

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK KPR
MANTAP BRISyariah iB DI BANK BRI SYARIAH KCP
GENTENG BANYUWANGI**

SKRIPSI

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Prodi Perbankan Syari'ah



Oleh:

Mega Anggraeni

NIM: E20151020

Dosen Pembimbing:

Agung Parmono, SE.,M.Si

NIP. 197512162009121002

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
AGUSTUS 2019**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK KPR
MANTAP BRI SYARIAH iB DI BANK BRI SYARIAH
KCP GENTENG BANYUWANGI**

SKRIPSI

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Prodi Perbankan Syari'ah

Oleh:

Mega Anggraeni
NIM: E20151020

Disetujui Pembimbing



Agung Parmono, SE., M.Si
NIP. 197512162009121002

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK KPR
MANTAP BRISyariah iB DI BANK BRI SYARIAH KCP
GENTENG BANYUWANGI**

SKRIPSI

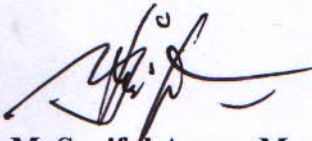
Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Perbankan Syari'ah

Hari: Jum'at
Tanggal: 25 Oktober 2019

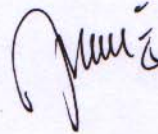
Tim Penguji

Ketua

Sekretaris



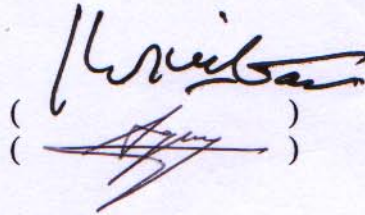
M. Syaiful Anam. M., Ag
NIP.197111142003121002



Hikmatul Hasanah.S.E.I.,M.E
NUP. 201603134

Anggota:

1. Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si
2. Agung Parmono, S.E., M.Si



Menyetujui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Khamdan Rifa'i, SE., M.Si
NIP. 196808072000031001

MOTTO

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ

تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu."(Q.S. An-Nisa': 29)¹



¹ Departemen Agama, *Al Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung: JABAL, 2010).

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah wasyukrulillah, kumpangatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan kesempatan untuk menyelesaikan tugas akhir dengan segala kekuranganku. Syukur ku ucapkan kepada-Mu karena telah menghadiri mereka yang selalu memberi semangat dan do'a di saatku tertatih, karena-Mu lah mereka ada, dan karena-Mu tugas akhir ini terselesaikan. Segala puji bagi-Mu ya Allah, engkau memberiku kesempatan di penghujung awal perjuanganku ini. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Ayahanda Sujais dan Ibunda tercinta Farida yang telah memberikan kasih sayang, dorongan moril maupun materil, doa tulus yang tiada henti-hentinya dan segala yang tidak mungkin dapat dibalas oleh penulis, terimakasih Ibu Bapak yang telah menjadi penyemangat yang tiada henti bagi penulis semoga surga kelak menjadi balasan bagi kasih sayang, cinta dan pengobanan kalian.
Aminn
2. Kakak laki-lakiku Riski Anggriawan dan kakak iparku Imroatus Sholihah, adik laki-lakiku Muhammad Yusuf Akbar yang selalu aku sayangi yang selalu memberikan semangat dalam menghadapi segala sesuatu dan yang menjadi sumber inspirasiku dalam berfikir.
3. Suamiku Tri Bayu Hartanto yang telah mengorbankan waktu dan masa mudanya untuk bekerja keras menafkahiku, memberikan kasih sayang, do'a dan semangat yang tulus.
4. Guru-guruku mulai dari saya kecil sampai sekarang tanpa terkecuali baik guru TK Dharmawanita Grenden, SDN Kasiyan 03, SMP Sultan Agung

Kasiyan, MAN 2 Jember, serta para dosenku di IAIN Jember yang telah ikhlas memberikan banyak ilmu pengetahuan.

5. Untuk sahabat-sahabatku Nur Imania dan Sindi Diah Pitaloka. Berjuang bersama mulai semester 1 hingga akhir, suka duka kita lewati bersama, yang sudah ku anggap keluarga sendiri. Terima kasih atas do'a dan semangatnya.
6. Teman-teman kelas PS1- PS6 khususnya kelas PS1 angkatan 2015, terimakasih atas kekompakannya selama 4 tahun ini. Semoga kita semua mendapatkan ilmu yang barokah dan menjadi orang yang patut dibanggakan. Aminn.
7. Almamaterku IAIN Jember.

Ya Allah, Hanya dengan ridhomu penulis dapat menyelesaikan tugas ini, semoga bermanfaat. Aminn.



KATA PENGANTAR



Segala puji bagi Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, yang member ilmu, inspirasi, kekuatan dan ketabahan, serta kemuliaan. Atas kehendakNya pula penulis menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul **“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK KPR MANTAP BRI SYARIAH IB DI BANK BRI SYARIAH KCP GENTENG BANYUWANGI“**

Sholawat serta salam senantiasa tercurah limpahkan kepada baginda Rosulullah Muhammad S.A.W, sang penuntun umat dari arah kegelapan menuju arah yang terang dan penuh keselamatan yakni ad-Dinul Islam.

Tugas Akhir ini diajukan guna memenuhi tugas dan syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana (S1) dalam Jurusan Ekonomi Islam, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember.

Selama proses penyusunan Tugas Akhir ini, penulis mendapatkan bimbingan, arahan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini, peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE., M.M selaku Rektor (IAIN) Jember
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa’I, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (IAIN) Jember yang telah memberikan segala fasilitas yang membantu kelancaran atas terselesainya skripsi ini, dan selaku dosen Pembimbing Akademik yang selama ini telah memberikan bimbingan dan nasihat dalam kegiatan akademik.

3. Ibu Hj. Nurul Setianingrum, SE, MM selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah IAIN Jember yang telah memberikan segala fasilitas yang membantu kelancaran atas terselesainya skripsi ini.
4. Bapak Agung Parmono, SE.,M.Si. selaku Dosen Pembimbing, yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan arahan yang sangat bermanfaat dengan penuh kesabaran dan perhatian kepada peneliti sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (IAIN) Jember atas ilmu dan pengajaran yang telah diberikan selama ini.
6. Segenap staf karyawan (IAIN) Jember dan lain-lain yang selalu membantu dan tak segan memberikan informasi kepada peneliti.
7. Tim penguji (IAIN) Jember
8. Segenap Pimpinan dan Staf Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Genteng Banyuwangi yang telah memberi izin dan membantu peneliti dalam melaksanakan penelitian sebagai bahan Tugas Akhir.

Semoga Allah senantiasa memberikan balasan yang setimpal atas segala bantuan dalam wujud apapun dalam penulisan Tugas Akhir ini. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Tugas Akhir ini terdapat banyak kekurangan oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan Tugas Akhir ini.

Jember , Agustus 2019

Mega Anggraeni

ABSTRAK

Mega anggraeni, Agung Parmono, SE.,M.Si 2019: *Analisis strategi pemasaran produk KPR Mantap BRISyariah Ib di Bank BRI Syariah KCP Genteng Banyuwangi.*

Kegiatan pemasaran merupakan salah satu faktor yang sangat mempengaruhi perusahaan dalam menjual produknya. Keberhasilan sebuah usaha tergantung kepada keahlian di bidang pemasaran, produksi, sumber daya manusia, keuangan, dan akuntansi. Selain itu juga tergantung kepada kemampuan untuk mengkombinasikan fungsi-fungsi tersebut secara bersama agar dapat berjalan lancar. Untuk mencapai kelancaran dalam kegiatan pemasaran produk KPR tersebut maka dibutuhkan marketing yang baik, sebab itulah harus dilakukan strategi marketing terhadap pemasaran produk KPR di Bank BRI Syariah KCP Genteng Banyuwangi.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : a) bagaimana startegi pemasaran produk KPR Mantap BRISyaria IB pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Genteng Banyuwangi ?, b) Bagaimana dan Apa kendala dan penyelesaiannya dalam pembiayaan produk KPR Mantap BRISyaria IB pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Genteeng Banyuwangi ?.

Tujuan penelitian ini adalah : a) mengetahui dan mendeskripsikan analisis startegi pemasaran produk KPR Mantap BRISyaria IB pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Genteng Banyuwangi, b) mengetahui dan mendeskripsikan kendala dan penyelesaiannya dalam pembiayaan produk KPR Mantap BRISyaria IB pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Genteeng Banyuwangi.

Penelitian ini merupakan penelitian jenis kualitatif berbentuk deskriptif dengan objek penelitian pada Bank BRI Syariah KCP Genteng Banyuwangi. Subyek penelitian dalam penelitian ini menggunakan tehnik *purposive*. Teknik pengumpulan data yang dipakai adalah dengan menggunakan melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dapat dilakukan dengan memberikan makna terhadap data yang berhasil dikumpulkan, dan menarik kesimpulan. Sedangkan pemeriksaan data dengan menggunakan triangulasi sumber.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah: 1) Strategi yang digunakan Bank BRI Syariah dalam pengembangan pembiayaan KPR Mantap BRI Syariah iB, adalah Strategi Marketing Mix yaitu produk (*Product*), harga (*Price*), tempat (*Place*), dan promosi (*Promotion*). 2) Kendala dan penyelesain yang dialami oleh Bank BRI Syariah dalam pelaksanaan pembiayaan produk KPR Mantap terbagi atas dua hal, Pertama. Kendala dan penyelsaian Internal, kedua kendala dan penyelesaian eksternal.

Kata Kunci: strategi, KPR

ABSTRACT

Mega anggraeni, Agung Parmono, SE.,M.Si 2019: Analysis of the marketing strategy of BRISyariah IB Great KPR product at Bank BRI Syariah KCP Genteng Banyuwangi.

Marketing activities are one of the factors that greatly affect the company in selling its products. The success of a business depends on expertise in marketing, production, human resources, finance, and accounting. It also depends on the ability to combine these functions together in order to run smoothly. To achieve smooth marketing activities in the KPR product, a good marketing is needed, that's why a marketing strategy must be carried out for KPR product marketing at Bank BRI Syariah KCP Genteng Banyuwangi.

The formulation of the problem in this study are: a) how is the marketing strategy of the BRISyariah IB KPR product at BRI Syariah Syariah Banyuwangi KCP Genteng Banyuwangi? b) How and What are the constraints and solutions in financing the BRISyariah IB Steady KPR product at BRI Syariah Syariah Banyuwangi KCP Genteng Banyuwangi?

The objectives of this research are: a) to know and describe the analysis of marketing strategies of the IB BRI Stable KPR product at BRI Syariah Syariah Banyuwangi KCP Genteng Banyuwangi? b) know and describe the constraints and the solution to the financing of the KPR BRISyariah IB KPR product at BRI Syariah Syariah Banyuwangi KCP Genteng Banyuwangi

This research is a descriptive type of qualitative research with the object of research at BRI Syariah Syariah Banyuwangi KCP Genteng Banyuwangi. The research subjects in this study used a purposive technique. Data collection techniques used are by using observation, interviews, and documentation. Data analysis can be done by giving meaning to the data that was collected, and drawing conclusions. While examining data using source triangulation.

The conclusions of this study are: 1) The strategy used by BRI Syariah Bank in developing BRI Syariah iB Steady Mortgage financing, is the Marketing Mix Strategy, which is the product, price, place, and promotion. 2) Constraints and resolutions experienced by BRI Syariah Bank in the implementation of a steady mortgage product financing are divided into two things, First. Internal Constraints and Settlements, both external constraints and resolution.

Keywords: strategy, KPR

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Definisi Istilah	7
F. Sistematika Pembahasan	9
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	
A. Penelitian Terdahulu	11
B. Kajian Teori	16
1. Strategi pemasaran.....	16
2. Landasan tengan produk pembiayaan KPR Syariah	23

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	28
B. Lokasi Penelitian	29
C. Subjek Penelitian.....	29
D. Teknik Pengumpulan Data	30
E. Teknik Analisis Data.....	32
F. Teknik Keabsahan Data.....	33
G. Tahapan-tahapan Penelitian	33

BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian	36
1. Sejarah Bank	36
2. Visi dan Misi Perusahaan.....	37
3. Struktur Organisasi.....	39
4. Deskripsi Jabatan (Job Description).....	40
5. Letak Geografis.....	44
6. Produk-produk Bank BRI Syariah	45
B. Penyajian Data dan Analisis.....	57
C. Pembahasan Temuan.....	65

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	75
B. Saran.....	77

DAFTAR PUSTAKA	78
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Pernyataan Keaslian Tulisan
2. Matrik Penelitian
3. Pedoman Wawancara
4. Surat Keterangan Izin Penelitian
5. Surat Keterangan Selesai Penelitian
6. Jurnal Kegiatan Penelitian
7. Dokumentasi (Foto-Foto)
8. Biodata Penulis



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bank BRISyariah KCP Genteng	39
Gambar 4.2 Skema Murabahah	52



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam perkembangan lembaga keuangan perbankan, sejarah mencatat asal mula dikenalnya kegiatan perbankan terjadi pada zaman Kerajaan Eropa. Kemudian perkembangan perbankan selanjutnya dibawa oleh para pedagang ke benua Asia, Afrika dan Amerika. Kegiatan perbankan yang pertama yaitu jasa penukaran uang, sebab itulah bank dikenal sebagai meja penukar uang. Kegiatan penukaran uang pada zaman dahulu dikenal dengan nama pedagang valuta asing (*money changer*). Kegiatan perbankan kemudian berkembang lebih maju mengikuti perkembangan zaman, pada dasarnya lembaga keuangan perbankan di zaman sekarang menurut UU No. 21 Tahun 2008 adalah badan usaha yang menghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Seiring berjalannya waktu perkembangan dunia perbankanpun semakin pesat dan modern, semakin mendominasi kehidupan manusia kaitannya dengan ekonomi dan bisnis suatu negara dan keberadaan perbankan sangat menentukan kemajuan suatu negara.

Bahkan di Negara Indonesia sendiri sekarang lembaga keuangan perbankan telah berkembang menjadi dua, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Bank konvensional adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya secara konvensional yang terdiri atas bank umum konvensional dan bank

perkreditan rakyat, sedangkan bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah yang terdiri atas bank umum syariah dan bank pembiayaan rakyat syariah.

Pada awal pendirian Bank Muamalat Indonesia, keberadaan bank Syariah ini belum mendapat perhatian yang optimal dalam tatanan industri perbankan nasional.¹ Manajemen bank syari'ah tidak banyak berbeda dengan manajemen bank pada umumnya (bank konvensional). Namun dengan adanya landasan syari'ah serta sesuai dengan pemerintah yang menyangkut bank syari'ah antara lain UU No. 10 tahun 1998 sebagai revisi UU No. 7 tahun 1992, dan pada tanggal 16 Juli 2008 lahirlah, UU yang mengatur secara khusus tentang perbankan syari'ah yaitu UU No. 21 tahun 2008, tentu saja baik organisasi maupun sistem oprasional bank syari'ah terdapat perbedaan dengan bank pada umumnya, terutama adanya dewan pengawas syari'ah dalam struktur organisasi dan sistem bagi hasil.²

Pertama kali berdirinya perbankan syariah di Indonesia adalah bank Muamalat yang berdiri pada 1 November 1991, kemudian disusul dengan bermunculan bank-bank syariah yang lain, seperti BRI Syariah, BTPN syariah, BNI syariah, Bank Syariah Mandiri, dan Bank-bank Syariah yang lainnya. Kegiatan perbankan syariah pada umumnya sama dengan bank konvensional, yaitu menghimpun dana (*funnding*), dalam menghimpun dana ini pihak bank juga harus memberikan balas jasa kepada nasabah yang disebut dengan bagi

¹ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah dari Teori ke Praktek*, (Jakarta : Gema Insani, 2001), 26.

