STRATEGI PENINGKATAN NASABAH PEMBIAYAAN KPR iB DI PURBALINGGA
(Studi Kasus KPR Syariah pada BRI Syariah KCP Purbalingga)

SKRIPSI

Diajukan kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:
TITAN OKTAVIANI PUTRI
NIM. 1522202078

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
2019

STRATEGI PENINGKATAN NASABAH PEMBIAYAAN KPR iB DI PURBALINGGA (Studi Kasus KPR Syariah pada BRI Syariah KCP Purbalingga)

TITAN OKTAVIANI PUTRI
NIM. 1522202078
E-mail: titanreza23@gmail.com
Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto

ABSTRAK

Pada zaman saat ini beberapa hal mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal ini bisa dilihat dari munculnya properti perumahan/*real estate* baru di beberapa tempat dengan bermacam – macam harga yang ditawarkan. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, sektor *real estate* tumbuh di triwulan I 2018, yakni 3,23%. Angka ini lebih tinggi dibandingkan dengan pencapaian di kuartal I 2017 yang Cuma 2,86%. KPR adalah layanan yang diberikan oleh bank kepada para nasabah dan calon nasabah untuk mendapatkan pembiayaan kepemilikan/pembelian rumah baik itu di perumahan/bekerja sama dengan kontraktor atau rumah milik perseorangan. Dengan bertambahnya kepadatan penduduk maka pembangunan pemukiman semakin pesat, harga rumah menjadi mahal. Bank menggunakan kesempatan ini dengan memanfaatkan KPR agar masyarakat dapat memiliki rumah secara mudah, apalagi dengan maraknya bank syariah, kini perbankan mempunyai dua opsi untuk KPR.

Jenis penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data kualitatif berbentuk deskriptif berupa kata – kata, lisan atau tulisan tentang tingkah laku manusia yang dapat diamati. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah metode penelitian lapangan (*Field Research*) yang merupakan penelitian secara langsung dilakukan oleh penulis ke tempat penelitian di BRI Syariah KCP Purbaligga. Analisis data yang dinggunakan menggunakan model Miles dan Huberman dan uji keabsaha data menggunakan teknik triangulasi.

Hasil penelitian menunjukan bahwa strategi peningkatan nasabah menggunakan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang diterapkan dapat meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan KPR iB. Produk KPR iB terdiri dari KPR Sejahtera dengan menggunakan fasilitas FLPP untuk masyarakat MBR dan KPR Griya Faedah. Kemudahan nasabah dalam mencicil pembiayaan hingga lunas dan promosi yang dilakukan melalui media elektronik dan media cetak.

Kata Kunci: KPR (Kredit Pemilikan Rumah), Pemasaran, Pembiayaan, *Marketing Mix*

THE INCREASE IN CUSTOMERS STRATEGY MORTGAGE LOAN FINANCING iB IN PURBALINGGA (SYARIAH MORTGAGE LOAN CASE STUDY AT BRI SYARIAH KCP PURBALINGGA)

TITAN OKTAVIANI PUTRI
NIM. 1522202078
E-mail: titanreza@gmail.com
Islamic Banking Department, Faculty of Economics and Business
Islamic State Islamic Institute (IAIN) Purwokerto

ABSTRACT

In the days of currently some things in terms of that is very fast. This can be seen from the emergence of the property of housing/new real estate in some place with a kind of the price offered. Central Bureau of Statistic (CBS) noted, real estate sector growing in the first quarter of 2018, namely 3.23%. This figure is higher than in the first quarter with the achievement of 2017 are adding 0.56%. It is more of service multi purpose loan customers to could get more financing while / the purchase of house whether it is in a housing/in cooperation with a contracting or house owned by individuals. With growing population density so development of settlement the rapidly, property values be expensive. Bank take advantages of the moment this by using mortgage loan.

The kind of this research is in a qualitative descriptive approach. Data qualitative shaped said that oral or written behavior man that could be observed. Technique data collection used is the method field research that is research in immediately be done by the writer to the research in BRI Syariah KCP Purbalingga. Analysis data used the model Miles and Huberman and the validity of data using technique triangulation.

The results showed that strategy the increase in customers use strategy hotchpotch marketing applied to increase the number of KPR iB. The KPR iB consisting of KPR Sejahtera FLPP use the facilities for the MBR and KPR Griya Faedah. Ease customers in paid the funding for keel and promotion made it through electronic media and newsprint.

