

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN  
JUMLAH NASABAH PADA PEMBIAYAAN KPR  
DI BRI SYARIAH KCP PURBALINGGA**



**TUGAS AKHIR**

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

**Oleh :**  
**Ulfa Yuniati**  
**NIM. 1522203044**

**PROGRAM DIPLOMA III  
MANAJEMEN PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PURWOKERTO  
2019**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING.....</b>	<b>vi</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xviii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xxi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	6
D. Metode Penulisan .....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Strategi Pemasaran .....	12
B. KPR (Kredit Kepemilikan Rumah) .....	19
1. Pengertian KPR .....	9
2. Manfaat KPR Sejahtera .....	20
C. Murabahah.....	20
1. Pengertian Murabahah.....	20
2. Landasan Hukum.....	21
3. Landasan Syariah.....	22
4. Rukun dan Syarat Murabahah .....	23
5. Manfaat dan Resiko Pembiayaan Murabahah .....	24

D. Penelitian Terdahulu.....	25
<b>BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum.....	30
1. Sejarah singkat Bank Syariah KCP Purbalingga .....	30
2. Visi dan Misi.....	32
3. Tujuan .....	32
4. Motto.....	32
5. Budaya Kerja.....	33
6. Struktur Organisasi Tahun 2016 .....	33
7. Tugas dan Tanggung Jawab.....	34
B. Sistem Operasional dan Produk-produk.....	36
C. Pembahasan.....	50
<b>BAB IV PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	60
B. Saran.....	60
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	



**IAIN PURWOKERTO**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan perekonomian suatu negara dipengaruhi kondisi industri pendukung, industri perbankan merupakan salah satu industri yang sangat berperan dalam mendukung perkembangan perekonomian yaitu menghimpun dana dan menyalurkan dana. Penyaluran dana dalam bentuk kredit akan meningkatkan perkembangan industri pada sektor riil yang mendukung pertumbuhan perekonomian negara dan mengurangi tingkat pengangguran.<sup>1</sup> Dilihat dari prinsip dan cara operasionalnya bank terbagi menjadi dua macam, yaitu bank berdasarkan prinsip konvensional dan bank berdasarkan prinsip syariah. Pemberlakuan UU No. 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan telah memberikan kesempatan yang luas dalam pengembangan jaringan perbankan untuk menerapkan sistem perbankan ganda atau dual banking system, yaitu penggunaan sistem perbankan konvensional dan syariah secara paralel.<sup>2</sup>

Perbankan syariah sebagaimana halnya perbankan konvensional lainnya di Indonesia adalah lembaga intermediary yang berfungsi mengumpulkan dana dan menyalurkan dana kepada masyarakat dalam bentuk pemberian fasilitas pembiayaan. Sehubungan dengan fungsi bank sebagai intermediary tersebut dalam kaitannya dengan penyaluran dana masyarakat atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah, bank syariah menanggung resiko.<sup>3</sup> Perkembangan perbankan syariah yang sedemikian cepat tentu saja sangat membutuhkan peningkatan sumber daya insani yang menandai dan mempunyai kompetensi dalam bidang perbankan syariah. Agar pengembangan tersebut dapat dilakukan secara efektif dan optimal, maka

---

<sup>1</sup> *Ikatan Bankir Indonesia (IBI), Manajemen Resiko 2, hlm. 3.*

<sup>2</sup> *Erdi Marduwira, Akad Istishna dalam Pembiayaan Rumah pada Bank Syariah Mandiri (studi kasus pada Bank Syariah Mandiri KCP Cinere), Skripsi, Muamalat, Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2010.*

<sup>3</sup> *Ahmad Dahlan, Bank Syariah, (Yogyakarta: Teras, 2012), hlm. 40.*

sumber daya insani terutama para petugas bidang pemasaran yang merupakan paling depan dalam operasional bank syariah, harus mengetahui dan memahami dengan benar konsep perbankan syariah.<sup>4</sup>

Strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabar ekspetasi perusahaan atas dampak berbagai aktivitas pemasaran terhadap permintaan produk di pasar sasaran spesifik, strategi pemasaran diklasifikasikan menjadi strategi pemasaran primer dan strategi pemasaran selektif.<sup>5</sup>

