (FLPP) financing product at PT. Bank Sumut Sharia Branch Office Medan. The method used in this study is quantitative. The data collection technique used in this study was a questionnaire. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results of the research analysis conducted with alpha 5% showed that the results of a partial multiple linear regression analysis of the variables Price, Promotion, and Location had a positive and significant effect on the Decisions of low-income Communities and simultaneously or together between the variables Price, Promotion, and Location influenced the Decisions of Low Income Communities. The variation of factors by the independent variables Price, Promotion and Location together is able to explain the influence on community decisions by 73.2% while the remaining 26.8% is explained by other variables that are not studied.

Keywords : Price, Promotion, Location, Community Decision

Info Artikel :

Disubmit: 14 Juni 2022

Direview: 16 Juli 2022

Diterima : 18 Agustus 2022

Copyright © 2023 - Journal UPU. All rights reserved.

1. PENDAHULUAN

Tempat tinggal atau rumah merupakan suatu kebutuhan yang sejati nya harus dipenuhi. Permintaan terhadap tempat tinggal dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan yang sangat pesat seiring

dengan bertambahnya angka pertumbuhan penduduk, namun demikian masih ada kesenjangan (*backlog*) antara kebutuhan akan tempat tinggal dengan ketersediaannya. Berdasarkan data dari beberapa instansi/lembaga terkait Indonesia masih kekurangan pasokan hunian atau tempat tinggal sebanyak 15 juta unit hingga tahun 2014. Setiap tahunnya di Indonesia membutuhkan sedikitnya 800 ribu unit rumah untuk menutupi *backlog* tersebut. Namun dari data asosiasi hanya sekitar 400 ribu unit rumah saja yang terpenuhi.. Angka ini sedikit menyusut dari tahun 2015 yang mencapai 11.4 juta. Kementerian PUPERA terus berupaya mengatasi kekurangan rumah khusus nya bagi masyarakat berpenghasilan rendah (MBR).

Sesuai dengan tujuan pemerintah untuk memenuhi kebutuhan akan tempat tinggal, dalam hal ini pemerintah menyediakan dan menyelenggarakan program yang ditujukan untuk tercapainya tujuan tersebut. Melalui program kepemilikan rumah bagi Masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR)/ masyarakat biasa yang disebut kredit kepemilikan rumah (kpr). Pembiayaan rumah dengan dukungan bantuan dana Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (FLPP) kepada masyarakat berpenghasilan rendah (MBR) dalam rangka kepemilikan rumah sejahtera yang dibeli dari pengembang (*developer*) pada PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan. Pembiayaan ini dibayar dengan cicilan yang skemanya tetap dan juga ringan setiap bulannya.

وَاللَّهُ جَعَلَ لَكُمْ مِنْ بُيُوتِكُمْ سَكَنًا وَجَعَلَ لَكُمْ مِنْ جُلُودِ الْأَنْعَامِ بُيُوتًا تَسْتَخِفُّونَهَا يَوْمَ ظَعْنِكُمْ وَيَوْمَ إِقَامَتِكُمْ وَمِنْ أَصْوَابِهَا وَأَوْبَارِهَا وَأَشْعَارِهَا أَثَاثًا وَمَتَاعًا إِلَى حِينٍ

“Dan Allah menjadikan rumah-rumah bagimu sebagai tempat tinggal dan Dia menjadikan bagimu rumah-rumah (kemah-kemah) dari kulit hewan ternak yang kamu merasa ringan (membawa)nya pada waktu kamu bepergian dan pada waktu kamu bermukim dan (dijadikan-Nya pula) dari bulu domba, bulu unta, dan bulu kambing, alat-alat rumah tangga dan kesenangan sampai waktu (tertentu)”

(QS. An-Nahl : 80)

Oleh karena sifat kebutuhannya yang mendasar, maka setiap tahun selalu terjadi peningkatan kebutuhan rumah seiring dengan pertambahan jumlah penduduk. Orientasi pembangunan perumahan dan pemukiman saat ini lebih menitik beratkan pada permasalahan pembiayaan yang murah. Masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR) merupakan masyarakat yang mempunyai keterbatasan dalam daya beli sehingga perlu mendapat dukungan pemerintah untuk memperoleh rumah. Pemberian fasilitas Kredit Pemilikan Rumah (KPR) melalui Program Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (FLPP) kepada masyarakat dengan penghasilan tertentu. Dalam hal ini Bank Sumut Kantor Cabang Syariah MBR yang dimaksud adalah diperuntukan pada Pegawai/Karyawan yaitu Pegawai Negeri Sipil, Pegawai Tetap, Honorer, Outsourcing.