Keywords: Mortgage Loan (Credit Ownership Home), Marketing, Financing, Marketing Mix

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
PERNYATAAN KEASLIAN ii
PENGESAHAN iii
NOTA DINAS PEMBIMBING iv
MOTTO v
ABSTRAK vi
ABSTRACT vii
PEDOMAN TRANSLITERASI viii
PERSEMBAHAN xii
KATA PENGANTAR xiii
DAFTAR ISI xv
DAFTAR GRAFIK xvii
DAFTAR TABEL xviii
DAFTAR GAMBAR xix
DAFTAR LAMPIRAN xx

BAB I PENDAHULUAN .....
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian 6
D. Definisi Operasional 7
E.
BAB II LANDASAN TEORI .....
A. Kerangka Teoritis .....
1. Tinjauan Umum Perbankan Syariah 10
2. Konsep Pemasaran 11
3. Konsep Pembiayaan KPR 24
B. Perjanjian Akad 29
C. Kerangka Berfikir 32
D. Kajian Pustaka 33

BAB III METODE PENELITIAN .....
A. Jenis Penelitian 37
B. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian 37
C. Sumber Data 37
D. Teknis Pengumpulan Data 38
E. Teknis Analisis Data 39
F. Uji Keabsahan Data 40

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....
1. Sejarah BRI Syariah 41
2. Visi, Misi dan Budaya Kerja 42
3. Penghargaan 44

IAIN PURWOKERTO

4. Struktur Organisasi 45
5. Produk – produk BRI Syariah 48
B. Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pembiayaan KPR iB BRI Syariah KCP Purbalingga .....
1. Penerapan Marketing Mix pada Pembiayaan KPR iB 52
2. Gambaran Tentang Produk KPR iB BRI Syariah KCP Purbalingga 58
3. Bagian yang Terlibat dalam Proses Pembiayaan 60
4. Prosedur dalam Proses Pembiayaan di BRI Syariah KCP Purbalingga .. 62
5. Pekerjaan Teknis yang Dilakukan Terkait dengan Pembiayaan 63

BAB V PENUTUP .....
A. Kesimpulan 65
B. Saran 66

DAFTAR PUSTAKA .....
LAMPIRAN-LAMPIRAN .....
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....

IAIN PURWOKERTO

BAB I
PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Pada perubahan zaman saat ini beberapa hal mengalami perkembangan yang sangat pesat.Perkembangan teknologi, transportasi dan properti sangat dirasakan kemudahannya pada era saat ini.Salah satu perkembangan yang kini sedang dirasakan yaitu properti perumahan.Bukan hanya kebutuhan konsumtif yang masyarakat inginkan seperti membeli handphone dengan teknologi terbaru dan alat transportasi dengan segala inovasi, masyarakat kini mulai melirik properti perumahan.Hal ini bisa dilihat dari munculnya properti perumahan/ real estate baru di beberapa tempat dengan bermacam-macam harga yang ditawarkan.

Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, sektor real estate tumbuh di triwulan I 2018, yakni 3,23%. Angka ini lebih tinggi dibandingkan dengan pencapaian di kuartal 1 2017 yang Cuma 2,86%. Menurut Ketua Umum Real Estate Indonesia (REI), Soelaeman Soemawinata, tahun ini banyak pengembang sudah mengatur produk propertinya. Hasil survei harga properti residensial triwulan IV 2017 BI yang diluncurkan Februari lalu menunjukkan hal yang sama. Penjualan properti residensial selama kuartal terakhir tahun lalu naik 3,05%, lebih tinggi ketimbang periode sebelumnya 2,58%. [1]

Awal abad ke-20 munculnya gerakan Neo-Revivalisme yang mendorong terbentuknya perbankan tanpa bunga. Pendirian perbankan Islam di Indonesia pertama pada suata lokakarya 18-20, Agustus 1990 Bank Muamalat Indonesia dan perkembangan Perbankan Islam di Indonesia.[2]Dengan adanya perkembangan ini pula, Bank Syariah mulai gencar menawarkan produknya berupa KPR/ pembiayaan rumah syariah.Tadinya Bank Syariah yang hanya menawarkan produk Simpanan/

[1]https://radarbanyumas.co.id/sektor-properti-mulai-bangkit/Diakses pada 8 Oktober 2018 pukul 18.35 WIB.

