

**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**

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 dipiilih.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 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 di lakukan 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