

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN KEPEMILIKAN
RUMAH (KPR) SEJAHTERA BRISYARIAH IB DI BRI SYARIAH
KC PURWOKERTO**



IAIN PURWOKERTO

LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
(FEBI) IAIN Purwokerto untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya

Oleh:

FARAH ANZELA

NIM. 1423204101

IAIN PURWOKERTO

**PROGRAM DIPLOMA III
MANAJEMEN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PURWOKERTO
2017**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Farah Anzela

NIM : 1423204101

Jenjang : D III

Fakultas Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam / MPS

Judul Tugas Akhir : **Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan
Kepemilikan Rumah (KPR) Sejahtera
BRISyariah IB Di BRI Syariah Kantor Cabang
Purwokerto.**

Menyatakan bahwa naskah tugas akhir ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian / karya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

IAIN PURWOKERTO
Purwokerto, 12 Mei 2017

Yang menyatakan,



Farah Anzela
NIM. 1423204101





KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No.40A Purwokerto 53126
Telp. 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

PENGESAHAN

Tugas Akhir berjudul


**STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN KEPEMILIKAN
RUMAH (KPR) SEJAHTERA BRISYARIAH IB BRI SYARIAH
KC URWOKERTO**

Yang disusun oleh Saudari Farah Anzela (NIM. 1423204101) Program Studi **D-III Manajemen Perbankan Syariah**, Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Rabu** tanggal **19 Juli 2017** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Ahli Madya (A.Md.)** dalam **Ilmu Perbankan Syariah** oleh **Sidang Dewan Penguji Tugas Akhir**.


Ketua Sidang/Penguji


Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 197309212002121004

Sekretaris Sidang/Penguji


Sofia Yustiani Suryandari, M.Si
NIP. 197807162009012006

Pembimbing/Penguji


Ihsan Solikhin, M.Ag.
NIP. 197208052007121002


31 Juli 2017
Mengetahui dan mengesahkan
Aminudin Aziz, M.M.
NIP. 19680403 199403 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan

Bisnis Islam IAIN Purwokerto

Di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

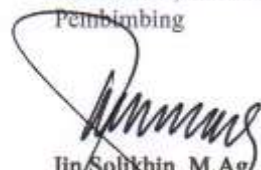
Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tugas akhir dari Farah Anzela, NIM. 1423204101 yang berjudul:

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN KEPEMILIKAN
RUMAH (KPR) SEJAHTERA BRISYARIAH IB DI BRI SYARIAH KC
PURWOKERTO**

Saya berpendapat bahwa tugas akhir tersebut diatas sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas dan Bisnis Islam (IAIN) Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 12 Mei 2017
Pembimbing


Iin Solikhin, M.Ag.
NIP.197208052001121002

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati dan rasa syukur kepada Allah SWT, karya sederhana ini penulis persembahkan untuk:

1. Allah SWT, Segala puji bagi Engkau ya Allah, berkat rahmat dan kuasa-Mu akhirnya saya bisa menyelesaikan tugas akhir ini. Semoga ini menjadi salah satu bentuk ibadah yang dapat bermanfaat bagi semesta. Aamiin.
2. Kepada kedua orang tua saya, Ibundatersayang Indarti Purwaningrum dan Ayahanda Nuriyan Darmastanto yang penulis banggakan. Terimakasih atas doa-doa yang setiap hari kalian panjatkan untuk anak mu, dengan penuh harapan akhirnya saya dapat menyelesaikan karya tulis ini dengan dorongan dan semangat kalian. Semoga pengorbanan yang telah kalian lakukan untuk anak-anak tersayang diberikan balasan yang terbaik oleh Allah SWT. Aamiin.
3. Untuk Kakek Nartun Budiyanto, Nenek Daryati (Alm), dan Om Indri Krismanto(Alm), yang selalu memberikan semangat untuk penulis bisa menyelesaikan tugas akhir ini dan doa kepada penulis. Penulis berdoa untuk keluarga yang sudah mendahului penulis, semoga pengorbanan selama hidupnya dapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Aamiin. Dan untuk keluarga besar yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu terimakasih atas semngatnya, baru karya ini yang bisa penulis persembahkan untuk kalian semua.
4. Kepada Bapak Iin Solikhin, yang telah membimbing saya selama penyelesaian tugas akhir ini. Saya ucapkan terimakasih atas ilmu, nasihat yang telah Bapak berikan kepada saya. Terimakasih atas kesabaran Bapak

selama masa bimbingan saya, walaupun saya banyak sekali kekurangan dan kelalaian dalam melaksanakan tugas yang bapak berikan.

5. Untuk orang yang terdekat dengan saya, terimakasih untuk semangat dan perjuanganmu selama ini. Tugas akhir ini bisa selesai karena dorongan yang kamu berikan untuk saya, dengan nasihat-nasihat yang kamu berikan saya bisa menyelesaikan pendidikan ini walaupun perjuangan dalam pendidikan saya belum berhenti sampai disini.
6. Untuk sahabat, teman dari MPS C yang selalu memberikan semangat dan motivasi dalam hal apapun untuk penulis mencapai kesuksesan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Keluarga besar MPS angkatan 2014 terimakasih atas segalanya, kalian adalah keluarga, sahabat, teman yang baik dan kompak yang aku miliki.
8. Untuk keluarga besar Bank BRI Syariah KC Purwokerto, terimakasih atas bimbingannya selama di bank. Ilmu yang kalian semua berikan kepada kami, sungguh sangat bermanfaat.

Permohonan maaf penulis sampaikan kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis, namun sampai saat ini penulis belum mampu untuk membalasnya. Semoga Allah SWT meridhoi segala kebaikan yang telah diberikan. Aamiin.

KATA PENGANTAR

Bismillāhirrahmānirrahīm..

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT atas rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat melewati semua tantangan dalam menyelesaikan tugas akhir ini yang berjudul “Strategi Pemasaran Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) Sejahtera BRISyariah IB di BRI Syariah Kantor Cabang Purwokerto”. Shalawat serta salam senantiasa terlimpahkan kepada Nabi besar Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabatnya hingga akhir zaman.

Laporan tugas akhir ini disusun untuk melengkapi salah satu syarat yang harus dipenuhi bagi mahasiswa yang telah menyelesaikan studinya untuk program D III Manajemen Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.

Pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini atas usaha dan upaya yang telah penulis lakukan, penulis juga menyadari bahwa kesempurnaan hanya milik Allah SWT, kekurangan merupakan bagian dari kehidupan manusia yang tidak bisa dihindari. Namun manusia wajib berusaha untuk mampu kearah yang lebih sempurna. Dan untuk sampai disini, penulis tidaklah berjalan sendiri tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, sehingga penulis bisa mendapatkan saran, bimbingan, serta bantuan yang sangat berharga dari pihak tersebut. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. H. A. Lutfhi Hamidi, M.Ag., Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
2. Dr. H. Fathul Aminudin Aziz, M.M., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
3. Yoiz Shofwa S, SP, M.Si., Ketua Jurusan Manajemen Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
4. H. Sochim, Lc. M.Si., Ketua Prodi Manajemen Prodi Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
5. Iin Solikhin, M.Ag., Dosen Pembimbing tugas akhir yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan penulisan tugas akhir ini.
6. Muh. Bahrul Ulum, SH, MH., Pembimbing Akademik Program Diploma III Manajemen Perbankan Syari'ah angkatan 2014.
7. Segenap Dosen dan Karyawan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
8. Dian Risdianto, Pimpinan Cabang Bank BRI Syari'ah Kantor Cabang Purwokerto, yang telah memberikan bimbingan dan arahan di dunia lapangan kerja khususnya bidang perbankan.
9. Frantis Yogatri A, Pembimbing Lapangan dari Bank BRI Syari'ah Kantor Cabang Purwokerto, yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama di lapangan kerja khususnya bidang perbankan.
10. Segenap pimpinan dan karyawan Bank BRI Syari'ah Kantor Cabang Purwokerto yang selalu memberikan pengarahan selama praktik kerja.

11. Kedua orang tua saya, dan keluarga tercinta atas semangat dan dukungannya.

Secara khusus terima kasih yang tak terhingga disampaikan kepada teman-teman D III MPS yang telah memberikan semangat, dukungan, saran dan masukannya atas terselesaikannya Laporan Tugas Akhir ini. Semoga Laporan Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi penulis sendiri dan bagi pembaca sekalian, serta mampu meningkatkan mutu dan efektivitas pembelajaran. Akhir kata, semoga dukungan, dorongan, bantuan yang telah diberikan kepada penulis selama ini mendapatkan balasan yang setimpal dari Allah SWT. Amin.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Purwokerto, 12 Mei 2017

Penulis,



Farah Anzela
NIM. 1423204101

IAIN PURWC

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan tugas akhir ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor 158/ 1987 dan Nomor 0543b/U/1987 tanggal 10 September 1987 tentang pedoman transliterasi Arab-Latin dengan beberapa penyesuaian menjadi berikut:

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidakdilambangkan	tidakdilambangkan
ب	ba'	b	Be
ت	ta'	t	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	Je
ح	ħa	ħ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	kh	kadan ha
د	dal	d	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	r	Er
ز	zai	z	Zet
س	Sin	s	Es
ش	syin	sy	esdan ye
ص	šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)

ط	ṭa'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
---	-----	---	----------------------------

ظ	ẓa'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	Komaterbalikkeatas
غ	Gain	g	Ge
ف	fa'	f	Ef
ق	Qaf	q	Qi
ك	Kaf	k	Ka
ل	Lam	l	'el
م	Mim	m	'em
ن	Nun	n	'en
و	Waw	w	We
هـ	ha'	h	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	y	Ye

2. Konsonan Rangkap karena Syaddah ditulis rangkap

متعددة	ditulis	<i>muta'addidah</i>
عدة	ditulis	<i>'iddah</i>

3. Ta' marbūḥah di akhir kata biladimatik ditulis h

حكمة	ditulis	<i>ḥikmah</i>
جزية	ditulis	<i>Jizyah</i>

1.	Fathah + ya' mati	ditulis	<i>Ai</i>
	بينكم	ditulis	<i>Bainakum</i>
2.	Fathah + wawu mati	ditulis	<i>Au</i>
	قول	ditulis	<i>Qaul</i>

7. Vokal Pendek yang berurutandalam satu kata dipisahkandengan apostrof

أَنتُمْ	ditulis	<i>a'antum</i>
أَعَدتْ	ditulis	<i>u'iddat</i>
لَعْنُ شِكْرَتُمْ	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

8. Kata Sandang Alif + Lam

a. Bila diikuti huruf Qomariyyah

الْقُرْآن	ditulis	<i>al-Qur'an</i>
الْقِيَّاس	ditulis	<i>al-Qiyas</i>

b. Bila diikuti huruf Syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf Syamsiyyah yang mengikutinya, serta menghilangkannya l (el)nya

السَّمَاءِ	Ditulis	<i>as-Sama'</i>
الشَّمْسِ	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya

ذَوِي الْفُرُوضِ	Ditulis	<i>zawī al-furūd</i>
أَهْلُ السَّنَةِ	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	ix
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
ABSTRAK	xix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Definisi Operasional.....	7
F. Metode Penelitian.....	9
1. Jenis Penelitian	9
2. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	10
3. Subyek dan Obyek.....	10
4. Sumber Data	10

5. Teknik Pengumpulan Data	11
6. Teknik Analisis Data	13
BAB II TELAAH PUSTAKA	
A. Kajian Teori.....	15
1. Pengertian Strategi	15
2. Pengertian Strategi Pemasaran.....	16
3. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	19
B. Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) Sejahtera.....	22
1. Pengertian KPR Syari'ah dan KPR Sejahtera	22
2. Manfaat KPR Sejahtera	23
3. Persyaratan Umum KPR Sejahtera.....	24
4. Akad-akad KPR Sejahtera.....	25
C. Penelitian Terdahulu.....	32
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum BRI Syariah KC Purwokerto	37
1. Sejarah Singkat	37
2. Visi, Misi, Motto, dan Tujuan	39-40
3. Struktur Organisasi BRI Syari'ah KC Purwokerto	42
4. Produk Penyaluran Dana BRI Syari'ah KC Purwokerto	53
B. Pembahasan dan Analisis	55
1. Perumusan Strategi Pemasaran KPR Sejahtera	55
2. Implementasi Strategi Pemasaran KPR Sejahtera.....	67
3. Evaluasi Strategi Pemasaran KPR Sejahtera.....	71

BAB IV PENUTUP

A. Simpulan..... 74

B. Saran..... 76

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Persyaratan KPR Sejahtera.....	23
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel 3.3	Jadwal Angsuran dan Margin KPR Murābahah BRI Syari'ah KC Purwokerto	57
Tabel 3.4	Keefektifan Promosi Media Elektronik.....	61



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Skema Murābahah.....	27
Gambar 2.2	Skema Ijarāh Muntahiya Bit Tamlik	31



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Biodata Mahasiswa
- Lampiran 2. Blangko Bimbingan Tugas Akhir
- Lampiran 3. Sertifikat PKL
- Lampiran 4. Sertifikat OPAK
- Lampiran 5. Dokumen Pembiayaan KPR
- Lampiran 6. Brosur KPR Syariah
- Lampiran 7. Foto Kegiatan Di BRI Syariah KC Purwokerto
- Lampiran 8. Aplikasi Pembukaan Pembiayaan KPR Syariah



IAIN PURWOKERTO

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN KEPEMILIKAN
RUMAH (KPR) SEJAHTERA BRISYARIAH IB DI BRI SYARIAH
KC PURWOKERTO**

Farah Anzela
1423204101

Program Diploma III Manajemen Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto

ABSTRAK

Dunia perbankan, khususnya pada perbankan syari'ah mengalami perkembangan yang pesat dan persaingan pasar yang sangat ketat menuntut setiap lembaga harus memiliki strategi pemasaran yang efektif dan efisien untuk menguasai segmen pasar, serta memiliki daya tarik untuk memasarkan produknya agar dapat menarik minat konsumen serta mampu bersaing dengan perbankan lainnya. Salah satu produk tersebut adalah produk KPR syari'ah (KPR sejahtera) yang merupakan pembiayaan bersubsidi sejahtera dengan prinsip syari'ah dengan menggunakan akad murābahah dengan dukungan fasilitas likuiditas pembiayaan perumahan (FLPP) dari Kementerian Perumahan Rakyat yang di peruntukan bagi masyarakat kecil berpenghasilan kurang dari Rp. 4 juta.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perumusan strategi pemasaran, implementasi serta evaluasi yang digunakan oleh Bank BRI Syari'ah Kantor Cabang Purwokerto. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang bersifat untuk mengembangkan teori kemudian penelitian lapangan yaitu dengan observasi langsung dilapangan baik secara lisan maupun tertulis (dokumen).

BRI Syari'ah KC Purwokerto menerapkan strategi pemasaran pembiayaan kepemilikan rumah (KPR) dengan menggunakan *marketing mix* yaitu berupa bauran pemasaran yang terdiri dari 4 aspek, seperti aspek produk, aspek harga, aspek tempat, dan aspek promosi. Sedangkan strategi khusus yang digunakan adalah melalui promosi diberbagai macam media, bekerjasama dengan developer-developer dan mengikuti event tertentu perkantoran.

Kata Kunci: *Murābahah, Strategi, Pemasaran, KPR Sejahtera, Marketing Mix, BRI Syariah.*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi suatu bangsa memerlukan pola pengaturan pengolahan sumber-sumber ekonomi yang tersedia secara terarah dan terpadu, serta dimanfaatkan bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat. Lembaga-lembaga perekonomian bahu-membahu mengelola semua potensi ekonomi agar berdaya dan berhasilguna secara optimal. Lembaga keuangan, khususnya lembaga perbankan mempunyai peranan yang amat strategis dalam menggerakkan roda perekonomian suatu negara.

Bank sebagai lembaga keuangan, yaitu badan yang berfungsi sebagai *financial intermediary* atau perantara keuangan dari dua pihak, yaitu pihak yang kelebihan dana dan pihak yang kekurangan dana. Sebagai institusi yang mempunyai peranan penting, yaitu banklembagayang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang.¹

Bank atau lembaga perbankan di Indonesia terbagi menjadi dua, yaitubank yang bersifat *konvensional* dan bank yang bersifat *syari'ah*. Bank yang bersifat *konvensional* merupakan bank yang kegiatan operasionalnya menggunakan sistem bunga, sedangkan bank yang bersifat *syari'ah* merupakan bank yang kegiatan operasionalnya tidak mengandalkan suku

¹Muchdarsyah Sinungan, *Manajemen Dana Bank*, Edisi Ke-2,(Jakarta: Penerbit Bumi Aksara, 1997), hlm. 1-3.

bunga akan tetapi operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan al-Qur'an dan Hadis. Dengan kata lain, bank syari'ah merupakan lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu-lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syari'ah Islam.²

Undang-Undang Nomor.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syari'ah menyebutkan bahwa bank syari'ah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syari'ah. Menurut jenisnya bank syari'ah terdiri atas bank umum syari'ah (BUS) dan bank pembiayaan rakyat syari'ah(BPRS).

