SKRIPSI

STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN KEPEMILIKAN RUMAH (KPR) NON SUBSIDI DI BRI SYARIAH KANTOR CABANG KEDATON BANDAR LAMPUNG

Oleh:

RISCA PUTERI AYU NINGRUM
NPM. 1502100113

Jurusan S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1441 H / 2020 M

STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN KEPEMILIKAN RUMAH (KPR) NON SUBSIDI DI BRI SYARIAH KANTOR CABANG KEDATON BANDAR LAMPUNG

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

RISCA PUTERI AYU NINGRUM
NPM. 1502100113

Pembimbing I : Dr. H. Azmi Siradjuddin, Lc. M.Hum
Pembimbing II : Era Yudistira, M.Ak

Jurusan S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1441 H / 2020 M

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : **Pengajuan untuk Dimunaqosyahkan Saudara Risca Puteri Ayu Ningrum**

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
Di _
Tempat

Assalammu'alaikum Wr. Wb.

Setelah Kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya maka skripsi saudara:

Nama : **RISCA PUTERI AYU NINGRUM**
NPM : 1502100113
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul : **STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN KEPEMILIKAN RUMAH (KPR) NON SUBSIDI DI BRI SYARIAH KANTOR CABANG KEDATON BANDAR LAMPUNG**

Sudah dapat kami setujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqosyahkan.

Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalammu'alaikum Wr. Wb.

Metro, April 2020

Pembimbing I,	Pembimbing II,
Dr. H. Azmi Siradjuddin, Lc. M.Hum	**Era Yudistira, M.Ak**
NIP. 19650627 200112 1 001	NIP. 19901003 201503 2 010

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN KEPEMILIKAN RUMAH (KPR) NON SUBSIDI DI BRI SYARIAH KANTOR CABANG KEDATON BANDAR LAMPUNG**

Nama : **RISCA PUTERI AYU NINGRUM**

NPM : 1502100113

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Metro, April 2020

Pembimbing I,	Pembimbing II,
Dr. H. Azmi Siradjuddin, Lc. M.Hum	**Era Yudistira, M.Ak**
NIP. 19650627 200112 1 001	NIP. 19901003 201503 2 010

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No. 1074/In.28.3/D/PP.00.9/05/2020

Skripsi dengan Judul: STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN KEPEMILIKAN RUMAH (KPR) NON SUBSIDI DI BRI SYARIAH KANTOR CABANG KEDATON BANDAR LAMPUNG, disusun Oleh: RISCA PUTERI AYU NINGRUM, NPM: 1502100113, Jurusan: S1 Perbankan Syariah telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal: Rabu/22 Januari 2020

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator	: Dr. H. Azmi Siradjuddin, Lc. M.Hum	(.....)
Penguji I	: Liberty, SE, MA	(.....)
Penguji II	: Era Yudistira, M.Ak	(.....)
Sekretaris	: Liana Dewi Susanti, M.E.Sy	(.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum
NIP. 19720923 200003 2 002

ABSTRAK

STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN KEPEMILIKAN RUMAH (KPR) NON SUBSIDI DI BRI SYARIAH KANTOR CABANG KEDATON BANDAR LAMPUNG