² Muhammad, *Sistem dan Prosedur Oprasional Bank Syari'ah*, Edisi Revisi (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), 1.

hasil. Kegiatan perbankan selanjutnya ialah menyalurkan dana (*lending/financing*), seperti pembiayaan pemilikan rumah (PPR), Serta memberikan jasa-jasa perbankan lainnya, seperti jasa pembayaran pengiriman uang (*transfer*), jasa penagihan (*inkaso*), jasa kliring dan jasa mata uang asing (*valas*).

Didalam dunia usaha lembaga keuangan bank dan non bank mengakibatkan semakin ketatnya persaingan dilembaga keuangan. Salah satu problem sentral yang harus dihadapi oleh perusahaan-perusahaan saat ini adalah bagaimana perusahaan tersebut menarik pelanggan dan memperthankannya agar perusahaan tersebut dapat bertahan dan berkembang. Tujuan tersebut akan tercapai jika perusahaan melakukan proses pemasaran.

Pemasaran merupakan suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.³ Pemasaran adalah salah satu kegiatan dalam perekonomian yang membantu dalam menciptakan sebuah nilai ekonomi.⁴

Dalam melakukan pemasaran, Bank BRI Syariah memiliki beberapa sasaran yang hendak dicapai. Nilai penting pemasaran Bank terletak dari tujuan yang ingin dicapai tersebut seperti dalam hal meningkatkan mutu pelayanan

³ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, edisi 13 jilid 1 (Jakarta: Erlangga, 2008), 5

⁴ Susatyo Herlambang, *Basic Marketing (dasar-dasar pemasaran) Cara Mudah Memahami Ilmu Pemasaran*, (Yogyakarta: Pustaka Baru, 2014), 1

dan menyediakan ragam produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah.

Pembiayaan KPR Mantap BRISyariah iB adalah pembiayaan kepemilikan rumah kepada perorangan untuk memenuhi sebagian atau keseluruhan kebutuhan akan hunian dengan menggunakan prinsip jual beli murabahah/ sewa menyewa ijharah) dimana pembayarannya secara angsuran dengan jumlah angsuran yang telah ditetapkan dimuka dan dibayar setiap bulan. Bai'al-Murabahah adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati.⁵ Manfaat dari pembiayaan KPR Mantap BRISyariah iB adalah pembiayaan yang digunakan untuk membiayai kebutuhan nasabah dalam hal pengadaan rumah tinggal (konsumen), baik baru maupun *second*, serta nasabah dapat mengangsur pembiayaannya dengan jumlah angsuran yang tidak akan berubah selama perjanjian, dan apabila nasabah melunasi angsuran sebelum waktu akad perjanjian berakhir tidak dikenakan *finalty*.⁶

Untuk mencapai kelancaran dalam kegiatan pemasaran produk KPR tersebut maka di butuhkan marketing yang baik, sebab itulah harus dilakukan strategi marketing terhadap pemasaran produk KPR guna meningkatkan minat masyarakat untuk lebih memilih pembiayaan pemilikan rumah (KPR) di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Genteng. Dalam melakukan pemasaran produk KPR, Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Genteng memiliki

⁵ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktek*, (Jakarta : Gema Insani Press, 2001),101.

⁶ Wawancara dengan Mbak Erfina, CS Bank BRI Syari'ah KCP. Genteng .pada tanggal 10 mei 2019. Pukul 13.28

beberapa sasaran yang hendak dicapai seperti dalam hal upaya meningkatkan pencapaian target marketing pembiayaan KPR.

Salah satu strategi yang efektif adalah strategi pemasaran. Strategi pemasaran meliputi segmentasi pasar dan pembidikan pasar, strategi produk, strategi harga, strategi tempat dan strategi promosi.⁷ Tujuan dari strategi pemasaran adalah memahami keinginan dan kebutuhan konsumen dapat terpenuhi. Dan perbankan syariah juga harus memiliki sumber daya manusia yang baik dan sarana yang memadai agar kegiatan operasional perbankan dapat berjalan dengan lancar.

Dari beberapa uraian penulisan di atas maka penulis tertarik mengajukan sebuah tugas akhir yang berjudul “ ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK KPR MANTAP BRISyariah iB DI BANK BRI SYARIAH KCP GENTENG BANYUWANGI”.

B. Fokus Penelitian

Perumusan masalah dalam penelitian kualitatif disebut dengan istilah fokus penelitian. Bagian ini mencantumkan semua fokus permasalahan yang akan dicari jawabannya melalui proses penelitian.⁸

1. Bagaimana Strategi pemasaran produk KPR Mantap BRISyariah iB pada Bank BRI Syariah KCP Genteng Banyuwangi?
2. Apa kendala dan solusi dalam pembiayaan produk KPR Mantap BRISyariah iB pada Bank BRI Syariah KCP Genteng Banyuwangi?

⁷ M. suyanto, *strategic Management*, (Yogyakarta: Andi Office, 2007),147

⁸ Tim penyusun IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember Press, 2015), 44.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan gambaran tentang arah yang akan dituju dalam melakukan penelitian. Tujuan penelitian harus mengacu dan konsisten dengan masalah-masalah yang sudah dirumuskan dalam rumusan masalah.

1. Untuk mengetahui Strategi pemasaran produk KPR Mantap BRISyariah iB pada Bank BRI Syariah KCP Genteng Banyuwangi.
2. Untuk mengetahui kendala dan solusi BRI Syariah dalam pembiayaan produk KPR Mantap BRISyariah iB pada Bank BRI Syariah KCP Genteng Banyuwangi.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya sebagai berikut:

1. Secara Teoritis
 - a. Diharapkan dapat memberikan kontribusi pengetahuan tentang masalah yang diteliti. Khususnya mengenai Analisis Strategi pemasaran produk KPR Mantap BRISyariah iB Pada Bank BRI Syariah KCP Genteng Banyuwangi.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan terhadap pemasaran produk KPR Mantap BRISyariah iB guna meningkatkan jumlah nasabah pada Bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi, dan dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi pihak lain yang akan melakukan penelitian.

2. Secara Praktis

a. Bagi peneliti

Memberikan informasi dan kontribusi yang berguna untuk pengembangan perbankan Pada Bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi.

b. Bagi lembaga yang menjadi objek penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan berguna bagi Bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi untuk mengembangkan strategi-strategi dan untuk mewujudkan tujuan BRI mengayomi masyarakat kecil, utamanya dalam pembiayaan yang ada di BRISyariah.

c. IAIN Jember

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan koleksi dan rujukan penelitian berikutnya untuk para mahasiswa

E. Definisi Istilah

Definisi istilah berisi tentang pengertian istilah-istilah penting yang menjadi titik perhatian penelitian di dalam judul penelitian. Tujuannya agar tidak terjadi kesalah pahaman terhadap makna istilah sebagaimana dimaksud oleh penelitian.⁹

1. Strategi Pemasaran

Istilah strategi pemasaran dapat diartikan salah satu kegiatan dalam perekonomian yang membantu dalam menciptakan sebuah nilai ekonomi .nilai ekonomi itu sendiri menentukan harga barang dan jasa.Faktor

⁹ Tim penyusun IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember Press, 2015), 45.

penting dalam menciptakan nilai tersebut adalah produksi, pemasaran dan konsumsi.¹⁰

Strategi pemasaran sendiri adalah kegiatan menyeleksi dan penjelasan satu atau beberapa target pasar dan mengembangkan serta memelihara suatu bauran pemasaran yang akan menghasilkan kepuasan bersama dengan pasar yang dituju.

2. Produk

Produk secara umum diartikan sebagai suatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Artinya, apa pun wujudnya selama itu dapat memenuhi keinginan pelanggan dan kebutuhan kita katakan sebagai produk.¹¹

Dari pengertian diatas, maksud produk dalam penelitian skripsi ini adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepada nasabah khususnya dalam pembiayaan KPR.

3. Pembiayaan KPR (Kredit Pemilikan Rumah)

Pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR), yaitu kredit yang digunakan untuk membeli rumah atau untuk kebutuhan konsumtif lainnya dengan jaminan/agunan berupa rumah. Walaupun penggunaannya mirip, KPR berbeda dengan kredit konstruksi dan renovasi.

Adapun maksud dari pembiayaan dalam penelitian ini adalah produk pembiayaan KPR dalam rangka pembelian rumah, ruko, rukan/rusun,

¹⁰ Herlambang, Susatyo, *marketing(dasar-dasar pemasaran)*, (yogyakarta: Gosyen to Publishing,2014),1.

¹¹ Kasmir, *manajemen perbankan(jakarta: Rajawali Pers,2014)*, 216.

apartemen, bagi nasabah perorangan dengan menggunakan prinsip akad *Murabahah* (jual beli).

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan berisi tentang alur pembahasan skripsi dalam penelitian yang dimulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup. Format penulisan sistematika pembahasan adalah bentuk deskriptif naratif, bukan seperti pada daftar isi.

BAB I Pendahuluan, merupakan dasar atau pijakan dalam penelitian yang meliputi: latar belakang, fokus masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah dan sistematika penulisan. Fungsi bab ini untuk memperoleh gambaran secara umum mengenai pembahasan dalam penelitian skripsi ini.

BAB II Kajian Kepustakaan, Bab ini akan membahas tentang penelitian terdahulu dan kajian teori yang erat kaitannya dengan masalah yang sedang diteliti yaitu analisis strategi pemasaran produk KPR Mantap BRISyariah iB Pada Bank BRI Syariah KCP Genteng Banyuwangi.

BAB III Metode Penelitian, yang membahas mengenai pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek data, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data serta tahap-tahap penelitian.

Bab IV Hasil Penelitian, merupakan laporan hasil penelitian dilapangan yang pada hakikatnya merupakan data-data yang dihasilkan melalui teknik pengumpulan data yang digunakan untuk dianalisis sesuai dengan teknik yang ditetapkan dalam pembahasan skripsi in. Pada bab ini

membahas tentang bagaimana analisis strategi pemasaran produk KPR Syariah.

Bab V Penutup atau Kesimpulan dan Saran, yang didalamnya mencakup kesimpulan dan hasil penelitian yang telah dilaksanakan dan saran-saran yang tentunya bersifat konstruktif. Selanjutnya skripsi ini diakhiri dengan daftar pustaka dan beberapa lampiran-lampiran sebagai pendukung di dalamnya pemenuhan kelengkapan data penelitian.



BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Untuk mengetahui keaslian yang akan dihasilkan dalam penelitian ini, maka perlu disajikan beberapa hasil kajian atau penelitian terdahulu yang fokus penelitiannya berkaitan dengan strategi pemasaran produk KPR Mantap BRISyariah iB. Beberapa penelitian tersebut ialah :

1. Rangga Buana, *Analisis Pembiayaan Murabahah pada Griya IB Hasanah di Bnak BNI Syariah Cabang Pembantu Ungaran, 2014*. Jenis yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif. Dalam tugas akhir tersebut (TA) dibahas tentang prosedur pembiayaan Griya IB Hasanah, analisis kendala-kendala pembiayaan dan kebijakan-kebijakan yang diambil dalam mengatasi kendala-kendala pembiayaan tersebut. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis karena penulis dalam penyusunan tugas akhirnya membahas tentang strategi marketing pembiayaan KPR Mantap BRISyariah iB serta membahas faktor-faktor pendukung dan faktor-faktor penghambat pelaksanaan strategi marketing pada produk KPR Mantap BRISyariah iB, penyusun tidak membahas tentang prosedur dan analisis pembiayaan. Sedangkan persamaan antara isi TA yang ditulis oleh Rangga Buana dengan penelitian TA yang dilakukan penulis adalah sama-sama membahas tentang pembiayaan KPR syariah.
2. Sarah Hilfiyah, *strategi pemasaran KPR BNI Syariah dalam menghadapi persaingan antar Bank, 2018*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis di Universitas

Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Dalam tugas akhir tersebut membahas mengenai strategi pemasarannya dalam pembiayaan KPR di Bank BNI Syariah. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis karena penulis dalam penyusunan tugas akhirnya membahas tentang penerapan strategi marketing mix dalam pencapaian target pembiayaan KPR Mantap BRISyariah iB di Bank BRISyariah KCP Genteng. Sedangkan persamaan antara TA yang ditulis oleh Sarah Hilfiyah dengan penelitian TA yang dilakukan penulis adalah sama-sama membahas tentang pembiayaan KPR Syariah.

3. Yulis Triyaningsih Ma'rifatun, *Mekanisme Pembiayaan Griya BSM Dengan Akad Murabahah di Bank Syariah Mandiri KCP. Banjarnegara, 2015*. Dalam Tugas Akhir tersebut dibahas tentang prosedur serta syarat-syarat pengajuan pembiayaan Griya BSM di Bank Syariah Mandiri KCP. Banjarnegara. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis karena penulis dalam penyusunan tugas akhirnya membahas tentang strategi marketing pembiayaan KPR Mantap BRISyariah iB Dalam Upaya Pencapaian target di Bank BRI Syariah Kantor Cabang pembantu Genteng. Sedangkan persamaan antara TA yang ditulis oleh Yulis Triyaningsih dengan penelitian TA yang dilakukan penulis adalah sama-sama membahas tentang pembiayaan KPR Syariah.
4. Inugrawati, fakultas dakwah dan komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, judul skripsi "*implementasi strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah di BMT Bangun Rakyat*

Sejahtera Yogyakarta”. Skripsi ini membahas tentang strategi pemasaran produk murabahah khususnya dalam menganalisis Marketing Mix, strategi pemilihan media, segmentasi pasar beserta faktor penghambat dan pendukungnya di BMT Bangun Rakyat Sejahtera Yogyakarta.

5. Miss atiyah Hengdada, fakultas dakwah dan komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, judul skripsi ”*strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah di PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Formes Sleman Yogyakarta*”. Skripsi ini membahas tentang strategi pemasaran produk murabahah khususnya dalam menganalisis kesempatan pasar, menganalisis sasaran pasar serta mengembangkan Marketing Mix (produk, tempat, harga, dan promosi).
6. Fatmawati (2017), fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Jember, judul skripsi “*Strategi manajemen resiko kredit KPR Bersubsidi di PT Bank Tabungan Negara (PERSERO TBK) Kantor cabang Jember*”. Skripsi ini membahas manajemen resiko kredit KPR Bersubsidi di PT Bank Tabungan Negara.