Perbedaan mendasar yang juga merupakan ciri khas yang terdapat didalam bank syari'ah dan bank konvensional diantaranya yaitu:³

Bank Syari'ah	Bank Konvensional
<ul style="list-style-type: none"> • Berinvestasi pada jenis bisnis dan usaha yang halal saja. • Keuntungan menggunakan prinsip bagi hasil, jual beli, dan sewa. • Hubungan dengan nasabah adalah kemitraan. • Kegiatan operasionalnya harus mendapat rekomendasi dari Dewan Pengawas Syariah (DPS) • Profit dan Falah. 	<ul style="list-style-type: none"> • Investasi pada jenis usaha halal dan haram adalah sama saja. • Keuntungan berdasarkan sistem bunga. • Hubungan dengan nasabah adalah debitur-debitur. • Tidak ada Dewan Pengawas Syariah. • Profit oriented.

Salah satu produk lembaga keuangan syari'ah atau perbankan syari'ah adalah produk pembiayaan kepemilikan rumah (KPR). Sebagai lembaga bisnis, lembaga keuangan syari'ah atau perbankan syari'ah harus mempunyai

²Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Jakarta: Penerbit Ekonisia, 2004), hlm. 1.

³Akhmad Mujahidin, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: Divisi Buku Perguruan Tinggi PT Raja Grafindo Persada, 2016), hlm. 16-19.

daya tarik dalam memasarkan produknya untuk menarik minat konsumen. Hal ini dikarenakan semakin meningkatnya pertumbuhan pasar KPR dan daya saing yang meningkat pada setiap perbankan syariah, karena bisnis KPR dianggap sebagai instrumen investasi yang menguntungkan serta daya beli masyarakat yang bertambah setiap tahunnya dalam produk KPR.

Dalam menghadapi persaingan tersebut, perbankan syariah harus memiliki strategi yang efektif untuk memasuki pasar tersebut. Salah satu strategi yang banyak digunakan adalah pemasaran. Strategi pemasaran mempunyai peran yang penting untuk mencapai keberhasilan, untuk itu perlu meninjaunya dari segi kemampuan perusahaan menyediakan produk dalam jumlah yang tepat seperti yang diminta konsumen, selain itu perlu juga di kaji dari segi harga, distribusi, iklan, dan promosi penjualan yang lain.⁴

Bank BRI Syariah Kantor Cabang (KC) Purwokerto merupakan salah satu bank dengan pembiayaan syariah memiliki produk pembiayaan salah satunya adalah pembiayaan kepemilikan rumah (KPR). Produk KPR BRI Syariah KC Purwokerto diberi nama KPR Faedah BRISyariah IB dan KPR Sejahtera BRISyariah IB, dimana KPR Faedah BRISyariah IB diperuntukan bagi masyarakat luas dan pemilihan rumah sesuai keinginan, sedangkan KPR sejahtera BRISyariah IB merupakan pembiayaan KPR bersubsidi sejahtera dengan prinsip syariah dengan dukungan fasilitas likuiditas pembiayaan perumahan (FLPP) dari Kementerian Perumahan Rakyat yang diperuntukan bagi masyarakat kecil berpenghasilan rendah

⁴Sukanto Reksohadiprodjo, *Manajemen Strategik*, Cet. Ke-1, (Yogyakarta: BPFE, 1987), hlm. 6

(MBR). BRI Syari'ah KC Purwokerto fokus menjadikan produk ini (KPR Sejahtera BRISyari'ah IB) sebagai produk yang saat ini bisa menjadi andalan, yang terbukti dengan di raihinya bank BRI syari'ah tersebut dimulai dari awal tahun 2013. Hal ini dikarenakan pembiayaan tersebut sangat mudah digunakan bagi masyarakat berpenghasilan dibawah Rp. 4 juta. Dan pada tahun 2013 tersebut bank BRI syari'ah penyalur KPR FLPP atau KPR Sejahtera terbesar ketiga.⁵

BRISyari'ah KC Purwokerto dalam memasarkan produk ini menggunakan beberapa pemilihan akad yang sudah disesuaikan dengan kebutuhan nasabah antara lain, dengan akad Jual Beli *murābahah*, dan akad sewa beli *Ijarāh Muntahiya Bittamlik (IMBT)*. Walaupun pada kenyataannya BRI syari'ah KC Purwokerto lebih banyak menggunakan akad pembiayaan *murābahah*.

Murābahah sebagai akad yang digunakan dalam pembiayaan KPR di BRI syari'ah KC Purwokerto adalah akad jual beli dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*margin*) yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Dalam definisinya disebut adanya "keuntungan yang disepakati", karakteristik *murābahah* adalah si penjual harus memberi tahu pembeli tentang harga pembelian barang dan menyatakan jumlah keuntungan yang ditambahkan pada biaya tersebut⁶

⁵Sri Esti Kadaryanti (*Consumer Financing Group Head* PT Bank BRI Syariah), <http://brisyariah.co.id/?q=kpr-brisyariah-ib> KPR Bersubsidi Sejahtera BRI Syariah, diakses pada tanggal 11 Februari 2017.

⁶Adiwarman Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, Edisi Ke-2, (Jakarta: Rajawali Pers Citra Niaga Buku Perguruan Tinggi, 1981), hlm, 103.

Penetapan pembiayaan *murābahah* dalam pembiayaan kepemilikan rumah (KPR) Sejahtera pada BRI syari'ah KC Purwokerto juga di lakukan oleh lembaga perbankan syari'ah lainnya, oleh karena itu diperlukan strategi pemasaran yang efektif untuk menarik minat konsumen serta mencapai keberhasilan yang telah ditentukan. Dengan begitu maka hal demikian penulis tertarik untuk melakukan penelitian untuk mengetahui strategi pemasaran pada produk KPR yang digunakan BRI Syari'ah KC Purwokerto dalam menghadapi persaingan dengan perbankan lainnya khususnya pada produk KPR Sejahtera BRISyariah iB.

Penulis mengangkat judul tersebut dalam tugas akhir dengan judul **"Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) Sejahtera BRISyari'ah IB Di BRI Syari'ah KC Purwokerto"**

B. Rumusan Masalah

Dengan memperhatikan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan yang akan diteliti dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimanaperumusanstrategipemasaranpembiayaankepemilikanrumah (KPR) sejahtera BRISyari'ah IB di BRI Syari'ah KC Purwokerto ?
2. Bagaimana implementasi strategi pemasaran pembiayaan kepemilikan rumah (KPR) sejahtera BRISyari'ahIB yang dilakukan BRI Syari'ah KC Purwokerto ?
3. Bagaimana evaluasi strategi pemasaran pembiayaan kepemilikan rumah (KPR) sejahtera BRISyari'ah IB di BRI Syari'ah KC Purwokerto ?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan pertanyaan-pertanyaan yang terdapat dalam rumusan masalah diatas, maka terdapat tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui perumusan strategi pemasaran pembiayaan kepemilikan rumah (KPR) sejahtera BRI Syari'ah IB yang terdapat di BRI Syari'ah KC Purwokerto.
2. Untuk mengetahui implementasi strategi pemasaran pembiayaan kepemilikan rumah (KPR) sejahtera BRI Syari'ah IB yang dilakukan BRI Syari'ah KC Purwokerto.
3. Untuk mengetahui evaluasi strategi pemasaran pembiayaan kepemilikan rumah (KPR) sejahtera BRI Syari'ah IB di BRI Syari'ah KC Purwokerto.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Akademik

Memberikan gambaran atau deskripsi sebagai wacana yang diharapkan dapat menambah dan memberikan wawasan keilmuan dari aspek perbankan syariah bagi IAIN Purwokerto.

2. Bagi Bank BRI Syari'ah

Untuk ikut serta dalam menyalurkan informasi bagi pihak manajemen bank sebagai bahan masukan dalam mengambil keputusan untuk kemajuan di masa mendatang.

3. Bagi Masyarakat

Sebagai bahan informasi bagi masyarakat untuk lebih bisa mengenal dan mengetahui wawasan tentang perbankan.

4. Bagi Penulis

Sebagai kontribusi pengetahuan dalam menerapkan teori-teori yang telah diperoleh selama perkuliahan. Dan untuk menambah ilmu pengetahuan di bidang ekonomi islam khususnya dalam bidang perbankan syariah, terkait dengan Strategi Pemasaran Pembiayaan KPR Sejahtera BRISyari'ah IB di BRI Syari'ah KC Purwokerto.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari terjadinya kekeliruan dan kesalahpahaman dalam menginterpretasikan judul dan memperjelas batas penelitian, terlebih dahulu dipertegasakan pengertian dan istilah-istilah yang terdapat dalam judul "**Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) Sejahtera BRISyari'ah IB Di BRI Syari'ah KC Purwokerto**".Maka penulis membuat batasan istilah sebagai berikut:

1. Strategi Pemasaran

Merupakan seleksi atas pasar sasaran, penentuan, posisi bersaing, dan pengembangan suatu *Marketing Mix*(bauran pemasaran) yang efektif untuk mencapai dan melayani nasabah-nasabah yang telah dipiih.⁷

⁷Murti Sumarni,*Manajemen Pemasaran Bank*, Edisi ke-5 Cet. Ke-1,(Yogyakarta: Penerbit Liberty Yogyakarta, 2002), hlm. 167.

2. KPR Sejahtera BRISyari'ah IB

Merupakan produk pembiayaan BRISyari'ah yang diperuntukan bagi masyarakat yang berpenghasilan dibawah maksimal Rp. 4 juta yang mempunyai impian untuk memiliki perumahan sebagai tempat tinggal.⁸

3. Bank BRI Syari'ah

Berawal dari akuisisi PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Terhadap bank jasa arta pada tanggal 19 desember 2007 dan berdasarkan izin Bank Indonesia tanggal 16 oktober 2008 melalui surat No. 10/67/KEP.GBI/DpG/2008, maka pada tanggal 17 november 2008 PT. Bank BRI Syari'ah secara resmi beroperasi sekaligus merubah kegiatan usahanya dari bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syari'ah Islam.

PT. Bank BRI Syari'ah (kantor pusat) teletak di Gd. BRI II Lt. 5 Jl. Jend. Sudirman Kav. 44-46 Jakarta. Sedangkan kantor cabang yang berada dipurwokerto terletak di Jl. Jend. Sudirman No. 393 ruko kranji megah tepatnya diperempatan palma sebelah Bank Mega. PT. BRI Syari'ah Purwokerto juga memiliki 4 kantor cabang pembantu yaitu kantor cabang Ajibarang yang berada di Jl. Raya Pancasan Rt 02 Rw 01 Banyumas, kantor cabang Purbalingga yang berada di Jl. MT. Haryono No. 45 Purbalingga, kantor cabang Cilacap yang berada di Jl. Ir. H. Djuanda ruko

⁸<http://www.brisyariah.co.id/> Diakses pada tanggal 11 Februari 2017, pukul 11.25.

djuanda blok A No. 07 Cilacap dan kantor cabang Kebumen yang berada di Jl. A. Yani. No. 37 Kebumen.⁹

Dengan demikian, maka yang di maksud dalam judul Tugas Akhir, yaitu strategi pemasaran pembiayaan kepemilikan rumah (KPR) sejahtera BRI Syari'ah KC Purwokerto adalah cara menentukan pasar sasaran, posisi bersaing dan pengembangannya dengan menggunakan *Marketing Mix* (bauran pemasaran), dalam produk pembiayaan (KPR sejahtera BRI syari'ah KC Purwokerto) untuk mencapai tujuan perusahaan dan melayani nasabah-nasabah yang telah dipilih.

F. Metode Penelitian

Metodelogi penelitian pada dasarnya merupakan suatu cara yang digunakan secara sistematis dan obyektif untuk mengkaji suatu masalah sehingga bisa menemukan, mengembangkan, dan menguji kebenaran suatu pengetahuan yang dilakukan dengan menggunakan metode-metode ilmiah.¹⁰

Metode penelitian ini terdiri dari:

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan dan penelitian kepustakaan. Dimana penelitian lapangan dilakukan di lokasi tempat PKL yaitu di Bank BRI Syari'ah KC Purwokerto untuk meneliti gejala obyektif yang terjadi di lokasi tersebut. Sedangkan penelitian kepustakaan ini

⁹Ibid, 11 Februari 2017.

¹⁰Aji Damanuri, *Metodologi Penelitian Mu'amalah*, (Yogyakarta: Penerbit Stain Po Press, 2010), hlm. 1.

dilakukan di perpustakaan untuk menganalisis data yang diajukan sebagai sumber rujukan untuk menyusun laporan ilmiah.

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

a. Lokasi

Penelitian ini dilakukan di Bank BRI Syari'ah KC Purwokerto yang berlokasi di Ruko Kranji Megah No. 393, Jl. Jendral Sudirman, Purwokerto Timur, Banyumas, Jawa Tengah, 53114.

b. Waktu

Penelitian ini akan dilakukan pada tanggal 09 Januari – 17 Februari 2017.

3. Subyek dan Obyek

Subyek penelitian ini adalah Bank BRI Syari'ah Kantor Cabang Purwokerto. Obyek penelitian ini adalah Strategi Pemasaran Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) Sejahtera BRISyari'ah IB Studi Kasus Di Bank BRI Syari'ah KC Purwokerto.

4. Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber data oleh penyidik dengan tujuan tertentu. Dalam hal ini diperoleh data dari Bank BRI Syariah KC Purwokerto mengenai bagaimana Strategi Pemasaran Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) Sejahtera BRISyari'ah IB yang dilakukan disana.

b. Sumber Data Sekunder

Merupakan data yang lebih dahulu dikumpulkan dan dilaporkan orang-orang diluar dari peneliti, walaupun itu sesungguhnya data asli, yaitu berkaitan dengan Strategi Pemasaran Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) Sejahtera BRISyari'ah IB, seperti himpunan fatwa dewan syariah nasional, dan wawancara yang dapat mendukung dan menguatkan data peneliti.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu kegiatan penelitian yang dilakukan dengan memilih data yang relevan dengan topik penelitian, melakukan pembahasan, menganalisis yang akhirnya mampu membuat kesimpulan yang berkaitan dengan hipotesis.

a. Metode Observasi¹¹

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan sesuatu obyek dengan sistematika fenomena yang diselidiki. Observasi dapat dilakukan sesaat ataupun mungkin dapat diulang. Oleh sebab itu observasi hendaknya dilakukan oleh orang yang tepat. Dalam observasi melibatkan 2 komponen yaitu si pelaku observasi yang lebih dikenal sebagai *observer* dan obyek yang diobservasi yang dikenal sebagai *observec*.

Jenis observasi berdasarkan atas cara pengamatan, observasi dibedakan menjadi dua :

¹¹Sukandarrumidi, *Metodologi Penelitian Petunjuk Praktis Untuk Peneliti Pemula*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2012), hlm. 69-74.

a. Observasi terstruktur

Penelitian diarahkan pada pemusatan perhatian pada tingkah laku tertentu sehingga dapat disusun pedoman tentang tingkah laku apa saja yang harus diamati. Diluar pedoman tersebut, kejadian lain tidak perlu diperhatikan.

b. Observasi tak terstruktur

Dalam hal ini peneliti tidak mempersiapkan catatan tentang tingkah laku tertentu apa saja yang harus diamati. Peneliti mengawasi arus peristiwa dan mencatatnya atau meringkasnya untuk kemudian dianalisis.

Metode ini untuk mendeskripsikan strategi pemasaran pembiayaan kepemilikan rumah (KPR) Sejahtera BRI Syari'ah IB Di Bank BRI Syari'ah KC Purwokerto.

b. Metode Interview

Interview atau wawancara yang terdiri atas sejumlah pertanyaan yang dipersiapkan oleh peneliti dan diajukan kepada seseorang mengenai topik penelitian secara tatap muka, dan peneliti merekam jawaban-jawaban yang diajukannya sendiri.¹²

Jenis metode interview di sini menggunakan interview tertulis, yaitu dengan memberikan pertanyaan dan jawaban tersebut ditulis kembali untuk dijadikan data interview. Salah satu data yang tersedia

¹²Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2011), hlm. 49-50.

adalah interview yang dilakukan dengan para marketinng KPR dan *manager marketing* BRISyari'ah KC Purwokerto.