Oleh
RISCA PUTERI AYU NINGRUM

Kebutuhan masyarakat yang semakin beranekaragam menempatkan pembiayaan sebagai produk jasa bank yang paling banyak diminati. Hal ini dikarenakan pembiayaan sangat membantu masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan sandang, pangan maupun papan. Sektor papan (perumahan) merupakan salah satu sektor bisnis yang menarik. Rumah merupakan kebutuhan primer bagi pemenuhan kesejahteraan manusia setelah sandang dan pangan, sehingga pengembangan melalui produk Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) dilirik sebagai alternatif untuk pembiayaan perumahan. Produk KPR tentunya memerlukan strategi pemasaran. Salah satu produk menarik yang ditawarkan BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton adalah produk Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) non subsidi di BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Sedangkan sifat penelitiannya bersifat deskriptif. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sekunder. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi. Data hasil temuan digambarkan secara deskriptif dan dianalisis menggunakan cara berpikir induktif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) non subsidi di BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung dilakukan melalui strategi 7 P, yaitu *product, price, promotion, place, people, physical evidence, dan process.* Strategi *product* dilakukan dengan memberikan produk KPR sesuai dengan kebutuhan nasabah. Strategi *price* dilakukan dengan penetapan harga yang sesuai dengan ketetapan perusahaan. Strategi *promotion,* dilakukan dengan *advertensi, sales promotion,* dan *personal selling*. Pada strategi *place,* lokasi BRI Syariah kantor cabang Kedaton Bandar Lampung berada di pinggir jalan raya dekat dengan pusat perbelanjaan, dekat dengan sarana pendidikan, dan memiliki kondisi infrastruktur jalan yang bagus. Strategi *people* yang sudah sesuai dengan kapasitas karena sudah adanya petugas khusus untuk memasarkan produk KPR Non Subsidi. Strategi *Physical Evidence* diterapkan dengan kenyamanan pada ruangan bank yang bersih. Strategi *process* diterapkan dengan pelaksanaan pelayanan sesuai prosedur yang berlaku hanya saja kekeliruan sering terjadi pada nasabah yang lupa membawah salah satu berkas persyaratan dalam pengajuan pembiayaan KPR Non Subsidi.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: RISCA PUTERI AYU NINGRUM
NPM	: 1502100113
Jurusan	: S1 Perbankan Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, April 2020
Yang Menyatakan,

METERAI TEMPEL
30233AHF066662241
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Risca Puteri Ayu Ningrum
NPM. 1502100113

MOTTO

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۖ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا
غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۖ فَاعْفُ
عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۖ فَإِذَا
عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ
الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: *Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.* (Q.S. Ali-Imran: 159)[1]

[1] Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: Diponegoro, 2005), 56

PERSEMBAHAN

Dengan kerendahan hati dan rasa syukur kepada Allah SWT, peneliti persembahkan skripsi ini kepada:

1. Ayahanda (Alm) Djoko Pitono dan Ibunda Rahayu yang sangat peneliti sayangi, yang tanpa kenal lelah memberikan kasih sayang, mendo'akan, memberi motivasi serta dukungan demi keberhasilan peneliti.
2. Adikku Abeliza Galuh Tegar Ayu Ardana yang selalu memberikan doa dan dukungan untuk keberhasilan peneliti.
3. Almamater Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag, selaku Rektor IAIN Metro,
2. Ibu Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Ibu Reonika Puspitasari, M.E.Sy, selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah
4. Bapak Dr. H. Azmi Siradjuddin, Lc. M.Hum, selaku Pembimbing I pada penelitian ini, yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga kepada peneliti.
5. Ibu Era Yudistira, M.Ak, selaku Pembimbing II pada skripsi ini, yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga kepada peneliti.
6. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.

7. Pimpinan dan segenap Karyawan di BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung yang telah memberikan sarana dan prasarana kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Dan akhirnya semoga skripsi ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu Perbankan Syariah.

Metro, Mei 2020
Peneliti,

Risca Puteri Ayu Ningrum
NPM. 1502100113

DAFTAR ISI

		Hal.
HALAMAN SAMPUL		**i**
HALAMAN JUDUL		**ii**
NOTA DINAS		**iii**
PERSETUJUAN		**iv**
ABSTRAK		**v**
ORISINALITAS PENELITIAN		**vi**
MOTTO		**vii**
PERSEMBAHAN		**viii**
KATA PENGANTAR		**ix**
DAFTAR ISI		**xi**
DAFTAR TABEL		**xiii**
DAFTAR GAMBAR		**xiv**
DAFTAR LAMPIRAN		**xv**
BAB I	**PENDAHULUAN**	**1**
	A. Latar Belakang Masalah	1
	B. Pertanyaan Penelitian	8
	C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
	D. Penelitian Relevan	9
BAB II	**LANDASAN TEORI**	**13**
	A. Strategi Pemasaran	13
	1. Definisi Strategi Pemasaran	13
	2. Manfaat Strategi Pemasaran	14
	3. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	15
	B. Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR)	20
	1. Pengertian Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR)	20
	2. Akad Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) Syariah	21
	3. Tujuan dan Manfaat Pembiayaan Kepemilikan Rumah	28