Bank Syariah pada dasarnya melakukan kegiatan usaha yang sama dengan bank konvensional yaitu melakukan penghimpunan dan penyaluran dana masyarakat disamping penyedia jasa keuangan lainnya. Disamping harus selalu dengan prinsip hukum islam juga karena dalam prinsip Syariah memiliki berbagai variasi akad yang akan menimbulkan variasi produk yang lebih banyak dibandingkan produk bank konvensional. Bank Syariah pada dasarnya melakukan kegiatan usaha yang sama dengan bank konvensional yaitu melakukan penghimpunan dan penyaluran dana masyarakat disamping penyedia jasa keuangan lainnya. Disamping harus selalu dengan prinsip hukum islam juga karena dalam prinsip Syariah memiliki berbagai variasi akad yang akan menimbulkan variasi produk yang lebih banyak dibandingkan produk bank konvensional.

Sebagaimana produk bank konvensional. Dalam menjalankan usahanya bank syariah juga memiliki berbagai resiko seperti risiko pembiayaan (*finance risk*). Pada bank konvensional disebut risiko kredit (*credit risk*), risiko investasi (*investment risk*), risiko likuiditas (*liquidity risk*), risiko operasional (*operation risk*), risiko penyelewengan (*fraud risk*) dan risiko fidusia (*fiduciary risk*). Pada pembiayaan

misalnya, bank bank berada pada risiko yang diakibatkan oleh kegagalan dan ketidak mampuan nasabah penerima pembiayaan mengembalikan jumlah pembiayaan yang diterima dari bank beserta bagi hasil/margin sesuai janga waktu yang telah ditentukan atau dijadwalkan.

PT. Bank Sumut merupakan salah satu alat/kelengkapan otonomi daerah dibidang perbankan. PT. Bank Sumut mempunyai fungsi sebagai penggerak dan pendorong laju pembangunan di daerah, bertindak sebagai pemegang kas daerah dan atau melaksanakan penyimpanan uang daerah dengan melakukan kegiatan usaha sebagai bank umum. Bank Syariah bukan hanya sekedar bank bebas bunga, tetapi juga memiliki orientasi pencapaian kesejahteraan. Oleh karena itu maka secara struktural dan sistem pengawasan nya cukup berbeda dari bank konvensional. Pengawasan perbankan islam mencakup dua hal, yaitu pertama pengawasan dari aspek keuangan, kepatuhan pada perbankan secara umum dan prinsip kehati-hatian bank. Kedua pengawasan prinsip Syariah dalam kegiatan operasional bank.

PT. Bank Sumut merupakan salah satu alat/kelengkapan otonomi daerah dibidang perbankan. PT. Bank Sumut mempunyai fungsi sebagai penggerak dan pendorong laju pembangunan di daerah, bertindak sebagai pemegang kas daerah dan atau melaksanakan penyimpanan uang daerah dengan melakukan kegiatan usaha sebagai bank umum. Guna menjaga pertumbuhan dan daya saing Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan memiliki strategi pemasaran yang tidak lepas dari sisi konsumen serta prinsip syariah yang mempunyai peranan penting dalam proses pengambilan keputusan pembelian yang akan dilakukan konsumen.

Keputusan merupakan Tindakan pemilihan Tindakan dari dua atau lebih pilihan alternative. Dengan kata lain, pengambilan keputusan harus memiliki pilihan dari beberapa alternative yang ada. Keputusan juga dapat berupa Tindakan terhadap pelaksanaan yang sangat menyimpang dari rencana awal. Keputusan yang baik dapat digunakan sebagai dasar dalam membuat rencana yang baik pula. Termasuk faktor yang mempengaruhi seseorang dalam keputusan untuk menggunakan pembiayaan pada perumahan. Harga dapat menciptakan pandangan konsumen terhadap produk atau jasa. Semakin tinggi harga produk atau jasa yang ditawarkan maka semakin menurun minat beli konsumen. Sebaliknya jika semakin murah harga produk atau jasa yang ditawarkan maka semakin tinggi minat beli konsumen. Hal ini yang menunjukkan bahwa harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Letak lokasi dalam perumahan harus dipertimbangkan beberapa faktor seperti kemudahan akses, waktu tempuh lokasi, letak lokasi terhadap perkotaan dan faktor lainnya. Lokasi yang strategis akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Promosi yang dilakukan perusahaan untuk memperkenalkan atau menonjolkan kelebihan produknya agar membujuk konsumen untuk melakukan pembelian. Promosi sangat penting dalam sebuah perusahaan karena mampu mempengaruhi tingkat keputusan pembelian suatu produk atau jasa yang dimiliki sebuah perusahaan.

Dari latar belakang yang telah dipaparkan diatas dapat diketahui bahwa adanya indikasi timbulnya permasalahan harga, lokasi, dan promosi terhadap keputusan masyarakat berpenghasilan rendah dalam melakukan pembiayaan perumahan. Berdasarkan uraian diatas maka perlu dilakukan penelitian yang berjudul : “Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR) Menggunakan Produk Pembiayaan Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (FLPP) Pada PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Bank Syariah merupakan bank yang kegiatannya mengacu pada hukum islam dan dalam kegiatannya tidak membebankan bunga maupun tidak membayar bunga kepada nasabah. Imbalan bank syariah yang diterima maupun yang dibayarkan kepada nasabah tergantung pada akad dan perjanjian yang dilakukan oleh pihak nasabah kepada pihak bank. Perjanjian (Akad) yang terdapat di bank syariah harus tunduk pada syarat dan rukun akad sebagaimana diatur dalam hukum. Dalam kegiatan usaha nya Bank Syariah juga memiliki produk pembiayaan yang menjadi alternatif bagi masyarakat. Salah satu contoh nya adalah produk pembiayaan FLPP pada PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan.