Metode ini digunakan untuk mengetahui sebenarnya yang berkaitan dengan penelitian ini dari Bank BRI Syari'ah KC Purwokerto.

c. Metode Dokumentasi

Menurut Irawan (2000, 70), studi dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang ditujukan kepada subyek penelitian. Dokumen dapat berupa catatan pribadi, surat pribadi, buku harian, laporan kerja, rekaman kaset, rekaman video, foto dan lain sebagainya.¹³

6. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan deskriptif analisis dimana mendeskripsikan tentang masalah yang ada kemudian menganalisisnya dan dilakukan sebelum memasuki lapangan, selama dilapangan. Analisis data ini menjadi salah satu pegangan dalam penelitian. Metode ini digunakan penulis untuk mendeskripsikan data-data mengenai Strategi Pemasaran Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) Sejahtera BRISyari'ah IB Di Bank BRI Syari'ah KC Purwokerto.

¹³Sukandarrumidi, *Metodologi Penelitian Petunjuk Praktis Untuk Peneliti Pemula*, hlm. 100-101.

Metode deduktif adalah metode yang berangkat dari pengetahuan yang sifatnya umum, dan bertitik tolak pada pengetahuan umum dimana digunakan untuk menilai kejadian khusus.¹⁴

Metode ini digunakan untuk mengetahui bagaimana Strategi Pemasaran Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) Sejahtera BRISyari'ah IB di Bank BRI Syari'ah KC Purwokerto.



¹⁴Sutrisno Hadi, *Metode Research*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2000), hlm. 42.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Pengertian Strategi

Definisi dan konsep mengenai strategi sudah banyak di bahas, di antara definisi strategi antara lain:

- a. Keputusan yang diambil sekarang berkenaan dengan masa depan (bukan keputusan yang diambil di masa depan).
- b. Soal-soal terpenting mengenai alokasi sumberdaya, yang akan dapat menentukan keberhasilan perusahaan pada jangka lama.
- c. Sarana-sarana yang diperhitungkan, dengan mana perusahaan memanfaatkan sumberdayanya yaitu manusia, mesin-mesin dan modal untuk mencapai tujuan dalam keadaan yang paling menguntungkan.
- d. Keunggulan untuk bersaing yang memungkinkan perusahaan melayani kaum pelanggan secara lebih sempurna dari pada saingannya.
- e. Asas-asas umum, dengan dasar mana perusahaan berharap akan mengungguli para pesaingnya, yaitu sifat-sifat yang menarik bagi kaum pelanggan, dan pemanfaatan sempurna dari segala sumberdaya perusahaan.¹⁵

Sedangkan secara terminologi strategi menurut beberapa ahli, diantaranya yaitu :

¹⁵Philip Kotler, Keith Cox, *Manajemen dan Strategi Pemasaran*, Edisi Revisi, (Jakarta Pusat: Penerbit Erlangga, 1984), hlm. 49.

- a. Sukanto Reksohadiprodjo, menjelaskan bahwa strategi adalah pondasi tujuan organisasi, dalam hal “agribisnis” strategi di gariskan adalah *ekstensifikasi, intensifikasi, rehabilitasi, dan diverifikasi*.
- b. Onong Uchayana Efendi, menjelaskan mengenai strategi merupakan pada hakikatnya yaitu (*Planning dan Management*) untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya memberi arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.¹⁶Strategi bersifat melihat ke depan, dirancang untuk di capai beberapa tahun yang akan datang, dan didasarkan pada asumsi manajemen tentang berbagai peristiwa yang belum terjadi. Sedangkan tujuan strategi yaitu kekuatan-kekuatan sumber daya, kapabilitas, dan kompetensi inti internal untuk mencapai tujuan perusahaan dalam lingkungan persaingan.¹⁷

Dari penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan suatu rancangan peristiwa yang di susun dan ditentukan untuk mencapai tujuan perusahaan agar dapat berjalan dengan efektif dan efisien.

2. Pengertian Strategi Pemasaran dan Syari’ah Marketing

Dalam memasarkan produk bank syari’ah dan memantapkan posisi bank syari’ah sebagai salah satu upaya dalam strategi pemasaran diperlukan adanya tenaga pemasar yang harus pandai membaca situasi pasar sekarang dan di masa yang akan datang. Artinya, pemasar harus

¹⁶Onong Uchayana, *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*, Cet. Ke. 5, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 1990), hlm. 32.

¹⁷Michael A Hitt, *Manajemen Strategi Daya Saing dan Global*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hlm. 26

cepat tanggap dengan yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen. Disamping itu, tenaga pasar harus mampu mengkomunikasikan keberadaan dan kelebihan produk dibandingkan dengan produk lainnya dari pesaing. Produsen juga harus pandai menarik minat konsumen untuk terus membeli dan mengonsumsi produk yang ditawarkan melalui berbagai strategi.¹⁸

Pengertian pemasaran (*Marketing*) menurut Philip Kotler adalah suatu proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain.¹⁹

Sedangkan istilah pemasaran sendiri merupakan kegiatan manusia yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran.

Dapat dikatakan pula bahwa pemasaran terdiri dari serangkaian prinsip untuk memilih pasar sasaran (*target market*), mengevaluasi kebutuhan konsumen, mengembangkan barang dan jasa pemuas keinginan, memberikan nilai kepada konsumen dan laba bagi perusahaan.

Tujuan pemasaran adalah untuk memahami keinginan dan kebutuhan konsumen agar produk atau jasa sesuai bagi konsumen sehingga produk atau jasa tersebut dapat terjual dengan sendirinya.²⁰

¹⁸Kasmir, *Manajemen Perbankan*, hlm. 189

¹⁹Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran, Analisa, Perencanaan dan Implementasi*, (Jakarta: Salemba Empat, 1995), hlm. 8

²⁰Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank*, hlm. 6

Strategi pemasaran merupakan turunan dari strategi bisnis perusahaan. Secara umum, bisnis bank berorientasi pada *profit* (margin keuntungan), *growth* (pertumbuhan), dan *sustainability* (kesinambungan) yang tercemin dari perolehan laba, kenaikan aset yang berkualitas, dan peningkatan kualitas layanan secara berkelanjutan²¹.

Sedangkan strategi pemasaran dalam arti *syari'ah* merupakan sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan nilai (*value*) dari suatu *inisiator* kepada *stakeholders*-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam islam. Definisi tersebut atas didasarkan pada salah satu ketentuan dalam bisnis islami yang tertuang dalam kaidah fiqih yang mengatakan, “*al-muslimūna’alā syurūthihim illa syarthan harrama halālan aw ahalla harāman*” (kaum muslim terikat dengan kesepakatan-kesepakatan bisnis yang mereka buat, kecuali kesepakatan yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram).²²

Pemasaran memiliki elemen penting yang terdiri atas *strategy*, *tactic*, dan *value*. Strategi meliputi segmentasi (*segmentation*), penentuan target (*targeting*), dan pemosisian diri (*positioning*). Taktik yang harus dilakukan mencakup diferensiasi (*differentiation*), bauran pemasaran

²¹Ikatan Bankir Indonesia IBI, *Strategi Bisnis Bank Syariah*, (Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, 2015), hlm. 128

²²Hermawan Kartajaya, Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: Penerbit Mizan PT Mizan Pustaka Anggota IKAPI, 2008), hlm. 26-27

(*marketing mix*), dan penjualan (*selling*). Sedangkan ruang lingkup *value* adalah merek (*brand*), layanan (*service*), dan proses (*process*).²³

Perbankan merupakan industri jasa sehingga konsep pemasarannya lebih cenderung mengikuti konsep pemasaran untuk produk jasa. Sedangkan yang membedakan perbankan dengan industri jasa lainnya adalah banyaknya ketentuan dan peraturan yang mengikat (*high regulated*) karena bank merupakan lembaga kepercayaan (*trust company*). Dalam taktik pemasarannya, *marketing mix* (bauran pemasaran) juga merupakan salah satu taktik terpenting dalam pemasaran dan merupakan alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar strategi pemasaran dan *positioning* yang ditetapkan dapat berjalan sukses.

3. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Bauran pemasaran terdiri atas *product, price, promotion, place* (4P), yaitu:²⁴

a. *Product* (Produk)

Desain produk perbankan harus memperhatikan sistem, prosedur dan layanan yang disesuaikan dengan keinginan nasabah, adanya jaminan dari bank, dan dukungan teknologi serta peralatan yang memadai. Produk perbankan syariah bersumber dari akad dengan prinsip jual beli, berbagi hasil, serta sewa menyewa yang menghasilkan produk turunan salah satu diantaranya berupa

²³Ikatan Bankir Indonesia, *Strategi Bisnis Bank Syariah*, hlm. 128

²⁴Ibid, hlm. 130

pembiayaan *murābahah* (jual-beli), *Ijarāh Muntahiya Bittamlik* (sewa-menyewa yang berakhir dengan kepemilikan), dan lain sebagainya.

Tersedianya variasi akad, transparansi, prinsip suka sama suka, asas keadilan, saling menguntungkan, tidak merusak lingkungan, bebas spekulasi, terjalinnya hubungan kemitraan, dan tidak melanggar prinsip syariah merupakan nilai jual yang harus tercermin dari produk dan jasanya. Dalam dunia perbankan strategi produk yang dilakukan adalah harus diikuti dengan:

1) Penentuan logo dan moto

Logo merupakan ciri khas sebagai *corporate identity* bank, sedangkan moto merupakan rangkaian kata yang berisikan misi dan visi bank dalam melayani masyarakat.

2) Pembuatan merk

3) Produk atau jasa yang diberikan perlu diberi merk tertentu. Merk ini bahkan bisa menjadi *brand positioning* untuk produk atau jasa yang ditawarkan.

4) Pemilihan kemasan

Kemasan merupakan pembungkus produk. Dalam perbankan kemasan lebih diartikan sebagai bentuk layanan kepada nasabah.

5) Keputusan label

Label adalah sesuatu yang ditempelkan pada produk yang ditawarkan dan merupakan bagian dari kemasan, seperti pembiayaan KPR sejahtera untuk masyarakat menengah kebawah

dengan penghasilan kurang, maksimal Rp. 4 juta, dan mendapatkan perumahan yang layak huni dan sesuai keinginan.

b. Price (Harga)

Pengertian harga terhadap produk dan jasa bank syariah merupakan kontra prestasi dalam bentuk margin, bagi hasil, *fee* atau uang jasa (*ujrah*), jolah (*success fee*) untuk pembiayaan, penghimpunan dana, dan jasa yang di berikan. Penentuan biaya tidak boleh ditetapkan berdasarkan persentase nilai pembiayaan. Nasabah pembiayaan boleh dikenakan biaya penagihan sesuai dengan ongkos yang dikeluarkan oleh bank. Nasabah bisa dikenai denda oleh pihak bank syariah agar nasabah disiplin dalam melakukan kewajibannya.

Bank syari'ah tidak dibenarkan mengubah nisbah atau margin secara sepihak dan dapat memberikan potongan harga bagi nasabah pembiayaan yang memiliki riwayat pembayaran baik atau ingin mempercepat pelunasan, namun tidak diperjanjikan pada awal akad.

c. Promotion (Promosi)

Kegiatan promosi produk dan jasa bank lebih banyak dilakukan lewat media massa cetak dan audiovisual, seperti majalah, surat kabar, dan televisi. Konsepnya berupa *advertising*, *sales promotion*, *public relation*, *sales training*, serta *marketing research* dan *development*. Selain itu, layanan yang optimal dapat pula menghasilkan promosi yang efektif lewat *word of mouth* (mulut ke mulut).

Promosi bertujuan menginformasikan kehadiran produk baru, *brand awareness*, ataupun mempertahankan penjualan produk. Sarana promosi yang biasa digunakan oleh bank adalah periklanan, promosi penjualan, publisitas, serta penjualan pribadi.

d. Place (Tempat)

Saat ini saluran distribusi produk dan jasa bank lebih didominasi jaringan kantor meski didukung oleh *ATM, internet banking, phone banking, mobile banking*, serta lewat *outlet* pihak ketiga seperti kantor pos. Misalkan, penentuan lokasi kantor, *ATM*, harus berada di titik keramaian, seperti perumahan, perkantoran, kawasan industri, pusat perbelanjaan, dan kawasan pendidikan. Terdapat dalam laporan dari Majalah *Service Excellence* edisi 02/IV/2014 menyajikan data bahwa di Indonesia kebanyakan orang masih berkunjung ke kantor untuk mendapatkan informasi seputar produk bank (77,6%).

B. Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) Sejahtera

1. Pengertian KPR Syariah dan KPR Sejahtera Syariah

KPR syariah merupakan salah satu produk pembiayaan bank syariah yang membiayai kebutuhan nasabah dalam hal pengadaan rumah tinggal (konsumtif), baik baru maupun bekas. Nasabah dapat mengangsur pembayarannya dengan jumlah angsuran yang tidak akan berubah selama masa perjanjian.²⁵

²⁵Wawancara Meydi Aris (Manager Marketing) BRI Syariah Purwokerto, pada tanggal 17 Februari 2017

KPR syari'ah memiliki beberapa alternatif pilihan akad yang akan digunakan sesuai dengan kebutuhan nasabah diantaranya: akad *murābahah*, akad *ijarāh muntahiya bittamlik* (IMBT). Tetapi diantara akad-akad tersebut, akad yang sering dipakai dalam perjanjian KPR disini adalah akad *murābahah* (Jual Beli).

Harga jual rumah ditetapkan di awal ketika nasabah menandatangani perjanjian pembiayaan jual beli rumah, dengan angsuran tetap hingga jatuh tempo pembiayaan. Dengan adanya kepastian jumlah angsuran bulanan yang harus dibayar sampai masa angsuran selesai.²⁶

Sedangkan arti dari KPR sejahtera merupakan pembiayaan kepemilikan rumah KPR bersubsidi sejahtera dengan prinsip syari'ah dengan dukungan fasilitas likuiditas pembiayaan perumahan (FLPP) Kementerian Perumahan Rakyat yang diperuntukan bagi masyarakat kecilyang berpenghasilan rendah. Hadirnya (KPR bersubsidi sejahtera) ini memberikan pilihan bagi masyarakat muslim untuk mendapatkan KPR bersubsidi sejahtera FLPP dengan cara yang syar'i yaitu berupa pilihan perumahan yang diinginkan.²⁷

2. Manfaat KPR Sejahtera

Keuntungan nasabah yang diperoleh dari KPR sejahtera, sebagai berikut:

- a. Nasabah tidak harus menyediakan dana secara tunai untuk membeli rumah/perumahan. Nasabah cukup menyediakan uang muka.

²⁶Wawancara Meydi Aris, pada tanggal 17 Februari 2017.

²⁷<http://www.BRISyariah.co.id/?q=kpr-brisyariah-ib> KPR Bersubsidi Sejahtera BRI Syariah, diakses pada tanggal 19 Maret 2017, pukul 11.43.

b. Skim pembiayaan adalah jual beli (murābahah), adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (margin) yang disepakati oleh bank dan nasabah (fixed margin).

- 1) Cicilan tetap dan meringankan selama jangka waktu, serta tidak ada unsur spekulatif.
- 2) Pembayaran angsuran sampai jatuh tempo adalah tetap sampai akhir pembayaran.
- 3) Bebas pinalti untuk pelunasan sebelum jatuh tempo.²⁸

3. Persyaratan Umum KPR Sejahtera

Persyaratan umum KPR sejahtera, yaitu:²⁹

Tabel 2.1
Persyaratan KPR Sejahtera

Dokumen (FC)	Pegawai	Pengusaha	Profesional
Kartu Identitas (KTP) Pemohon dan Pasangan (kalau sudah menikah).	✓	✓	✓
NPWP Pribadi.	✓	✓	✓
SPT PPH 21 atau surat pernyataan bahwa penghasilan pokok yang bersangkutan tidak melebihi batas penghasilan pokok yang dipersyaratkan.	✓	✓	✓
Akta Nikah/Akta Cerai.	✓	✓	✓
Kartu Keluarga (KK).	✓	✓	✓
Slip Gaji atau Surat Keterangan Penghasilan 3 bulan.	✓		
Rekening Tabungan 6 Bulan Terakhir.	✓	✓	✓
Surat Keterangan Bekerja (SK Kerja Terakhir).	✓		
Sertifikat IMB, dan PBB	✓	✓	✓
Pas Foto Pemohon dan Pasangan.	✓	✓	✓
Ijin Usaha		✓	
Surat Ijin Praktek			✓

²⁸<http://affgani.wordpress.com/ekonomi-islam/pembiayaan-bank-syariah-kpr-syariah/>, diakses pada tanggal 19 Maret 2017, pukul 11.56

²⁹“Dokumen Pembiayaan KPR Sejahtera”, ditulis pada tanggal 20 Maret 2017.