BAB III METODE PENELITIAN 29
A. Jenis dan Sifat Penelitian 29
B. Sumber Data 30
C. Teknik Pengumpulan Data 31
D. Teknik Analisa Data 33

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 35
A. Profil Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Kedaton 35
1. Sejarah dan Perkembangan Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Kedaton 35
2. Struktur Organisasi Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Kedaton 36
3. Produk KPR BRI Syariah Kedaton 41
B. Strategi Pemasaran Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) Non Subsidi di BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung. 45
C. Analisis Strategi Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) Non Subsidi di BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung 57

BAB V PENUTUP 64
A. Kesimpulan 64
B. Saran 66

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel **Halaman**

4.1. Jumlah Nasabah Pembiayaan KPR Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung 45
4.2. Angsuran KPR BRI Syariah 49

DAFTAR GAMBAR

Gambar **Halaman**

2.1. Skema *Murabahah* 27
4.1. Struktur Organisasi Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Kedaton 37

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Bimbingan
2. Alat Pengumpul Data
3. Surat Research
4. Surat Tugas
5. Surat Balasan Izin Research
6. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
7. Surat Keterangan Bebas Pustaka
8. Foto-foto Penelitian
9. Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan perekonomian yang semakin kompleks saat ini tentunya tidak terlepas dengan peran serta perbankan. Peranan perbankan dalam memajukan perekonomian suatu negara sangatlah besar. Hampir semua sektor yang berhubungan dengan berbagai kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa bank. Secara sederhana bank diartikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan meyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya.[1]

Indonesia merupakan negara yang menganut sistem ekonomi kapitalis. Mulai tahun 1992, dengan dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992, tentang Perbankan Indonesia mulai memperkenalkan sistem keuangan dan perbankan ganda yaitu bank konvensional dan bank syariah karena bank boleh beroperasi dengan prinsip bagi hasil.[2] Perbedaan kedua bank tersebut yakni terletak pada sisi operasionalnya. Salah satu ciri bank syariah yaitu tidak menerima atau membebani bunga kepada nasabah, akan tetapi menerima atau membebankan bagi hasil serta imbalan lain sesuai dengan akad-akad yang diperjanjikan dan disepakati oleh kedua belah pihak. Konsep dasar bank syariah didasarkan pada Al-Qur'an dan Hadis. Semua produk jasa yang

---

[1]Kasmir, *Dasar-dasar Perbankan,* (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), 3.
[2]Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah,* (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), 205.

ditawarkan tidak boleh bertentangan dengan isi Al-Qur'an dan hadis Rasulullah SAW.[3]

Bank Syariah sebagai sebuah lembaga keuangan mempunyai mekanisme dasar yaitu menerima deposito dari pemilik modal (*depositor*) dan mempunyai kewajiban (*liability*) untuk menawarkan pembiayaan kepada investor pada sisi asetnya dengan pola dan atau skema pembiayaan yang sesuai dengan syariat Islam.[4]Disinilah peran pemasaran sangat dibutuhkan. Jika bank masih pasif, maka bisa kemungkinan produk jasa perbankan tidak akan dikenal oleh masyarakat. Sehingg diperlukan tangan-tangan ahli manager pemasaran untuk melihat kekuatan dan peluang yang ada disegala sektoragar produk tabungan atau funding dapat segera diterima oleh semua lapisan masyarakat.Kegiatan pemasaran tersebut dilakukan untuk mempertahankan eksistensi dari perbankan di hati nasabah atau calon nasabah. Oleh karena itu, dari kegiatan pemasaran itu, nasabah dan masyarakat yang lain dapat memperoleh informasi-informasi akurat mengenai produk, pelayanan, dan jasa yang diberikan oleh sebuah bank.[5]

Kegiatan pemasaran diperlukan jugan konsep strategi, sehingga produk yang dikeluarkan dapat dikonsumsi oleh nasabah. Strategi inilah yang kemudian digunakan untuk memeneuhi tujuan prusahaan baik jangka pendek maupun jangka panjang. Strategi yang tepat dan disesuaikan dengan kebutuha

---

[3]Ismail, *Perbankan Syariah,* (Jakarta: Kencana, 2011), 29.