Setiap bank syariah mempunyai bermacam-macam produk yang dapat ditawarkan sesuai kebutuhan masyarakat, di dalam menawarkan produknya terjadi persaingan antara bank-bank syariah lainnya sehingga perlu adanya strategi dalam pemasaran masing-masing bank. Hal ini dilakukan agar masyarakat mengetahui dan berminat untuk mengambil manfaat dari produk-produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan, disamping itu strategi pemasaran yang harus ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan pasar tersebut. Strategi merupakan serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya.<sup>6</sup> Tujuan pemasaran adalah untuk memahami keinginan dan kebutuhan konsumen sehingga produk atau jasa tersebut dapat terjual dengan sendirinya. Dalam memasarkan produknya seorang pemasar harus pandai membaca situasi pasar sekarang dan dimasa yang akan datang. Artinya pemasar harus cepat tanggap apa yang diinginkan dan di butuhkan konsumen.

Salah satu produk yang dikembangkan oleh BRI Syariah adalah pembiayaan kepemilikan rumah kepada perorangan untuk memenuhi sebagian atau seluruh kebutuhan akan rumah dengan menggunakan prinsip murabahah dimana pembayaran secara angsuran dengan jumlah angsuran yang telah ditetapkan di muka dan di bayar setiap bulan.<sup>7</sup> Murabahah sebagai akad yang digunakan dalam pembiayaan KPR di BRI Syariah KCP Purbalingga adalah

---

<sup>4</sup>Wiroso, *Jual Beli Murabahah*, (Yogyakarta: UII Press,2005), hlm.1.

<sup>5</sup>Fandi Tjiptono, *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta: Andi 2012), hlm. 230.

<sup>6</sup>William J, *Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2006), hlm. 7.

<sup>7</sup><http://affgani.wordpress.com/ekonomi-islam/perbankan-bank-syariah-kpr-syariah>. diakses pada tanggal 26 Oktober pada pukul 23:18.

akad jual beli dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (margin) yang disepakati oleh penjual dan pembeli, perbankan syariah harus mempunyai 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 pembiayaan KPR dianggap sebagai pembiayaan 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.

Rumah merupakan kebutuhan dasar manusia, sebagai kebutuhan utama manusia maka rumah diminati banyak orang yang belum memilikinya terutama pengantin baru. Namun karena harga rumah yang melambung tinggi menyebabkan tidak semua orang mampu membeli rumah secara tunai, sehingga membeli dengan angsuran atau menyewa adalah alternatif yang dipilih. Banyak cara yang dapat ditempuh oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan pokok mereka dalam hal perumahan. Disinilah bank muncul menjembatani kepentingan pembeli dan penjual rumah dengan menawarkan Fasilitas Kredit Pemilikan Rumah (KPR) banyak bank yang menawarkan fasilitas KPR salah satunya yaitu BRI Syariah KCP Purbalingga. Dengan meningkatnya populasi penduduk Indonesia, masalah perumahan menjadi masalah pemerintah karena tingginya harga tanah, bahan material bangunan dan upah kerja menjadi kendala bagi masyarakat umum.

Pada Bank BRI Syariah KCP Purbalingga terdapat dua jenis produk pembiayaan yaitu pembiayaan mikro dan non mikro. Produk pembiayaan mikro yaitu seperti produk 25 ib, 75 ib, 200 ib, dan produk terbaru yaitu KUR IB. Sedangkan produk pembiayaan non mikro diantaranya Pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR), Pembiayaan Kredit Pemilikan Mobil (KKB), dan Employee Benefit Program (EmBP) yang menggunakan akad jual beli (murabahah). Dalam pembiayaan KPR terdapat beberapa jenis KPR yang

ditawarkan, yaitu: KPR Sejahtera yang merupakan produk yang diterbitkan Bank BRI Syariah untuk pembiayaan rumah dengan dukungan bantuan dana Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (FLPP) kepada Masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR) dalam rangka pemilikan rumah sejahtera yang dibeli dari pengembang (developer). KPR Sejahtera terdiri dari:

1. KPR Sejahtera Syariah Tapak: untuk pembiayaan rumah sejahtera tapak (landed house)
2. KPR Sejahtera Syariah Susun: untuk pembiayaan rumah susun (non landed house)