Pada penjelasan diatas dapat diketahui bahwa hal terpenting dalam pengajuan pembiayaan KPR sejahtera yaitu nasabah harus menyerahkan SPT PPH 21 atau surat pernyataan bahwa penghasilan pokok yang bersangkutan tidak melebihi batas penghasilan pokok yang dipersyaratkan. Karena KPR sejahtera merupakan KPR yang dibiayai oleh pemerintah dimana penghasilan pokok sudah ditentukan yaitu dibawah Rp. 4 juta. Inilah letak perbedaan KPR sejahtera dengan KPR syari'ah yang lain.

4. Akad-akad KPR Sejahtera

a. Akad *murābahah*

Akad *murābahah* merupakan jual beli suatu barang dengan pembayaran ditangguhkan. Maksudnya, pembeli baru membayar pada waktu jatuh tempo dengan harga jual sebesar harga pokok ditambah keuntungan yang disepakati.³⁰ Pembiayaan *murābahah* dalam praktik di perbankan syari'ah merupakan produk yang paling banyak diminati oleh nasabah, khususnya pembiayaan *murābahah* untuk pengadaan barang-barang konsumsi.

Secara hukum yang menjadi jaminan dalam pembiayaan *murābahah* adalah barang yang menjadi obyek pembiayaan tersebut. Artinya jika nasabah berhenti membayar, maka bank selain dapat melakukan *revitalisasi* pembiayaan melalui *restructuring*, *reschedulling*, dan *reconditioning* sebagai langkah pertama (*first way out*), juga dapat melakukan eksekusi jaminan yang ada sebagai langkah kedua (*second*

³⁰Hertanto Widodo, *Panduan Praktis Operasional Baitul Mal Wat Tamwil*, (Bandung: Penerbit Mizan Anggota IKAPI, 1999), hlm. 49

way out). Disamping itu bank juga dapat meminta agunan tambahan kepada nasabah dalam bentuk jaminan yang dapat dipegang agar nasabah serius dengan pesannya.³¹

Karakteristik *murābahah* adalah si penjual harus memberi tahu pembeli tentang harga pembelian barang dan menyatakan jumlah keuntungan yang ditambah pada biaya tersebut. Dalam perkembangannya, pada tahun 2005 Bank Indonesia sebagai pemegang otoritas di bidang perbankan mengeluarkan PBI No.7/46/PBI/2005 tentang akad penghimpunan dan penyaluran dana bagi bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syari'ah. *Murābahah* sebagai produk pembiayaan bank syari'ah diatur dalam pasal 9 PBI, yang mana syarat-syarat dari suatu pembiayaan *murābahah* adalah sebagai berikut:³²

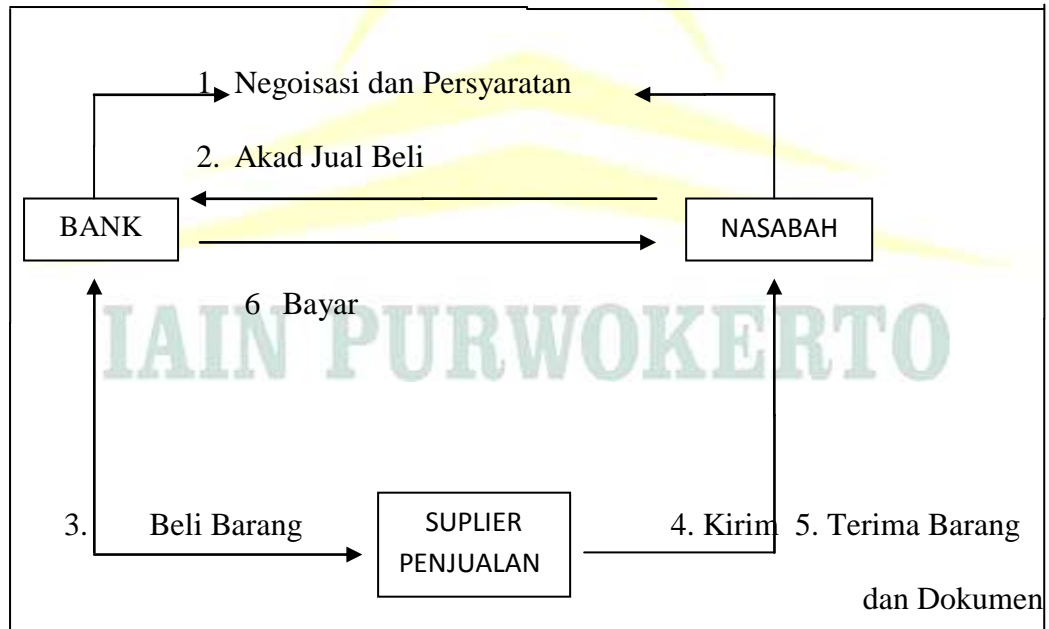
- a) Bank menyediakan dana pembiayaan berdasarkan perjanjian berdasarkan jual beli barang.
- b) Jangka waktu pembayaran harga barang oleh nasabah kepada bank ditentukan berdasarkan kesepakatan bank dan nasabah.
- c) Bank dapat membiayai sebagian atau seluruh harga pembelian barang yang telah disepakati kualifikasinya.
- d) Dalam hal bank mewakilkan kepada nasabah (*wakalah*) untuk membeli barang, maka akad *murābahah* harus dilakukan setelah barang secara prinsip menjadi milik bank.

³¹Abdul Ghofur Anshori, *Kapita Selektia Perbankan Syariah Di Indonesia*, (Yogyakarta: UII Press, 2008), hlm. 38

³²Ibid, hlm. 37

- e) Bank dapat meminta nasabah untuk membayar uang muka (*urbun*) saat menandatangani kesepakatan awal pemesanan barang oleh nasabah.
- f) Bank dapat meminta nasabah untuk menyediakan agunan tambahan selain barang yang dibiayai bank.
- g) Kesepakatan margin harus ditentukan satu kali pada awal akad dan tidak berubah selama periode akad.
- h) Angsuran pembiayaan selama periode akad harus dilakukan secara proporsional.

Gambar: 2.1
Skema Murābahah



(Sumber: Skema *Murābahah*, M. Safi'i Antonio.)

b. Akad *Ijarāh Muntahiya Bi al-Tamlik*(IMBT)

Sewa-menyewa merupakan jenis akad atau perjanjian yang dikenal dalam Islam. Obyek dari perjanjian sewa adalah sewa manfaat atas suatu barang dan uang sewa. Keduanya merupakan unsur *esensialia* yang harus ada dalam perjanjian sewa-menyewa.³³

Bank Indonesia sebagai pemegang otoritas di bidang perbankan, pada tahun 2006 juga telah mengeluarkan PBI No. 7/46/PBI/2005 tentang akad penghimpunan dan penyaluran dan bagi bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah. PBI ini mengatur secara teknis mengenai syarat minimal yang wajib dipenuhi oleh bank dalam memberikan pembiayaan, termasuk pembiayaan berdasarkan akad *ijarāh muntahiya bi al-tamlik*(IMBT).³⁴

Terlebih dahulu membahas tentang arti *ijarāh* atau sewa murni adalah transaksi sewa menyewa atas suatu barang dan atau upah mengupah atas suatu jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa atau imbalan jasa.³⁵

Fatwa Dewan Syariah Nasional No: 09/DSN-MUI/IV/2000 tentang pembiayaan *ijarāh*. Menimbang, mengingat, memperhatikan, memutuskan, menetapkan fatwa tentang Pembiayaan *ijarāh* :³⁶

1) Rukun dan Syarat *Ijarāh*:

³³ Abdul Ghofur Anshori, *Kapita Selekta Perbankan Syariah Di Indonesia*, (Yogyakarta: UII Press, 2008), hlm.54

³⁴ Ibid, hlm. 54

³⁵ Ibid, hlm. 54-55

³⁶ Zainudin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: Penerbit Sinar Grafika, 2010), hlm. 255-256

- a. Sighat *ijarāh*, yaitu *Ijab* dan *Qabul*.
 - b. Pemberi Sewa/Pemberi Jasa dan Penyewa/Pengguna Jasa.
 - c. Objek akad *ijarāh*:
 - Manfaat barang dan sewa, atau
 - Manfaat jasa dan upah.
- 2) Ketentuan Objek *ijarāh* :
- a. Objek *ijarāh* adalah manfaat dari penggunaan barang dan atau jasa.
 - b. Manfaat barang harus dapat dinilai dan dapat dilaksanakan dalam kontrak dan harus bersifat dibolehkan.
 - c. Spesifikasi manfaat harus dinyatakan dengan jelas, termasuk jangka waktunya.
 - d. Sewa atau upah merupakan sesuatu yang dijanjikan dan dibayar nasabah kepada LKS sebagai pembayaran manfaat.
 - e. Pembayaran sewa atau upah dapat berupa jasa dari jenis yang sama dengan objek kontrak.
 - f. Ketentuan dalam menentukan sewa atau upah dapat diwujudkan dalam ukuran waktu, tempat, dan jarak.
- 3) Kewajiban LKS dan Nasabah dalam Pembiayaan *ijarāh*:
- a. Kewajiban LKS sebagai pemberi manfaat barang atau jasa;
 - b. Kewajiban nasabah sebagai penerima manfaat barang atau jasa.
- 4) Jika salah satu pihak tidak menunaikan kewajibannya maka penyelesaiannya dilakukan melalui badan *Arbitrasi* setelah tidak tercapai kesepakatan.

Akad *ijarāh muntahiya bial-tamlik*(IMBT) merupakan kombinasi antara sewa-menyewa (*ijarāh*) dan jual beli atau hibah diakhir masa sewa. Jika dalam pembiayaan *ijarāh* objeknya adalah manfaat atas suatu barang, maka IMBT disamping nasabah berhak atas manfaat dari suatu barang modal juga memiliki hak opsi untuk memiliki barang yang bersangkutan di akhir masa sewa.³⁷

Dalam Fatwa DSN-MUI No: 27/DSN-MUI/III/2002 tentang *al-ijarāh al-muntahiya bi al-tamlik* mengatur mengenai tiga hal, yaitu ketentuan umum, ketentuan tentang *al-ijarāh al-muntahiya bi al-tamlik* dan ketentuan mengenai penyelesaian sengketa. Adapun ketentuan umumnya yaitu:³⁸

- 1) Semua rukun dan syarat yang berlaku dalam akad *ijarāh* (Fatwa DSN No: 09/DSN-MUI/IV/2000) berlaku pula dalam akad *al-ijarāh al-muntahiya bi al-tamlik*,
- 2) Perjanjian untuk melakukan akad *al-ijarāh al-muntahiya bi al-tamlik* harus disepakati ketika akad *ijarāh* ditandatangani.
- 3) Hak dan kewajiban setiap pihak harus dijelaskan dalam akad.

Kemudian ketentuan mengenai *al-ijarāh al-muntahiya bi al-tamlik* yang tertuang dalam fatwa adalah sebagai berikut:

1. Pihak yang melakukan *al-ijarāh al-muntahiya bi al-tamlik* harus melaksanakan akad *ijarāh* terlebih dahulu. Akad pemindahan

³⁷ Abdul Ghofur Anshori, *Kapita Selekta Perbankan Syariah Di Indonesia*, (Yogyakarta: UII Press, 2008), hlm.56

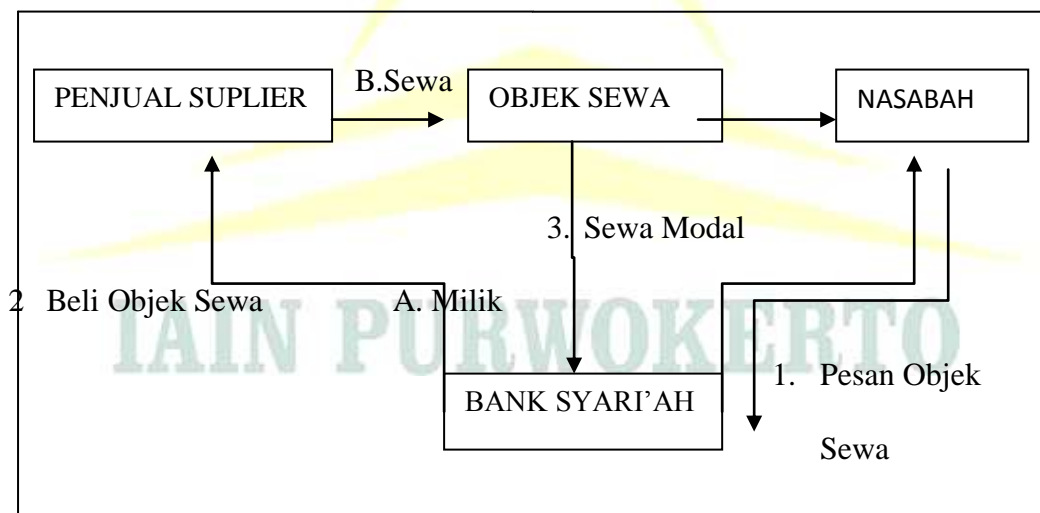
³⁸ Ibid, hlm. 56

kepemilikan, baik dengan jual beli atau pemberian, hanya dapat dilakukan setelah masa *ijarah* selesai.

2. Janji pemindahan kepemilikan yang disepakati diawal akad *ijarah* adalah *wa'ad*, yang hukumnya tidak mengikat. Apabila janji itu ingin dilaksanakan, maka harus ada pemindahan kepemilikan yang dilakukan setelah masa *ijarah* selesai.

Dalam hal salah satu pihak tidak menunaikan kewajibannya atau jika terjadi perselisihan diantara para pihak, maka penyelesaiannya dilakukan melalui badan *arbitrase* syari'ah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.

Gambar: 2.2
Skema *Ijarah Muntahiya Bit Tamlik* (IMBT)



(Sumber: Skema *Ijarah Muntahiya Bit Tamlik*, M. Syafi'i Antonio)

Dari penjelasan di atas, maka KPR sejahtera dapat dilakukan melalui berbagai macam akad yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, tetapi banyak akad KPR sejahtera yang ditawarkan oleh bank syari'ah

adalah akad *murābahah* yaitu jual beli barang dengan harga asli dengan tambahan *margin* atau keuntungan yang disepakati.

C. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dapat digunakan sebagai salah satu acuan atau bahan ajar dalam penyusunan penelitian sekarang/baru, penelitian tersebut bisa dituangkan dalam bentuk jurnal, buku, tugas akhir, skripsi dan bentuk lainnya. Untuk menambah wawasan dan menggali informasi serta menjadi salah satu bahan acuan dalam penulisan tugas akhir ini, penulis melakukan pembelajaran terhadap penelitian-penelitian terdahulu yang sejenis, yaitu berupa laporan tugas akhir, antara lain:

Laporan tugas akhir pertama yang disusun oleh Rindi Antika, program studi Muamalat (Ekonomi Islam), Fakultas Syari'ah dan Hukum, dari UIN Syarif Hidayatullah Jakarta 2012, yang berjudul "Efektifitas Strategi Pemasaran Produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Bank Syari'ah Mandiri Cabang Bintaro". Dalam Skripsi tersebut penulis membahas tentang strategi perusahaan dalam memasarkan produk (KPR), dengan efektifitas pemasaran yang di lakukan pada produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR), dan menganalisis perkembangan produk (KPR) tersebut. Letak perbedaannya yaitu, penulis membahas tentang strategi pemasaran KPR yang di gunakan BRI Syari'ah serta implementasi dan evaluasi yang dilakukan oleh BRI Syari'ah, penulis tidak membahas tentang efektifitas dan perkembangan pada KPR tersebut.

Laporan tugas akhir yang kedua, disusun oleh Ahmad Syukri, Program Studi Muamalat (Ekonomi Islam), Fakultas Syari'ah dan Hukum, dari UIN Syarif Hidayatullah Jakarta 2012, dengan judul "Analisis Produk Pembiayaan Kepemilikan Rumah BNI IB Griya Hasanah". Dalam skripsi tersebut penulis membahas tentang mekanisme pembiayaan KPR BNI IB Griya Hasanah, analisis strength, weaknes, opportunity dan threat (SWOT) serta ancangan strategi untuk dapat meningkatkan pembiayaan KPR BNI Griya Hasanah. Letak perbedaannya yaitu, penulis membahas tentang perumusan strategi pemasaran KPR BRI Syari'ah serta implementasi dan evaluasinya, penulis tidak membahas mengenai mekanisme pembiayaan KPR BRI Syariah dan tidak menggunakan analisis SWOT dalam pembiayaan KPR di BRI Syari'ah.