[4] Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah,* (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), 1.

[5]Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Tekhnik Dasar Konsep dan Strategi,* (Jakarta: PT. Raja Sofjan Grafindo Persada, 2004), 4.

masyarakat sebagai sasaran konsumen, bisa berdampak pada percepatan proses pertukaran produk dari produsen ke konsume.

Sudut pandang analisis konsumen, strategi pemasaran adalah desain implementasi, dan control rencana untuk mempengaruhi pertukaran demi mencapai tujuan organisasi. Dalam pasar konsumsi, strategi pemasaran biasanya didesain untuk meningkatkan kemungkinan konsumen atas rasa memiliki danpikiran yang condong terhadap produk, jasa, merek tertentu dan mereka akan mencoba dan membeli secara ulang. Oleh karena itu, strategi pemasaran harus dikembangkan, diimplementasikan, dan diubah berdasarkan penelitian dan analisis konsumen.[6]

Kebutuhan masyarakat yang semakin beranekaragam menempatkan pembiayaan sebagai produk jasa bank yang paling banyak diminati. Hal ini dikarenakan pembiayaan sangat membantu masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan sandang, pangan maupun papan. Sebagian kebutuhan manusia salah satunya sektor papan (perumahan) merupakan salah satu sektor bisnis yang menarik. Perkembangan manusia yang semakin bertambah menyebabkan semakin bertambahnya kebutuhan akan perumahan. Rumah merupakan kebutuhan primer bagi pemenuhan kesejahteraan manusia setelah sandang dan pangan, sehingga pengembangan melalui produk Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) dilirik sebagai alternatif untuk pembiayaan perumahan.

Pada awalnya penyaluran pembiayaan kepemilikan rumah (KPR) dilakukan oleh bank konvensional. Dalam bank konvensional keuntungan

[6] Jeff Madura, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 166.

yang diperoleh atas transaksi yang dilakukan umumnya mengandung unsur bunga atau riba, sehigga produk yang ada seperti kredit kepemilikan rumah juga tidak terlepas dari unsur riba yang tentu saja sangat bertentangan dengan prinsip syariah. Seiring dengan berjalannya waktu, kemudian lahirlah bank yang menerapkan sistem syariah. Maka hadirlah produk pembiayaan kepemilikan rumah adalah bank dan nasabah berkongsi atas sebua rumah. Nasabah membayar angsuran kepada pihak bank yang secara langsung kepemilikan rumah akan beralih kepada nasabah jika nasabah telah melunasi semua cicilan.

Besar kecil angsuran dalam pembiayaan kepemilikan rumah (KPR) dapat dilakukan tawar menawar sebelum terjadinya kesepakatan antar kedua belah pihak, jika kesepakatan telah terjadi maka diantara keduanya harus memenuhi kesepaka tersebut. Tidak adanya penyesuasian dengan bunga seperti pada bank konvensional, pembayaran akan berlangsung sama sampai pada akhir cicilan[7].

Menurut bapak Yuliawan Andi Putra selaku pimpinan cabang Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton salah satu produk menarik yang ditawarkan BRI Syariah adalah produk Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) non subsidi yang diberi nama Griya Faedah dengan akad *murabahah.*Pembiayaan KPR yang diluncurkan oleh BRI Syariah merupakan produk yang disediakan oleh bank dalam rangka membantu masyarakat untuk

[7] Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2010), 11.

memenuhi kebutuhan perumahanimpian mereka mengingat adanya Undang-Undang Nomor 4 Tahun 1992 tentang Perumahan dan Permukiman.

Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR iB) di BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton hadir sejak tahun 2008 dan mengacu pada kebijakan Peraturan Bank Indonesia (PBI) Nomor 18/16/PBI/2016 tentang *Rasio Financing to V*alue untuk Pembiayaan Properti. Pembiayaan KPR Griya Faedah adalah produk pembiayaan kepemilikan rumah non subsidi dengan menggunakan sistem hukum islam. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung memberikan layanan produk pembiayaan KPR Griya Faedah guna melayani tingginya minat nasabah terhadap produk ini. PembiayaanKPR Griya Faedah (non subsidi) menyediakan pembiayaan baik rumah baru ataupun rumah bekas yang tempatnya setrategis seperti ada di pusat kota taupun sesuai dengan keinginan calon nasabah dengan plafon pembiayaan minimal Rp.25.000.000 dan maksimal Rp.3.500.000.000, pembiayaan dari bank 90% dari nominal yang diajukan, dengan uang muka 10% dan angsuran 15 tahun.

Jumlah nasabah pembiayaan KPR Griya Faedah selalu mengalami peningkatan di setiap tahunnya dan BRI Syariah meraih penghargaan Pembiayaan KPR di ajang *Infobank Digital Brand Awards* 2018.Dengan meningkatnya jumlah nasabah di setiap tahunnya hal ini tidak luput dari strategi yang dilakukan oleh pihak bank seperti bekerja sama dengan developer PT.Adji Bangun Proprti guna membidik calon nasabah yang akan mengajukan Pembiayaan KPR, melakukan sosialisai mengenai produk dengan

cara membuka stand di event *Car Free Day*dan di Lampung Fair dengan mensosialisasikan produk KPR, dan kegiatan peromosi yang dilakukan pada bulan oktober sampai desember 2019 bagi calon nasabah yang mengajukan pembiayaan KPR akan dikenakan potongan harga seperti bebas biaya adminitrasi.[8]

Berdasarkan hasil wawancara kepada bapak Yuliawan Andi Putra selaku pimpinan cabang BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung , peneliti menyimpulkan bahwa beberapa strategi yang dilakukan oleh pihak BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung cukup bagus seperti dilihat dari segi pemasaran atau menjajakan produk KPR kepada masyarakat yang dilakukan yaitu membuka stand Pembiayaan KPR BRI Syariah di acara *Car Free Day*dan di Lampung Fair dengan hal ini menambah banyak pengetahuan masyarakat tentang BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung kehususna pada produk Pembiayaan KPR Griya Faedah, bekerja sama dengan developerPT.Adji Bangun Properti untuk membidik calon nasabah yang akan mengajukan pembiayaan KPR Griya Faedah dan yang dilakukan pada tahun ini yaitu bagi nasabah yang mengajukan pembiayaan KPR Griya Faedah pada bulan oktober sampai desember 2019 akan mendapatkan potongan harga bebas adminitrasi agar nasabah tertarik dengan produk Pembiayaan KPR Griya Faedah hal ini merupakan bagian dari kegiatan promosi yaitu *sales promotion*.

---

[8]Bapak Yuliawan Andi Putra, Pimpinan Cabang BRISyariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung, *wawancara*, pada tanggal 31 Oktober 2019 .

Peneliti memilih BRI Syaraih Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung sebagai subjek penelitian karna produk Pembiayaan KPR di BRI Syariah termasuk produk uanggulan yang diminati masyarakat guna memenuhi kebutuhan primer berupa hunian.Hal ini dibuktikan dengan jumlah nasabah KPR yang meningkat di setiap tahunnya dan BRI Syariah meraih penghargaan Pembiayaan KPR di ajang Infobank Digital Brand Awards 2018.

Produk pembiayaan KPR dibagi menjadi dua yaitu pembiayaan KPR bersubsidi (Griya Faedah Sejahtera) dan KPR non subsidi (Griya Faedah). Produk pembiayaan KPR bersubsidi (Griya Faedah Sejahtera) adalah produk pembiayaan KPR yang menjadi program pemerintah guna membantu masyarakat berpenghasilan rendah untuk memenuhi kebutuhan primer berupa hunian produk tersebut memiliki type rumah 36 dengan margin 5% yang sudah ditentukan oleh pihak pemerintah dan produk ini sudah bekerja sma dengan DPD REI Lampung, maka dari pihak bank sendri tidak perlu menggunakan strategi strategi khusus guna memasarkan produk tersebut. Sedangkan produk pembiayaan KPR Non Subsidi (Griya Faedah) adalah produk pembiayaan KPR non subsidi yang tidak bekerja sama dengan pemerintah guna memenuhi kebutuhan primer berupa hunia bagi masyarakat berpenghasilan rendah, dengan type rumah mulai dari 45 dengan margi 12,5% sampai 13,75% sehingga pihak bank harus menggunakan beberapa elemen steategi guna menarik masyarakat untuk menggunakan produk tersebut.