Salah satu produk pembiayaan konsumtif likuid yang disalurkan oleh bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan adalah produk Pembiayaan Perumahan. Perumahan merupakan kebutuhan pokok manusia, pemenuhan atas kebutuhan manusia ini juga terdapat pada Undang-undang No. 39 Tahun 1999 tentang hak asasi manusia (HAM). Pasal 40 Undang-undang ini menyatakan bahwa “Setiap orang berhak untuk bertempat tinggal serta berkehidupan yang layak”

A. Keputusan

1) Pengertian Keputusan

Pengambilan keputusan merupakan aktivitas yang dilakukan seseorang dalam usaha memecahkan permasalahan yang sedang dihadapi kemudian menetapkan beberapa alternatif yang dianggap paling rasional dan sesuai dengan lingkungan organisasi. Pengambilan keputusan adalah suatu proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan evaluasi dua hal atau lebih perilaku alternative dan memilih salah satu diantaranya. Pengambilan keputusan nasabah merupakan suatu proses pemecahan masalah. Walaupun pada kenyataannya berbagai konsumen memilih untuk membeli produk atau jasa yang berbeda yang disebabkan oleh perbedaan karakteristik pribadi (kebutuhan, manfaat, yang sedang dicari, sikap, nilai dan gaya hidup).

2) Fungsi Proses Pengambilan Keputusan

Ada lima proses pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

a) Pengenalan kebutuhan

Konsumen mulai mengenali adanya kebutuhan atau masalah. Dan mulai merasakan adanya perbedaan antara harapan dengan kenyataan.

b) Pencarian informasi

Konsumen akan mencari informasi untuk memenuhi kebutuhannya dan konsumen mencari informasi melalui berbagai sumber.

c) Evaluasi Alternative

Konsumen akan mengevaluasi berbagai pilihan yang dapat memenuhi kebutuhannya.

d) Keputusan Membeli

Setelah melakukan 3 proses sebelumnya kemudian konsumen akan menentukan serta memilih produk atau jasa apa yang paling sesuai dengan kebutuhannya.

e) Tingkah laku pasca membeli

Tahap ini pembeli yang puas akan melakukan pembelian ulang (*Repurchase*) sedangkan pelanggan yang tidak puas akan menghentikan pembelian produk atau jasa.

B. Pengertian Harga

1) Pengertian Harga

Harga merupakan hal yang sangat penting yang diperhatikan konsumen dalam membeli produk atau jasa. Jika konsumen merasa cocok dengan harga yang ditawarkan, maka mereka akan cenderung melakukan pembelian ulang produk yang sama. Dalam teori ekonomi disebutkan bahwa harga suatu barang atau jasa yang pasarnya kompetitif, tinggi rendah keputusan membeli setelahnya harga ditentukan oleh permintaan dan penawaran pasar. Harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Pengertian ini sejalan dengan konsep pertukaran dalam pemasaran. Jadi bisa dikatakan harga tergantung pada kemampuan bernegosiasi dari pihak penjual atau pembeli untuk memperoleh harga kesepakatan yang sesuai dengan keinginan masing-masing

2) Fungsi Harga

Ada 3 indikator yang mencirikan harga yaitu :

- a) Keterjangkauan harga, yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen /penjual yang sesuai dengan kemampuan beli konsumen.
- b) Kesesuaian harga dengan kualitas produk, yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen penjual yang sesuai dengan kualitas produk yang dapat diperoleh konsumen.
- c) Kesesuaian harga dengan uang muka yang dapat diangsur yaitu penawaran uang muka yang ringan dan angsuran yang flat.

C. Promosi

1) Pengertian Promosi

Promosi dapat diartikan sebagai suatu upaya atau alat komunikasi untuk memperkenalkan suatu produk dari suatu perusahaan tertentu agar dapat dikenal publik dan menarik minat pembeli sehingga meningkatkan penjualan perusahaan. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Menurut Fandi Tjipto, tujuan promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi, dan membujuk serta meningkatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya.