Laporan tugas akhir yang ketiga, disusun oleh Yuyun Welasiningsih, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dari IAIN Purwokerto 2016, dengan judul "Strategi *Promotional Mix* Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Pembiayaan Musyarakah Mutanaqisah Pada Produk KPR Muamalat IB". Dalam tugas akhir tersebut, penulis membahas tentang strategi promosi bauran pemasaran pada akad musyarakah mutanaqisah pada produk Muamalat IB. Letak perbedaannya, penulis membahas strategi pemasaran yang dilakukan BRI Syari'ah, implementasi yang diterapkan, dan evaluasi yang dilakukan pada perusahaan tersebut, penulis tidak membahas tentang strategi peningkatan jumlah nasabah pada produk

KPR, penulis juga tidak membahas pembiayaan musyarakah mutanaqisah melainkan pembiayaan murabahah.

Laporan tugas akhir keempat, disusun oleh Marsinah, Program Studi Manajemen Perbankan Syari'ah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dari IAIN Purwokerto 2016, dengan judul "Strategi Marketing Pembiayaan Griya BSM Dalam Upaya Pencapaian Target di PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Tegal". Dalam tugas akhir tersebut, penulis membahas tentang strategi pencapaian target pada produk griya BSM yang dilakukan di BSM Cabang Tegal dan membahas tentang faktor pendukung dan penghambat dalam pemasaran produk pembiayaan griya BSM tersebut. Dimana strategi marketing pembiayaan yang penulis pakai tidak menggunakan bauran pemasaran melainkan dengan cara *door to door* dan dengan media elektronik lainnya. Letak perbedaannya yaitu, penulis membahas tentang strategi pemasaran KPR BRI Syari'ah dengan menggunakan bauran pemasaran, implementasi yang dilakukan di BRI Syari'ah dan evaluasi yang ada di perusahaan tersebut, penulis tidak membahas tentang apa saja faktor pendukung dan penghambat yang ada didalam pemasaran produk KPR.

Secara umum persamaan penelitian-penelitian terdahulu dan penelitian sekarang adalah pada pembahasannya yaitu, membahas tentang strategi pemasaran. Sedangkan perbedaannya adalah terletak pada objek penelitian dan tempat penelitian.

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

Nama	Judul	Penelitian Terdahulu	Penelitian Sekarang
Rindi Antika, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2012.	Efektifitas Strategi Pemasaran Produk KPR Bank Syariah Mandiri Cabang Bintaro.	Membahas strategi perusahaan dalam memasarkan produk KPR, efektivitas pemasaran dan analisis perkembangan produk KPR.	Penulis membahas perumusan strategi pemasaran, implementasi strategi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan dan evaluasinya. Penulis tidak membahas efektivitasnya.
Ahmad Syukri, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2012.	Analisis Produk Pembiayaan Kepemilikan Rumah BNI iB Griya Hasanah.	Membahas tentang mekanisme pembiayaan KPR, analisis SWOT, serta strategi meningkatkan pembiayaan KPR	Penulis membahas strategi pemasaran, implementasi, serta evaluasinya. Penulis tidak membahas mekanisme pembiayaan KPR.
Yyun Welasingsih, IAIN Purwokerto, 2016.	Strategi <i>Promotional Mix</i> Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Pembiayaan <i>Musyarakah Mutanaqisah</i> Pada Produk KPR Muamalat IB.	Membahas tentang strategi promosi bauran pemasaran untuk meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan <i>musyarakah mutanaqisah</i> pada produk KPR Muamalat.	Penulis membahas strategi pemasaran yang dilakukan BRI Syari'ah, implementasi yang diterapkan, dan evaluasinya, penulis tidak membahas pembiayaan <i>musyarakah mutanaqisah</i> melainkan pembiayaan <i>murabahah</i> .
Marsinah, IAIN Purwokerto, 2016.	Strategi Marketing Pembiayaan Griya BSM Dalam Upaya Pencapaian Target di PT. Bank Syariah Mandiri	Membahas tentang strategi pencapaian target pada produk Griya BSM yang dilakukan di BSM Cabang Tegal dan membahas tentang faktor pendukung dan penghambat dalam	Penulis membahas tentang strategi pemasaran KPR BRI Syari'ah dengan menggunakan bauran pemasaran, implementasi yang dilakukan di BRI Syari'ah dan evaluasi

	Cabang Tegal.	pemasaran produk pembiayaan griya BSM tersebut.	yang ada di perusahaan tersebut, penulis tidak membahas tentang apa saja faktor pendukung dan penghambat yang ada didalam pemasaran produk KPR.
--	---------------	---	---



BAB III

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. GAMBARAN UMUM

1. Sejarah Singkat Bank BRI Syariah Kantor Cabang Purwokerto³⁹

Berawal dari akuisisi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk, terhadap Bank Jasa Arta pada 19 Desember 2007 dan setelah mendapatkan izin dari Bank Indonesia pada 16 Oktober 2008 melalui suratnya No.10/67/KEP.GBI/DpG/2008, maka pada tanggal 17 November 2008 PT. Bank BRI Syariah secara resmi beroperasi. Kemudian PT. Bank BRI Syari'ah merubah kegiatan usaha yang semula beroperasi secara konvensional, kemudian diubah menjadi kegiatan perbankan berdasarkan prinsip syariah islam.

Dua tahun lebih PT. Bank BRI Syari'ah di tengah-tengah industri perbankan nasional dipertegas oleh makna pendar cahaya yang mengikuti logo perusahaan. Logo ini menggambarkan keinginan dan tuntunan masyarakat terhadap sebuah bank modern sekelas PT. Bank BRI Syari'ah yang mampu melayani dalam kehidupan modern. Kombinasi warna yang digunakan merupakan turunan dari warna biru dan putih sebagai benang merah dengan brand PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk,. Aktifitas PT. Bank BRI Syariah semakin kokoh setelah pada 19 Desember 2008 ditandatangani akta pemisahan Unit Usaha

³⁹<http://www.brisyariah.co.id/sejarah-brisyariah>, diakses pada tanggal 11 Februari 2017, pukul 11. 15.

Syari'ah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk, untuk melebur ke dalam PT. Bank BRI Syari'ah (*proses spin off*-) yang berlaku efektif pada tanggal 1 Januari 2009. Penandatanganan dilakukan oleh Bapak Sofyan Basir selaku Direktur Utama PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk, dan Bapak Ventje Rahardjo selaku Direktur Utama PT. Bank BRI Syari'ah.

Saat ini PT. Bank BRI Syari'ah menjadi bank syari'ah ke tiga terbesar berdasarkan aset. PT. Bank BRI Syari'ah tumbuh dengan pesat baik dari sisi aset, jumlah pembiayaan dan perolehan dana pihak ketiga. Dengan berfokus pada segmen menengah bawah. PT. Bank BRI Syari'ah menargetkan menjadi bank ritel *modern* terkemuka dengan berbagai ragam produk dan layanan perbankan. Sesuai dengan visinya, saat ini PT. Bank BRI Syari'ah merintis sinergi dengan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk, dengan memanfaatkan jaringan kerja PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk, sebagai Kantor Layanan Syari'ah dalam mengembangkan bisnis yang berfokus kepada kegiatan penghimpunan dana masyarakat dan kegiatan konsumen berdasarkan prinsip Syari'ah.⁴⁰

PT. BANK BRI SYARI'AH (Kantor Pusat) terletak di Gd. BRI II Lt. 5. Jend. Sudirman Kav. 44 – 46 Jakarta. Sedangkan kantor cabang yang berada di Purwokerto terletak di JL. Jendral Sudirman No. 393 Ruko Kranji Megah tepatnya di Perempatan Palma sebelah Bank Mega. PT. BRI Syariah Purwokerto juga mempunyai 4 Kantor Cabang Pembantu, 2

⁴⁰Ibid, tanggal 11 Februari 2017.

Outlate dan 1 KLS yaitu Kantor Cabang Pembantu Ajibarang yang berada di JL.Raya Pancasan RT 02 RW 01 Banyumas, Kantor Cabang Pembantu Purbalingga yang berada di JL.MT.Haryono No. 45 Purbalingga, Kantor Cabang Pembantu Cilacap yang berada di JL.Ir. H. Djuanda Ruko Djuanda Blok A. No. 07 Cilacap dan Kantor Cabang Pembantu Kebumen yang berada di JL. A. Yani No. 37 Kebumen, Outlate Banjarnegara JL. K. H. A. Salim kota Banjarnegara 53451, Outlate Gombong JL. Yos Sudarso Timur No. 165 Wero Kecamatan Gombong Kabupaten Gombong dan Kantor Layanan Syariah di Al-Irsyad JL. Prof. Dr. Soeharso (Komplek Gor Satria Purwokerto).⁴¹

2. Visi, Misi, Motto dan Tujuan Bank BRI Syariah KC Purwokerto

Visi, Misi, Motto dan Tujuan⁴²

a. Visi :

Menjadi bank ritel *modernterkemuka* dengan ragam layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna.

b. Misi :

- Memahami keragaman individu dan mengakomodasi beragam kebutuhan finansial nasabah.
- Menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

⁴¹Sandy_rheza_pribadi_strategi_pemasaran.pdf, diakses pada tanggal 11 Februari 2017

⁴²<http://www.BRIsyariah.co.id/> di akses pada tanggal 19 Maret 2017, pukul 10.30.

- Menyediakan akses ternyaman melalui berbagai sarana kapan pun dan dimana pun.
- Memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan menghadirkan ketentraman pikiran.

c. Motto :

Motto dari BRI Syariah adalah “Bersama Wujudkan Harapan Bersama”

d. Tujuan :

Tujuan didirikannya Bank BRI Syari'ah KC Purwokerto adalah merupakan wujud kepedulian terhadap perekonomian masyarakat Purwokerto pada umumnya dan masyarakat yang beragama islam khususnya. Untuk mencapai harapan tersebut usaha-usaha yang dilakukan diantaranya dengan memberikan jasa penyimpanan dan jasa pembiayaan, kedua usaha tersebut terealisasi dalam berbagai produk simpanan dan pembiayaan yang ditawarkan kepada masyarakat. Diantara produk-produk yang ditawarkan adalah tabungan wadi'ah, tabungan mudharābah, tabungan impian, deposito berjangka, pembiayaan murābahah, gadai emas, dan yang lainnya.

Seiring dengan perkembangannya, sekarang ini Bank BRI Syari'ah KC Purwokerto mempunyai 4 Kantor Cabang Pembantu yaitu Kantor Cabang Pembantu Ajibarang yang berada di JL.Raya Pancasan RT 02 RW 01 Banyumas, Kantor Cabang Pembantu Purbalingga yang

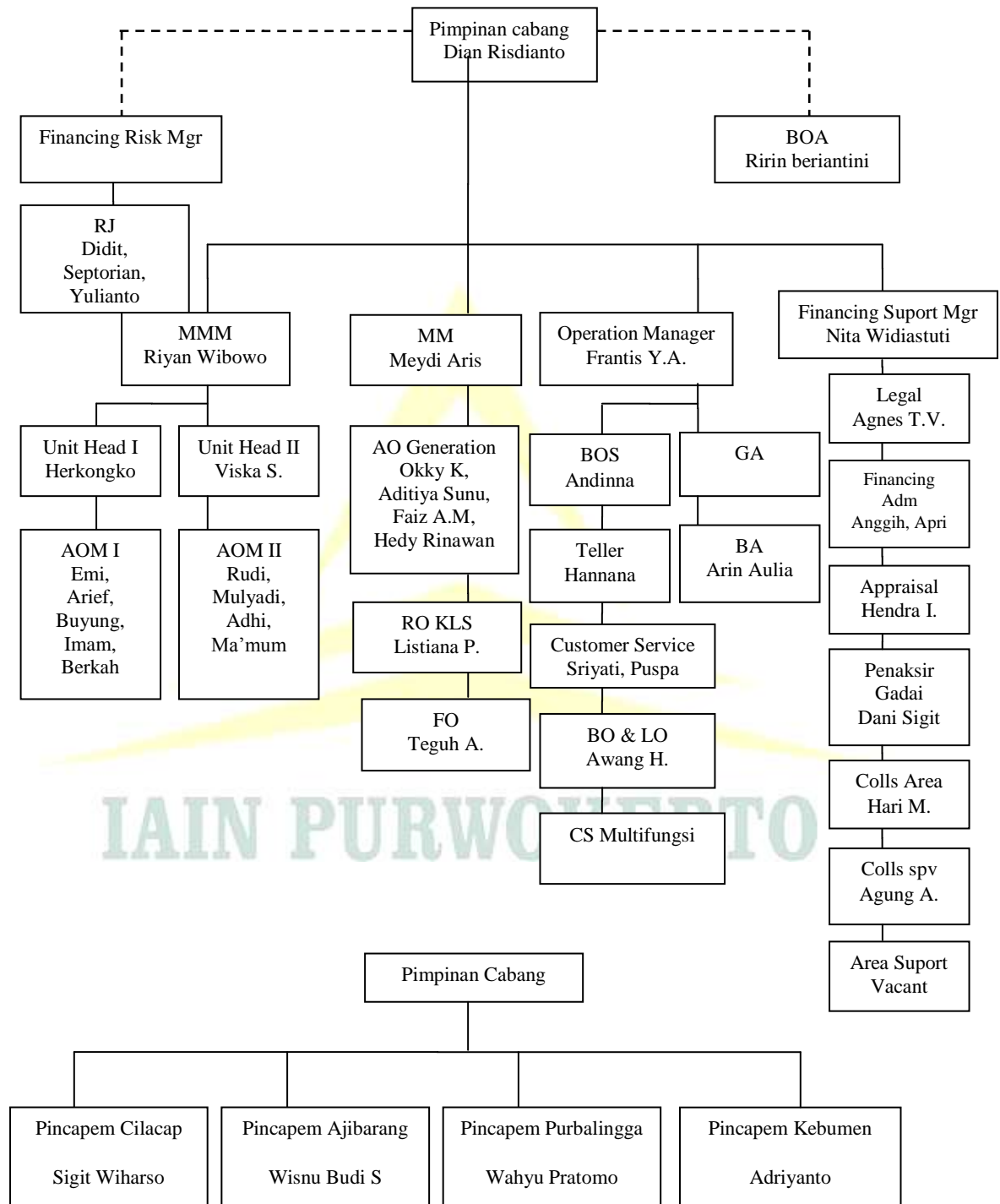
berada di JL.MT.Haryono No. 45 Purbalingga, Kantor Cabang Pembantu Cilacap yang berada di JL. Ir. H. Djuanda Ruko Djuanda Blok A No. 07 Cilacap dan Kantor Cabang Pembantu Kebumen yang berada di JL. A. Yani No. 37 Kebumen. Serta Outlate Banjarnegara yang berada di JL. K. H. A. Salim kota Banjarnegara kecamatan Banjarnegara kabupaten Banjarnegara 53451, Outlate Gombong yang berada di JL. Yos Sudarso Timur No. 165 Wero, Kecamatan Gombong Kabupaten Kebumen 54416, KPK (Kantor Pelayanan Kas) Al-Irsyad Purwokerto (SMP dan SMA) yang berada di JL. Prof. Dr. Soeharso (Komplek GOR Satria).⁴³Hal ini dilakukan untuk mempermudah kerjasama dan memudahkan masyarakat yang membutuhkan jasa Bank BRI Syari'ah KC Purwokerto, dari beberapa penjelasan tersebut, dapat kita pahami secara singkat sejarah pendirian Bank BRI Syari'ah KC Purwokerto.

IAIN PURWOKERTO

⁴³Dian Risdianto, PINCA BRI Syariah KC Purwokerto, pada tanggal 15 Februari 2017

3. Struktur Organisasi Bank BRI Syari'ah KC Purwokerto⁴⁴

Gambar 1.3
Struktur Organisasi BRI Syari'ah KC Purwokerto



⁴⁴Wawancara Arin Aulia (General Affair) Bank BRI Syariah KC Purwokerto, 15 Februari 2017.

Berikut akan dijelaskan mengenai ringkasan pekerjaan, tugas dan tanggungjawab dari masing-masing jabatan di atas :

a. Rapat Umum Pemegang Saham

1. Merupakan rapat tertinggi para pemegang saham PT. BRI Syariah Purwokerto.
2. Menentukan sentra kebijakan PT. BRI Syariah Purwokerto.

b. Dewan Pengawas Syariah

1. Ringkasan Pekerjaan

DPS bertugas melakukan penilaian dan pengawasan atas produk yang akan ditawarkan dalam rangka menghimpun dan menyalurkan dana dari dan untuk masyarakat, agar berjalan sesuai dengan syariaah islam yang dituangkan dalam bentuk keputusan atau fatwa.