Dalam melakukan pemasaran produk KPR, BRI Syariah KCP Purbalingga menggunakan dua akad yang sudah disesuaikan dengan kebutuhan nasabah, yaitu dengan menggunakan akad jual beli (Murabahah) dan akad sewa beli Ijarah Muntahiya bittamlik (IMBT). Namun nasabah lebih tertarik menggunakan akad pembiayaan murabahah karena dalam akad jual beli ini menyatakan harga perolehan dan keuntungan (margin) yang disepakati oleh penjual dan pembeli dan bagi masyarakat yang belum memiliki rumah lebih tepat menggunakan akad murabahah. Dalam melakukan strategi pemasaran BRI KCP Purbalingga menggunakan bauran pemasaran (4P). Di Bank BRI Syariah KCP Purbalingga pembiayaan untuk produk KPR memiliki kebijakan yaitu:

1. Pembelian rumah pertama yang luasnya kurang dari 70 meter persegi maka FTV (Financing To Value) nya 80% dan apabila luasnya lebih dari 70 meter persegi maka FTV nya 70%.
2. Pembelian rumah kedua, baik yang luasnya 70 meter persegi maupun lebih maka FTV nya 60%.

Meskipun produk pembiayaan KPR di BRI Syariah KCP Purbalingga baru difokuskan pada awal tahun 2017 namun nasabah yang sudah didapat mencapai 106 nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap produk pembiayaan KPR cukup tinggi. Di tahun sebelumnya bank melakukan kerjasama dengan developer tetapi nasabah yang didapatkan lebih sedikit dibandingkan dengan pembiayaan KPR tersendiri, nasabah yang didapat

selama bekerjasama dengan developer hanya mendapat 24 orang selama satu tahun. Jumlah nasabah dalam periode tahun 2017 dan 2018 sudah mencapai 106 nasabah dan yang tertarik menjadi nasabah dengan akad murabahah adalah 69 nasabah dan 37 nasabah tertarik menggunakan akad ijarah muntahiya bittamlik.<sup>8</sup> Hal ini membuktikan bahwa pembiayaan KPR di Bank BRI Syariah KCP Purbalingga meningkat dan diminati oleh masyarakat terutama yang berpenghasilan rendah, dalam pembiayaan KPR upaya yang dilakukan oleh Bank BRI KCP Purbalingga untuk meningkatkan jumlah nasabah adalah dengan strategi bauran pemasaran (4P),

Berikut tabel jumlah nasabah pembiayaan produk KPR di BRI Syariah pada tahun 2017 dan 2018 :

Table 1.1 Jumlah Nasabah Pembiayaan KPR

Tahun	Jumlah Nasabah Murabahah	Jumlah Nasabah IMBT
2016	24	
2017	28	14
2018	41	23

Penetapan akad murabahah pada pembiayaan kepemilikan rumah (KPR) pada BRI Syariah KCP Purbalingga juga dilakukan oleh lembaga perbankan syariah lainnya, oleh karena itu diperlukan strategi pemasaran yang efektif untuk menarik minat konsumen serta mencapai keberhasilan yang telah ditentukan. Berdasarkan latar belakang tersebut penulis berkeinginan untuk mengetahui dan mempelajari tentang upaya yang dilakukan oleh Bank BRI Syariah KCP Purbalingga sebagai salah satu lembaga keuangan yang beroperasi dengan prinsip syariah dalam memasarkan produk-produknya. Dengan begitu penulis ingin mengkaji sebagai bentuk tugas akhirdengan judul **“Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Pembiayaan KPR yang digunakan BRI Syariah KCP Purbalingga”**.

---

<sup>8</sup>Wawancara dengan Bapak Andriyanto Selaku Accounting Officer di BRI Syariah KCP Purbalingga.



## **B. Rumusan Masalah**

Untuk mencapai tujuan dari pembahasan judul Tugas Akhir di atas, maka dapat di ambil rumusan masalahnya yaitu “Bagaimana Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah pada pembiayaan KPR di Bank BRI Syariah KCP Purbalingga?

## **C. Maksud dan Tujuan Penelitian**

Maksud dari penulisan Tugas Akhir ini yaitu penulis ingin lebih memahami dan menambah pengetahuan mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah pada pembiayaan KPR di BRISyariah KCP Purbalingga.

Tujuan penulisan Laporan Tugas Akhir adalah untuk memenuhi salah satu syarat guna mengembangkan kemampuan penulis dalam menulis hasil penelitian yang memperoleh gelar Ahli Madya dalam bidang Manajemen Perbankan Syariah. Demikian juga untuk mengembangkan kemampuan penulis dalam menulis hasil penelitian berdasar pada laporan pelaksanaan praktikkerja lapangan. Dengan demikian penulis dapat memaparkan secara detail praktikkerja yang dilaksanakan sesuai dengan persyaratan yang ditentukan oleh Program D III MPS Fakultas Ekonomi dan BisnisIslam IAIN Purwokerto.