2) Fungsi Promosi

- a) Menginformasikan
- b) Membujuk pelanggan sasaran (*persuading*)
- c) Meningkatkan (*reminding*)

D. Lokasi

1) Pengertian Lokasi

Berdasarkan SNI 03-1733-2004 tentang tata cara perencanaan lingkungan perumahan, lokasi kawasan perumahan harus sesuai dengan rencana peruntukan lahan yang diatur dalam Rencana Tata Ruang Wilayah setempat atau dokumen perencanaan tata ruang lainnya yang ditetapkan dengan Peraturan Daerah setempat atau memenuhi persyaratan. Pemilihan dan penentuan lokasi perumahan bagi setiap individu berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan masing masing. Lokasi adalah faktor yang sangat penting dalam bauran lingkungan perumahan. Keputusan pemilihan lokasi mempunyai dampak yang permanen dan jangka panjang.

Program FLPP ini menawarkan pinjaman dengan bunga yang ditetapkan satu digit sepanjang masa pinjaman (*fixed rate*). Tujuan dari pemanfaatan dana FLPP yang berasal dari pos pembiayaan APBN adalah untuk menciptakan pembiayaan perumahan lebih murah, sehingga terjangkau oleh MBR yang diwujudkan dengan pembiayaan perumahan dengan suku bunga/margin yang lebih murah bila dibandingkan dengan suku bunga pasar. Dilihat dari sudut pandang ekonomi, rumah sebagai suatu komoditas yaitu rumah sebagai diperlakukan sebagai investasi jangka panjang bagi pemiliknya, karena rumah tidak hanya berfungsi sebagai tempat berlindung dan beraktivitas, tetapi juga dapat mendatangkan keuntungan untuk disewakan atau diperjual belikan

Setiap penduduk memiliki hak asasi untuk bertempat tinggal sebagai kebutuhan dasar tak terkecuali Masyarakat Berpenghasilan Rendah (UU. No. 1, 2011). Masyarakat Berpenghasilan Rendah yang dimaksud adalah masyarakat yang memiliki keterbatasan dalam memiliki maupun membeli rumah (Permenpera No.27, 2012). Fenomena yang terjadi saat ini adalah kurang tersedianya perumahan bagi masyarakat berpenghasilan rendah. Tingginya kebutuhan akan rumah dengan pertumbuhan penduduk tidak diimbangi dengan ketersediaan perumahan bagi masyarakat khususnya masyarakat berpenghasilan rendah.

3. METODE

Dalam penelitian ini Waktu Penelitian dilaksanakan mulai dari bulan April 2022 sampai dengan Agustus 2022 Penelitian ini dilakukan pada PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan yang beralamat di Jl. Brigjend Katamso Komplek Centrium No. 4 Kel. AUR Kec. Medan Maimun.

Jenis pendekatan yang digunakan adalah pendekatan Kuantitatif. Yaitu penelitian yang informasi atau data nya diolah dengan data statistic. Didalam metode yang digunakan adalah metode deskriptif analisis dan korelasional antara kecenderungan nasabah memilih pembiayaan KPR FLPP sedangkan deskriptif analisis yaitu menggambarkan permasalahan dengan didasari data-data yang ada kemudian dianalisis lebih lanjut untuk kemudian ditarik kesimpulan.

Dalam Penelitian ini, penulis menggunakan dua jenis sumber data yaitu:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber dan bersifat mentah atau belum diolah. Data primer belum memberikan informasi dalam pengambilan keputusan sehingga perlu diolah lebih lanjut. Data dalam penelitian ini diperoleh dengan cara membagikan kuesioner secara langsung kepada responden, yaitu hasil kuesioner yang disebarkan kepada nasabah Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (FLPP) pada PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari sumber yang menerbitkan dan bersifat siap pakai. Data sekunder mampu memberikan informasi dalam pengambilan keputusan meskipun dapat diolah lebih lanjut. Data sekunder pada penelitian ini diperoleh dengan cara studi pustaka dengan melakukan penelaahan studi literatur melihat jurnal-jurnal, buku-buku, artikel, internet dan penelitian yang telah ada sebelumnya yang bersumber baik dari literatur cetak maupun elektronik.

Terdapat beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan sebagai berikut :

1) Kuesioner

Angket atau kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang responden ketahui. Pertanyaan pada kuesioner sebagian bersifat tertutup dimana pilihan atau alternatif jawaban tersedia dan sebagian lagi bersifat terbuka untuk menggali informasi yang mungkin muncul diluar pertanyaan yang tersedia. Hal ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada nasabah pembiayaan Fasilitas Pembiayaan Perumahan (FLPP) pada PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan yaitu dengan cara menjawab setiap pertanyaan yang terdapat pada kuesioner.

Dalam penyusunan kuesioner penulis menggunakan *linkert scale*, dimana responden menyatakan tingkat setuju dan tidak setuju mengenai berbagai pernyataan mengenai perilaku, objek, orang, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomenal sosial dengan skala linkert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel yang kemudian dijadikan sebagai titik tolak ukur untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.

2) Wawancara

Wawancara (*interview*), yaitu percakapan dengan maksud tertentu, percakapan ini dilakukan oleh dua pihak, yaitu penulis (*interviewer*) yaitu mengajukan pertanyaan dan pihak atau staff PT. Bank Sumut Cabang Syariah Kota Medan (*interview*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan oleh *interviewer*.