2. Tugas dan Tanggung Jawab

- 1) Memberikan pedoman atau garis-garis besar syariaah untuk menghimpun maupun untuk penyaluran dana serta kegiatan yang berkaitan dengan syariaah.
- 2) Mengadakan perbaikan seandainya suatu produk yang telah/sedang dijalankan dinilai bertentangan dengan syariaah.
- 3) Bertanggung jawab atas pengawasan terhadap operasional bank agar sesuai dengan syariaah.

c. Dewan Komisaris

1. Ringkasan Pekerjaan

Dewan Komisaris bertugas dalam pengawasan intern bank dan memberikan arahan dalam pelaksanaan tugas direksi agar tetap mengikuti kebijakan perseroan dan ketentuan yang berlaku.

2. Tugas dan Tanggung Jawab

- 1) Mempertimbangkan, menyempurnakan dan mewakili pemegang saham dalam memutuskan perumusan kebijakan umum yang baru yang diusulkan oleh direksi untuk dilaksanakan pada masa yang akan datang.
- 2) Menyelenggarakan RUPS dalam hal pembebasan tugas dan kewajiban direksi.
- 3) Mempertimbangkan dan menyetujui rencana kerja tahunan yang diusulkan direksi.
- 4) Mempertimbangkan dan memutuskan permohonan pembiayaan yang jumlahnya melebihi batas maksimal kewenangan direksi.
- 5) Memberikan penilaian atas neraca dan perhitungan rugi/laba tahunan, serta laporan-laporan berkala lainnya yang disampaikan oleh direksi.
- 6) Menyetujui/menolak pembiayaan yang diajukan oleh direksi.
- 7) Menandatangani surat-surat saham yang telah diberi nomor urut sesuai anggaran dasar perseroan.

d. Dewan Direksi

1. Ringkasan Pekerjaan

Dewan Direksi terdiri dari direktur utama dan seorang atau lebih sebagai direktur, bertugas memimpin dan mengawasi kegiatan bank sehari-hari sesuai kebijakan umum yang telah disetujui oleh dewan komisaris dalam RUPS.

2. Tugas dan Tanggung Jawab Direktur Utama

- 1) Mewakili direksi atas nama perseroan.
- 2) Memimpin dan mengelola perseroan sehingga tercapai tujuan perseroan.
- 3) Bertanggung jawab terhadap operasional perseroan khususnya dalam hubungan dengan pihak ekstern perusahaan.

3. Tugas dan Tanggung Jawab Direktur

- 1) Mewakili direktur utama atas nama direksi.
- 2) Membantu direktur utama dalam mengelola perseroan sehingga tercapai tujuan perseroan.
- 3) Bertanggung jawab terhadap operasional perseroan, khususnya dalam hubungan dengan pihak intern perusahaan.
- 4) Bersama-sama direktur utama bertanggung jawab kepada Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).

e. Kepala Bagian Pemasaran

1. Ringkasan Pekerjaan

Memimpin, mengawasi dan bertanggung jawab atas terlaksananya kelancaran kerja dibagian pembiayaan dan pendanaan, memasarkan produk bank sesuai dengan syariah islam kepada nasabah dengan layanan prima sehingga memungkinkan untuk diperolehnya laba sesuai target dengan tetap memperhatikan kelancaran dan keamanan asset bank serta menciptakan produk baru yang sesuai dengan syariat islam.

2. Tugas dan Tanggung Jawab

- 1) Memberikan pengarahan, pembinaan dan pengawasan terhadap staff yang ada dibawahnya.
- 2) Melaksanakan tugas dan bertanggung jawab atas laporan bulanan dan laporan berkala yang disampaikan kepada Direksi sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang berlaku.
- 3) Menjaga dan mengusahakan tercapainya laba yang ditargetkan bank.
- 4) Mengikuti pengembangan perbankan sehubungan dengan kegiatan pemasaran dan selalu memperhatikan situasi pasar serta melihat faktor-faktor yang mungkin mempengaruhi perkembangannya.
- 5) Membawahi langsung *Account Officer*.

f. Account Officer

1. Ringkasan Pekerjaan

AO Pembiayaan, bertanggung jawab dalam memasarkan produk sesuai syariat islam dan memberikan pelayanan yang prima kepada nasabah sehingga memberikan kontribusi terhadap laba perusahaan dengan memperhatikan kelancaran dan keamanan atas pembiayaan yang telah diberikan.

AO Pendanaan, bertanggung jawab dalam memasarkan produk sesuai syariat islam dan memberikan pelayanan yang prima kepada nasabah sehingga memungkinkan untuk diperolehnya dana pihak ketiga yang sesuai dengan target dan memberikan kontribusi terhadap laba perusahaan.

2. Tugas dan Tanggung Jawab

- 1) Memasarkan produk dengan melakukan sosialisasi dan presentasi pada calon nasabah.
- 2) Melaksanakan tugas-tugas yang diberikan oleh Direksi.
- 3) Bertanggung jawab kepada Direksi.⁴⁵

g. Bagian Administrasi dan Legal

1. Ringkasan Pekerjaan

Mengatur, mengawasi dan melaksanakan kegiatan administrasi dan dokumentasi pemberian pembiayaan serta melakukan kegiatan

⁴⁵Wawancara Hedy Rinawan (AOG) BRI Syariah KC Purwokerto, 16 Februari 2017.

untuk mengamankan posisi bank dalam memberikan pembiayaan sesuai dengan hukum yang berlaku.

2. Tugas dan Tanggung Jawab

- 1) Memeriksa kelengkapan dan aspek yuridis setiap dokumen permohonan pembiayaan.
- 2) Melakukan taksasi (taksiran) jaminan sesuai dengan harga pasar.
- 3) Melakukan pengikatan atau akad pembiayaan dengan calon nasabah.
- 4) Melakukan tugas-tugas yang diberikan Kepala Bagian Direksi.
- 5) Bertanggung jawab kepada Kepala Bagian Pemasaran.⁴⁶

h. Remedial

1. Ringkasan Pekerjaan

Menyelesaikan pengembalian pembiayaan yang bermasalah atau pembiayaan yang mengalami keterlambatan lebih dari 3 bulan dan mengatur penagihannya serta melaporkan hasil penagihan yang telah dilakukan kepada Direksi.

2. Tugas dan Tanggung Jawab

- 1) Membuat daftar nasabah dan jadwal penagihan sesuai instruksi.
- 2) Mengirimkan surat peringatan dan melakukan eksekusi serta penjualan jaminan kepada nasabah sesuai kondisi masing-masing.

⁴⁶Wawancara Apri dan Agnes (F.A dan Legal) BRI Syariah KC Purwokerto, 16 Februari 2017.

- 3) Membuat laporan kunjungan (*call report*) dan laporan penggunaan Tanda Terima Uang Berseri (ITUB) yang digunakan dalam penagihan.
- 4) Melakukan tugas-tugas yang diberikan Kepala Bagian.
- 5) Bertanggung jawab kepada Kepala Bagian Pemasaran.

i. Kepala Bagian Operasional

1. Ringkasan Pekerjaan

Memimpin, mengawasi dan bertanggung jawab atau terlaksananya kelancaran kerja dibagian operasional serta memberikan laporan rutin berkala atas pekerjaannya kepada Direksi.

2. Tugas dan Tanggung Jawab

- 1) Memberikan pengarahan dan pembinaan karyawan yang ada Dibawahannya (*Teller, Customer Service, Accounting, Administrasi Pembiayaan*).
- 2) Memeriksa semua transaksi dan mutasi keuangan.
- 3) Bertanggung jawab dalam pembuatan dan penyampaian laporan bulanan kepada direksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 4) Melaksanakan tugas-tugas yang diberikan Direksi.
- 5) Bertanggung jawab kepada Direksi.⁴⁷

⁴⁷Wawancara Frantis (Operation Manager) BRI Syariah KC Purwokerto, 16 Februari 2017.

j. Pelayanan Konsumen (*Customer Service*)

1. Ringkasan Pekerjaan

Memberikan pelayanan kepada setiap nasabah/tamu dengan baik dan islami serta memberikan informasi yang dibutuhkan secara jelas, baik secara langsung ataupun tidak langsung.

2. Tugas dan Tanggung Jawab

- 1) Memberikan pelayanan dan penjelasan tentang produk dan informasi lainnya yang diperlukan.
- 2) Meregistrasi data nasabah, menginput data master nasabah pada program/sistem.
- 3) Membuat laporan bulanan sesuai instruksi Kepala Bagian Operasional.
- 4) Melakukan tugas-tugas yang diberikan Kepala Bagian/Direksi.
- 5) Bertanggung jawab kepada Kepala Bagian Operasional/Direksi.⁴⁸

k. Teller

1. Ringkasan Pekerjaan

Membantu dan melayani nasabah dalam hal menerima setoran, penarikan uang dan transaksilainnya yang berhubungan dengan bank yang dilakukan dalam *counter teller*.

2. Tugas dan Tanggung Jawab

- 1) Sebagai pemeriksa seluruh transaksi harian *teller* dan semua

⁴⁸Wawancara Sriyati (CS) BRI Syariah KC Purwokerto, 17 Februari 2017.

tiket serta dokumen lainnya yang dibuat pada seksi kas.

- 2) Melaksanakan *cash count* akhir hari pada seksi kas atau pada saat pergantian *teller*.
- 3) Mengambil atau menyetorkan uang tunai pada *mean vault*.
- 4) Mencatat/membuat daftar posisi kas setiap akhir hari.
- 5) Bertanggung jawab kepada Kepala Bagian Operasional.⁴⁹

1. Bagian Umum dan Personalia

1. Ringkasan Pekerjaan

Melaksanakan tugas pencatatan, pengadministrasian serta pembinaan dalam kepersonaliaan, mengawasi ketersediaan perlengkapan dan layanan dibidang personalia dan umum.

2. Tugas dan Tanggung Jawab

- 1) Menginventarisasi kebutuhan karyawan dan atau perusahaan sesuai ketentuan yang berlaku.
- 2) Pengawasan terhadap pengadaan inventaris kantor dan penyusutan serta pengendalian biaya.
- 3) Melakukan pembayaran gaji, uang jasa, pesangon, lembur, dan lainnya sesuai ketentuan.
- 4) Membuat laporan bulanan kepada Direksi.
- 5) Membawahi langsung personalia, perlengkapan, pengemudi, satuan pengamanan dan pramubhakti.
- 6) Bertanggung jawab kepada Kepala Bagian Direksi.

⁴⁹Wawancara Hannana (Teller) BRI Syariah KC Purwokerto, 17 Februari 2017.

m. Bagian Pembukuan (*Accounting*)

1. Ringkasan Pekerjaan

Bertanggung jawab terhadap pekerjaan pembukuan yang berkaitan dan atau melalui bank koresponden.

2. Tugas dan Tanggung Jawab

- 1) Membukukan transaksi dan yang tidak dilakukan oleh *teller* dan bagian lainnya (misal pemindah bukuan, aktiva-pasiva).
- 2) Melaksanakan tugas-tugas yang diberikan Kepala Bagian.
- 3) Bertanggung jawab kepada Bagian Operasional.⁵⁰

n. Pengemudi (*Driver*)

1. Ringkasan Pekerjaan

Mengemudikan kendaraan inventaris bank atas perintah untuk kepentingan bank dan merawat bank.

2. Tugas dan Tanggung Jawab

- 1) Melaksanakan tugas-tugas yang diberikan Kepala Bagian.
- 2) Bertanggung jawab kepada Kepala Bagian Umum dan Personalia.⁵¹

⁵⁰Wawancara Arin Aulia (GA) BRI Syariah KC Purwokerto, 16 Februari 2017.

⁵¹Wawancara Dodi (Driver) BRI Syariah Purwokerto, 17 Februari 2017.

o. Pramubhakti

1. Ringkasan Pekerjaan

Membantu pengarsipan, menjaga kebersihan dan inventarisasi dokumen bank.

2. Tugas dan Tanggung Jawab

- 1) Melaksanakan tugas-tugas yang diberikan Kepala Bagian.
- 2) Bertanggung jawab kepada Kepala Bagian Umum dan Personalia⁵²

p. Satuan Pengamanan (*Security*)

1. Ringkasan Pekerjaan

Melakukan penjagaan gedung dan seisinya serta bertanggung jawab pada keamanan bank.

2. Tugas dan Tanggung Jawab

- 1) Melaksanakan tugas-tugas yang diberikan Kepala Bagian.
- 2) Bertanggung jawab kepada Kepala Bagian Umum dan Personalia.⁵³

4. Produk Penyaluran Dana Bank BRI Syariah KC Purwokerto dengan pembiayaan

Bank sebagai salah satu lembaga keuangan yang memiliki fungsi menyalurkan dana masyarakat sesuai dengan prinsip syari'ah. Dana yang telah terhimpun, kemudian disalurkan kembali kepada masyarakat dengan

⁵²Wawancara Aip (OB) BRI Syariah KC Purwokerto, 16 Februari 2017.

⁵³Wawancara Yanuar (Satpam) BRI Syariah KC Purwokerto, 17 Februari 2017.

cara pemberian kredit atau pembiayaan. Dimana pemberian pembiayaan sendiri merupakan tulang punggung kegiatan perbankan.⁵⁴

Aktifa bank yang terbanyak akan berkaitan erat secara langsung ataupun tidak langsung dengan kegiatan pembiayaan. Melalui pemberian pembiayaan, akan banyak usaha pembayaran nasabah melalui rekeningnya, demikian juga penyetoran-penyetoran nasabah.

Manajemen pembiayaan pada dasarnya merupakan suatu proses yang terintegrasi antara sumber-sumber dana pembiayaan, alokasi dana yang dapat dijadikan pembiayaan dengan perencanaan, pengorganisasian, pemberian, administrasi, dan pengamatan pembiayaan.⁵⁵

Tujuan untuk mendapatkan hasil yang tinggi dari pemberian pembiayaan, akan menempati urutan teratas dari pola dan kebijaksanaan pembiayaan bank. Urutan kedua dari tujuan pembiayaan adalah keamanan bank, yaitu keamanan untuk nasabah penyimpan, yang sehingga melalui kumulasi pembiayaan, bank akan menambah dananya sendiri sesuai syariah. Pembiayaan yang *safe* akan memberikan dampak yang positif bagi bank sehingga kepercayaan masyarakat akan bertambah. Dengan demikian *profitability* dan *safety* akan jalan beriringan.⁵⁶

Pada prinsipnya pembiayaan hanya ada satu macam yaitu, uang bank yang dipinjamkan kepada nasabah dan akan dikembalikan pada suatu waktu tertentu di masa mendatang, disertai dengan suatu perjanjian yaitu

⁵⁴ Muchdarsyah Sinungan, *Manajemen Dana Bank*, Edisi ke-2, (Jakarta: Penerbit Bumi Aksara, 1997), hlm. 210

⁵⁵ Ibid, hlm.210

⁵⁶ Ibid, hlm. 211

margin yang telah disepakati. Tetapi berdasarkan berbagai keperluan usaha serta berbagai unsur ekonomi yang mempengaruhi berbagai bidang usaha nasabah maka jenis pembiayaan menjadi beragam yaitu berdasarkan: sifat penggunaan, keperluan, jangka waktu, cara pemakaian, dan jaminan atas pembiayaan yang diberikan bank.⁵⁷

Contoh salah satu jenis pembiayaan dengan berdasarkan sifat penggunaannya, yaitu: dilihat dari jenis pembiayaan konsumtif, pembiayaan ini digunakan oleh peminjam untuk keperluan konsumsi, artinya uang pembiayaan akan habis dipergunaan atau semua akan terpakai untuk memenuhi kebutuhannya. Dengan demikian pembiayaan ini tidaklah bernilai jika kita tinjau dari segi *utility* uang, akan tetapi hanya untuk membantu seseorang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Disini salah satu contoh konsumsi yang paling populer adalah KPR (Kredit Perumahan Rakyat) dengan angsuran kecil dan jangka waktu panjang yaitu antara 5 sampai dengan 15 tahun.⁵⁸

B. Pembahasan dan Analisis

1. Perumusan Strategi Pemasaran KPR Sejahtera BRI Syariah iB

BRI Syariah Kantor Cabang Purwokerto memiliki strategi pemasaran serta langkah-langkah yang dapat di tempuh dalam memasarkan produk KPR syariah yang di kenal dengan nama KPR sejahtera BRI syariah iB, tujuannya untuk dapat bersaing dengan

⁵⁷Muchdarsyah Sinungan, hlm.212

⁵⁸Ibid, hlm. 212

perbankan lainnya sehingga dapat menarik banyak minat konsumen dalam produk pembiayaan KPR.