IAIN JEMBER

Tabel 2.1
Perbandingan Dan Posisi Peneliti Dengan Peneliti Sebelumnya

No	Penulis	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Rangga Buana(2014)	<i>Analisis Pembiayaan Murabahah pada Griya IB Hasanah di Bnak BNI Syariah Cabang Pembantu Ungaran</i>	Penelitian ini membahas tentang prosedur pembiayaan Griya IB Hasanah, analisis kendala-kendala pembiayaan dan kebijakan-kebijakan yang diambil dalam mengatasi kendala-kendala pembiayaan tersebut. Dan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan sama-sama membahas tentang pembiayaan KPR syariah.	Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis karena penulis dalam penyusunan tugas akhirnya membahas tentang strategi <i>marketing</i> pembiayaan KPR yang digunakan di BRIS KCP Genteng serta membahas faktor-faktor pendukung dan faktor-faktor penghambat pelaksanaan strategi <i>marketing</i> pada produk kpr, penyusun tidak membahas tentang prosedur dan analisis pembiayaan.
2.	Yulis Triyaningsih Ma'rifatun (2015)	<i>Mekanisme Pembiayaan Griya BSM Dengan Akad Murabahah di Bank Syariah Mandiri KCP. Banjarnegara</i>	persamaan antara TA yang ditulis oleh Yulis Triyaningsih dengan penelitian TA yang dilakukan penulis adalah sama-sama membahas tentang pembiayaan KPR Syariah	Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis karena penulis dalam penyusunan tugas akhirnya membahas tentang strategi <i>marketing</i> pembiayaan KPR Dalam Upaya Pencapaian target di BRIS KCP Genteng
3.	Miss atiyah Hengdada(2016)	<i>strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah di PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah</i>	persamaan antara TA yang ditulis oleh miss atiyah hengdada dengan penelitian TA yang	Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis karena penulis dalam

		<i>Formes Sleman Yogyakarta.</i>	dilakukan penulis adalah sama-sama membahas tentang strategi pemasaran produk murabahah khususnya dalam menganalisis kesempatan pasar, menganalisis sasaran pasar serta mengembangkan <i>Marketing Mix</i> (produk, tempat, harga, dan promosi	penyusunan tugas akhirnya membahas tentang strategi marketing pembiayaan KPR Dalam Upaya Pencapaian target di BRIS KCP Genteng
4.	Inugrawati(2017)	<i>implementasi strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah di BMT Bangun Rakyat Sejahtera Yogyakarta</i>	Skripsi ini sama-sama membahas tentang strategi pemasaran produk murabahah di BMT Bangun Rakyat Sejahtera Yogyakarta.	Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis karena penulis dalam penyusunan tugas akhirnya membahas tentang strategi <i>marketing</i> pembiayaan KPR yang digunakan di BRIS KCP Genteng serta membahas faktor-faktor pendukung dan faktor-faktor penghambat pelaksanaan strategi <i>marketing</i> pada produk KPR, penyusun tidak membahas tentang prosedur dan analisis pembiayaan..
5.	Fatmawati (2017)	<i>Strategi manajemen resiko kredit KPR Bersubsidi di PT Bank Tabungan Negara (PERSERO TBK) Kantor cabang Jember</i>	persamaan antara TA yang ditulis oleh Yulis Triyaningsih dengan penelitian TA yang dilakukan penulis adalah sama-sama	Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis karena penulis dalam penyusunan tugas akhirnya membahas tentang strategi

			membahas tentang pembiayaan KPR	marketing pembiayaan KPR Dalam Upaya Pencapaian target di BRIS KCP Genteng
6.	Sarah Hilfiah (2018)	<i>strategi pemasaran KPR BNI Syariah dalam menghadapi persaingan antar Bank,</i>	Dalam tugas akhirnya dengan peneliti sama-sama membahas mengenai strategi pemasarannya dalam pembiayaan KPR Syariah.	Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis karena penulis dalam penyusunan tugas akhirnya membahas tentang penerapan strategi marketing mix dalam pencapaian target pembiayaan KPR Mantap BRISyariah iB di Bank BRISyariah KCP Genteng.

Sumber data: Diolah dari penelitian terdahulu

B. Kajian Teori

Kajian teori merupakan seperangkat definisi, konsep serta proposisi yang telah disusun rapi serta sistematis tentang teori – teori dalam sebuah penelitian. Memilih kajian teori sangatlah penting guna mendapatkan pengetahuan baru dan dijadikan sebagai pegangan secara umum. Hal ini memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian, dalam hal ini peneliti menggunakan acuan teori sebagai berikut:

1. Strategi Pemasaran

a. Pengertian Strategi

Strategi adalah langkah-langkah yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan. Terkadang langkah yang harus dihadapi terjal dan berliku, namun ada pula langkah yang relatif

mudah. Di samping itu, banyak rintangan atau cobaan yang dihadapi untuk mencapai tujuan. Oleh karena itu, setiap langkah harus dijalankan secara hati-hati dan terarah.¹²

b. Pengertian Pemasaran

Istilah pemasaran muncul pertama kali sejak kemunculan istilah pasar (سوق) sedangkan pemasaran (الأسق). Dalam kegiatan pemasaran, aktivitas pertukaran merupakan hal utama. Pertukaran merupakan kegiatan pemasaran dimana seseorang berusaha menawarkan sejumlah barang atau jasa dengan sejumlah nilai manfaat keberbagai macam individu maupun kelompok sosial untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Pemasaran sebagai kegiatan manusia diarahkan untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan manusia setiap hari melalui proses pertukaran.

Kegiatan pemasaran merupakan ujung tombak bagi kegiatan sebuah usaha. Keberhasilan sebuah usaha tergantung kepada keahlian di bidang pemasaran, produksi, sumber daya manusia, keuangan, dan akuntansi. Selain itu juga tergantung kepada kemampuan untuk mengkombinasikan fungsi-fungsi tersebut secara bersama agar dapat berjalan secara lancar.¹³

c. Definisi Strategi *Marketing* Perbankan

Secara umum pengertian strategi pemasaran Bank adalah suatu proses untuk menciptakan dan mempertukarkan produk atau jasa Bank

¹² Kasmir, *Kewirausahaan*, Edisi Revisi, Jakarta: Rajawali Pers, 2013, 186.

¹³ Herlambang, Susatyo, *dasar-dasar pemasaran*, (yogyakarta: Gosyen Publishing, 2104), 1.

yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara memberikan kepuasan.¹⁴

Sedangkan strategi pemasaran Bank Syari'ah merupakan suatu langkah-langkah yang harus ditempuh dalam memasarkan produk atau jasa perbankan yang ditujukan pada peningkatan penjualan.

Peningkatan penjualan tersebut diorientasikan kepada :

- 1) Produk *funding* (penghimpunan dana)
- 2) Orientasi kepada pelanggan
- 3) Peningkatan mutu layanan
- 4) Meningkatkan *feebased income*

d. Tujuan Pemasaran

Tujuan *marketing* (pemasaran) adalah untuk memahami keinginan dan kebutuhan agar produk atau jasa sesuai yang diharapkan konsumen sehingga produk atau jasa tersebut dapat terjual dengan sendirinya. Secara umum tujuan pemasaran bank adalah untuk :

- 1) Memaksimumkan konsumsi, atau dengan kata lain, memudahkan dan merangsang konsumsi, sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan bank secara berulang-ulang.
- 2) Memaksimumkan kepuasan pelanggan, melalui berbagai pelayanan yang diinginkan nasabah. Nasabah yang puas akan menjadi ujung tombak pemasaran selanjutnya, karena kepuasan ini akan ditularkan kepada nasabah lainnya melalui ceritanya (getuk tular).

¹⁴ Umar Hasan, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2007) hlm. 74.

- 3) Memaximumkan pilihan (ragam produk) dalam arti bank menyediakan berbagai jenis produk bank sehingga nasabah memiliki beragam pemilihan pula.
- 4) Memaximumkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan kepada nasabah dan menciptakan iklim yang efisien.

e. *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran)

Marketing Mix adalah seperangkat variabel pemasaran yang terkendali yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuannya di dalam pasar sasaran.¹⁵

Marketing Mix dapat didefinisikan sebagai perpaduan berbagai strategi yang berupa kegiatan faktor-faktor penting yang merupakan hal-hal yang menjadi inti dari strategi pemasaran. Strategi *marketing mix* tersebut terdiri dari:

1) Strategi Produk (*product*)

Produk adalah segala sesuatu yang bisa ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi sehingga bisa memuaskan kebutuhan dan keinginan. Produk tersebut mencakup obyek fisik, jasa, orang, tempat, organisasi, dan ide. Jasa disini adalah segala aktifitas atau manfaat yang ditawarkan untuk dijual oleh suatu pihak secara esensial tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan atas apapun.¹⁶

¹⁵ Susatyo Herlambang, dasar-dasar pemasaran, (yogyakarta:Gosyen Publishing,2104), 33.

¹⁶ Kasmir, Manajemen Perbankan, (Jakarta:Rajawali Pers, 2014),216.

2) Strategi Penetapan Harga (*price*)

Dari sudut pandang pemasaran, harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.¹⁷

Strategi penetapan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa perbankan, terutama pada keadaan persaingan yang semakin tajam dan perkembangan permintaan yang terbatas. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan nantinya. Tujuan penentuan harga secara umum adalah sebagai berikut :

a) Untuk bertahan hidup

Artinya, dalam kondisi tertentu, terutama dalam kondisi persaingan yang tinggi bank dapat menentukan harga semurah mungkin dengan maksud produk atau jasa yang ditawarkan laku di pasaran.

b) Untuk memaksimalkan harga

Tujuan harga ini dengan mengharapkan penjualan yang meningkat sehingga laba dapat ditingkatkan.

¹⁷ Ibid.,227.

c) Untuk memperbesar *market share*

Penentuan harga ini dengan harga yang murah sehingga diharapkan jumlah nasabah meningkat dan diharapkan pula nasabah pesaing beralih ke produk yang ditawarkan.

d) Mutu produk

Tujuan dalam hal mutu produk adalah untuk memberikan kesan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi.

e) Karena pesaing

Dalam hal ini penentuan harga dengan melihat harga pesaing. Tujuannya adalah agar harga yang ditawarkan jangan melebihi harga pesaing.

3) Strategi Distribusi atau Lokasi (*place*)

Keputusan distribusi menyangkut kemudahan akses terhadap jasa bagi para pelanggan potensial. Keputusan ini meliputi lokasi fisik dan penggunaan perantara untuk meningkatkan aksesibilitas jasa bagi pelanggan.¹⁸ Distribusi merupakan kegiatan ekonomi yang menjembatani kegiatan produksi dan konsumsi, yang bertujuan agar barang dan jasa dapat sampai ke tangan konsumen. Dalam sektor jasa, distribusi didefinisikan sebagai setiap sarana yang menambah penggunaannya, baik dengan mempertahankan pemakai

¹⁸Ibid, 228

yang ada, meningkatkan nilai kegunaannya di antara pemakai yang ada ataupun menarik pemakai yang baru.¹⁹

4) Strategi Promosi (*promotion*)

Pada hakekatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi dan membujuk, dan/atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan beserta produknya agar bersedia menerima, membeli, sekaligus loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan.²⁰

a) Orang (*people*)

Dalam hubungannya dengan pemasaran jasa, maka “orang” yang berfungsi penyedia jasa sangat mempengaruhi kualitas jasa yang diberikan. Untuk mencapai kualitas terbaik maka pegawai harus dilatih untuk menyadari pentingnya pekerjaan mereka, yaitu memberikan konsumen kepuasan dalam memenuhi kebutuhannya. Pentingnya “orang” dalam pemasaran jasa berkaitan erat dengan pemasaran internal. Pemasaran internal adalah interaksi atau hubungan antara setiap karyawan dan departemen dalam suatu perusahaan yang dalam hal ini dapat diposisikan sebagai konsumen internal dan pemasok internal. Tujuan dari adanya hubungan tersebut

¹⁹ Ibid., 238.

²⁰ Ibid, 246

adalah untuk mendorong “orang“ dalam kinerja memberikan kepuasan kepada konsumen.²¹

b) Bukti fisik

Bukti fisik merupakan lingkungan fisik tempat jasa diciptakan dan langsung berinteraksi dengan pelanggan. Dua tipe bukti fisik antara lain, *essential evidence* merupakan keputusan-keputusan yang dibuat oleh pemberi jasa tentang desain dari ruang gedung. Sedangkan *Peripheral evidence* merupakan nilai tambah yang bila berdiri sendiri tidak berarti apa-apa. Jadi hanya berfungsi sebagai pelengkap, namun peranannya penting dalam proses produksi jasa, seperti tiket.²²

c) *Process* (proses), adalah keterlibatan pelanggan dalam pelayanan jasa, proses aktivitas, standar pelayanan, kesederhanaan prosedur kerja yang ada di bank yang bersangkutan.²³

2. Landasan tentang produk pembiayaan KPR Syariah

a. Pengertian pembiayaan KPR Syariah

Pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR), yaitu kredit yang digunakan untuk membeli rumah atau untuk kebutuhan konsumtif lainnya dengan jaminan/agunan berupa rumah. Walaupun

²¹ Ibid, 214

²² Ibid,214

²³ Ibid, 214

penggunaannya mirip, KPR berbeda dengan kredit konstruksi dan renovasi.

Adapun maksud dari pembiayaan dalam penelitian ini adalah suatu bentuk kerja sama dengan nasabah yang membutuhkan jasa perbankan syariah berupa produk pembiayaan KPR dalam rangka pembelian rumah, ruko, rukan/rusun, apartemen, bagi nasabah dengan pembagian keuntungan sesuai dengan nisbah bagi hasil yang telah disepakati bersama selanjutnya diadakan dengan menggunakan prinsip akad *Murabahah* (jual beli).

KPR (kredit pemilikan rumah) adalah kredit yang digunakan untuk membeli rumah atau untuk kebutuhan konsumtif lainnya dengan jaminan/agunan.²⁴

KPR merupakan salah satu jenis layanan pembiayaan yang diberikan oleh bank kepada para nasabah yang menginginkan pinjaman khusus untuk memenuhi kebutuhan dalam pembangunan atau renovasi rumah. KPR juga muncul karena adanya berbagai kondisi penunjang yang strategis diantaranya adalah pemenuhan kebutuhan perumahan yang semakin lama semakin tinggi namun belum dapat mengimbangi kemampuan daya beli kontan dari masyarakat. Dikarenakan didalam perbankan syariah tidak mengenal istilah kredit, KPR sering digantikan dengan berbagai istilah seperti kebutuhan pemilikan rumah syariah, kongsi pemilikan rumah syariah, kerjasama pemilikan rumah syariah

²⁴<http://www.rumah123.com/paduan-properti/membeli-properti-1610-mengenal-kpr-dan-jenis-jeniskpr-id> , diakses pada tanggal 25 desember 2018

dan kepemilikan pembiayaan rumah syariah. Beberapa bank syariah juga menggunakan istilah tersendiri untuk pembiayaan ini, misalkan bank muamalat Indonesia menggunakan istilah pembiayaan Hunian Syariah, yaitu pembiayaan yang membantu nasabah untuk memiliki rumah (*baru/bekas*), apartemen, ruko, rukan maupun kios.²⁵

Sedangkan bank BRI Syariah menggunakan istilah KPR Mantap BRISyariah iB yaitu fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk membeli, membangun, dan merenovasi rumah (termasuk ruko, rusun, apartemen dan sejenisnya), dan membeli tanah kavling serta rumah *indent*, yang besarnya disesuaikan dengan kebutuhan pembiayaan dan kemampuan nasabah untuk membayar kembali.

b. Pengertian Murabahah

Murabahah adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Akad ini merupakan salah satu bentuk *natural certainty contract*, karena dalam murabahah ditentukan berapa keuntungan yang ingin diperoleh. Bila nasabah hanya membutuhkan dana untuk pengadaan bahan baku dan penolong, sedangkan biaya proses produksi dan penjualan, seperti upah tenaga kerja, biaya pengepakan, biaya distribusi serta biaya-biaya lainnya dapat ditutup dengan dana nasabah sendiri, maka bank dapat memberikan fasilitas *murabahah* untuk

²⁵ Suzana hardjono, *mudah memiliki rumah idaman lewat KPR* (Jakarta: PT. pustaka grahatama), 2018,25.

pengadaan bahan baku dan bahan penolong tersebut, dengan jangka waktu sesuai dengan lamanya perputaran modal kerja tersebut, yaitu mulai dari pengadaan persediaan bahan baku sampai terjualnya hasil produksi, dimana hasil-hasil penjualan tersebut diterima dan bentuk tunai (*cash*)²⁶

c. Jenis-jenis murabahah

Secara umum murabahah terbagi menjadi dua jenis, yaitu murabahah dalam bentuk pesanan dan murabahah dalam bentuk cicilan atau tunai.

1) Murabahah dalam bentuk pesanan

Murabahah berdasarkan pesanan, bank melakukan pembelian barang setelah ada pemesanan dari nasabah, dan dapat bersifat mengikat nasabah untuk membeli barang dipesannya (bank berhak meminta uang muka untuk pesannya)

2) murabahah dalam bentuk tunai atau cicilan

Pembayaran murabahah dapat dilakukan secara tunai atau cicilan. Dalam murabahah juga diperkenankan adanya perbedaan dalam harga barang untuk cara pembayaran yang berbeda. Murabahah muajjal dicirikan dengan adanya penyerahan barang diawal akad dan pembayaran kemudian (setelah awal akad), baik dalam bentuk angsuran maupun dalam bentuk sekaligus.