[2]Helmi Haris. *Pembiayaan Kepemilikan Rumah (Sebelum Inovasi Pembiayaan Perbankan Syariah*). Jurnal Ekonomi Islam : La Riba. Vol I, No. 1, Juli 2007.

Tabungan, pinjaman dan beberapa produk lainnya yang sudah dikenal di masyarakat, kini menawarkan produk lainnya yaitu KPR/ pembiayaan rumah syariah.KPR adalah layanan yang diberikan oleh bank kepada para nasabah dan calon nasabah untuk mendapatkan pembiayaan kepemilikan/ pembelian rumah baik itu di perumahan/ bekerja samadengan kontraktor atau rumah milik perseorangan. Masyarakat berharap dengan adanya produk KPR ini dapat membantu proses kepemilikan/ pembelian rumah.

Permasalahan perumahan dan pemukiman merupakan sebuah isu utama yang selalu mendapat perhatian lebih dari pemerintah. Permasalahan perumahan dan pemukiman merupakan sebuah permasalahan yang berlanjut dan bahkan akan terus meningkat, seirama dengan pertumbuhan penduduk, dinamika kependudukan, dan tuntutan-tuntutan sosial ekonomi yang makin berkembang. KPR muncul karena adanya kebutuhan yang tinggi di kalangan masyarakat untuk dapat memiliki rumah tanpa diimbangi dengan peningkatan daya beli di masyarakat.Perbedaan prinsip antara perbankan syariah dengan perbankan konvensional.[3]

KPR (Kredit Pemilikan Rumah) sering menjadi pilihan banyak masyarakat. Terdapat juga KPR Syariah tanpa bank maksudnya adalah KPR Syariah tanpa menggunakan intermediasi lembaga keuangan apa pun baik bank maupun non-bank seperi koperasi.[4]Dengan bertambahnya kepadatan penduduk maka pembangunan pemukiman semakin pesat, harga rumah menjadi mahal.Bank menggunakan kesempatan ini dengan memanfaatkan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) agar masyarakat dapat memiliki rumah secara mudah, apalagi dengan maraknya bank syariah, kini perbankan mempunyai dua opsi untuk Kredit Pemilikan Rumah (KPR).[5]

---

[3]Mohamad Heykal. *Analisis Tingkat Pemahaman KPR Syariah pada Bank Syariah di Indonesia : Studi Pendahuluan*. BINUS University.

[4]Egi Arvian Firmansyah & Devi R. Indika. *Kredit Pemilikan Rumah Syariah Tanpa Bank : Studi di Jawa Barat, Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, Tahun 10 No. 3, Desember 2017.

[5]Muhammad Rizal Satria dan Tia Setiani. *Analisis Perbandingan Permberian Kredit Pemilikan Rumah (KPR) pada Bank Konvensional dengan Pembiayaan Murabahah (KPR) pada Bank Syariah (Studi Kasus pada Bank BJB dengan Bank BJB Syariah).* Politeknik Pos Indonesia.

Pada tahun 2017 Kabupaten Purbalingga menyediakan 2017 rumah sederhana khusus subsidi Masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR).Penyediaan rumah bagi MBR merupakan wujud dari butir kedua yang tertuang dalam Nawacita Presiden RI Joko Widodo.Program sejuta rumah untuk MBR melalui Kredit Perumahan Rakyat (KPR) Sejahtera Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan, yang pengelolaannya dilakukan oleh Pusat Pengelolaan Dana Pembiayaan Perumahan (PPDPP) Kementrian PUPR (Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat).Harga yang ditetapkan dengan batasan tertinggi Rp 123 juta.MBR adalah warga dengan penghasilan tetap maupun tidak tetap paling banyak Rp 4 juta. Pemohon dan pasangan tidak memiliki rumah dibuktikan dengan surat keterangan Kepala Desa/Lurah dan belum pernah menerima subsidi pemerintah untuk pemilikan rumah.[6]

Pemasaran merupakan ujung tombak dari perusahaan dalam upaya mempertahankan kelangsungan hidup, berkembang, dan meningkatkan keuntungan. Dalam memberikan definisi pemasaran, para pakar pemasaran mempunyai pendapat dan argumentasi masing – masing walaupun esensinya sama. Philip Kotler (2000:8) mendefinisikan pemasaran sebagai proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk yang bernilai satu sama lain. Sementara itu, William J. Stanton mengartikan pemasaran sebagai suatu sistem keseluruhan dari kegiatan – kegiatan bisnis dalam merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan pembeli.[7]Strategi Pemasaran merupakan rencana yang menjabar ekspektasi perusahaan atas dampak berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran spesifik.Berdasarkan

[6]https://radarbanyumas.co.id/masyarakat-berpenghasilan-rendah-purbalingga-bisa-punya-rumah-sendiri/Diakses pada 8 Oktober 2018 pukul 18.35 WIB.