Perbankan syariah di Indonesia pada umumnya banyak yang menggunakan akad *murābahah* dalam produk KPR syariah khususnya KPR sejahtera karena memberi banyak manfaat kepada bank syariah yaitu dengan adanya keuntungan yang muncul dari selisih harga beli dari penjual dengan harga jual beli kepada nasabahnya dan dalam realitas praktiknya, pembiayaan *ijarāh* ini masih jarang digunakan atau dilakukan pada pembiayaan KPR syariah (KPR sejahtera), karena akad ini hanya berguna untuk nasabah yang menghendaki manfaat atas suatu barang, tanpa harus memilikinya atau hanya ingin menggunakan untuk sementara waktu.⁵⁹

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh BRI Syariah Kantor Cabang Purwokerto dalam memasarkan produknya yaitu, dengan cara bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari empat aspek atau 4P, yaitu: *Product, Price, Promotion, Place*.⁶⁰

1. *Product* (Produk)

Dalam strategi pemasaran produk, perusahaan harus dapat mengutamakan kepentingan dari segi kebutuhan konsumen agar dapat terpenuhi. Produk merupakan unsur terpenting dalam tawaran pemasaran. Pemimpin pasar umumnya menawarkan produk dan jasa yang bermutu.

⁵⁹ Wawancara Aditya Sunu (AOG) BRI Syariah KC Purwokerto, 15 Februari 2017.

⁶⁰ Wawancara Meydi Aris (Marketing Manager) BRI Syariah KC Purwokerto, 17 Februari

Oleh karena itu BRI Syari'ah Kantor Cabang Purwokerto mengeluarkan salah satu produk unggulannya yaitu produk KPR syari'ah yang di kenal dengan nama KPR sejahtera BRI Syari'ah iB atau KPR FLPP yang merupakan fasilitas pembiayaan *konsumtif* dari pemerintah berupa perumahan yang diberikan kepada anggota masyarakat khususnya masyarakat berpenghasilan rendah (masyarakat kecil) untuk membeli, membangun, ataupun menyewa (perumahan) baik baru maupun bekas yang besarnya disesuaikan dengan kebutuhan pembiayaan dan kemampuan membayar kembali masing-masing calon nasabah.

KPR BRI syari'ah (KPR sejahtera) merupakan produk yang dalam pemasarannya menggunakan akad *murābahah* yaitu akad jual beli barang dengan harga asal ditambahkan dengan *margin* keuntungan yang telah disepakati.

Selain itu, KPR BRI syari'ah memiliki margin yang lebih rendah dan bersifat transparan, dimana pihak bank memberitahukan kepada calon nasabah KPR tentang berapa margin yang akan diambil oleh bank dan dibebankan kepada nasabah. Harga rumah (perumahan) dan margin keuntungan bank sudah dipatok diawal saat perjanjian kredit (pembiayaan) yang di sepakati sejak awal antara pihak bank dan nasabah. KPR BRI syari'ah memiliki sifat *flat*, sehingga nasabah dalam membayar angsuran atau cicilan KPR perbulannya lebih pasti dan jumlahnya tetap sama tiap bulannya, tidak mengalami perubahan harga

cicilan karena tidak tergantung dengan suku bunga yang *fluktuasi* (naik turun) sampai jatuh tempo pelunasan⁶¹. Dengan begitu nasabah tidak di hinggapi rasa khawatir dengan pembayaran cicilan tiap bulannya.

BRI Syari'ah KC Purwokerto melakukan strategi produknya dengan cara, dalam penentuan logo dan moto BRI Syari'ah Purwokerto menggunakan logo untuk produk KPR dengan menggunakan gambar rumah yang di jadinya sebagai bahan promosi di brosur ataupun banner yang di pasang dan menggunakan moto sebagai visi dan misi untuk melayani masyarakat dalam produk KPR, contohnya: "*Kini, semua bisa punya rumah idaman dan segala kebutuhannya dengan mudah, murah, tanpa was-was plus banyak faedahnya!*"⁶²

Pembuatan merk, pemilihan kemasan, dan keputusan label yang digunakan BRI Syari'ah Purwokerto juga dibuat se bagus dan seunik mungkin agar dapat menarik minat masyarakat. Contoh dalam pemilihan kemasan untuk produk KPR yang sederhana dan menarik, tetapi penjelasan tentang produk tersebut tertera semua didalamnya dan label-label yang tercantum didalam kemasan juga sangat menarik masyarakat seperti salah satu contoh label tentang *refinancing*, jangka waktu fleksibel 1-15 th, cicilan murah Rp. 13 ribuan/bulan.

Keunggulan dan persyaratan KPR BRI Syariah yaitu: ⁶³

⁶¹Ibid, 17 Februari 2017.

⁶²Brosur KPR Bank BRI syari'ah KC Purwokerto, 19 Maret 2017.

⁶³Wawancara Meydi Aris (Marketing Manager) Bank BRI syari'ah Purwokerto, 17 Februari 2017.

b. Keunggulan KPR Sejahtera BRI Syariah iB:

- 1) Proses lebih cepat karena dibantu juga oleh pihak bank untuk mengurus persyaratan yang masih kurang dimana persyaratan yang mudah sesuai dengan prinsip syariah.
- 2) Diperuntukan bagi masyarakat kecil yang berpenghasilan dibawah Rp. 4 juta.
- 3) Jangka waktu pembiayaan sampai dengan 15 tahun dengan angsuran tetap tidak berubah sampai lunas.
- 4) Uang muka ringan yaitu 5 %.
- 5) Pembayaran angsuran melalui debet rekening secara otomatis atau dapat dilakukan diseluruh kantor cabang pembantu dari purwokerto.
- 6) Bebas biaya administrasi dan provisi.

c. Persyaratan Umum KPR sejahtera BRI Syari'ah iB:⁶⁴

- 1) Pemohon berusia minimal 23 tahun, pada saat pembiayaan lunas berusia maksimal:
 - a) 56 tahun untuk pengusaha atau profesional.
 - b) 60 tahun untuk PNS (Pensiunan).
 - c) Karyawan/ wiraswasta/ profesional dengan masa kerja minimal 3 tahun.
- 2) Mempunyai penghasilan tetap dan mampu mengangsur.
- 3) Memenuhi persyaratan berdasarkan penilaian bank.

⁶⁴Ibid, 17 Februari 2017.

- 4) Rumah yang akan dijadikan sebagai tempat tinggal adalah khusus perumahan dan harus developer yang sudah bekerjasama dengan BRI Syariah Purwokerto.

2. *Price* (Harga)

Pada KPR BRI syari'ah penentuan harga merupakan aspek terpenting dari strategi pemasaran yang dilakukan, karena harga menentukan laku atau tidaknya suatu produk, bank BRI syari'ah menentukan margin yang lebih rendah dan nasabah tidak dikenakan biaya administrasi, serta proses yang dilakukan lebih cepat dan lebih mudah.

Menurut salah satu marketing KPR BRI Syari'ah Purwokerto, Hedy bahwa uang muka KPR BRI syari'ah yaitu tidak harus ditentukan dengan seberapa luas bangunan yang akan diambil yaitu uang muka tetap 5%, harga bangunan tersebut sudah ditetapkan oleh pemerintah yaitu sebesar Rp. 123 juta⁶⁵. KPR sejahtera ini dikhususkan bagi masyarakat yang berpenghasilan rendah yaitu, dibawah Rp. 4 juta.

Dalam KPR BRI syari'ah nasabah dapat mengangsur atau dapat memenuhi kewajibannya dengan angsuran yang ingin diambil sesuai dengan kemampuan pihak nasabah masing-masing, berikut jadwal angsuran KPR BRI syari'ah:

⁶⁵Wawancara Hedy (AOG) Bank BRI Syari'ah Purwokerto, 16 Februari 2017.

Tabel: 3.3
Angsuran KPR BRI Syari'ah iB dan Margin yang ditetapkan
(KPR Murābahah)

KPRMURĀBAHAH	JANGKA WAKTU (BULAN)		
	60 (12,5%)	120 (13%)	180 (13,75%)
100,000,000	2,249,794	1,493,107	1,314,987
250,000,000	5,624,485	3,732,768	3,287,468
500,000,000	11,248,969	7,465,537	6,574,936
750,000,000	16,873,454	11,198,305	9,862,405
1,000,000,000	22,497,938	14,931,074	13,149,873

(Sumber: Brosur KPR BRI Syari'ah)

- Angsuran pembiayaan tetap hingga fasilitas pembiayaan lunas
- Bebas biaya administrasi dan provisi

3. *Place*(Tempat)

Memilih lokasi yang strategi merupakan hal yang penting dalam memasarkan produk, dengan lokasi yang strategis nasabah dapat dengan mudah menjangkau lokasi bank tersebut.

Oleh karena itu, BRI syari'ah memilih lokasi yang strategis yaitu di kota Purwokerto yang terdapat di Purwokerto Timur, karena kota Purwokerto merupakan salah satu kota yang menjadi pusat bisnis di daerah Purwokerto Timur. BRI syari'ah sendiri di kelilingi berbagai macam bank lain seperti Bank Mega, Bank BCA juga perusahaan-perusahaan besar lainnya.

Tempat yang begitu ramai serta mudah di jangkau oleh para konsumen, dikarenakan lokasi BRI syari'ah berdiri persis di perempatan palma yang banyak di lalui oleh orang-orang sehingga tidak menyebabkan kegiatan ekonomi terganggu, sarana prasarana yang memadai, potensi masyarakat yang bagus serta dekatnya dengan pusat-pusat perbelanjaan seperti: Rita Supermall, tempat makan berkelas seperti: Bunto's, serta kantor-kantor pemerintah dan sekolahan terdekar, bahkan BRI syari'ah berdiri tidak terlalu jauh dari pusat alun-alun Purwokerto, sehingga dapat mempercepat penjualan produk ke sasaran pasar.

Dalam pembahasannya, KPR sejahtera BRI Syariah iB merupakan salah satu kredit kepemilikan rumah yang berupa kepemilikan perumahan. Dimana KPR ini khusus untuk kepemilikan perumahan saja, sehingga produk ini hanya ditawarkan kepada masyarakat kecil dan ingin memilih tinggal diperumahan. Berikut daftar beberapa lokasi perumahan yang sudah tergabung dalam kerjasama yang dilakukan oleh Bank BRI Syariah Purwokerto dengan *developer-developer*, diantaranya:⁶⁶

1. PT. Bina Agung Damar Buana (Griya Satria Mandalatama), yang bertempat di Pasir Muncang Purwokerto
2. PT. Loka Adya Kencana, yang bertempat di Kedung Randu Patikraja dan di Karangnanas Sokaraja.

⁶⁶ Wawancara Hedy (AOG) Bank BRI Syariah KC Purwokerto, tanggal 16 Februari 2017.

4. PT. Kanca Lawas (Grand Satria Wiradadi), yang bertempat di Sokaraja.
5. PT. Diva Persada (Puri Pelita Alam Pekaja), yang bertempat di Kalibagor, Banyumas.
6. PT. Maha Putra Lestari (Bukit Lestari), yang bertempat di Sumbang.

4. *Promotion* (Promosi)

Promosi penjualan merupakan unsur utama dalam kampanye pemasaran. Melalui promosi akan mempercepat pencapaian tujuan strategi pemasaran kepada konsumen karena, dengan promosi konsumen dapat mengetahui informasi tentang produk yang sedang di promosikan serta dapat menarik pelanggan baru dan membangun kesadaran masyarakat. Sehingga dengan promosi di harapkan dapat menarik banyak konsumen.

Promosi yang di lakukan Bank BRI Syariah Purwokerto.

Yaitu:⁶⁷

- a. Melalui periklanan (*Adversiting*) dengan berbagai macam media, antara lain:

1) Media Cetak

Media cetak merupakan suatu media yang statis dan mengutamakan pesan-pesan visual dalam melaksanakan fungsinya sebagai media penyampaian informasi. Media cetak

⁶⁷Wawancara Meydi Aris (Marketing Manager) Bank BRI Syari'ah Purwokerto, 17 Februari 2017.

yang di gunakan BRI syari'ah dalam memasarkan produk KPR yaitu brosur, *standing* banneryang *up to date*, dan koran. Brosur yang di tampilkan harus semenarik mungkin agar konsumen tertarik untuk membacanya.

Dilihat dari banyaknya brosur yang terdapat digudang bank BRI syari'ah maupun yang sudah tersebar dan *standing* banner yang terdapat disekeliling wilayah bank BRI syari'ah maupun di area lalu lintas, dapat disimpulkan bahwa media cetak yang paling efektif untuk mempromosikan produk KPR BRI syari'ah kepada masyarakat adalah melalui brosur dan banner-banner yang terpasang disetiap jalan.

2) Media Elektronik

Media yang digunakan dalam memasarkan produk KPR BRI Syariah yaitu radio, dan internet (media sosial) untuk dapat memberikan informasi kepada masyarakat.⁶⁸

IAIN PURWOKERTO

Tabel: 3.4
Keefektifan promosi media elektronik

Media Elektronik	Efektif (%)	Nama media
Radio	30%	Paduka FM, dll
Internet	70%	Website BRI Syariah, BBM, dll

⁶⁸Ibid., 17 Februari 2017.

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa media elektronik yang paling efektif dalam mempromosikan produk KPR BRI syari'ah kepada masyarakat yaitu: melalui internet, karena dengan menggunakan media internet promosidapat di sampaikan kepada masyarakat yang lebih luas dan tidak terbatas.

b. Melakukan promosi penjualan (*Sales Promotion*)

yaitu dengan mengikuti berbagai macam *event* tertentu, seperti ke perkantoran dinas, *open table* di kementrian agama (penyuluhan), *open table* di IAIN Purwokerto (registrasi semesteran), pariwisata (Baturraden), super market (mall).

c. Publisitas (*Publicity*)

yaitu dengan mengikuti acara kemasyarakatan di tiap waktu dan berbagai tempat, sering membuka sosialisasi, seperti *open table* di GOR Satria Purwokerto (Pasar pagi), pasar wage, *open table* di KBIH.

d. Melakukan penjualan pribadi (*Personal Selling*)

Yaitu pendekatan dengan nasabah-nasabah yang potensial atau menengah ke atas. Banyak marketing BRI Syariah Purwokerto yang melakukan pemasaran produk KPR menggunakan penjualan pribadi, seperti mencari data-data nasabah melalui kenalan teman ataupun saudara untuk dilakukan kunjungan oleh marketing BRI syari'ah tersebut.

Contoh: penjualan pribadi yang lebih spesifik yaitu, mba Listi yang bekerja sebagai *Relation Officer* di BRI Syariah Purwokerto melakukan penjualan pribadi kepada salah satu teman PKL kami dimana cara yang dilakukan mba listi yaitu, memberikan pertanyaan seputar pekerjaan orang tua kami lalu meminta biodata orang tua kami yang berisi nama, alamat, dan tempat kerja sekarang untuk bisa ditemui dan melakukan promosi.

e. KPR BRI Syariah jemput bola.⁶⁹

Hal terpenting supaya nasabah merasa nyaman terhadap apa yang kita tawarkan yaitu, marketing BRI syari'ah khususnya marketing produk KPR sering kali melakukan pemasaran dengan cara jemput bola, yakni marketing BRI syari'ah langsung mendatangi atau menjemput nasabahnya ke rumah. Hal itu dilakukan agar nasabah bisa merasakan kenyamanan, keamanan, dan merasa lebih dihargai.

Dalam mencapai keberhasilan pemasaran produk KPR, maka di perlukan pengelolaan sumber daya manusia dalam memberikan keterampilan serta pengarahan yang efektif untuk menghadapi kompetisi dalam memasarkan produk KPR.

Sumber daya manusia atau marketing yang di miliki BRI Syariah kantor cabang Purwokerto untuk memasarkan produk KPR yaitu ada 4 orang. Menurut salah satu marketing BRI Syariah

⁶⁹Ibid, 17 Februari 2017.