²⁶Zainul arifin, dasar-dasar manajemen bank syariah (jakarta: Pustaka Alvabet, 2005), 189-190.

d. Syarat Murabahah

- 1) Penjual memberitahu biaya modal kepada nasabah
- 2) Kontrak pertama harus sah sesuai dengan rukun yang ditetapkan.
- 3) Kontrak harus bebas dari riba.
- 4) Penjual harus menjelaskan kepada pembeli bila terjadi cacat atas barang sesudah pembelian.
- 5) Penjual harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian, misalnya jika pembelian dilakukan secara utang.



BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Kemudian dalam penelitian ini digunakan beberapa teknik atau metode penelitian yang meliputi:

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang atau perilaku yang dapat diamati. Definisi tersebut lebih menekankan pada jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian yakni data deskriptif kualitatif. Dengan kata lain penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data deskriptif dan berupaya menggali makna dari suatu fenomena berdasarkan fakta – fakta yang sudah ada.²⁷ Penelitian kualitatif bermaksud untuk mengetahui fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain – lain secara menyeluruh dan dideskripsikan dalam bentuk kata – kata dan bahasa yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.²⁸

Peneliti menggunakan metode ini karena peneliti ingin berproses di dalam penelitian ini. Seperti diketahui bahwa penelitian ini memiliki ciri khas penekanan pada prosesnya. Proses berarti melihat bagaimana fakta, realita, gejala dan peristiwa itu terjadi dan dialami secara khusus tentang bagaimana

²⁷M. Djamal, *Paradigma Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), 9.

²⁸Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005), 6

peneliti terlibat didalamnya dan menjadi relasi dengan orang lain. penekanan pada proses ini mengandaikan adanya tahapan yang perlu dilalui dan tidak langsung jadi.²⁹ Dengan menggunakan metode ini, peneliti dapat terjun langsung ke lapangan. Dengan menggunakan metode ini juga, peneliti tentunya dapat berproses dan dapat memahami fenomena – fenomena yang dialami oleh subjek penelitian yang dimana itu semua berkaitan dengan fokus penelitian yang dilakukan peneliti. Sehingga diharapkan peneliti dapat menggambarkan secara nyata dan sesuai dengan fakta – fakta yang ada.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti bertempat di Bank BRI Syariah KCP Genteng Banyuwangi tersebut berada di Jl. Diponegoro No 14 Komplek Ruko A3 Genteng Banyuwangi yang mana dalam hal ini sebagian besar masyarakat menggunakan untuk berbagai keperluan yang berkaitan dengan bank tersebut seperti menabung, mengambil tabungan, menukarkan mata uang rupiah maupun asing, membuat atau menggunakan kartu ATM, serta berbagai macam keperluan lainnya.

C. Subjek Penelitian

Dalam menentukan informan peneliti menggunakan *key informan* dengan teknik *Purposive*, yaitu teknik pengambilan responden dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang di anggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia

²⁹Conny R. Semiawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT Grasindo, 2010), 83.

sebagai pengusaha sehingga akan memudahkan peneliti menjelajah obyek atau situasi sosial yang akan dipilih.³⁰

Adapun subjek informan penelitian dilakukan dengan :

- a. Bapak Ahmad Taufiq sebagai kepala bank membahas mengenai macam-macam produk perbankan yang ada di Bank BRI Syariah KCP Genteng.
- b. Erfina Fitriani sebagai *Customer Service* membahas KPR Syariah secara umum.
- c. Regha Marthagusti sebagai Karyawan AO khusus KPR (*Account office*), membahas mengenai Strategi pemasaran KPR secara jelas dan luas pada Bank BRI Syariah KCP Genteng.
- d. Mahfud Efendi sebagai Karyawan AO khusus KPR(*Account office*), membahas tentang kendala dan solusi dalam pembayaran produk KPR Mantap BRISyariah pada Bank BRI Syariah KCP Genteng.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah dengan obeservasi, wawancara dan dokumentasi.

1. Teknik Observasi

Menurut Nasution dalam buku yang dikutip Sugiyono mengatakan bahwa, observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan kenyataan yang diperoleh melalui observasi.

Metode observasi ini digunakan untuk mendapatkan data tentang:

³⁰Morissan, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: Kencana, 2017), 94.

- a. Letak geografis dan kondisi fisik Bank BRI Syariah KCP Genteng Banyuwangi.
- b. Situasi dan kondisi riil lokasi Bank BRI Syariah KCP Genteng Banyuwangi.
- c. Ruang lingkup kegiatan usaha Bank BRI Syariah KCP Genteng Banyuwangi

2. Teknik Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan tanya jawab langsung dengan karyawan Bank BRI Syariah KCP Genteng Banyuwangi. Peneliti menggunakan wawancara semi struktur. Dalam hal ini pewawancara menanyakan sejumlah pertanyaan yang sudah terstruktur, kemudian satu persatu diperdalam dengan menggali keterangan lebih lanjut. Dengan demikian jawaban yang diperoleh meliputi semua variabel dengan keterangan yang lengkap dan mendalam. Adapun wawancara yang dilakukan peneliti yaitu:

- a. Mengenai strategi pemasaran produk KPR MANTAP BRISyariah iB di Bank BRI Syariah KCP Genteng Banyuwangi.
- b. Mengenai solusi dan kendala yang dihadapi pembiayaan produk KPR MANTAP BRISyariah iB di Bank BRI Syariah KCP Genteng Banyuwangi.

3. Teknik Dokumentasi

Selain dengan wawancara dan observasi, teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan teknik dokumentasi,

teknik dokumentasi adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental seseorang. Dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.³¹

Adapun teknik dokumentasi digunakan untuk memperoleh data tentang:

- a. Profil Bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi yang meliputi Sejarah berdirinya visi-misi Data-data lain yang berkaitan dengan strategi pemasaran produk KPR Mantap BRISyariah pada Bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi.
- b. struktur organisasi
- c. Dokumen-dokumen yang diperlukan.

E. Teknik Analisis Data

Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu dari wawancara, pengamatan yang telah diperoleh baik itu catatan lapangan, dokumentasi pribadi, dokumen resmi, gambar, foto dan sebagainya.³² Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif.

Analisis deskriptif adalah suatu analisis yang dilakukan dengan cara mengamati sesuatu (objek penelitian) dan kemudian menjelaskan apa yang

³¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014), 240.

³² Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005), 247.

diamatinya. Penjelasan ini diceritakan dalam sebuah tulisan dengan cara hati – hati dan cermat sehingga mendapatkan tulisan yang akurat dan tepat sesuai hasil pengamatan.³³

F. Teknik Keabsahan Data

Teknik keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.³⁴ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber.

Teknik triangulasi sumber, peneliti melakukan kebenaran informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data. Triangulasi sumber yang berarti membandingkan dan mengecek data yang bersumber dari informan yang diperoleh melalui waktu dan alat berbeda. Data dicari melalui narasumber yaitu orang yang dijadikan sebagai sarana mendapatkan informasi atau data.

G. Tahapan – Tahapan Penelitian

Beberapa tahapan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti diantaranya:

4. Tahap Pra Lapangan

Tahap pra lapangan adalah tahap dimana peneliti mencari gambaran permasalahan dan latar belakang serta referensi yang terkait dengan tema sebelum terjun ke lapangan. Peneliti telah mendapatkan gambaran

³³ Morissan, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: Kencana, 2017), 37.

³⁴ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005), 330.

permasalahan dengan mengangkat judul “Analisis Strategi Pemasaran Produk KPR Mantap BRISyariah iB Di Bank BRI Syariah KCP Genteng Banyuwangi”

Adapun tahapan – tahapan yang diidentifikasi oleh peneliti adalah sebagai berikut:

- a) Menyusun pelaksanaan penelitian
- b) Memilih lokasi penelitian
- c) Mengurus surat perizinan penelitian
- d) Memilih dan memanfaatkan informasi
- e) Mempersiapkan perlengkapan – perlengkapan penelitian.³⁵

5. Tahap Pelaksanaan

Dalam tahap ini peneliti memasuki lapangan untuk melihat, mamantau dan meninjau lokasi penelitian diBRI Syariah KCP Genteng Banyuwangi. Peneliti mulai memasuki objek penelitian dan mencari serta mengumpulkan data – data dengan alat yang sudah disediakan baik itu secara tertulis, rekaman, maupun dokumentasi. Perolehan data tersebut akan segera diproses untuk mendapatkan informasi mengenai objek penelitian.

6. Tahap Analisis Data

Pada tahap ini, peneliti melakukan teknik analisis data yang diperoleh selama penelitian berlangsung atau selama peneliti berada di lapangan. Peneliti melakukan analisis terhadap beberapa jenis data yang

³⁵Ibid., 133.

sudah diperoleh dengan cara wawancara dan observasi. Dalam tahap ini peneliti mengkonfirmasi kembali data yang didapat dari lapangan dengan teori yang digunakan.



BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Sejarah Bank BRI Syariah

Berawal dari akuisisi PT. Bank Rakyat Indoensia (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 Tbk secara resmi beroperasi. Kemudian PT Bank BRI Syariah Tbk merubah kegiatan usaha yang semula beroperasi secara konvensional, kemudian diubah menjadi kegiatan perbankan berdasarkan prinsip syariah islam. Dua tahun lebih PT Bank BRI Syariah Tbk 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.

Kehadiran PT Bank BRI Syariah Tbk di tengah-tengah industri perbankan nasional dipertegas oleh makna pendar cahaya yang mengikuti logo perusahaan. Logo ini menggambarkan keinginan dan tuntutan masyarakat terhadap sebuah bank modern sekelas PT Bank BRI Syariah Tbk yang mampu melayani masyarakat dalam kehidupan modern. Kombinasi warna yang digunakan merupakan turunan dari warna yang

digunakan merupakan turunan dari warna biru dan putih sebagai benang merah dengan brand PT Bank Rakyat Indonesia Syariah (persero), Tbk. Aktivitas PT Bank BRI Syariah Tbk semakin kokoh setelah pada 19 Desember 2008 ditandatangani akta pemisahan Unit Usaha Syariah PT Bank Rakyat Indonesia Syariah (persero), Tbk., untuk melebur ke dalam PT Bank BRI Syariah Tbk (proses spin off) yang berlaku efektif pada tanggal 1 Januari 2009. Penandatanganan dilakukan oleh Bapak Sofyan Basir selaku Direktur Utama PT Bank Rakyat Indonesia Syariah (persero), Tbk., dan Bapak Ventje Rahardjo selaku Direktur Utama PT Bank BRI Syariah Tbk.

Saat ini PT Bank BRI Syariah Tbk menjadi bank syariah ketiga terbesar berdasarkan aset. PT Bank BRI Syariah Tbk tumbuh dengan pesat baik dari sisi aset, jumlah pembiayaan dan perolehan dana pihak ketiga. Dengan berfokus pada segmen menengah bawah, PT Bank BRI Syariah Tbk menargetkan menjadi bank ritel terkemuka dengan berbagai ragam produk dan layanan perbankan.

2. Visi dan Misi

Visi

Menjadi bank ritel modern terkemuka dengan ragam layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah, untuk kehidupan lebih bermakna.

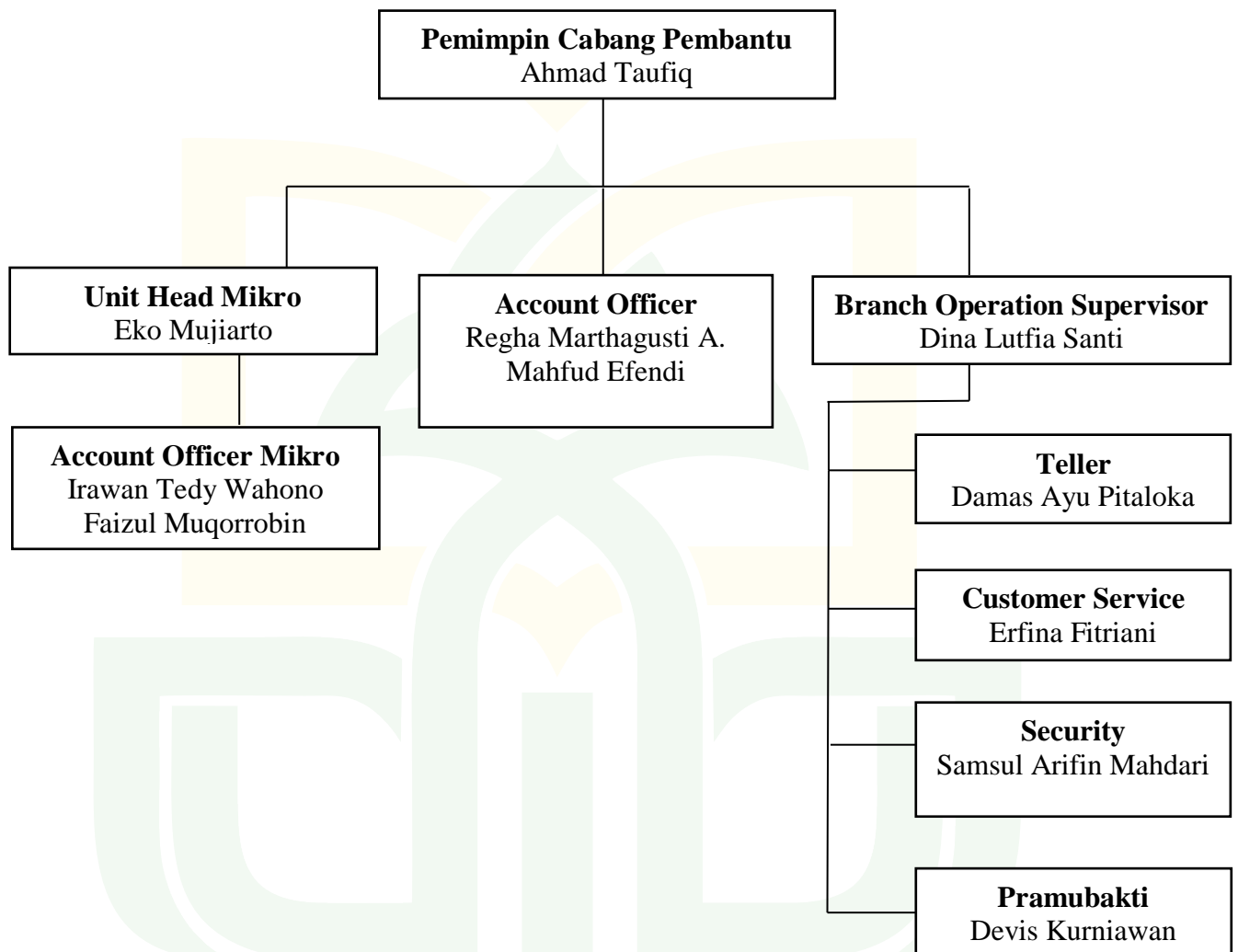
Misi

- a. Memahami keragaman individu dan mengakomodasi beragam kebutuhan finansial nasabah.
- b. Menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika sesuai prinsip-prinsip Syariah.
- c. Menyediakan akses ternyaman melalui berbagai sarana kapanpun, dimanapun.
- d. Memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan menghadirkan ketentraman pikiran.