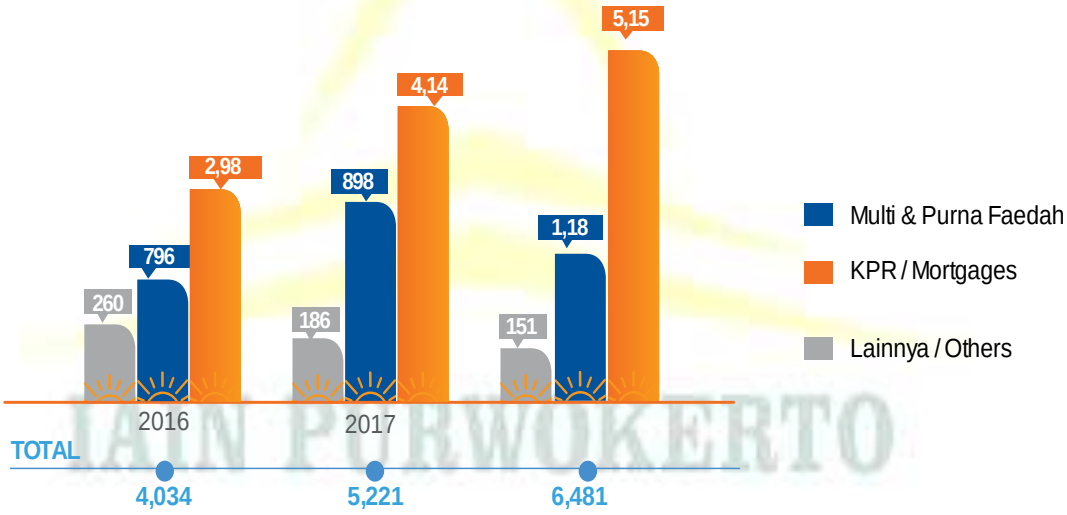
[7]Ani Ngazizah, Tugas Akhir *Strategi Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan iB Insani di PT. BPRS Gunung Slamet Cilacap*, IAIN Purwokerto, 2018.

sistem permintaan yang ingin distimulasi, strategi pemasaran diklasifikasikan menjadi strategi pemasaran primer dan strategi permintaan selektif.[8]

Pada tahun 2017 BRI Syariah bekerjasama dalam penyaluran Subsidi Bantuan Uang Muka (SBUM) untuk PNS dan swasta untuk pembiayaan KPR FLPP (Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan) pada tahun ini terealisasi sebesar Rp950 miliar. BRI Syariah mencatatkan Piutang Murabahah dan Istishna sebesar Rp11,58 triliun, naik 6,31% dibanding tahun 2017 sebesar Rp10,89 triliun. Peningkatan itu terutama ditopang dari pertumbuhan pembiayaan KPR *Murabahah* sebesar 101,17%.[9]

Grafik 1.1

Grafik Total Pembiayaan Konsumer Tahun 2018



Sumber : Annual Report PT Bank BRI Syariah, Tbk

BRI Syariah KCP Purbalingga berdiri pada tanggal 28 Juni 2012. Walaupun dengan usianya yang masih terbilang baru, BRI Syariah KCP Purbalingga mampu bersaing dengan bank-bank yang ada di sekitarnya.BRI Syariah KCP Purbalingga terus mengikuti perkembangan yang

[8]Iftitah Hidayatun Najah, Tugas Akhir *Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Makro KPR Ijarah Muntahiyah Bittamlik (IMBT) Konsumer BRIS IB Di BRI Syariah Cilacap*, IAIN Purwokerto, 2018.