3) Studi Kepustakaan

Penulis mengumpulkan data yang terkait dengan masalah penelitian yaitu berupa buku-buku, artikel, dan karya ilmiah lainnya dengan mempelajari, memahami dan mencatat teori-teori yang berkaitan dengan penelitian ini.

Dalam penelitian ini populasi digunakan bersifat terbatas, maka dari itu populasi pada penelitian ini menggunakan sumber data yang jelas Batasan nya secara kuantitatif. Dalam penelitian ini populasi yang dipilih adalah nasabah pembiayaan flpp sebanyak 85 nasabah. Serta sampel yang digunakan berdasarkan

rumus slovin mendapatkan jumlah 70 orang dengan penyebaran menggunakan metode *purposive sampling* dengan data primer yang digunakan adalah nasabah PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan serta data sekunder yang digunakan adalah buku – buku yang berkaitan dengan penelitian ini. Serta Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, wawancara dan dokumentasi. Dalam penelitian ini pada pengolahan data nya penulis menggunakan SPSS 23. Dengan rumus :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n : Jumlah Sampel yang dicari

N : Jumlah Populasi

e : Nilai kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir

$$n = \frac{85}{1 + 85 \times 5\%^2}$$

$$n = \frac{85}{1 + 85 \times 0,05^2}$$

$$n = \frac{85}{1,212}$$

$n = 70,1$ maka dalam hal ini peneliti menggenapkan sebesar 70 Responden yang di teliti.

Pada penelitian ini pengukuran instrumen pengumpulan data menggunakan skala likert. Skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, serta persepsi seseorang atau kelompok orang terhadap satu fenomena. Kemudian dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas sebagai alat yang digunakan untuk menguji pernyataan yang dipaparkan pada kuesioner penelitian.

Uji validitas dilakukan guna mengukur serta mengetahui valid atau tidaknya nilai keusioner yang digunakan. Teknik yang digunakan dalam mengukur pernyataan dalam kuesioner adalah Korelasi *Product Moment* dengan ketentuan pengambilan keputusan berdasarkan pada nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan tingkat signifikan 0,05 maka setiap pernyataan dapat dikatakan valid atau sebaliknya. Sedangkan uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari pengujian validitas yang bertujuan untuk melakukan pengujian secara konsisten meski telah dilakukan pengujian secara berulang menggunakan metode skala rentangan (*Cronbach Alpha*) dengan batas skala 0,70.

Analisis Data

1) Uji Validitas

Rumus pengujian validitas dengan korelasi *product moment* yaitu

$$R_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{N \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

R_{xy} : koefisien korelasi antara x dengan y

X : variabel x (butir pertanyaan)

Y : variabel y (skor total)

N : Jumlah individu dalam sampel

2) Uji Realibilitas

Sebelum uji reabilitas terlebih dahulu dicari korelasinya dengan rumus :

$$R_n = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum ob^2}{o^2} \right]$$

Keterangan :

R_n : Relatif Instrument

K : Banyaknya pertanyaan
 $\sum o b^2$: Jumlah Varians
 O^2 : Varians Total

Koefisien korelasi nya dimasukkan kedalam rumus sebagai berikut :

$$r = \frac{2 \cdot rb}{1 + rb}$$

Dimana :

r = Nilai reabilitas

r_b = Korelasi pearson product moment antar belahan pertama

(ganjil) belahan kedua (genap), batas reabilitas minimal 0.7

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah ada tidak nya normalitas residual, multikolinearitas, autokorelasikan, heteroskedastitas pada suatu modle regresi. Uji normalitas merupakan suatu pengujian sekelompok data untuk mengetahui apakah distribusi data tersebut berbentuk kurva normal atau tidak. Muktikolinieritas dapat dideteksi dengan menghitung koefisien korelasi ganda dan membandingkannya dengan koefisien korelasi antar variabel bebas. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk melihat adanya kasus heteroskedastitas adalah dengan memerhatikan plot dari sebaran residual (ZRESID) dan variabel yang diprediksikan (ZPRED)

Dalam analisis regresi linear berganda dipakai untuk menghitung besarnya pengaruh secara kuantitatif dari suatu perubahan terjadi (variabel X) terhadap kejadian lainnya (variabel Y). Dalam penelitian ini, variabel bebas adalah Faktor Harga (X_1), Promosi (X_2) dan Masyarakat Berpenghasilan Rendah (Y). Koefisien determinasi merupakan suatu ukuran yang menunjukkan ragam variasi naik turunnya variabel independen (Y) yang ditunjukkan berdasarkan pengaruh variabel dependen (X).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Tabel 1 Uji Validitas