3. Struktur Organisasi Bank BRI Syariah KCP Genteng Banyuwangi

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Bank BRI Syariah KCP Genteng Banyuwangi



Sumber: data dari Bank BRI Syariah KCP Genteng Banyuwangi

4. Deskripsi Jabatan (*Job Description*)

a. Pemimpin Cabang Pembantu bertugas sebagai berikut:

- 1) Mengawasi dan menilai serta bertanggung jawab secara keseluruhan terhadap kinerja operasional perusahaan dalam pengambilan keputusan.
- 2) Memprakarsai dan memutuskan pembiayaan sesuai dengan kewenangannya.
- 3) Mempelajari dan menganalisis terhadap potensi ekonomi diwilayah kerjanya sehingga dapat mengidentifikasi peluang bisnis yang ada.

b. *Branch Operation Supervisor* (BOS)

- 1) Mengkoordinir pelaksanaan operasional bank untuk mendukung pertumbuhan bisnis dengan cara memberikan service dan layanan yang terbaik sehingga transaksi dari nasabah di kantor cabang pembantu dapat diselesaikan dengan baik.
- 2) Menyampaikan kebijakan-kebijakan yang sebelumnya telah dirancang dan disetujui oleh pejabat di atasnya kepada seluruh staff-staff dibawahnya.
- 3) Mengatur kelompok kerja pada divisi yang berada di bawah wewenangnya.

c. *Unit Head* (UH)

- 1) Melakukan pelayanan dan pembinaan kepada peminjam.
- 2) Menyusun rencana pembiayaan.

- 3) Menerima berkas pengajuan pembiayaan.
- 4) Melakukan analisis pembiayaan.
- 5) Mengajukan berkas pembiayaan hasil analisis kepada komisi pembiayaan.
- 6) Melakukan administrasi pembiayaan.
- 7) Melakukan pembinaan anggota pembiayaan agar tidak macet.
- 8) Membuat laporan perkembangan pembiayaan
- 9) Membuat akad pembiayaan.

d. *Account Officer (AO)*

- 1) Mengelola account nasabah yakni berperan untuk membina nasabah supaya dapat efisien dan optimal mengelola keuangan.
- 2) Mengelola produk artinya bahwa seorang AO harus mampu memberikan dan menawarkan produk yang tepat guna kepada kebutuhan nasabahnya.
- 3) Mengelola kredit, seorang AO harus mampu memonitoring nasabahnya supaya pembiayaan yang di berikan tetap lancar.
- 4) Mengelola penjualan produk.
- 5) Mengelola profitability.

e. *Account Officer Mikro (AOM)*

- 1) Menawarkan dan menjual produk kepada nasabah yang ada dengan sebaik-baiknya.
- 2) Bertanggung jawab secara langsung kepada UH terhadap hasil kinerja dan pencapaian target simpanan (DPK).

- 3) Melakukan kegiatan pemasaran untuk Dana Pihak Ketiga (DPK).
- 4) Memberikan pelayanan sebaik-baiknya dan *cross selling* kepada nasabah untuk mencapai tingkat kepuasan pelayanan nasabah.
- 5) Membuat rencana kunjungan kepada nasabah dalam rangka mencapai dan simpanan atau DPK.
- 6) Menjaga hubungan yang baik (*relationship*) kepada nasabah agar dana simpanannya tidak keluar.
- 7) Melaksanakan tugas-tugas lainnya sesuai perintah atasan guna menunjang kegiatan bisnis bank.

f. *Teller*

- 1) Menerima setoran dari nasabah baik tunai ataupun non tuna, kemudian memposting di sistem komputer bank.
- 2) Melakukan pembayaran tunai kepada nasabah yang bertransaksi tunai di konter bank dan melakukan posting di sistem komputer bank.
- 3) Bertanggung jawab terhadap kesesuaian jumlah kas yang ada di sistem dengan kas yang ada di terminalnya.

g. *Customer Service*

- 1) Memberikan pelayanan kepada nasabah dalam memberikan informasi produk.
- 2) Membantu nasabah dalam melakukan proses pembukaan rekening tabungan dan deposito.

- 3) Membantu nasabah dalam melakukan proses penutupan rekening tabungan dan deposito.
- 4) Memberikan informasi saldo simpanan nasabah.
- 5) Menerima berkas pengajuan pembiayaan dari calon nasabah.
- 6) Menyediakan materai untuk akad pembiayaan maupun bilyet deposito, dan bertanggung jawab atas pengelolaannya.
- 7) Membuat surat keluar dan memo internal
- 8) Bertanggung jawab atas penomoran surat keluar, surat masuk, dan memo internal dan bertanggung jawab atas pengarsipannya.
- 9) Menyimpan berkas tabungan dan deposito.
- 10) Memberikan pelayanan informasi perbankan lainnya kepada nasabah, terutama dalam menangani permasalahan transaksi nasabah.

h. *Security*

- 1) Bertanggung jawab menjaga dan mengendalikan keamanan lingkungan kantor dari segala bentuk kejahatan, ancaman keamanan atau yang membuat keonaran lingkungan kantor.
- 2) Bertanggung jawab menjaga dan memelihara semua asset yang ada di lingkungan kantor dari ancaman kejahatan.
- 3) Bertanggung jawab melindungi karyawan, nasabah, dan tamu dari ancaman gangguan keamanan atau kejahatan.
- 4) Membantu karyawan kantor dan melayani *customer* di saat jam kantor.

- 5) Memelihara dan menjaga kebersihan serta ketertiban lingkungan.
 - 6) Mengatur parkir kendaraan dan mempersilahkan nasabah yang datang.
 - 7) Membantu mengontrol dan mematikan semua peralatan kantor, lampu, AC atau semua peralatan yang menggunakan listrik saat karyawan selesai bekerja.
 - 8) Bertanggung jawab mengunci semua pintu saat jam kantor selesai dan membukakan kembali saat jam kerja akan dimulai.
 - 9) Menyerahkan semua kunci kepada penanggung jawab.
- i. Pramubakti
- 1) Bertanggung jawab menjaga kebersihan lingkungan dan merawat alat-alat kantor dan gedung kantor.
 - 2) Melayani perintah yang menjadi kebutuhan kantor dan karyawan.
 - 3) Menyediakan minum untuk tamu dan semua karyawan kantor.

5. Letak Geografis

Kantor BRI Syariah Cabang Pembantu Genteng Banyuwangi terletak Jl. Diponegoro No 14 Komplek Ruko A3 Genteng Banyuwangi (68465). Adapun batas-batas Bank BRI Syariah KCP Genteng banyuwangi sebagai berikut:

- a. Sebelah Barat Sun East Mall (SEM) Genteng
- b. Sebelah Utara Bank BTN KCP Genteng dan Masjid Rahmat
- c. Sebelah Selatan Lampu Merah kedua Genteng

6. Produk-produk Bank BRI Syariah KCP Genteng Banyuwangi

a. Produk Simpanan

1) Tabungan Haji BRISyariah iB merupakan tabungan investasi bagi calon Haji yang bertujuan memenuhi kebutuhan Biaya Perjalanan Ibadah Haji (BPIH). Dengan Tabungan Haji BRISyariah iB, maka akan mendapatkan ketenangan, kenyamanan serta lebih berkah dalam penyempurnaan ibadah karena pengelolaannya sesuai prinsip syariah dengan sistem bagi hasil.³⁶

a) Manfaat dan keuntungan:

- (1) Aman, karena diikut sertakan dalam program penjaminan pemerintah.
- (2) Dapat bertransaksi di seluruh jaringan kantor cabang BRISyariah secara online.
- (3) Bagi hasil kompetitif.
- (4) Pemotongan zakat secara otomatis dari bagi hasil yang diterima.
- (5) Online dengan kementerian Agama RI
(Siskohat/Switching BPIH)
- (6) Kemudahan dalam merencanakan persiapan Ibadah Haji.
- (7) Gratis asuransi jiwa dan kecelakaan, hingga 100% saldonya.
- (8) Gratis biaya administrasi tabungan.

³⁶Brosur Tabungan Haji Bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi.

(9) Dana Talangan Haji yang memberikan solusi terbaik, mempercepat ke Baitullah dengan persyaratan yang mudah dan cepat.

(10) Mendapatkan souvenir yang menarik.

b) Syarat dan ketentuan

(1) Nasabah Perorangan.

(2) Copy Kartu Identitas (KTP/SIM/Paspor) yang masih berlaku.

(3) Mengisi dan menandatangani formulir pembukaan rekening

(4) Melengkapi dan menandatangani Akad Tabungan.

(5) Setoran Awal minimal Rp. 50.000,-

(6) Setoran sekanjutnya minimal Rp. 10.000,-

(7) Saldo mengendap minimal Rp. 50.000,-

(8) Biaya jika saldo mengendap dibawah minimal Rp. 0,-

(9) Biaya penutupan rekening Rp. 25.000,-

(10) Biaya penggantian buku tabungan jika hilang/rusak Rp. 5.000,-

2) Tabunganku BRISyariah iB merupakan tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

a) Manfaat dan ketentuan

- (1) Aman
- (2) Dapat bertransaksi di seluruh jaringan kantor cabang BRISyariah secara Online.
- (3) Gratis biaya administrasi tabungan.
- (4) Bonus sesuai Kebijakan Bank.
- (5) Pemotongan zakat secara otomatis dari bonus yang diterima.

b) Syarat dan ketentuan

- (1) Nasabah Perorangan WNI, usia minimal 17 tahun.
- (2) Kartu Identitas (KTP/SIM/Paspor) yang masih berlaku.
- (3) 1 Nasabah hanya diperkenankan memiliki 1 rekening Tabunganku di 1 bank, kecuali bagi orang tua yang membukakan rekening untung anak yang masih dibawah perwalian sesuai kartu keluarganya.
- (4) Mengisi dan menandatangani formulir pembukaan rekening.
- (5) Melengkapi dan menandatangani Akad TabunganKu BRISyariah iB.
- (6) Setoran awal minimal Rp. 20.000,-
- (7) Setoran selanjutnya minimal Rp. 10.000,-
- (8) Saldo mengendap minimal Rp. 20.000,-

(9) Saldo menjadi dorman/tidak aktif jika tidak terdapat transaksi selama 6 (enam) bulan berturut-turut.

(10) Saldo dorman akan dikenakan biaya penalty Rp. 2.000,- per bulan.

(11) Biaya penutupan rekening atas permintaan Nasabah Rp. 20.000,-

(12) Biaya penggantian buku tabungan jika hilang/rusak Rp. 0,-

3) Giro BRISyariah iB merupakan simpanan untuk mempermudah bisnis dan usaha kita yang pengelolaan dananya berdasarkan prinsip titipan serta dapat ditarik setiap saat dengan menggunakan cek atau bilyet giro.

a) Manfaat dan keuntungan

(1) Aman, karena diikutsertakan dalam program penjaminan pemerintah.

(2) Kemudahan Transaksi dengan menggunakan Cek atau Bilyet Giro.

(3) Pemandahan bukuan antar rekening BRISyariah secara On-Line.

(4) Fasilitas pengiriman Rekening Koran setiap awal bulan.

(5) Bonus sesuai kebijakan bank.

b) Syarat dan ketentuan

(1) Nasabah Perorangan atau perusahaan.

(2) Usia minimal 17 tahun.

- (3) Kartu Identitas (KTP/SIM/Paspor) yang masih berlaku.
- (4) Mengisi dan menandatangani formulir pembukaan rekening Giro BRISyariah iB.
- (5) Melengkapi dan menandatangani Akad Giro BRISyariah iB.
- (6) Setoran awal minimal Rp. 2.500.000,- (Perorangan) dan Rp. 5.000.000,- (Perusahaan).
- (7) Saldo mengendap minimal Rp. 500.000,-
- (8) Biaya Administrasi rekening bulanan Rp. 10.000,-
- (9) Biaya penutupan rekening Rp. 25.000,-

4) Deposito BRISyariah iB merupakan salah satu produk dari BRISyariah yang menggunakan prinsip bagi hasil, membuat hasil investasi kita tak hanya menguntungkan, juga membawa berkah. Deposito BRISyariah iB diperuntukkan bagi nasabah Perorangan ataupun Perusahaan yang hanya dananya hanya dapat ditarik pada saat jatuh tempo.

a) Manfaat

- (1) Aman, karena ikut serta dalam program penjaminan pemerintah.
- (2) Tersedia pilihan jangka waktu 1, 3, 6 dan 12 bulan.
- (3) Bagi hasil Kompetitif.
- (4) Dapat diperpanjang secara otomatis dengan nisbah bagi hasil sesuai kesepakatan pada saat jatuh tempo.

(5) Pemindahbukuan otomatis setiap bulan dari bagi hasil yang diterima.

(6) Dapat dijadikan jaminan pembiayaan.

b) Syarat dan ketentuan

Perorangan

(1) Kartu identitas (KTP/SIM/Paspor).

(2) Memiliki rekening tabungan atau giro di BRISyariah.

Perusahaan

(1) Kartu Identitas (KTP/SIM/Paspor) yang masih berlaku dari pengurus badan usaha atau kuasanya.

(2) Akte Pendirian/Anggaran Dasar Perusahaan beserta perubahan (jika ada) beserta Pengesahan Departemen Kehakiman.

(3) Surat Persetujuan Pengurus berwenang.

(4) Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP).

(5) Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP).

(6) Memiliki rekening tabungan atau giro di BRISyariah.

b. Produk Pembiayaan

- 1) KPR Mantap BRISyariah iB merupakan Pembiayaan Kepemilikan Rumah untuk perorangan guna memenuhi sebagian atau keseluruhan kebutuhan akan hunian dengan menggunakan prinsip

jual beli, dimana pembayarannya secara angsuran dengan jumlah angsuran yang telah ditetapkan di muka dan dibayar setiap bulan.³⁷

a. Manfaat

(1) Skim pembiayaan adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (margin) yang disepakati oleh Bank dan Nasabah.

(2) Uang muka ringan, minimum 10%.

(3) Jangka waktu maksimal 15 tahun.

b. Syarat dan ketentuan

Persyaratan Umum Nasabah

(1) Warga Negara Indonesia.

(2) Karyawan tetap dengan pengalaman kerja minimal 2 tahun.

(3) Wiraswasta dengan pegalaman usaha minimal 3 tahun.

(4) Professional dengan pengalaman praktek minimal 2 tahun.

(5) Usia minimal pada saat pembiayaan diberikan adalah 21 tahun dan maksimal usia pension untuk karyawan atau 65 tahun untuk wiraswasta dan professional.

(6) Tidak termasuk dalam Daftar Pembiayaan Bermasalah.

(7) Memenuhi persyaratan sebagai pemegang polis Asuransi Jiwa.

(8) Memiliki atau bersedia membuka rekening tabungan pada Bank BRISyariah.

³⁷Brosur Produk Simpanan Bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi.

Persyaratan Dokumen Nasabah

- (1) Karyawan dengan penghasilan tetap.
- (2) Kartu Tanda Pengenal (KTP).
- (3) Kartu Keluarga dan Surat Nikah.
- (4) Slip Gaji terakhir atau Surat Keterangan Gaji.
- (5) Rekening koran/tabungan 3 bulan terakhir.
- (6) NPWP pribadi untuk pembiayaan diatas Rp. 50 juta.