[9]Annual Report PT Bank BRI Syariah Tbk Tahun 2018.

berjalanbegitu cepat. Pada tahun sebelumnya BRI Syariah KCP Purbalingga hanya fokus pada pembiayaan modal kerja. Kemudian pada tahun 2017 BRI Syariah KCP Purbalingga memulai pembiayaan konsumer, salah satunya yaitu KPR Griya Faedah.[10]

Strategi yang dilakukan BRI Syariah dalam meningkatkan jumlah nasabah adalah dengan jumlah cicilan yang tetap dari awal hingga lunas. Jumlah cicilan yang tetap ini disebut dengan *fixed cost*. *Fixed cost* adalah jenis biaya yang tidak mengalami perubahan dalam jumlah totalnya (*in total cost*), seiring dengan naik turunnya produk yang dihasilkan atau aktivitas yang dilakukan sehubungan dengan proses manufaktur (*cost driver*).[11] Kemudian adanya kerjasama dengan developer perumahan bersubsidi sehingga masyarakat dengan penghasilan paling banyak 4 juta perbulan dapat mengambil fasilitas tersebut. Dengan adanya fasilitas tersebut masyarakat yang semakin sadar akan bahaya riba lebih memilih mengambil pembiayaan di Bank Syariah daripada Bank Konvensional.[12]

Tabel 1.1

Rekapitulasi Jumlah Nasabah Pembiayaan KPR iB BRI Syariah KCP Purbalingga Tahun 2015 – 2018.

No.	Tahun	Jumlah Nasabah
1.	2015	15
2.	2016	18
3.	2017	24
4.	2018	30

Sumber : IT BRI Syariah KCP Purbalingga (2019)

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa strategi peningkatan nasabah yang dilakukan oleh BRI Syariah KCP Purbalingga sudah efektif, hal tersebut dapat dilihat dari table tahun 2015 – 2018 selalu mengalami peningkatan yang

[10]Wawancara dengan Bapak Andriyanto, Marketing BRI Syariah KCP Purbalingga, Pada tanggal 22 Maret 2019, pukul 15.30 WIB.

[11]Didik Kurniawan, *Analisis Perilaku Biaya: Suatu Studi Komparasi Konsep Teoretis Dan Praktik Pada Biaya Produksi* (*Manufacturing Cost*), Jurnal Substansi, Volume 1 Nomor 1, 2017.

[12]Wawancara dengan Bapak Andriyanto,…, pukul 15.40 WIB.

didasari oleh meningkatnya jumlah nasabah pada setiap tahunnya.Terkadang terdapat beberapa kendala dalam upaya peningkatan nasabah.Hal-hal yang tidak terduga pada marketing BRI Syariah KCP Purbalingga sepertiada urusan mendadak yang tidak bisa ditinggalkan dan pergantian marketing.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk meneliti tentang strategi peningkatan nasabah KPR yang diterapkan di BRI Syariah KCP Purbalingga.Penulis tuangkan dalam bentuk skripsi yang berjudul "STRATEGI PENINGKATAN NASABAH PEMBIAYAAN KPR iB DI PURBALINGGA".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan hasil-hasil penelitian terdahulu, maka pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah : "Bagaimana Strategi Peningkatan Nasabah Pembiayaan KPR iB di Purbalingga?"

C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

   Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah, untuk mengetahui strategi peningkatan nasabah pembiayaan KPR iB pada BRI Syariah KCP Purbalingga.

2. Manfaat Penelitian

   a. Bagi Peneliti

      Untuk menambah pengetahuan tentang Strategi Peningkatan Nasabah Pembiayaan KPR iB di Purbalingga (Studi Kasus KPR Syariah pada BRI Syariah KCP Purbalingga).

   b. Bagi Akademis

      Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah bukti empiris dari penelitian-penelitian sebelumnya mengenai strategi peningkatan nasabah KPR Syariah serta dapat dijadikan referensi dan bahan

IAIN PURWOKERTO

informasi dalam mengadakan penelitian lebih lanjut tentang masalah yang sama dan dapat diterapkan di masa yang akan datang.

c. Bagi BRI Syariah

Sebagai acuan perusahaan untuk lebih meningkatkan strategi dalam peningkatan nasabah KPR dan bisa mengingkatkan kinerja perusahaan.

d. Bagi Calon Investor

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan tambahan informasi kepada investor mengenai kinerja BRI Syariah dengan melihat strategi peningkatan nasabah sehingga dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi investor untuk melakukan keputusan investasi secara tepat dan menguntungkan di masa yang akan datang.