Kantor Cabang Purwokerto, Aditiya Sunu T.R yang berpengalaman sebagai BO dan LO dan dinaikan jabatannya menjadi AO memberikan informasi bahwa tidak ada training khusus dalam memasarkan produk KPR, hanya saja diberikan materi khusus tentang produk KPR berupa file dan buku-buku produk KPR untuk dipelajari dan pelatihannya dilakukan dengan cara terjun langsung ke nasabah untuk memasarkan produk yang akan dipasarkan.⁷⁰

Manfaat yang bisa dirasakan oleh nasabah dari cara-cara yang telah dilakukan oleh bank BRI syariah Purwokerto yaitu, nasabah bisa dengan mudah dan cepat dalam proses pembiayaan KPR ini baik ketika awal dalam proses pencarian informasi, sampai pengambilan pembiayaan ini terlaksana. Karena Bank BRI Syariah KC Purwokerto tidak hanya bertempat pada 1 wilayah saja melainkan banyak sekali *open table* (promosi) yang sudah dilakukan ditempat-tempat yang terjangkau.

2. Implementasi Strategi Pemasaran KPR Sejahtera BRI Syariah iB KC Purwokerto

Semakin pesatnya pertumbuhan perbankan di Indonesia, menyebabkan intensitas persaingan semakin tinggi dan ketat. Oleh karena itu BRI syariah harus mengimplementasikan strategi pemasaran dengan cara bauran pemasaran dengan baik, yang terdiri

⁷⁰Wawancara Aditiya Sunu (AOG) Bank BRI Syariah Purwokerto, 16 Februari 2017.

dari 4P yaitu, *product*, *price*, *place*, dan *promotion*, untuk dapat memasarkan produk KPR dengan efektif dan efisien agar dapat menguasai sasaran pasar serta membangun kepercayaan masyarakat yang tinggi, karena kepercayaan dari masyarakat merupakan salah satu modal terpenting dalam kegiatan usaha bank.

Ada beberapa tahapan dalam strategi pemasaran yang dapat mendukung terwujudnya visi dan misi perusahaan⁷¹:

1. Tahap Perkenalan

Dalam meluncurkan produk baru, manajemen pemasaran dapat menetapkan tingkat yang tinggi atau rendah untuk setiap variabel pemasaran seperti harga, promosi, dan kualitas produk. Penentuan harga pada produk KPR BRI Syari'ah Purwokerto merupakan salah satu aspek penting dalam strategi pemasaran karena harga menentukan laku atau tidaknya produk KPR tersebut.

Bank BRI syari'ah menentukan margin yang lebih rendah dan nasabah tidak dikenakan biaya administrasi, serta proses yang dilakukan lebih cepat dan lebih mudah. Tujuannya untuk menjadikan produk KPR BRI syari'ah laku di pasaran dan diharapkan dapat menarik banyak minat konsumen.⁷²

Penetapan harga yang telah di tentukan agar dapat diketahui dan dikenal masyarakat, maka perlu dilakukan promosi atau

⁷¹Wawancara Meydi Aris (Marketing Manager) Bank BRI Syari'ah Purwokerto, 17 Februari 2017.

⁷²Ibid, 17 Februari 2017.

sosialisasi tujuannya agar nasabah dapat merasakan kelebihan produk KPR BRI Syariah Purwokerto di bandingkan dengan produk pesaing.

Dalam praktiknya sasaran promosi yang dapat digunakan bank BRI Syariah Purwokerto dalam mempromosikan produk KPR, melalui media periklanan (*advertising*) merupakan salah satu bentuk dari komunikasi impersonal yang di gunakan perusahaan barang dan jasa. Periklanan yang dilakukan BRI Syariah Purwokerto dalam memasarkan produk KPR yaitu dengan media cetak, dan media elektronik tujuannya untuk memberikan informasi tentang produk KPR BRI Syariah, membujuk, mengingatkan, dan menetapkan konsumen dalam menggunakan produk KPR BRI Syariah Purwokerto.⁷³

Selain periklanan, promosi yang dilakukan BRI Syariah untuk produk KPR adalah dengan menggunakan promosi penjualan (*sales promotion*), publisitas (*publicity*), penjualan pribadi (*personal selling*), dan juga KPR jemput bola.

2. Tahap Pertumbuhan

Tahap pertumbuhan ditandai dengan lonjakan cepat dalam penjualan. Hal ini dapat dilihat dari pertumbuhan dan perkembangan produk KPR BRI syari'ah. Dalam tahap ini bank BRI syari'ah harus dapat menahan cepatnya pertumbuhan pasar selama mungkin, yaitu:

⁷³Ibid, 17 Februari 2017.

- a. Meningkatkan kualitas produk dan menambah ciri baru pada produk dan peningkatan gaya. Dalam produk KPR BRI syari'ah selalu meningkatkan kualitas produk serta pelayanan kepada nasabah, selain itu margin yang digunakan selalu di *update* dengan tujuan untuk bersaing.
- b. Memasuki segmen pasar baru yaitu BRI syari'ah dalam memasuki segmen pasar yang baru dengan cara melihat potensi pasar dan memanfaatkan peluang yang muncul di pasar, melalui cara mencari perumahan baru atau para *developer*, yang akan di pasarkan kepada masyarakat.⁷⁴
- c. Meningkatkan sosialisasi atau promosi untuk memberikan perumahan yang lebih pada nasabah dan calon nasabah. Dalam hal ini BRI syari'ah dalam mempromosikan dan mensosialisasikan produk KPR selalu di tingkatkan dan lebih gencar untuk menarik banyak minat konsumen perumahan, karena masih belum terbukanya di mata masyarakat tentang peran penting bank syari'ah bisa melakukan pembiayaan KPR yang dilaksanakan sesuai dengan syariat islam, kebanyakan masyarakat menggunakan KPR yang *konvensional* dalam membeli rumah secara kredit karena kurangnya sosialisasi dengan bank syari'ah, sehingga kurang di ketahui oleh masyarakat luas serta faham masyarakat yang beranggapan

⁷⁴Ibid, 17 Februari 2017.

bahwa bank syari'ah hanya di khususkan untuk orang yang beragama Islam saja. Di karenakan kurangnya pengetahuan masyarakat tentang bank syari'ah, maka perlu di adakan sosialisasi agar masyarakat dapat memahami tentang bank syari'ah secara lebih jelas dan lebih benar.

3. Evaluasi Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan KPR Sejahtera BRI Syariah iB KC Purwokerto

Bisnis usaha KPR merupakan bisnis yang menguntungkan, tetapi lingkungan ekonomi bersifat berubah-ubah dan sifatnya tidak tetap sehingga memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap perputaran roda bisnis perumahan khususnya di bidang bisnis KPR. Antara bisnis perumahan dengan lingkungan ekonomi yang mengalami gelombang pasang surut tersebut akan berdampak pada bisnis perumahan sehingga mengalami penurunan, di tambah dengan persaingan yang sangat kuat pada setiap perbankan dalam bisnis produk KPR, sehingga strategi pemasaran yang efektif sangat penting untuk dapat menarik banyak konsumen dan menguasai sasaran pasar.

Startegi pemasaran BRI syari'ah dalam memasarkan produk KPR melalui bauran pemasaran (*marketing mix*) sudah sangat baik dan sudah cukup maksimal, terlihat dari kualitas pelayanan BRI syari'ah yang bagus sehingga tercermin dari kepuasan nasabah dalam menggunakan produk KPR BRI syari'ah (KPR sejahtera)

yang ditawarkan. Dalam memberikan pelayanan yang berkualitas di harapkan dapat menarik banyak minat nasabah serta mampu untuk mempertahankannya, sehingga dapat menciptakan nasabah yang loyal.

Selain itu BRI Syariah KC Purwokerto memiliki sumber daya manusia yang cukup memadai, khususnya pada bidang marketing pemasaran KPR yang di miliki BRI Syariah KC Purwokerto yaitu 4 orang. Akan tetapi kurangnya pemahaman SDM yang profesional dalam bidang pemasaran KPR, karena tidak adanya training khusus untuk produk KPR⁷⁵, setiap karyawan di BRI syari'ah khususnya bagian marketing ditraining untuk semua produk bank BRI syari'ah. Sehingga kurang pengetahuan secara mendalam pada produk KPR. Oleh karena itu, maka perlu dibutuhkan training khusus pada produk KPR yang profesional untuk dapat lebih melaksanakan aktivitas organisasi atau perusahaan demi mencapai tujuan yang telah ditentukan oleh perusahaan.

Dalam memasarkan produk KPR, BRI syari'ah memiliki banyak pesaing, baik disekitar lokasi maupun di luar lokasi. Pesaing yang paling dominan di sekitar lokasi BRI syari'ah yaitu untuk bank *konvensional* terdapat Bank Mega dan untuk bank *syari'ah* yaitu Bank Syariah Mandiri (BSM), karena lokasinya yang saling

⁷⁵Wawancara Aditya Sunu (AOG) Bank BRI Syariah KC Purwokerto.

berdekatan.⁷⁶Dengan begitu untuk menghadapi persaingan tersebut maka BRI syari'ah perlu mempersiapkan strategi pemasaran yang efektif dan terkoordinir serta langkah-langkah yang di perlukan dalam menghadapi persaingan tersebut.

Selain itu terdapat kendala yaitu adanya nasabah yang memiliki kredit macet dalam membayar angsuran KPR BRI syari'ah. Maka BRI syari'ah perlu bertindak untuk mengatasi persoalan angsuran yang macet tersebut. Sehingga dari pihak perusahaan tetap bisa mewujudkan tujuan perusahaan sebagai perusahaan dengan perolehan pembiayaan tersbesar.

Menurut penulis strategi pemasaran produk KPR BRI Syariah Purwokerto yang di lakukan sudah baik dan terstruktur. Hal ini terlihat dari tahapan-tahapan strategi pemasaran yang di lakukan. Produk KPR BRI Syariah Purwokerto dalam ke depannya diharapkan dapat semakin meningkat, karena bertambahnya minat masyarakat dari tahun ke tahun untuk pembiayaan KPR, selain itu produk KPR BRI syari'ah (KPR sejahtera BRI Syari'ah KC Purwokerto) di harapkan dapat menjadi produk KPR yang tetap unggul di mata masyarakat dan sebagai pencitraan bank yang bagus.

⁷⁶Wawancara Meydi Aris (Marketing Manager) Bank BRI Syari'ah Purwokerto, pada tanggal 16 Februari 2017.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi yang digunakan oleh BRI Syari'ah KC Purwokerto untuk memasarkan produk KPR yang di kenal dengan KPR sejahtera BRI Syari'ahiB menggunakan akad murābahah adalah dengan metode bauran pemasaran (*marketing mix*). Bauran pemasarannya sendiri meliputi produk, harga, tempat, dan promosi. Harga pada produk KPR yaitu margin yang lebih rendah dari pesaing dan nasabah tidak dikenakan biaya administrasi. Tempat dalam hal ini lokasi BRI Syariah Kantor Cabang Purwokerto berada di Purwokerto Timur tepatnya di JL. Ruko Kranji Megah No.393 tepat di Perempatan Palma, Purwokerto Timur. Promosi periklanan pada produk KPR BRI syari'ah menggunakan media elektronik, dan media cetak.
2. Strategi-strategi yang di implementasikan BRI syari'ah dalam pemasaran produk KPR di antaranya dengan tahapan-tahapan agar terwujudnya visi dan misi perusahaan. Tahapan yang pertama yaitu, tahapan pengenalan dimana BRI syari'ah mengenalkan produk serta keunggulannya kepada masyarakat dengan tujuan untuk bisa dikenal oleh masyarakat. Dalam mengenalkan produk dan keunggulannya kepada masyarakat BRI syari'ah

melakukan promosi dengan menggunakan periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), publisitas (*publicity*) dan penjualan pribadi (*personal selling*). Tahapan yang kedua yaitu tahap pertumbuhan yang meliputi meningkatkan kualitas produk dan ciri baru produk dalam hal ini, BRI syariah selalu mengupdate margin untuk bersaing dengan bank lain, memasuki segmen pasar baru dengan cara melihat potensi dan meningkatkan promosi kepada masyarakat.

3. Evaluasi dari strategi pemasaran yang dilakukan BRI Syariah KC Purwokerto yaitu, memiliki kendala dalam melakukan pemasaran produk KPR, diantaranya persaingan yang ketat di dalam maupun di luar lokasi kantor, persaingan ketat tersebut yaitu pesaing yang sama berasal dari bank syariah yang menjadi saingan bisnisnya yaitu misalkan diluar lokasi ada salah satu Bank Perkreditan Syariah di daerah Purbalingga yang terdengar ramai dengan nasabah yang melakukan transaksinya disana, adanya kredit angsuran macet yaitu BRI Syari'ah sama dengan bank umum lainnya didalam pembiayaan kendala yang sering terjadi adalah angsuran yang kurang lancar, walaupun di BRI Syari'ah tidak ada angsuran yang macet tapi angsuran yang kurang lancar pasti dialaminya, serta kurangnya pengetahuan marketing pemasaran KPR secara mendalam tentang produk KPR karena tidak adanya training khusus untuk marketing produk KPR.

B. Saran-saran

1. Strategi BRI Syariah KC Purwokerto pada produk KPR khususnya KPR Sejahtera diharapkan dapat terus meningkat dan lebih baik serta kebijakan dalam mengatasi biaya macet yang harus lebih ditingkatkan.
2. Melakukan sosialisasi lebih giat lagi dalam produk KPR kepada masyarakat melalui berbagai macam media.
3. Untuk meningkatkan kualitas SDM, bank seharusnya lebih bisa meningkatkan training khusus untuk para calon pegawai yang baru supaya bank lebih maksimal dalam mewujudkan tujuan perusahaan dan kualitas SDM yang terdapat di bank juga akan lebih bisa baik lagi.



IAIN PURWOKERTO

DAFTAR PUSTAKA

Sumber buku:

- Ali, Zainudin, *Hukum Perbankan Syariah*, Jakarta: Penerbit Sinar Grafika, 2010.
- Anshori, Abdul Ghofur, *Kapita Selekta Perbankan Syariah Di Indonesia*, Yogyakarta: UII Press, 2008.
- Damanuri, Aji, *Metodologi Penelitian Mu'amalah*, Yogyakarta: Penerbit Stain Po Press, 2010.
- Dokumen Pembiayaan KPR Sejahtera, ditulis pada tanggal 20 Maret 2017.
- Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2011.
- Hadi, Sutrisno, *Metode Research*, Yogyakarta: Andi Offset, 2000.
- Hitt, Michael A, *Manajemen Strategi Daya Saing dan Global*, Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- Ikatan Bankir Indonesia IBI, *Strategi Bisnis Bank Syariah*, Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, 2015.
- Karim, Adiwarmanto, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, Edisi Ke-2, Jakarta: Rajawali Pers Citra Niaga Buku Perguruan Tinggi, 1981.
- Kartajaya, Hermawan & Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Bandung: Penerbit Mizan PT Mizan Pustaka Anggota IKAPI, 2008.
- Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012.
- Kotler, Philip & Keith Cox, *Manajemen dan Strategi Pemasaran*, Edisi Revisi, Jakarta Pusat: Penerbit Erlangga, 1984.
- Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, Jakarta: Penerbit Ekonisia, 2004.
- Mujahidin, Akhmad, *Hukum Perbankan Syariah*, Jakarta: Divisi Buku Perguruan Tinggi PT Raja Grafindo Persada, 2016.
- Reksohadiprodjo, Sukanto, *Manajemen Strategik*, Cet. Ke-1, Yogyakarta: BPFE, 1987.
- Sinungan, Muchdarsyah, *Manajemen Dana Bank*, Edisi Ke-2, Jakarta: Penerbit Bumi Aksara, 1997.

Sukandarrumidi, *Metodologi Penelitian Petunjuk Praktis Untuk Peneliti Pemula*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2012.

Sumarni, Murti, *Manajemen Pemasaran Bank*, Edisi ke-5 Cet. Ke-1, Yogyakarta: Penerbit Liberty Yogyakarta, 2002.

Uchayana, Onong, *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*, Cet. Ke. 5, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 1990.

Widodo, Hertanto, *Panduan Praktis Operasional Baitul Mal Wat Tamwil*, Bandung: Penerbit Mizan Anggota IKAPI, 1999.

Sumber Berita Online:

<http://affgani.wordpress.com/ekonomi-islam/pembiayaan-bank-syariah-kpr-syariah/>, diakses pada tanggal 19 Maret 2017.

<http://www.BRISyariah.co.id/?q=kpr-brisyariah-ib> KPR Bersubsidi Sejahtera BRI Syariah, diakses pada tanggal 19 Maret 2017.

<http://www.kamusbesar.com/kantor-cabang/> Diakses pada tanggal 11 Februari 2017.

Sumber Berita Wawancara:

Puspa N (General Affair) Bank BRI Syariah KC Purwokerto, 15 Februari 2017.

Meydi Aris (Manager Marketing KC Purwokerto), Purwokerto, 16 Februari 2017.

Dian Risdianto (PINCA) BRI Syariah KC Purwokerto.

IAIN PURWOKERTO