Skema Murabahah

Gambar 3.1

Skema pembiayaan Murabahah melalui Wakalah di Bank BRI Syariah KCP

Genteng Banyuwangi berdasarkan SOP



Sumber data: skema pembiayaan Murabahah melalui Wakalah di Bank BRI

Syariah KCP Genteng Banyuwangi

Keterangan sebagai berikut:

1. Nasabah datang ke BRI Syariah KCP Genteng Banyuwangi untuk mengajukan pembiayaan kepemilikan rumah dengan membawa persyaratan seperti diatas, kemudian antara BRI Syariah KCP Genteng Banyuwangi dengan nasabah melakukan negoisasi dan keepakatan awal.
2. Apabila nasabah telah memenuhi persyaratan dan layak untuk diberi pembiayaan, maka pihak Bank BRI Syariah KCP Genteng Bnyuwangi dapat memberikan kuasa dengan menggunakan akad wakalah.
3. BRI Syariah KCP Genteng Bnyuwangi menerbitkan *purchase order* sesuai kesepakatan dengan nasabah kepada penjual rumah agar barang tersebut dikirim kepada nasabah.
4. Nasabah embeli rumah kepada penjual rumah sebagai wakil dari BRI Syariah KCP Genteng Bnyuwangi.
5. Setelah terjadi transaksi dan kesepakatan antara nasabah dengan penjual rumah tersebut menyerahkan (rumah) dan dokumen-dokumen kepada nasabah.
6. Setelah barang (rumah) tersebut dibeli oleh nasabah, maka nasabah berhak menyerahkan rumah dan dokumen-dokumen kepada BRI Syariah KCP Genteng Bnyuwangi. Lalu secara prinsip rumah tersebut milik BRI Syariah KCP Genteng Bnyuwangi, setelah itu terjadi akad

murabahah antara BRI Syariah KCP Genteng Bnayuwangi dengan nasabah.

7. Nasabah akan membayar rumah tersebut dengan harga pokok ditambah dengan margin yang telah disepakati secara angsuran.
 - a. Unit Mikro 25 BRISyariah iB adalah pembiayaan dengan skema kemitraan, untuk membantu pengusaha kecil yang ingin mengembangkan usahanya. Dengan plafon mulai dari Rp. 5 Juta – Rp. 25 Juta. Unit Mikro BRISyariah iB menawarkan persyaratan yang mudah dan menarik serta bebas agunan.
 - 1) Manfaat
 - a) Cash Pick-Up (antar jemput setoran) yang dilakukan oleh *relationship officer*.
 - b) Nasabah UMS juga dapat menggunakan Kartu ATM BRISyariah dan bertransaksi di seluruh jaringan kantor cabang BRISyariah secara *online*.
 - c) Nasabah dapat bertransaksi di lebih dari 20.000 jaringan ATM.
 - d) Berbagai layanan dapat dilakukan melalui ATM BRISyariah, antara lain: cek saldo, tarik tunai dang anti pin, transfer, pembelian maupun pembayaran.
 - e) Layanan Perbankan Elektronik Phone Banking callBRIS 500-789.
 - f) Jangka waktu pembiayaan 6-36 bulan.

2) Persyaratan

(1) Kartu Identitas (KTP/SIM/Paspor) yang masih berlaku.

(2) Kartu Keluarga dan Akta Nikah.

(3) Akta Cerai/Surat Kematian pasangan.

(4) Surat Ijin Usaha/Surat Keterangan Usaha.

(5) Bukti pembayaran lancar atas pembiayaan/kredit eksisting di BRIS/LKK/LKS lain selama 6 bulan terakhir.

b. Unit Mikro 75 BRISyariah iB adalah pembiayaan dengan skema kemitraan, untuk membantu pengusaha kecil yang ingin mengembangkan usahanya. Dengan plafon mulai Rp. 5 Juta – Rp. 75 Juta. Unit Mikro BRISyariah iB menawarkan persyaratan yang mudah dan menarik. Pembiayaan ini membutuhkan agunan/jaminan.

1) Manfaat

a) *Cash Pick-Up* (antar jemput setoran) yang dilakukan oleh *Relationship Officer*.

b) Nasabah UMS juga dapat menggunakan kartu ATM BRISyariah dan bertransaksi di seluruh jaringan kantor cabang BRISyariah secara *Online*.

c) Nasabah dapat bertransaksi di lebih dari 20.000 jaringan ATM.

- d) Berbagai layanan dapat dilakukan melalui ATM BRISyariah, antara lain: cek saldo, tarik tunai dan anti pin, transfer, pembelian maupun pembayaran.
 - e) Layanan Perbankan *Elektronik Phone Banking callBRIS* 500-789.
 - f) Jangka waktu pinjaman 6-36 bulan dengan tujuan barang modal kerja.
 - g) Jangka waktu pinjaman 6-60 bulan dengan tujuan investasi.
- 2) Persyaratan
- a) Kartu Identitas (KTP/SIM/Paspor) yang masih berlaku.
 - b) Kartu Keluarga dan Akta Nikah.
 - c) Akta Cerai/Surat Kematian pasangan.
 - d) Surat Ijin Usaha/Surat Keterangan Usaha.
 - e) Dokumen jaminan.
 - f) NPWP.

IAIN JEMBER

B. Penyajian Data dan Analisis

Sebagaimana telah dijelaskan bahwa dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi sebagai alat untuk mendukung penelitian ini. Setiap penelitian haruslah disertai dengan metode analisis data yang digunakan, sehingga menghasilkan suatu kesimpulan agar penyajian terarah, maka disesuaikan dengan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Analisis strategi pemasaran produk KPR Mantap BRISyariah iB pada Bank BRI Syariah KCP Genteng Banyuwangi

Jika dilihat kembali arti strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu. Oleh karena itu, suatu perusahaan dalam penentuan strategi pemasaran harus berdasarkan atas analisis lingkungan perusahaan atau lembaga keuangan sampai pada kelemahan perusahaan. Strategi adalah membuat rencana kerja yang terukur dan membuat langkah-langkah untuk tercapainya target. Lembaga keuangan bank BRI Syariah ini dapat berjalan dan berkembang sampai saat ini karena bertambahnya nasabah yang melebihi target.

Bapak Ahmad Taufik selaku pimpinan cabang Bank BRI Syariah KCP Genteng Banyuwangi, menuturkan :

“untuk tercapainya suatu strategi yang diharapkan dan mencapai target. Hal sederhana yang saya lakukan dimana saya selalu berupaya menjaga keharmonisan dan silaturahmi dengan karyawan dan nasabah. Upaya ini sangat baik dilakukan karena apabila terjalannya komunikasi yang baik dengan karyawan akan menciptakan etos kerja yang baik pula. Jika dengan nasabah apabila

kami menjalin silaturahmi yang baik dengan nasabah harapan yang diinginkan adalah terjalinnya keakraban dan kepercayaan. Pendekatan emosional seperti ini saya lakukan sehingga strategi yang sudah direncanakan berjalan dengan lancar.”³⁸

Strategi pemasaran dilakukan agar produk KPR Mantap BRIS iB yang ditawarkan dapat dipahami oleh masyarakat atau calon nasabah. Produk tidak hanya sesuatu yang berwujud saja tetapi ada juga produk yang tidak berwujud seperti pelayanan jasa. Fungsi utama suatu lembaga keuangan menarik dan menyalurkan dana dari masyarakat melalui produk-produk yang ditawarkan. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bu Erfina selaku *Costumer Service* (CS) mengatakan bahwa:

“karena saya ditempatkan di bank BRI Syariah KCP Genteng yang hanya tersedia beberapa produk tertentu saya menawarkan tabungan faedah, dan sedikit membantu temen-temen *Account Officer* (AO) dan *Account Officer Mikro* (AOM) untuk menawarkan produk pembiayaan selain produk, saya juga menawarkan *service* (pelayanan) kepada nasabah, agar nasabah merasa nyaman dan meningkatkan nilai pelayanan itu sendiri bagi Bank”³⁹

Disamping itu, pendekatan ini dilakukan oleh semua karyawan Bank BRI Syariah dan harus memiliki pemahaman tentang cara berperilaku dan komunikasi dengan baik dengan nasabah. Hal ini juga dilakukan oleh karyawan Bank BRI Syariah untuk memudahkan karyawan melakukan promosi dengan nasabah baik kepada nasabah lama ataupun nasabah baru. Sebagaimana diungkapkan oleh Bapak Regha Marthagusti A selaku *Account Officer* (AO) mengatakan bahwa:

³⁸ Ahmad Taufik, wawancara Banyuwangi, 06 Mei 2019

³⁹ Erfina Fitriani, wawancara Banyuwangi, 28 Juni 2019.

“strategi pembiayaan KPR Mantap BRISyariah iB pada Bank BRI Syariah KCP Genteng menggunakan teori *Marketing Mix* yaitu kombinasi variable atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran, tentang variabel mana yang dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi reaksi para pembeli atau konsumen. yang pertama, dalam segi produk Bank BRI Syariah KCP Genteng melakukan dengan membuat produk serta fitur-fiturnya yang inovatif yang menjadi keinginan konsumen. Kedua, dalam segi promosi Bank BRI Syariah KCP Genteng menggunakan empat media promosi yaitu periklanan, promosi penjualan, publisitas, serta penjualan pribadi. Ketiga, dalam segi tempat kantor Bank BRI Syariah KCP Genteng terletak di jalan Diponegoro yang merupakan *Central Bussines District* (Pusat Bisnis) Genteng, sehingga lokasi kantor BRI Syariah sangat strategis. Ke empat, dalam segi harga Bank BRI Syariah menetapkan marjin yang rendah. Karena saya terjun langsung ke lapangan dan bertemu langsung dengan banyak calon nasabah dan berbagai macam respon dari calon nasabah. Saya dan teman-teman lainnya tidak hanya satu atau dua kali mengunjungi nasabah selain untuk menawarkan pembiayaan KPR saya lakukan hal tersebut sebagai ajang silaturahmi. Akan tetapi masih ada nasabah sampai saat ini masih enggan untuk menjadi nasabah di Bank BRI Syariah karena juga dari segi pengetahuan mereka yang kurang tentang KPR di Bank BRI Syariah itu sendiri.”

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwasannya setiap perusahaan atau lembaga keuangan memiliki cara atau pendekatan yang berbeda-beda untuk menarik minat masyarakat atau nasabah supaya menjadi nasabah baru atau tetap menjadi nasabah di Bank BRI Syariah. Jika dilihat dari minimnya pengetahuan masyarakat Genteng tentang KPR Mantap, mengharuskan Marketing bekerja keras untuk melakukan promosi dan pendekatan dengan calon nasabah. Hal ini dilakukan supaya terjalannya kepercayaan antara masyarakat dengan Bank, dalam melakukan promosi marketing harus berperilaku sopan tanpa adanya unsur pemaksaan.

Promosi merupakan media untuk menawarkan produk atau jasa yang dimiliki oleh perusahaan agar produk atau jasa diminati oleh masyarakat. Dengan adanya strategi ini memudahkan perusahaan atau lembaga keuangan mengenalkan produknya kepada masyarakat baik secara langsung maupun tidak langsung. Bank BRI Syariah KCP Genteng Banyuwangi dalam mempromosikan produk dan jasanya salah satunya dengan cara periklanan, promosi penjualan, publisitas, serta penjualan pribadi. Mengingat masyarakat dibagian Genteng yang masih gaptek jadi Bank BRI Syariah harus melakukan banyak hal untuk mempromosikan produk dan jasanya.

Sebagaimana yang dikatakan oleh Bu Erfina selaku *Customer Service (CS)* mengatakan bahwa:

“tidak semua masyarakat dapat menerima langsung terhadap produk dan jasa yang saya tawarkan, sebab bagi masyarakat awam melakukan pembiayaan di Bank Syariah masih hal yang asing. Kendalanya saya harus melakukan lebih dari satu kali kunjungan, mencoba lebih mendalami karakter nasabah, dan memastikan calon nasabah tersebut menjadi nasabah Bank BRI Syariah.”⁴⁰

Hal ini juga ditambahkan oleh Bapak Mahfud Efendi selaku *Account Officer (AO)* menuturkan bahwa:

“untuk menarik minat calon nasabah kami diharuskan memahami produk dan jasa yang saya tawarkan, selain itu bersikap santun, dan berpakaian rapi agar dipercaya oleh calon nasabah nantinya. Selain itu kita harus mengenali kebutuhan nasabah, dan meningkatkan informasi lain kepada nasabah tentang produk KPR Mantap BRISyariah iB beserta fasilitas lainnya yang akan diperoleh calon nasabah nantinya. Mengenai prosedur pembiayaan KPR Mantap dan DP I : 20%, DP II: 30%, DP III: 40%, dengan menjelaskan semua tentang prosedur pembiayaan KPR Mantap kepada calon nasabah ,

⁴⁰ Erfina Fitriani, wawancara Banyuwangi, 28 Juni 2019

diharapkan calon nasabah memahami dan tertarik untuk mengambil produk KPR Mantap BRISyariah iB.⁴¹

Jika dilihat dari luasnya pendistribusian produk dan jasa bank BRI Syariah hal ini akan menguntungkan sekali bagi Bank karena semakin luas lokasi pemasarannya akan semakin besar pula untuk mendapatkan banyak calon nasabah baru. Pendistribusian di Bank BRI Syariah KCP Genteng Banyuwangi meliputi Kecamatan Genteng dan sekitarnya. Sejah ini pemasaran Bank BRI Syariah dapat dikatakan sangat baik melihat banyaknya nasabah baru yang semakin banyak.

2. Kendala dan solusi dalam pembiayaan produk KPR Mantap BRISyariah iB pada Bank BRI Syariah KCP Genteng Banyuwangi

Dalam perusahaan atau perbankan tentu saja mengalami kendala yang dihadapi dalam pembiayaan produk KPR Mantap.

Ahmad taufik selaku pimpinan cabang mengatakan bahwa:

“Sasaran KPR harus benar-benar tepat dan sesuai dengan sasaran. Meskipun masyarakat menjadi target utamanya dalam hal ini tidak semua permohonan pembiayaan calon debitur disetujui oleh pihak perbankan. Dan pihak yang menentukan disetujui atau tidaknya pembiayaan tersebut adalah analis pembiayaan. Agar Masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR) dapat menerima dengan sebagaimana mestinya sesuai ketentuan yang berlaku. Dan maksimal gaji calon debitur untuk KPR berSubsidi adalah 4 juta, Sedangkan KPR Mantap diatas 4 juta. Kami Bank BRI Syariah kcp Genteng juga menyediakan produk KPR Mantap BRISyariah iB untuk program pembiayaan kepemilikan rumah untuk masyarakat diatas gaji 4 juta.”⁴²

⁴¹ Mahfud Efendi, wawancara Banyuwangi, 17 Juni 2019

⁴² Ahmad Taufik, wawancara Banyuwangi, 06 Mei 2019

Bapak Regha marthagusti A selaku *Account Officer* (AO) menjelaskan bahwa ada kendala dalam pembiayaan KPR Mantap BRISyariah iB yaitu,:

“Kendala yang dialami pihak bank itu ada kendala internal dan kendala eksternal. Kendala internal disini adalah suatu kendala dalam pembiayaan yang berasal dari pribadi nasabah dan Bank sendiri. Dalam kendala internal ini, Bank BRI Syariah tidak memiliki kendala, semua nasabahtaat dalam pembayaran angsurannya. Karena pihak Bank BRI Syariah selektif dalam pemilihan nasabah KPR Mantap BRISyariah iB. Untuk kendala eksternal nya adalah suatu kendala yang terjadi diluar kapasitas nasabah dan Bank yang menyebabkan tersendatnya pembiayaan KPR Mantap. Dalam kendala eksternalnya, BRI Syariah mengakui adanya kendala berupa ketidakpastian Pemerintah dalam hal ini Kementerian Pembangunan Umum dan Perumahan Rakyat, karena peraturan yang diberikan pemerintah sering berubah. Ada pengalaman saya juga untuk melakukan survei yang rumahnya itu terlalu masuk, alamatnya yang kurang valid/pindah rumah, pemberian informasi yang kurang kepada pihak bank sehingga survei yang dilakukan oleh bank tidak dapat terlaksanakan dengan sebagaimana mestinya dan itu sangat menghambat proses survei yang dijanjikan oleh pihak bank”⁴³

Dalam pembahasan mengenai kendala dalam pembiayaan KPR Mantap BRISyariah iB, penulis mengklasifikasikan kendala atas (2) hal yaitu Kendala Internal dan Kendala Eksternal.

a. Kendala Internal

Kendala internal adalah suatu kendala dalam pembiayaan yang berasal dari pribadi nasabah dan Bank sendiri. Dalam kendala internal ini, Bank BRI Syariah tidak memiliki kendala, semua nasabah taat dalam pembayaran angsurannya. Karena pihak Bank BRI Syariah selektif dalam pemilihan nasabah KPR Mantap BRISyariah iB.