D. Definisi Operasional

Untuk menghindari timbulnya salah pengertian dalam memahami permasalahan dalam penelitian, maka untuk memperjelas istilah – istilah kunci dalam pengambilan judul penelitian ini, penulis akan memberikan batasan istilah – istilah yang terkandung dalam judul tersebut sebagai berikut:

1. Strategi Pemasaran

Strategi secara etimologi berasal dari bahasa Yunani, yaitu Strategos artinya sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang[13]. Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok lakukan untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain[14].

Strategi pemasaran produk KPR Griya Faedah yang diterapkan di BRI Syariah KCP Purbalingga salah satunya dengan menyediakan

[13]Hazmanan Khair, dkk, *Manajemen Strategi*, (Medan: Umsu Press, 2016), hlm. 2-3.

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

fasilitas perumahan subsidi.Fasilitas ini disebut Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan yang selanjutnya disingkat FLPP.FLPP adalah dukungan fasilitas likuiditas pembiayaan perumahan kepada Masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR) yang pengelolaannya dilaksanakan oleh Badan Layanan Umum Pusat Pengelolaan Dana Pembiayaan Perumahan Kementrian Perumahan Rakyat melalui Lembaga perbankan yang sasarannya untuk menurunkan tingkat margin pembiayaan KPR bagi MBR.[15]

2. BRI Syariah

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 o.10/67/KEP.GBI/DpG/2008, maka pada tanggal 17 November 2008 PT. Bank BRI syariah secara resmi beroperasi. Kemudian PT. Bank BRIsyariah merubah kegiatan usaha yang semula beroperasional secara konvensional, kemudian diubah menjadi kegiatan perbankan berdasarkan prinsip syariah Islam.Dua tahun lebih PT. Bank BRI syariah hadir mempersembahkan sebuah bank ritel modern terkemuka dengan layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna.Melayani nasabah dengan pelayanan prima (*service excellence*) dan menawarkan beragam produk yang sesuai harapan nasabah dengan prinsip syariah. Bank BRI syariah semakin kokoh setelah pada 19 Desember 2008 ditandatangani akta pemisahan Unit Usaha Syariah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., untuk melebur ke dalam PT. Bank BRIsyariah (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 syariah.[16]

[15]https://www.brisyariah.co.id Diakses pada 15 Juni 2019 pukul 09.03 WIB.
[16]www.brisyariah.co.iddiakses pada 23 Maret 2019 pukul 13.35 WIB.

3. KPR Syariah

Produk KPR merupakan salah satu produk perbankan untuk membantu masyarakat memenuhi kebutuhan perumahan.KPR pada perbankan syariah berbeda dengan KPR perbankan konvensional.Perbedaan ini terletak pada perbedaan prinsip konvensional dan syariah[17].

IAIN PURWOKERTO

[17]Mohamad Heykal. *Analisis Tingkat Pemahaman KPR Syariah pada Bank Syariah di Indonesia : Studi Pendahuluan*. BINUS University.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah penulis paparkan mengenai Strategi Peningkatan Nasabah Pembiayaan KPR iB pada BRI Syariah KCP Purbalingga diatas maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi yang dilakukan oleh BRI Syariah KCP Purbalingga dalam memasarkan produk KPR iB BRI Syariah yang terdiri dari KPR Griya Faedah dan KPR Sejahtera adalah dengan menggunakan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*). Bauran pemasarannya meliputi Produk, Harga, Tempat, dan Promosi. Produk KPR iB BRI Syariah memberikan pilihan kepada nasabah sesuai dengan kebutuhannya, Harga produk disesuaikan dengan pilihan nasabah yaitu memilih KPR Sejahtera atau KPR Griya Faedah yang sudah memiliki kriteria sendiri tiap produknya, Tempatnya berada di JL. MT Haryono, Karangsentul, Purbalingga. Promosi yang digunakan untuk produk KPR iB BRI Syariah melalui media elektronik dan media cetak. Lingkungan yang diciptakan oleh BRI Syariah KCP Purbalingga juga membuat nasabah nyaman. Pelayanan yang dilakukan oleh karyawan BRI Syariah KCP Purbalingga kepada nasabah sangat ramah dan proses dari alur pelayanan dilakukan secara teratur.
2. Evaluasi dari strategi pemasaran yang digunakan oleh BRI Syariah KCP Purbalingga adalah persaingan yang semakin ketat dalam memperoleh dan mempertahankan nasabah, baik pesaing dari sesama Bank Syariah atau Bank Konvensional dengan menawarkan produk yang sama dengan harga yang lebih murah.