No	Variabel Penelitian	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Harga (X_1)	P1	0,526	0,235	Valid
		P2	0,776	0,235	Valid
		P3	0,848	0,235	Valid
		P4	0,851	0,235	Valid
		P5	0,799	0,235	Valid
2	Promosi (X_2)	P1	0,283	0,235	Valid
		P2	0,506	0,235	Valid
		P3	0,657	0,235	Valid
		P4	0,506	0,235	Valid
		P5	0,657	0,235	Valid
3	Lokasi (X_3)	P1	0,391	0,235	Valid
		P2	0,464	0,235	Valid

		P3	0,698	0,235	Valid
		P4	0,71	0,235	Valid
		P5	0,518	0,235	Valid
4	Keputusan (Y)s	Y1	0,26	0,235	Valid
		Y2	0,435	0,235	Valid
		Y3	0,596	0,235	Valid
		Y4	0,598	0,235	Valid
		Y5	0,607	0,235	Valid

Data diatas diketahui bahwa seluruh item pernyataan pada setiap variabel memiliki nilai lebih besar dari rtabel sebesar 0,235. Sehingga seluruh butir pernyataan dinyatakan valid.

Tabel 2 Uji Reliabilitas

Dimensi Variabel	Cronbach's Alpha	N Of Items
Harga	0,903	5
Promosi	0,750	5
Lokasi	0,771	5
Keputusan	0,733	5

Data diatas yang telah dilakukan uji oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa data dinyatakan reliabel dikarenakan Cronbach's Alpha menunjukkan nilai $> 0,70$

b. Uji Asumsi Klasik

- 1) Uji normalitas digunakan dalam penelitian ini untuk melihat leseluruhan butir pernyataan tersebut layak digunakan. Jika nilai signifikansi yang didapat dari uji normalitas di atas 0,05 maka semua butir pernyataan berdsitribusi normal.

Tabel 3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,97326757
Most Extreme Differences	Absolute	,099
	Positive	,043
	Negative	-,099
Test Statistic		,099
Asymp. Sig. (2-tailed)		,087 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Pada uji Kolmogrov Smirnov mempunyai ketenuan signifikan sebesar 0,05. Dari data diatas dapat dilihat bahwa nilai dignifikan sebesar $0,087 > 0,05$

- 2) Uji Multikolinieritas digunakan untuk membuktikan bahwa model regresi ditemukan adanya kolerasu atau hubungan antar variabel *Independent* dengan variabel *Dependent*. Uji ini dilihat dari nilai VIF

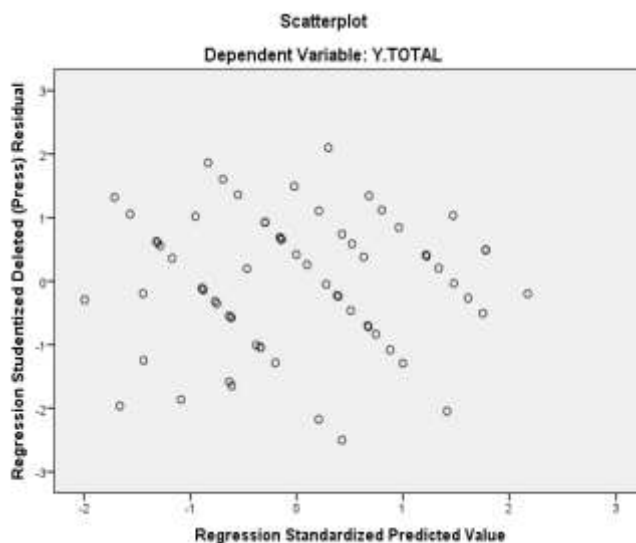
Tabel 4. Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-,188	1,707		-,110	,913		
Harga	,455	,058	,562	7,872	,000	,762	1,313
Promosi	,327	,062	,346	5,264	,000	,898	1,114
Lokasi	,233	,077	,217	3,038	,003	,759	1,317

a. Dependent Variable: Keputusan

Hasil uji multikolinieritas diatas menunjukkan bahwa tidak terjadinya multikolinieritas atau heterokedastisitas pada variabel independent.

- 3) Uji Heterokedastisitas digunakan untuk mendeteksi apakah ada gejala hetero. Cara melihat gejala heterokedastisitas yaitu dengan menggunakan *Scatter Plot* atau dengan menggunakan uji glejser

Gambar 1. *Scatter Plot*

Pada gambar diatas, terlihat bahwa butiran variabel tersebut menyebar dan tidak membentuk pola sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

- c. Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 5. Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-,188	1,707		-,110	,913
Harga	,455	,058	,562	7,872	,000
Promosi	,327	,062	,346	5,264	,000
Lokasi	,233	,077	,217	3,038	,003

a. Dependent Variable: Keputusan

Dari output regresi linier berganda diatas, dapat dilihat persamaan regresinya dallah sebgai berikut :

$$Y = a + b_1.x_1 + b_2.x_2 + b_3.x_3 + e$$

Keterangan $Y = (-0,188) + 0,455 + 0,327 + 0,233$

d. Uji Statistik

- 1) Uji Simultan digunakan untuk mengetahui apakah pada PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan Harga, Promosi, Lokasi menjadi faktor yang dapat mempengaruhi keputusan masyarakat dengan nilai signifikan 0,05 $df = k - 1$ atau $4 - 1 = 3$ yakni $70 - 3 = 67$