## **D. Metode Penulisan Tugas Akhir**

Pada dasarnya suatu penelitian adalah untuk mencari tau informasi tentang apa yang akan diteliti, kemudian dilakukannya penyusunan dalam bentuk laporan hasil penelitian. Supaya proses tersebut dapat berjalan dengan lancar serta hasil yang maksimal dan dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah, maka diperlukannya adanya penelitian.

Supaya proses tersebut dapat berjalan dengan lancar serta hasil yang maksimal dan dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah. Maka metode penelitian ini terdiri dari :

## 1. Jenis Penelitian

Penelitian ini berdasarkan survey. Survey yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan survey lapangan atau lebih sering disebut dengan (*field research*) yang mana survey ini digunakan untuk mendapatkan informasi ataupun data yang dibutuhkan peneliti dari tempat penelitian, tetapi penelitian ini melakukan perlakuan seperti pengumpulan data, wawancara terstruktur, wawancara tidak terstruktur dan lain-lain. Jenis penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena apa yang dialami oleh subjek penelitian, kemudian peneliti bukan hanya mengumpulkan data sekali jadi ataupun sekaligus. Namun penelitian berlangsung dari awal kegiatan sampai akhir kegiatan, yang bersifat naratif dan holistik.<sup>9</sup> Menurut Bogdan penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata tertulis ataupun lisan dari orang maupun dari perilaku yang diamati.

### a. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi Penelitian Tugas Akhir ini dilakukan di Bank BRI Syariah KCP Purbalingga yang beralamatkan di Jl. MT. Haryono No, 45 Purbalingga. Adapun waktu penelitian ini bersamaan dengan pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL) Program Diploma III yang dilaksanakan pada tanggal 22 Januari sampai 02 Maret 2018.

### b. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data yang bersangkutan dengan judul penelitian, adapun langkah-langkah penulis dalam mengumpulkan data sebagai berikut:

#### 1) Teknik Observasi

---

<sup>9</sup> Muri Yusuf, *Metode Penelitian kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*, (Jakarta: Kencana, 2014). Hlm. 328

Observasi adalah teknik pengumpulan data dimana peneliti mengadakan pengamatan secara langsung atau tanpa alat terhadap gejala-gejala subyek yang diselediki baik pengamatan itu dilakukan di dalam situasi sebenarnya maupun dilakukan dalam situasi buatan observasi bagian dalam pengumpulan data dengan megumpulkan data langsung dari lapangan yaitu pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Brebes.

## 2) Teknik Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melakukan interaksi secara langsung maupun tidak langsung. Pada saat wawancara alat yang digunakan buat pemandu pewawancara adalah dengan menggunakan alat pemandu *interview*. Dengan dilakukannya wawancara bertujuan untuk memperoleh keterangan yang lebih rinci dari topik penelitian. Hal-hal yang mungkin berkaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti yang baru muncul ketika dilapangan. Hal ini perlu dilakukan agar memperoleh gambaran yang lebih jelas dan menyeluruh tentang objek yang akan diteliti.

Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur, dan dapat dilakukan melalui tatap muka (face to face) maupun menggunakan telepon.

### a) Wawancara Terstruktur<sup>10</sup>

Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpulan data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi yang akan diperoleh. Dalam melakukan wawancara, pengumpulan data telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya pun telah disiapkan.

### b) Wawancara Tidak terstruktur

---

<sup>10</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2015). Hlm. 194.

Wawancara tidak terstuktur merupakan wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya garis besar atau pokok permasalahannya saja.

### 3) Teknik Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan kategoris dan klasifikasi bahan-bahan tertulis yang berhubungan dengan masalah penelitin, baik dari sumber dokumen maupun buku-buku, Koran, majalah dan lain-lain. Teknik dokumentasi digunakan peneliti untuk mengumpulkan data dan bukti yang berkaitan dengan strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah pada pembiayaan KPR di BRI Syariah KCP Purbalingga.