IAIN PURWOKERTO

B. Saran

1. Memaksimalkan pelayanan terhadap nasabah KPR iB baik KPR Griya Faedah maupun KPR Sejahtera agar nasabah lebih merasa nyaman dan memiliki sebagai mitra pembiayaan.
2. Menambah jumlah SDM khusus untuk pembiayaan KPR iB dan memberikan training khusus untuk para calon pegawai yang baru supaya lebih maksimal dalam mewujudkan visi dan misi BRI Syariah KCP Purbalingga.

IAIN PURWOKERTO

DAFTAR PUSTAKA

Aisyah, Binti Nur.*Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: Kalimedia, 2015)

Alwi, Syafaruddin. *Memahami Sistem Perbankan Syariah Berkaca Pada Pasar Umar Bin Khatab*, (Republika, 2013)

Annual Report PT Bank BRISyariah Tbk tahun 2018

Ascarya, *Akad dan Produk Pembiayaan Bank Syariah Ed. 1 Cet. 5*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015)

Assauri, Sofian.*Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*, (Jakarta: Rajawali Pers 1990)

_____, *Manajemen Pemasaran, Cet. Ke – 15*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada,2017)

Astuti, Ira. Skripsi Minor *Strategi Pemasaran Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Pada PT. Bank Muamalat Indonesia,TBK. Cabang Medan Sudirman*, 2018

Dahlan, Ahmad.*Bank Syariah: Teoritik, Praktik Kritik*, (Yogyakarta: Teras, 2012)

David, Fred R& Forest R. David, *Manajemen Strategik : Konsep Pendekatan Keunggulan Bersaing Edisi 15*, (Jakarta: Salemba Empat, 2016)

Djunaid, Ika Suryono. *Analisis Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Jasa Penginapan Berbasis Syariah Di Hotel Sofyan Inn Srigunting Bogor*. Jurnal Fame Vol. 1 No. 1 : no. 1 – no.91. Tahun 2018.

Firmansyah, Egi Arvian& Devi R. Indika. *Kredit Pemilikan Rumah Syariah Tanpa Bank : Studi di Jawa Barat, Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, Tahun 10 No. 3, Desember 2017.

Haris, Helmi . *Pembiayaan Kepemilikan Rumah (Sebelum Inovasi Pembiayaan Perbankan Syariah*). Jurnal Ekonomi Islam : La Riba. Vol I, No. 1, Juli 2007.

Hasan, Ali. *Marketing Bank Syariah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010).

Heykal, Mohamad. *Analisis Tingkat Pemahaman KPR Syariah pada Bank Syariah di Indonesia : Studi Pendahuluan*. BINUS University.

https://radarbanyumas.co.id/masyarakat-berpenghasilan-rendah-purbalingga-bisa-punya-rumah-sendiri/Diakses pada 8 Oktober 2018 pukul 18.35 WIB

https://radarbanyumas.co.id/sektor-properti-mulai-bangkit/Diakses pada 8 Oktober 2018 pukul 18.35 WIB.

https://scholar.google.co.id/scholar_teknik_pengumpulan_data_3DbAcJchNcco8J. Diakses Tanggal 7 Juni 2019, Pukul 06.15 WIB.

https://scholar.google.co.id/scholar_teknik_pengumpulan_data_teknik_3DBjezGgMWkmYJ Diakses Tanggal 7 Juni 2019, Pukul 06.15 WIB.

https://scholar.google.co.id/scholar_teknik_pengumpulan_data_teknik_3DBjezGgMWkmYJ…, Pukul 06.20 WIB

https://www.brisyariah.co.id Diakses pada 15 Juni 2019 pukul 09.03 WIB

Ifham, Ahmad. *Ini Lho Bank Syariah! Memahami Bank Syariah Dengan Mudah*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama,2015)

Jannah, Andhinie Rahmatul. Skripsi. *Implementasi Marketing Mix (7P'S) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Rahn Di Pegadaian Syariah Kantor Cabang Sidoarjo*. UIN Sunan Ampel Surabaya. Tahun 2018.