Tabel 6. Uji Simultan

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	189,625	3	63,208	63,827	,000 ^b
Residual	65,360	66	,990		
Total	254,986	69			

a. Dependent Variable: Keputusan Masyarakat

b. Predictors: (Constant), Harga, Promosi, Lokasi

Dari uji simultan dapat dilihat bahwa nilai Fhitung sebesar $63,827 > 2,74$ maka dapat diismpulkan H_0 ditolak

- 2) Uji Parsial digunakan untuk mengetahui apakah pada Pembiayaan FLPP Harga, Promosi, Lokasi menjadi faktor penting dalam pengambilan keputusan masyarakat dalam membeli rumah.

Tabel 7. Uji Parsial

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-,188	1,707		-,110	,913
Harga	,455	,058	,562	7,872	,000
Promosi	,327	,062	,346	5,264	,000
Lokasi	,233	,077	,217	3,038	,003

a. Dependent Variable: Keputusan

T hitung variabel harga = 7,872 dan t tabel = 1,99 jadi $7,872 > 1,99$ maka H_0 ditolak. T hitung variabel Promosi sebesar 5,264 dan t tabel = 1,99 maka $5,264 > 1,99$ maka H_0 ditolak. T hitung Variabel Lokasi = 3,038 dan t tabel = 1,99 jadi $3,038 > 1,99$ maka H_0 ditolak

- 3) Uji Koefisien Determinan digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Harga, Promosi, Lokasi terhadap keputusan masyarakat berpenghasilan rendah dalam menggunakan pembiayaan FLPP.

Tabel 8 Uji Koefisien Determinasi R^2 **Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,862 ^a	,744	,732	,995

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Promosi, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Masyarakat

Tabel diatas menjelaskan bahwa Harga, Promosi, Lokasi memiliki pengaruh besar terhadap keputusan masyarakat dalam menggunakan pembiayaan FLPP dengan nilai 0,732 (73,2%) dan sisa nya dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

5. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan hasil analisis data yang dikemukakan sebelumnya tentang Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR) Menggunakan Produk Pembiayaan Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (FLPP) Pada PT. Bank SUMUT Kantor Cabang Syariah Medan adalah :

- Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa secara parsial variabel harga, promosi, lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat. Hal ini terlihat dari nilai t hitung dari variabel harga = 7,872, variabel promosi = 5,264, dan lokasi = 3,038 sementara itu t tabel = 1,99 maka H_0 ditolak dan bahwa nilai sig harga = $0,000 < 0,05$, nilai sig promosi = $0,000 < 0,05$, dan nilai sig lokasi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak.

2. Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa secara simultan variabel harga, promosi, lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat. Hal ini terlihat dari nilai $f_{hitung} = 63,827$ dan $f_{tabel} = 2,74$ jadi $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan bahwa nilai $sig < 0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak.
3. Elastisitas hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dapat dilihat sebagai berikut :
 - a. Elastisitas hubungan variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat, pengaruhnya sebesar 0,455 artinya jika harga naik 1 satuan maka keputusan masyarakat naik sebesar 0,455 dengan asumsi variabel lain konstan.
 - b. Elastisitas hubungan variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat, pengaruhnya sebesar 0,327 artinya jika promosi naik 1 satuan maka keputusan masyarakat akan naik sebesar 0,327 dengan asumsi variabel lain konstan.
 - c. Elastisitas hubungan variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat, pengaruhnya sebesar 0,233 artinya jika lokasi naik 1 satuan maka keputusan masyarakat akan naik sebesar 0,233 dengan asumsi variabel lain konstan.
4. Variasi faktor antar variabel harga, promosi dan lokasi secara bersama-sama mampu menerangkan pengaruh terhadap keputusan masyarakat sebesar 73,2 % dan sisanya 26,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan yang telah mengizinkan penulis menyelesaikan penelitian ini sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata – 1 (S1). Serta penulis mengucapkan terimakasih kepada Universitas Potensi Utama yang telah mengizinkan penulis untuk menyelesaikan karya ilmiah ini sehingga dapat memberikan manfaat bagi penulis selanjutnya. Tak lupa saya ucapkan terimakasih kepada kedua orang tua saya yang selalu memberikan semangat dan support agar penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini.