### c. Metode Analisis Data

#### 1) Deskriptif Kualitatif

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang menggambarkan dan melukiskan keadaan obyek penelitian pada saat sekarang sebagaimana adanya yang berdasarkan dengan fakta-fakta. Penelitian ini merupakan usaha untuk mengungkapkan masalah atau keadaan atau peristiwa sebagaimana adanya sehingga hanya bersifat sebagai pengungkap fakta. Hasil dari penelitian ditekankan untuk memberikan gambaran secara obyektif tentang keadaan yang sebenarnya dari obyek yang diteliti. Pertanyaan dengan kata tanya “mengapa” , “alasan apa” dan “bagaimana terjadinya” akan senantiasa dimanfaatkan peneliti.

Sugiyono<sup>11</sup> menjelaskan bahwa metode penelitian kualitatif atau yang biasa disebut metode penelitian naturalistik adalah

---

<sup>11</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, (Bandung: Alfabeta 2017). Hlm 8-9.

metode penelitian yang digunakan untuk meneliti obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, sedangkan teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan metode wawancara, analisis data yang bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Secara umum metode analisis data dapat dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a) Reduksi data

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Semakin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit.<sup>12</sup> Data yang diperoleh dari lapangan kemudian ditulis/diketik dalam bentuk uraian atau laporan yang terperinci. Laporan ini akan terus-menerus bertambah dan akan menambah kesulitan bila tidak segera dianalisis sejak mulanya. Laporan-laporan tersebut perlu direduksi, dirangkum, dipilih hal-hal yang pokok, difokuskan pada hal-hal yang penting. Data yang direduksi memberikan gambaran yang lebih tajam tentang hasil pengamatan, juga mempermudah penelitian untuk mencari kembali data yang diperoleh bila diperlukan.<sup>13</sup>

b) Display data

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplay data. Penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan mendisplay data, maka akan memudahkan untuk

---

<sup>12</sup>*Ibid.*, hlm. 247.

<sup>13</sup>Aji Damanuri, *Metodologi Penelitian Mu'amalah*, (Yogyakarta: STAIN Po Press, 2010), hlm . 85-86.

memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.<sup>14</sup>

c) Conclusion Drawing/Verification

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.<sup>15</sup>



---

<sup>14</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*,....., hlm. 249.

<sup>15</sup>*Ibid.*, hlm. 252.

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

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

Strategi yang dilakukan oleh BRI Syariah KCP Purbalingga dalam memasarkan produk KPR menggunakan akad murabahah adalah menggunakan metode bauran pemasaran (*marketing mix*). Bauran pemasaran itu sendiri meliputi produk, harga, tempat, dan promosi. Strategi bauran pemasaran ini yang dikenal dengan sebutan 4P sering digunakan oleh perusahaan-perusahaan. Dalam kaitan *product*, pembiayaan kepemilikan rumah yang diterbitkan oleh Bank BRI Syariah untuk pembiayaan rumah dengan dukungan bantuan dana Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (FLPP) kepada masyarakat berpenghasilan rendah (MBR). Pada BRI Syariah *price*, Bank dalam menentukan harga pembiayaan KPR Sejahtera yaitu uang muka 5% dan margin 13,75. *Place*, BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Purbalingga berada ditempat yang cukup strategis untuk memasarkan produk-produknya, yaitu berda di Jl. MT. Haryono No. 45 Purbalingga. *Promotion*, BRI Syariah dalam melakukan strategi-strategi untuk meningkatkan jumlah nasabah KPR kepada masyarakat menggunakan grebeg pasar, penjualan pribadi, door to door, komunitas, dan kerjasama.

#### **B. Saran-saran**

1. Strategi yang diterapkan oleh BRI Syariah khususnya pada produk KPR Sejahtera diharapkan dapat terus meningkat dan lebih baik dalam meningkatkan jumlah nasabah.
2. Untuk meningkatkan upaya strategi promosi, perlu untuk menambah jumlah pemasar/*marketing* agar hasil yang didapat akan bertambah dan dapat lebih memuaskan dari sebelumnya dan akan lebih efektif serta efisien dalam memasarkan produk KPR .

## DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, Nur, Binti. 2014. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, Yogyakarta: Teras.
- Anggraini, Ayu, Ida. 2011, *Analisis Prosedur Pembiayaan KPR Sejahtera Tapak di PT.BTN(Persero)*, TBK.KCP Sukoharjo, Tugas Akhir.
- Antonio,Syafi'i, Antonio. 2001. *Bank Syari'ah dari Teori ke Praktek* Jakarta: GEMA INSANI.
- Anzela, Farah. 2017. "*Strategi Pemasara Produk Pembiayaan Kepemilikan Rumah Sejahtera BRI SyariahKC Purwokerto*", Tugas Akhir. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Purwokerto.
- Arikunto, Suharsini. 2000. *Manajemen Penelitian*, Jakarta: PT.Rineka Cipta.
- Dahlan, Ahmad. 2012. *Bank Syariah*. Yogyakarta: Teras.
- Erdi Marduwira. 2010. *Akad Istishna dalam Pembiayaan Rumah pada Bank Syariah Mandiri* (studi kasus pada Bank Syariah Mandiri KCP Cinere), Skripsi, Muamalat, Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negri Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto, 2017, *Panduan Penyusunan Tugas Akhir Program D III MPS*.
- Harahap,Syafri, Sofyan.2006. dkk, *Akuntansi Perbankan Syariah*, Jakarta: LPFE Usakti.
- [http :/id.m.wikipedia.org/wiki/kredit\\_pemilikan\\_rumah](http://id.m.wikipedia.org/wiki/kredit_pemilikan_rumah). Diakses ada tanggal 29 Oktober 2018
- <http://affgani.wordpress.com/ekonomi-islam/perbankan-bank-syariah-kpr-syariah>.
- [http://id.m.wikipedia.org/wiki/kredit\\_pemilikan\\_rumah](http://id.m.wikipedia.org/wiki/kredit_pemilikan_rumah). diakses pada tanggal 28 Oktober 2018
- Ikatan Bankir Indonesia (IBI), *Manajemen Resiko 2*
- J, William, 2006, *Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Kasmir, 2005, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana.
- Kasmir, 2006, *Kewirausahaan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.



- Kasmir. 2014. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta: Rajawali. Press.
- Manap, Abdul, 2016, *Revolusi Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Wacana Media.
- Mardeka, Daeng, Hutri, “ Strategi pemasaran pembiayaan griya bank syariah mandiri dalam menarik minat masyarakat”, skripsi. Uin Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Marsinah. 2016. “Strategi Marketing Pembiayaan Griya BSM dalam Upaya Pencapaian Target di Bank Syariah Mandiri Cabang Tegal” Tugas Akhir. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Purwokerto.
- Muhammad. 2005. *Manajemen Bnak Syariah*, Yogyakarta: Akademi Percetakan dan Perusahaan YKPN.
- Muhammad. 2005. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Murti Sumarni, 2002, *Manajemen Pemasaran Bank Edisi Revisi*, Yogyakarta: Liberty.
- Muttaqien, Dadan. 2008. *Penyelesaian Sengketa Perbankan Syariah*, Yogyakarta: Total Media.
- Prabowo, Bagya, Agung. 2012. *Aspek Hukum Pembiayaan Murabahah pada Perbankan Syariah* Yogyakarta: UII Press.
- Susanti, Haspari. 2017. “Implementasi Pembiayaan Kepemilikan Rumah di BTN Syariah KC Tegal” Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Purwokerto.
- Tarzen, Ahmad. 2009. *Pengantar Metode Penelitian*, Yogyakarta: Teras.
- Tjiptono, Fandy dan Candra, Gregorius, 2012, *Pemasaran Strategik*, Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2012, *Pemasaran Strategik*, Yogyakarta: Andi.
- Wawancara dengan Bapak Andriyanto Selaku Accounting Officer di BRI Syariah KCP Purbalingga.*
- Wawancara dengan pak Andryanto, selaku Accounting Officer di Bank BRI Syariah KCP Purbalingga.
- Welainingsih, Yuyun. 2016. “strategi Promotional Mix untuk meningkatkan Jumlah Nasabah Pembiayaan Musyarakah Muntanaqishah pada Produk KPR Muamalat Ib di Bank Muamalat Indonesia Cabang Purwokerto” Tugas Akhir. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Purwokerto.

Widodo, Sugeng. 2017. *Pembiayaan Murabahah Esensi, Aplikasi, Akuntansi, Permasalahan dan solusi*, Yogyakarta: UII Press.

Wiroso. 2005. *Jual Beli Murabahah*, Yogyakarta: UII Press.

Zainal, Rivai, Veithzal. 2017, *Islamic Marketing Management*, Jakarta: Bumi Aksara.