⁴³ Regha MarthaGustiA, wawancara Banyuwangi, 11 Juni 2019.

b. Kendala Eksternal

Kendala eksternal nya adalah suatu kendala yang terjadi diluar kapasitas nasabah dan Bank yang menyebabkan tersendatnya pembiayaan KPR Mantap. Dalam kendala eksternalnya, BRI Syariah mengakui adanya kendala berupa ketidakpastian Pemerintah dalam hal ini Kementerian Pembangunan Umum dan Perumahan Rakyat, karena peraturan yang diberikan pemerintah sering berubah.

Regha Martha Gusti A selaku *Account Officer* (AO) di Bank BRI Syariah mengatakan:

“BI Checking adalah untuk melihat riwayat calon nasabah dengan bank lain. Melakukan BI *Checking* atau disebut juga informasi debitur *individual* (IDI) yang mana bank menggunakan data tersebut untuk memastikan nasabah yang akan memberikan pembiayaan dan tidak memiliki riwayat telat melakukan pelunasan. Jika catatan nasabah dikategorikan macet, bank akan menolak permohonan pembiayaan nasabah karena tidak mau mengalami kerugian. Jika Bank sudah memberikan biaya KPR kepada nasabah pembiayaan dan nasabah tersebut sudah menerima biaya selama 1 tahun melakukan pembayaran maka bank mempunyai tim sendiri untuk menangani nasabah yang melakukan keterlambatan yaitu ada tim CCRD (*Consumer Collection & Remedial Division*) ini dilakukan untuk memperbaiki kualitas pembiayaan melalui penagihan dan restrukturisasi dan bagi yang menangani pembiayaan yang jangka waktunya lebih dari 1 tahun unit AMD (*Asset Management Division*) yang bertugas untuk menangani pembiayaan dengan yang sudah tidak bisa ditangani dengan penagihan dan restrukturisasi, AMD (*Asset Management Division*) akan melakukan penjualan agunan terhadap pembiayaan ini. Tunggakan yang dialami nasabah tidak semerta-merta langsung dilelangkan melainkan melalui prosedur yang berlaku di bank yaitu pihak bank melakukan penagihan dan yang kedua melakukan kunjungan kepada pihak yang bersangkutan dan jika semua itu tidak ada tanggapan dari si penerima pembiayaan KPR maka bank akan memberikan SP 1 sampai dengan SP 3 mengapa seperti itu karena dari proses itu nasabah tersebut diharapkan dapat mengusahakan tunggakannya terbayarkan. Jika semua itu

belum juga ada respon dari si penerima pembiayaan KPR tersebut maka bank mulai melengkapi berkas-berkas si pemilik tunggakan pembiayaan tersebut untuk keperluan lelang karena tahap terakhir dari teguran tersebut adalah lelang jika nasabah tidak mampu memenuhi kewajibannya. Tetapi selama saya menjadi tim marketing di KPR BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi mayoritas nasabah tidak pernah telat untuk membayar cicilan artinya nasabah sadar akan kewajibannya.”⁴⁴

Dari wawancara yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa Bank BRI Syariah KCP Genteng menangani pembiayaan yang tidak lancar atau macet dengan membentuk tim khusus yang menangani keterlambatan pembayaran cicilan yang mana jika keterlambatan kurang dari satu tahun maka yang menangani yaitu pihak CCRD (*Consumer Collection & Remedial Division*), jika keterlambatan lebih dari satu tahun maka pihak yang menanganinya adalah pihak AMD (*Asset Management Division*). Mayoritas nasabah di KPR BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi tidak pernah telat untuk membayar cicilan artinya nasabah sadar akan kewajibannya.

Bapak Mahfud Efendi menambahkan cara penyelesaian kendala eksternal mengatakan bahwa:⁴⁵

” Kendala eksternal yang dilakukan BRI Syariah yang terjadi karena ketidakpastian dari pemerintah berupa peraturan dan kebijakannya yang mengakibatkan munculnya *miss* komunikasi antara Bank BRI Syariah dengan Pemerintah. Maka penyelesaian yang dilakukan BRI Syariah adalah BRI Syariah pusat melakukan konsolidasi dengan pemerintah dalam hal ini Kementerian Pembangunan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPRA) Konsolidasi terhadap pemerintah berupa permintaan informasi yang sejelas-jelasnya.”

⁴⁴ Regha MarthaGustiA, wawancara Banyuwangi, 11 Juni 2019.

⁴⁵ Mahfud Efendi, wawancara Banyuwangi, 17 Juni 2019.

Dari wawancara bapak Regha dan bapak Mahfud ada kendala tetapi juga ada solusi dalam pembiayaan KPR Mantap BRISyariah iB dapat disimpulkan bahwa Bank BRI Syariah KCP Genteng menangani kendala internal dan eksternal dengan cara *miss* komunikasi dengan pemerintah meminta kepastian dari peraturan supaya tidak berubah-ubah agar pembiayaan KPR Mantap senantiasa lancar.

C. Pembahasan Temuan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan peneliti melalui teknik observasi, wawancara dan dokumentasi di lapangan dengan judul penelitian analisis strategi pemasaran produk KPR Mantap IB Pada Bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi. Perlu kiranya diadakan pembahasan temuan. Yang mana hasil dari pada analisis data akan dikaji dengan teori yang ada untuk mengetahui keterkaitan keduanya guna dalam menjawab rumusan masalah yang ada pada penelitian ini.

1. Analisis strategi pemasaran produk KPR Mantap BRISyariah iB pada Bank BRI Syariah KCP Genteng Banyuwangi

Strategi pemasaran adalah bagian dari lingkungan serta terdiri dari berbagai rangsangan fisik dan sosial. Termasuk di dalam rangsangan tersebut adalah produk dan jasa, materi promosi (iklan) tempat pertukaran, dan informasi tentang harga (label harga yang ditempel pada produk). Penerapan strategi pemasaran melibatkan penempatan rangsangan pemasaran tersebut di lingkungan konsumen agar dapat mempengaruhi

afeksi, kognisi, dan perilaku mereka.⁴⁶ Strategi pemasaran dilakukan agar produk-produk yang dimiliki diketahui atau ditawarkan kepada masyarakat. Strategi pemasaran tidak terlepas dari strategi promosi, karena dengan adanya promosi produk-produknya akan lebih dikenal oleh masyarakat.

Jika dilihat dari sisi pengetahuan masyarakatnya masih banyak masyarakat yang tidak mengetahui apa itu KPR Mantap BRISyaria di Bank BRI Syariah KCP Genteng Banyuwangi dan marketing berperan aktif dalam mengenalkan atau menawarkan produk-produk Bank BRI Syariah. Upaya ini dilakukan agar Bank BRI Syariah lebih dikenal masyarakat dan banyak masyarakat yang tertarik untuk menjadi nasabah di Bank BRI Syariah KCP Genteng Banyuwangi.

Dalam buku Susatyo Herlambang yang berjudul *basic marketing* (Dasar-Dasar Pemasaran) bahwa terdapat hasil temuan mengenai kesamaan mengenai strategi pemasaran, didalam buku ini menjelaskan tentang strategi pemasaran menggunakan teori *Marketing Mix* yaitu kombinasi variable atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran, tentang variabel mana yang dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi reaksi para pembeli atau konsumen. yang pertama, dalam segi produk adalah kombinasi barang atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan dan ditawarkan kepada pasar sasaran. Variabel dalam bauran produk yaitu mutu atau kualitas, cirri khas, gaya, bentuk,

⁴⁶ Paul Peter., consumer behavior perilaku konsumen dan strategi pemasaran (Jakarta: Erlangga, 1999) 23.

merk, pelayanan dan jaminan. Harga (*price*) adalah sejumlah uang yang dibayarkan oleh konsumen kepada produsen untuk mendapatkan suatu produk. Variabel dalam bauran harga yaitu daftar harga, potongan harga, syarat kredit, dan periode pembayaran. Promosi (*promotion*) merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dari produknya dan untuk meyakinkan konsumen sasaran untuk membeli produknya. Distribusi (*place*) adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan agar produk dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen. Variabel dalam bauran distribusi yaitu lokasi, transportasi, persediaan barang, distribusi dan pengecer.⁴⁷

Hal ini serupa dengan penelitian yang dianalisis oleh Fatmawati dengan judul strategi pemasaran KPR BNI Syariah dalam menghadapi persaingan antar Bank yang berisi tentang strategi pemasaran yang dilakukan oleh BNI Syariah yaitu mengimplemetasikan bauran pemasaran meliputi produk, harga, tempat, dan promosi. Dalam strategi produk Bank BNI Syariah memasarkan produk unggulan KPR Griya iB Hasanah dan melakukan inovasi yang disebut Griya swakarya Ib. Dengan adanya inovasi produk KPR yang dimiliki BNI Syariah diharapkan dapat memangkas harga properti yang lebih kompetitif. Strategi harga yang diterapkan, BNI Syariah menawarkan program kepada nasabahnya dengan program KPR bebas administrasi. Dalam strategi lokasi yang strategis di Panglima Polim Jakarta selatan memudahkan bagi masyarakat yang ingin

⁴⁷ Susatyo Herlambang., basic marketing (Yogyakarta:Gosyen Publishing, 2014) 34.

melakukan pembiayaan di BNI Syariah. Promosi periklanan pada produk KPR BNI Syariah menggunakan media elektronik, media cetak, dan promosi penjualan.

Dengan adanya promosi masyarakat akan lebih mengenal dan mengetahui produk KPR Mantap BRISyariah iB di Bank BRI Syariah.

Dalam perbankan tidak pernah terlepas dari distribusi, promosi dan layanan. Tanpa adanya promosi masyarakat tidak akan mengetahui bagaimana Bank BRI Syariah dan apa saja produk-produknya. Oleh karena itu, strategi ini haruslah dilakukan dengan benar karena dengan adanya promosi menjadi tolak ukur banyaknya minat masyarakat untuk menjadi nasabah. Dalam melakukan promosi marketing tidak langsung menawarkan semua produk, akan tetapi marketing diharuskan mengenal dan memahami karakter, keinginan dan kebutuhan nasabah. Jika mempromosikan kepada orang yang tepat dan membutuhkan maka pada akhirnya menjadi nasabah baru.

Bank BRI Syariah KCP Genteng Banyuwangi melakukan banyak cara untuk memasarkan produk-produknya baik secara langsung maupun tidak langsung. Bank BRI Syariah KCP Genteng melakukan pemasarannya melalui 4P (Produk, *place*, *price*, promosi)..

Dalam melakukan saluran distribusi suatu perusahaan tidak pernah terlepas dari promosi dengan adanya promosi barang dan jasa akan dikenal oleh masyarakat sehingga banyak masyarakat yang menggunakan barang dan jasa suatu perusahaan. Bank BRI Syariah KCP Genteng dalam

melakukan promosi dengan cara 4P. Hal ini dilakukan supaya nantinya dalam penyalurkan distribusinya kepada nasabah sangat mudah. Yang dilakukan oleh tim marketing saat waktu senggang, melakukan promosi dengan cara *door to door* marketing dapat melakukan pemasaran dan bertemu secara langsung dengan masyarakat atau calon nasabah sehingga dapat meyakinkan calon nasabah. Hal ini merupakan cara yang sangat efektif untuk dilakukan karena luasnya wilayah pemasaran di Bank BRI Syariah KCP Genteng dan banyaknya nasabah yang masih minim pengetahuannya terhadap perbankan. Dengan cara *door to door* marketing dapat langsung meyakinkan calon nasabah dan dapat menjelaskan secara langsung apa itu KPR Mantap BRISyariah, dimana letak Bank BRI Syariah dan apa saja produk-produknya. Dengan adanya promosi secara *door to door* sangat memungkinkan bahwa pemasaran yang dilakukan akan berdampak baik karena akan merata sampai kemasyarakat sampai ke pelosok desa. Dalam melakukan pemasaran secara langsung marketing harus mengetahui terlebih dahulu apa saja produk-produk Bank BRI Syariah dan harus sopan ketika menawarkan produk-produknya kepada calon nasabah.

Selain pemasaran secara *door to door* Bank BRI Syariah juga memberikan brosur kepada masyarakat sehingga masyarakat nantinya dapat memilih secara langsung produk apa yang sesuai dengan kebutuhannya saat ini jika hanya melakukan pemasaran *door to door* saja setelah marketing selesai menjelaskan terkadang calon nasabah sudah lupa

dengan apa yang sudah ditawarkan. Sehingga Bank BRI Syariah KCP Genteng memberikan brosur kepada calon nasabah untuk memilih sendiri apa yang dibutuhkan jika promosi dilakukan dengan baik dan banyak masyarakat yang tertarik untuk menjadi nasabah pembiayaan KPR di Bank BRI Syariah hal ini akan memudahkan dalam melakukan pendistribusian. Karena dengan adanya promosi banyak masyarakat yang mengenal produk KPR Mantab BRISyariah iB di Bank BRI Syariah sehingga memudahkan marketing dalam melakukan distribusi.

2. Kendala dan solusi dalam pembiayaan produk KPR Mantap BRISyariah iB pada Bank BRI Syariah KCP Genteng Banyuwangi

Analisis kendala dan penyelesaian yang dialami oleh Bank BRI Syariah dalam pelaksanaan pembiayaan produk KPR Mantap BRISyariah iB terbagi atas dua hal, kendala dan penyelesaian internal dan kendala penyelesaian eksternal.

Hal ini serupa dengan penelitian yang dianalisis oleh Muhammad Farid Nur Yahya dengan judul analisis strategi pengembangan pembiayaan produk KPR BRI Syariah pada PT Bank BRI Syariah KC Gubeng Surabaya dalam yang berisi tentang dua kendala dalam pembiayaan KPR yaitu Kendal Internal dan Kendala Eksternal.

Penanganan kendala dalam pembiayaan merupakan bagian yang tidak dapat dihindari dalam proses pembiayaan. Dalam proses penanganan pembiayaan dilakukan sesuai dengan kolektibilitas pembiayaan.

Dalam buku Kasmir yang berjudul Dasar-Dasar Perbankan. Upaya-upaya yang dilakukan dalam menangani pembiayaan bermasalah yaitu:

1. penjadwalan kembali (rescheduling) yaitu perubahan jadwal pembayaran kewajiban nasabah atau jangka waktunya:⁴⁸

c. memperpanjang jangka waktu pembiayaan

dalam hal ini si debitur diberikan keringanan dalam masalah jangka waktu pembiayaan misalnya perpanjangan jangka waktu pembiayaan,

d. memperpanjang jangka waktu angsuran

memperpanjang angsuran hampir sama dengan jangka waktu pembiayaan. Dalam hal ini jangka waktu angsuran pembiayaannya diperpanjang.

2. Persyaratan kembali (reconditioning); yaitu perubahan sebagian atau seluruh persyaratan pembiayaan, antara lain:⁴⁹

a. Perubahan jadwal pembiayaan

b. Jumlah angsuran

c. Jangka waktu dan pemberian potongan sepanjang tidak menambah sisa kewajiban nasabah yang harus dibayarkan kepada bank.

d. Penundaan pembayaran marjin sampai waktu tertentu. Dalam hal penundaan pembayaran marjin sampai waktu tertentu, maksudnya

⁴⁸ Kasmir, Dasar-dasar perbankan, h 149

⁴⁹ Ibid, h 150

hanya marjin yang dapat ditunda pembayarannya, sedangkan pokok pinjamannya tetap harus dibayar seperti biasa.

e. Penurunan marjin

Penurunan marjin dimaksudkan agar lebih meringankan beban nasabah.