Khair, Hazmanan dkk.*Manajemen Strategi*, (Medan: Umsu Press, 2016)

Kotler, Philip & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga, 2008)

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

_____,*Marketing management: Analysis, Planing, Implementation, Control*. Ed.8, New jersey: Prentice Hall,Inc.

Kurniawan, Afit & Nur Inayah, *Tinjauan Kepemilikan Dalam KPR Syariah: Antara Murabahah, Ijarah Muntahiyyah Bittamlik, dan Musyarakah Mutanaqisah*, Equilibrium Volume 1, No.2, Desember 2013

Kurniawan, Didik.*Analisis Perilaku Biaya: Suatu Studi Komparasi Konsep Teoretis Dan Praktik Pada Biaya Produksi* (*Manufacturing Cost*), Jurnal Substansi, Volume 1 Nomor 1, 2017

Manap, Abdul.*Revolusi Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016)

Moleong, Lexy J. Moleong. Metode Penelitian Kualitatif,(Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002)

Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015)

Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syari'ah*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2016)

Muhammad, *Model – Model Akad Pembiayaan Di Bank Syariah*,(Yogyakarta: UII Press, 2009)

Murni,*Tinjauan Ekonomi Islam Tentang Prinsip 5C dalam penyaluran Kredit*, (2015, diakses pada 8 Agustus 2018)

Najah, Iftitah Hidayatun. Tugas Akhir *Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Makro KPR Ijarah Muntahiyah Bittamlik (IMBT) Konsumer BRIS IB Di BRI Syariah Cilacap*, IAIN Purwokerto, 2018

Ngazizah, Ani. Tugas Akhir *Strategi Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan iB Insani di PT. BPRS Gunung Slamet Cilacap*, IAIN Purwokerto, 2018

Noor, Juliansyah. Metodologi Penelitian, (Jakarta: Prenamedia Group, 2011)

Novianti, Metty. Tugas Akhir, *Strategi Pemasaran Terhadap Produk KPR BTN Sejahtera iB di BTN Syariah Ditinjau Dari Analisis SWOT*, UIN Walisongo Semarang, 2016

Nurcholifah, Ita. Strategi Marketing Mix Dalam Perspektif Syariah. Jurnal Khatulistiwa – Journal Of Islamic Studies Vol. 4 No.1 Maret 2014

Saeed, Abdullah & Arif Maftuhin. *Menyoal Bank Syariah Kritik Terhadap Implementasi Bunga Bank Kaum Neo – Revivalis (Yang Dipakai)*, (Jakarta: Paramadian, 2004)

Samsul Arifin, Tugas Akhir Strategi Pemasaran Produk Tabungan Saku Di PT. BPRS Khasanah Ummat Banyumas, IAIN Purwokerto, 2017

Satria, Muhammad Rizal & Tia Setiani. *Analisis Perbandingan Permberian Kredit Pemilikan Rumah (KPR) pada Bank Konvensional dengan Pembiayaan Murabahah (KPR) pada Bank Syariah (Studi Kasus pada Bank BJB dengan Bank BJB Syariah).* Politeknik Pos Indonesia.

IAIN PURWOKERTO

Setyaningrum, Ari. Jusuf Udaya & Efendi, *Prinsip – Prinsip Pemasaran – Pengenalan Plus Tren Terkini tentang Pemasaran Global, Pemasaran Jasa, Green Marketing, Entrepreneural Marketing dan E - Marketing*,(Yogyakarta: Andi Offset, 2015)

Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017)

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

Suryani, Tatik.*Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global*,(Jakarta: Prenamedia Group,2017)

Wawancara dengan Bapak Andriyanto, Marketing BRI Syariah KCP Purbalingga, Pada tanggal 22 Maret 2019, pukul 15.30 WIB

Welasiningsih, Yuyun. Laporan Tugas Akhir *Strategi Promotional Mix Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Pembiayaan Musyarakah Mutanaqisah Pada Produk KPR Muamalat IB Di Bank Muamalat Indonesia Cabang Purwokerto*, 2016

www.brisyariah.co.id diakses pada 23 Maret 2019 pukul 13.35 WIB.

Zikri, Manshur.*Analisis Resiko dan Beberapa Metodologinya*, (2012, diakses pada 8 agustus 2018 pukul 10.15 WIB)

IAIN PURWOKERTO