REFERENSI

- [1] Al-Butary, B., Murtani, A., Soemitra, A., & Muda, I. (2021). HOW THE EFFECT OF ONLINE TRANSPORTATION ON COMMUNITY WELFARE THROUGH UNEMPLOYMENT VARIABLESCOVID 19 IN MEDAN CITY. *Journal of Contemporary Issues in Business & Government*, 27(6).
- [2] Andriant dan M. Anang Firmansyah. 2109. *Manajemen Bank Syariah Implementasi dari Teori ke Praktek*, (Surabaya: CV Penerbit Qiara Media)
- [3] Arafah, S. (2019). Pengukuran Efektivitas Pemasaran Tagline Iklan Shopee Dalam Melihat Minat Konsumen. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi Islam*, 4(2), 80-91.
- [4] Ascarya. 2007. *Akad dan Produk Perbankan Syariah*, (Jakarta: PT. Grafindo Persada)
- [5] Asmuni dan Siti Mujiatun. 2103. *Bisnis Syariah* (Medan: Perdana Mulya Sarana)
- [6] Betri Sirajuddin, Analisis Evaluasi Terhadap Pembiayaan Dalam Meminimalisir Risiko Pembiayaan Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (FLPP) Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Palembang,” dalam *Technobiz*, vol. 2. No. XI
- [7] Dea Anggun Puspita, Pelaksanaan Pembiayaan Kepemilikan Perumahan Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (KPR FLPP) Pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Natar, Skripsi. Lampung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro. 2018
- [8] Dewi Restu Mengeswuri, *Kebijakan Pembiayaan Perumahan Melalui Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (FLPP)*, Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik, Vol. 7, No.1
- [9] Ety Rochaety, Rath Tresnanti & Abdul Madjid Latief, *metode Penelitian Bisnis: Dengan Aplikasi Spss*

- [10] Freddy Rangkuti. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis kasus Integrated Marketing Communication*, (Jakarta: Anggota IKAPI)
- [11] Goenadhi Lydia. Dkk.2017. *Pengantar Ekonomi Mikro*.(Banjarbaru:Scripta Cendekia)
<https://www.banks Sumut.co.id/pembelian-rumah-subsidi-flpp/> (diakses pada 20 maret 2022 pukul 01.08)
- [12] Hartono, I. K., & Kasmin, M. A. (2021). Electronic Marketing Model for Higher Education.
- [13] Hartono, H., Sadikin, M., Sari, D. M., Anzelina, N., Lestari, S., & Dari, W. (2020). Implementation of Artificial Neural Networks with Multilayer Perceptron for Analysis of Acceptance of Permanent Lecturers. *Jurnal Mantik*, 4(2), 1389-1396.
- [14] Imam Gunawan. 2016. *Pengantar Statistika Inferensial*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada)
- [15] Kasmir. 2103. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta: Rajawali Press)
- [16] Kurniawan, R. (2014). *Peranan pembiayaan warung mikro Bank Syariah Mandiri dalam meningkatkan usaha masyarakat Kecamatan Batang Toru* (Doctoral dissertation, IAIN Padangsidimpuan).
- [17] Miko, J., & Yudrieka, T. (2020). *Sosiodemografi Memoderasi Pemahaman Masyarakat Dengan Mendeterminasi Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal (Studi Kasus: Masyarakat Kota Medan)*. Muhammadiyah University North Sumatra.
- [18] Mudrajat Kuncoro. 2009. *Metode Riset Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga)
- [19] Muhammad Lathief Ilhamy Nasution. 2018. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Medan: Febi Uin-Su Press)
- [20] Muhammad. 2005. *Manajemen Teknik Pwk Pembiayaan Bank Syariah* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN)
- [21] Ni Made Ayu Sumerti, Pelaksanaan Kebijakan Program Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (FLPP) di Kota Bandar Lampung, Skripsi. Lampung: Fakultas Hukum. 2016
- [22] Paramitha Kusuma, Perencanaan Pembangunan Perumahan Bagi Masyarakat Berpenghasilan Rendah di Kecamatan Banyumanik, Jurnal Vol. 03 No. 04, 2016
- [23] Ridwan, M., & Hutagalung, M. A. K. (2020). Analisis Pengaruh e-Banking Terhadap Pelayanan dan Kemudahan Perbankan Syariah dalam Bertransaksi (Studi Kasus Masyarakat Kota Medan). *NUKHBATUL'ULUM: Jurnal Bidang Kajian Islam*, 6(2), 221-243.
- [24] Rivai Wirasmita, dkk. 2002. *Kamus Lengkap Ekonomi*, (Bandung: Pionir Jaya, 2002)
- [25] Sindikat post, “*Kebutuhan Rumah Layak Huni Mencapai 11 Juta Unit di Indonesia*”
<https://sindikatpost.com/2022/01/28/kebutuhan-rumah-layak-huni-mencapai-11-juta-unit-di-indonesia/>(Diakses pada 20 maret 2022, Pukul 00.21).
- [26] Suharsimi Arikunto. 2010. *Prosedure Penelitian* (Jakarta: PT. Rineka Cipta)
- [27] Tony Wijaya. 2013. *Metedologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Teori dan Praktik*, (Yogyakarta: Graha Ilmu)
- [28] Zulganet. 2013. *Metode Penelitian Sosial dan Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu)
- [29] Kadariah, Siti. (2019). *Pembiayaan Bermasalah dan Cara Penyelesaiannya*.*Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarkat 2019*.