3. penataan kembali (restructuring) yaitu perubahan persyaratan pembiayaan tidak terbatas pada *rescheduling* atau *reconditioning*, antara lain meliputi:⁵⁰

- a. Penambahan dana fasilitas pembiayaan Bank
- b. Konversi akad pembiayaan
- c. Konversi pembiayaan menjadi surat berharga syariah berjangka waktu menengah.
- d. Konversi pembiayaan menjadi penyertaan modal sementara pada perusahaan nasabah.

4. melalui tindakan persuasif kepada nasabah;
5. memberikan surat peringatan dan somasi;
6. mengeluarkan surat peringatan kedua dan ketiga;
7. melakukan eksekusi terhadap jaminan;
8. melayangkan surat lelang jaminan pada debitur dan Kantor Pelayanan Kekayaan Negara dan Lelang(KPKNL); dan
9. ditindaklanjuti KPKNL dengan memberikan surat kepada debitur bahwasannya jaminan akan dilelang pada hari yang sudah ditentukan.

⁵⁰ Ibid, 151

Yang harus diperhatikan, uang yang digunakan bank syariah pada dasarnya adalah uang milik nasabah penabung (DPK).

Dalam kendala internal ini Bank BRI Syariah tidak memiliki kendala, semua taat dalam pembayaran angsurannya. Dengan demikian kendala yang dialami oleh Bank BRI Syariah KCP Genteng Banyuwangi termasuk golongan kolektabilitas pembiayaan yang lancar. Karena tidak adanya nasabah yang menunggak pembayaran maupun persyaratan lainnya. Hal ini terjadi, dikarenakan pihak BRI Syariah selektif dalam pemilihan nasabah KPR Mantap. Selain itu Bank BRI Syariah teliti baik dalam mengecek kebenaran dan keaslian dokumen maupun melakukan perhitungan dengan rasio-rasio yang ada. Namun kendala justru datang dari luar kapasitas dimana terjadinya ketidak pastian regulasi dari pemegang kebijakan.

Sedangkan dalam kendala eksternal berupa ketidak pastian pemerintah dalam hal ini Kementerian Pembangunan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR), dalam hal ini, peraturan yang sering berubah seperti peraturan-peraturan yang mengatur KPR Mantap sering berubah-ubah seperti Peraturan Menteri perumahan Rakyat nomor 27 dan nomor 28 tahun 2012

Berdasarkan pembahasan kendala pembiayaan sebelumnya, bahwasannya tidak adanya kendala internal yang terjadi pada pembiayaan KPR Mantap ini. Maka tidak ada penyelesaian yang dilakukan untuk

menyelesaikan kendala tersebut. Namun terjadinya kendala eksternal berupa ketidakstabilnya peraturan pemerintahan.

Sedangkan penyelesaian kendala eksternal yang dilakukan BRI Syariah yang terjadi karena ketidakpastian dari pemerintah berupa peraturan dan kebijakannya yang mengakibatkan munculnya komunikasi antara Bank BRI Syariah dengan Pemerintah. Maka penyelesaian yang dilakukan BRI Syariah adalah BRI Syariah pusat melakukan konsolidasi dengan pemerintah dalam hal ini Kementerian Pembangunan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPRA) Konsolidasi terhadap pemerintah berupa permintaan informasi yang sejelas-jelasnya. Pemerintah kepastian dalam hal peraturan, serta permintaan evaluasi secara berkala terhadap kinerja pembiayaan KPR Mantap di BRI Syariah.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Strategi yang digunakan Bank BRI Syariah dalam pengembangan pembiayaan KPR Mantap BRI Syariah iB, adalah Strategi Marketing Mix yaitu produk (*Product*), harga (*Price*), tempat (*Place*), dan promosi (*Promotion*). Dalam hal Strategi Produk, Bank BRI Syariah memberikan fitur-fitur produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah Dalam strategi promosi, Bank BRI Syariah melakukan empat media yaitu Pertama, Periklanan, pihak BRI Syariah bekerja sama dengan perusahaan media elektronik, media cetak hingga media online. Kedua, Promosi penjualan, Bank BRI Syariah memberikan promosi penjualan yang menarik kepada nasabah, berupa Program *down payment* (DP) 0%, Ketiga, Publisitas, Bank BRI Syariah melakukan publisitas produk KPR Mantap BRI Syariah iB melalui pameran-pameran maupun *event-event* di suatu tempat. Keempat, Penjualan Pribadi, Bank BRI Syariah kcp Genteng Banyuwangi berupa pelayanan yang memberikan informasi persyaratan dan ketentuan pembiayaan KPR Mantap BRI Syariah iB secara jelas dan lengkap. Dalam strategi *Place* (Distribusi). Lokasi kantor Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Genteng terletak di Jalan Diponegoro No 14 komplek Ruko A3 Genteng yang merupakan *Central Bussines District* (Pusat Bisnis) Banyuwangi. Dalam hal jalur distribusi yang akan dipakai dalam menyalurkan produk ke pasar, Bank BRI Syariah Kantor Cabang

Pembantu Genteng Selain itu, Bank BRI Syariah bekerja sama dengan Asosiasi-asosiasi perumahan. Selain itu, dalam *strategi Place* (Distribusi), Bank BRI Syariah bekerjasama dengan Developer-developer (Pengembang Perumahan) Dalam hal *strategi Price* (Marjin/Harga), Bank BRI Syariah menetapkan marjin yang rendah yaitu 7,25%/tahun.

2. Kendala dan penyelesaian yang dialami oleh Bank BRI Syariah dalam pelaksanaan pembiayaan produk KPR Mantap terbagi atas dua hal, Pertama. Kendala dan penyelesaian Internal, Dalam kendala internal ini, Bank BRI Syariah tidak memiliki kendala, semua nasabah taat dalam pembayaran angsurannya. Berdasarkan pembahasan kendala internal sebelumnya, maka tidak ada penyelesaian yang dilakukan untuk menyelesaikan kendala tersebut. Namun jika terjadi kendala internal, maka langkah yang diambil oleh Bank BRI Syariah adalah Surat Peringatan (SP) 1, Surat Peringatan (SP) 2, Surat Peringatan (SP) 3, Sita dan Lelang Kedua, Kendala dan penyelesaian Eksternal, Dalam kendala eksternal, BRI Syariah mengakui adanya kendala berupa ketidak pastian Pemerintah dalam hal ini Kementerian Pembangunan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR). Ketidakpastian dari pemerintah tersebut memberikan dampak terhadap pihak BRI Syariah dalam membuat kebijakan mengenai pembiayaan KPR Mantap ini. Berdasarkan pembahasan kendala eksternal sebelumnya. Maka penyelesaian yang dilakukan BRI Syariah adalah BRI Syariah Pusat melakukan konsolidasi dengan pemerintah dalam hal ini Kementerian Pembangunan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR).

Konsolidasi terhadap pemerintah berupa permintaan informasi yang sejelas-jelasnya, permintaan kepastian dalam hal peraturan, serta permintaan evaluasi secara berkala terhadap kinerja pembiayaan KPR Mantap di BRI Syariah.

B. Saran

Dari pembahasan tersebut, peneliti mencoba memberikan saran konstruktif atas pemahaman dari strategi pemasaran produk KPR MANTAP BRISyariah di Bank BRI Syariah KCP Genteng Banyuwangi sebagai berikut:

1. Bagi Bank BRI Syariah Genteng Banyuwangi
 - a. Diharapkan Bank BRI Syariah KCP Genteng bisa meningkatkan kualitas pelayanannya agar nasabah pembiayaan KPR Mantap BRISyariah Ib merasa puas dan tidak menunggu terlalu lama proses pencairan dana pembiayaan KPR Mantap.
 - b. Diharapkan juga Bank BRI Syariah KCP Genteng Banyuwangi selalu menjaga hubungan baik kepada pihak bank dan para nasabahnya.
2. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan untuk peneliti selanjutnya supaya bisa dijadikan sebagai penelitian lebih lanjut untuk upaya penyempurnaan penelitian ini, baik bai peneliti yang bersangkutan maupun oleh peneliti lain sehingga kegiatan penelitian dapat dilakukan secara berkesinambungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, Muhammad Syafi'i, 2001. *Bank Syariah'ah dari Teori ke Praktek*, Jakarta: Gema Insani
- Buana, Ranga .2014. *Analisis Pembiayaan Murabahah pada Griya IB Hasanah di Bank BNI Syariah dan Ekonomi Islam*, STAIN Salatiga : Jurusan Syariah Dan Ekonomi Islam
- Djamil, M. 2015. *Paradigma penelitian kualitatif*.Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Efendi, Mahfud. 2019. *Wawancara*. Bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi.
- Fatmawati. 2017. *Strategi manajemen resiko kredit KPR Bersubsidi di PT Bank Tabungan Negara (PERSERO TBK) Kantor cabang Jember*. (Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis IAIN Jember).
- Fitriani, Erfina, 2019. *Wawancara*. Bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi.
- Hardjono, Suzana. 2018. *Mudah Memiliki Rumah Idaman lewat KPR*.Jakarta: PT. Pustaka grahatama.
- Hasan, Umar. 2007. *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka utama.
- Herlambang, Susatyo, 2014. *Marketing (dasar-dasar pemasaran)*, Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Inugrawati . 2017. *implementasi strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah di BMT Bangun Rakyat Sejahtera Yogyakarta*. (Skripsi: Fakultas dakwah dan komunikasi UIN Sunan Kali Jaga Yogyakarta).
- J Moeleong, Lexy. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Kasmir, , 2013.*kewirausahaan*, Edisi Revisi, Jakarta: Rajawali Pers.
- Kasmir, , 2014. *Manajemen Perbankan*, Edisi Revisi, Jakarta: Rajawali Pers.
- Kasmir,. *Dasar-dasar Perbankan* (Jakarta: Rajawali Pers.2016)
- Kotler dan Amstrong, 2001.*prinsip-prinsip pemaasaran*, jilid 1 Edisi ke Delapan, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gery.2003.*Dasar-dasar Pemasaran*, Jilid 1, Edisi kesembilan Jakarta: PT. Indeks Gramedia.

- Kotler, Philip dan Bloom, Paul N. 1987. *Teknik dan Strategi Memasarkan Jasa Profesional*, Jakarta : PT. Midas Surya Grafindo.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran, jilid ke satu*, Jakarta: Pehallindo..
- Ma'rifatun, Yulis Triyaningsih . 2015. *Mekanisme Pembiayaan Griya BSM dengan Akad Murabahah di Bank Syariah Mandiri KC. Banjarnegara*, IAIN Purwokerto : Fkultas Ekonomi Bisnis Islam.
- MarthaGusti, Regha. 2019. *Wawancara*. Bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi.
- Miss atiyah Hengdada, 2016 *strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah di PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Formes Sleman Yogyakarta*, fakultas dakwah dan komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta,
- Muhammad, 2005.*Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Muhammad, 2005.*Sistem dan Prosedur Oprasional Bank Syari'ah*, Edisi Revisi. Yogyakarta:Graha Ilmu.
- Paul Peter, 1999.,*consumer behavior perilaku konsumen dan strategi pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Sarah Hilfiyah, 2018.*strategi pemasaran KPR BNI Syariah dalam menghadapi persaingan antar bank*, UIN Syarifuddin Hidayatullah, Jakarta.
- suyanto, M. 2007. *strategic Management*, Yogyakarta: Andi Office
- Taufiq, Ahmad. 2019. *Wawancara*. Bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi.
- Tim penyusun IAIN Jember. 2015. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember Press.

IAIN JEMBER

MATRIK PENELITIAN

Judul	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Fokus Penelitian
Analisis strategi pemasaran produk KPR MANTAP BRISyariah Ib di Bank BRI Syariah KCP Genteng Banyuwangi	1. Pemasaran 2. KPR	Strategi Pemasaran KPR MANTAP BRISyariah iB	a. Strategi Pemasaran b. Strategi umum dan menyeluruh pemasaran c. Startegi penetrasi pasaran d. Strategi acuan bauran pemasaran	1. Sumber data primer Informan - Pimpinan cabang - kantor Cabang Genteng - Karyawan AO(Account office) - CS (Customer Service) - Karyawan Tim Marketing 2. Sumber data sekunder - Wawancara - Dokumentasi - Studi kepustakawan	1. Pendekatan penelitian menggunakan penelitian Kualitatif Deskriptif 2. Jenis penelitian 3. Subyek penelitian menggunakan Teknik Purposive 4. Teknik pengumpulan data a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentasi 5. Teknik analisis data menggunakan analisis Deskriptif 6. Keabsahan data menggunakan Trianggulasi sumber	1. Bagaimana strategi pemasaran produk KPR MANTAP BRISyariah iB di Bank BRI Syariah KCP Genteng Banyuwangi? 2. Apa kendala dan solusi dalam pembiayaan produk KPR MANTAP BRISyariah iB di Bank BRI Syariah KCP Genteng?

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mega Anggraeni
NIM : E20151020
Prodi/Jurusan : Perbankan Syariah/ Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Institusi : IAIN Jember

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah yang berjudul "ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK KPR MANTAP BRI SYARIAH iB DI BANK BRI SYARIAH KCP GENTENG BANYUWANGI" adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali pengutipan yang sudah disebutkan sumbernya. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa tekanan dan paksaan dari pihak manapun.

Jember, Agustus 2019

Saya yang menyatakan


Mega Anggraeni

NIM. E20151020

PEDOMAN WAWANCARA

A. Kepala Bank

1. Bagaimana sejarah Bank BRI Syariah?
2. Bagaimana Struktur Organisasi di Bank BRI Syariah KCP Genteng Banyuwangi?
3. Bagaimana manajemen di Bank BRI Syariah KCP Genteng Banyuwangi?
4. Faktor apa saja yang mendukung produk KPR Mantap untuk menarik minat nasabah di KCP Genteng Banyuwangi?
5. Apa langkah sebagai manajemen untuk mempertahankan dan menarik nasabah?

B. Customer Service (CS)

1. Bagaimana cara memperkenalkan produk KPR Mantap kepada nasabah yang ingin mengambil pembiayaan KPR Mantap di Bank BRI Syariah KCP Genteng Banyuwangi?
2. Bagaimana produk KPR Mantap dapat diminat nasabah di Bank BRI Syariah KCP Genteng Banyuwangi?

C. AO (*Account Officer*)

1. Bagaimana strategi pemasaran produk KPR MANTAP BRISyariah iB di Bank BRI Syariah KCP Genteng Banyuwangi?
2. Apa kendala dan solusi dalam pembiayaan produk KPR MANTAP BRISyariah iB di Bank BRI Syariah KCP Genteng?

DOKUMENTASI

Dokumentasi Observasi wawancara di Bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi



Wawancara bersama Bapak Ahmad Taufiq (Pincapem)(Selasa 11 Juni 2019)



Wawancara bersama Bapak Regha Marthagusti A (AO)(Selasa 11 Juni 2019)



Wawancara bersama Bapak Mahfud Efendi (AO)(Senin 17 Juni 2019)



Wawancara bersama Bu Erfina Fitriani (CS)(Jum'at 28 Juni 2019)

IAIN JEMBER



IAIN JEMBER

BIODATA PENULIS

Nama : Mega Anggraeni
Nim : E20151020
TTL : Jember, 07 November 1996
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Perbankan Syariah
Alamat : Dusun Krajan II Rt/Rw 003/011 Desa
Grenden Kecamatan Puger Kabupaten
Jember



Riwayat Pendidikan:

1. TK Dharma Wanita Tahun 2002
2. SDN Kasiyan 03 Tahun 2003-2008
3. SMP Sultan Agung Tahun 2009-2011
4. MAN 2 Jember Tahun 2012-2014
5. S1 IAIN Jember Tahun 2015-2019

IAIN JEMBER