Berdasarkan pemaparan diatas maka peneliti tertarik melakukan penelitian untukmengetahui: **"Strategi Pemasaran Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) Non Subsidi di BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung"**sehingga masyarakat tertarik untuk melakukan pembiayaan KPR Griya Faedah (non subsidi) di BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan dari uraian latar belakang di atas, maka pertanyaan penelitian pada penelitian ini adalah "Bagaimana strategi pemasaran Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) non subsidi diBRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung"

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) non subsidi di BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Secara Teoritis

1) Penelitian ini diharapkan dapat memperkarya khazanah keilmuan serta wawasan praktik perbankan khususnya tentang bagaimana

Strategi Pemasaran Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) di BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung.

2) Sebagai acuan untuk penelitian serupa di masa yang akan datang serta dapat dikembangkan lebih lanjut demi mendapatkan hasil yang sesuai dengan perkembangan zaman.

b. Secara Praktis

1) Penelitian ini diharapkan sebagai tambahan wawasan pengalaman dan pengetahuan yang lebih luas mengenai strategi pemasaran.

2) Penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan bagi peneliti khususnya dan bagi bank syariah pada umumnya dalam mempraktikan strategi pemasaran produk Pembiayaan KPR non subsidi.

D. Penelitian Relevan *(Prior Research)*

Terkait dengan penelitian ini, sebelumnya telah ada beberapa penelitian yang mengangkat tema yang sama dengan penelitian ini, antara lain sebagai berikut:

1. Skripsi karya Muhammad Alwi, dengan judul“Evaluasi Pemasaran Produk Kepemilikan Rumah (KPR) Syaraiah Dengan Akad *Murabahah*(Studi Pada Bank Permata Cabang Kebon Jeruk Jakarta)”.Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Strategi yang digunakan oleh Permata Bank cabang Kebon Jeruk untuk mengembangkan dan memasarkan produk KPR syariah dengan akad *murabahah* adalah dengan metode marketing mix. Marketing mix ini meliputi *product, price, place*, dan *promotion* (4P).

Product, dalam hal ini salah satu produk yang dikeluarkan oleh Permata Bank Syariah cabang Kebon Jeruk adalah produk KPR syariah dengan akad *murabahah*. *Price*, dalam kaitannya dengan prodak KPR syariah dengan akad *murabahah* maka aspek harga ada pada seberapa besar ujroh, dengan ketentuan biaya administrasi sebesar 1% dari pembiayaan, premi asuransi jiwa & asuransi kebakaran secara syariah yang kompetitif, biaya notaris meliputi perjanjian pembiayaan dan akta pemasangan hak tanggungan (APHT). *Place*, dalam hal ini lokasi yang dipilih oleh Permata Bank berada di pusat bisnis di Kebon Jeruk Jakarta barat. *Promotion*, pada Permata Bank Promosi yang dilakukan diantaranya yaitu Sosialisasi produk-produk melalui media yang ada seperti televisi, radio, brosur, pamphlet, spanduk, sponsor pada momen-momen tertentu yang dianggap cukup efektif dalam proses sosialisasi.[9]

2. Skripsi karya Metty Noviyanti, dengan judul "Strategi Pemasaran Terhadap Produk KPR BTN Sejahtera iB di BTN Syariah Ditinjau Dari Analisis SWOT (Studi Kasus pada BTN Syariah Kantor Cabang Semarang)". Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa BTN Kantor Cabang Syariah Semarang telah berhasil melakukan penyaluran produk KPR BTN Sejahtera meskipun juga mengalami penurunan, namun tidak begitu banyak penurunannya. Penurunan penyaluran KPR Sejahtera di BTN Syariah Semarang juga disebabkan oleh kebijakan dari pemerintah melalui program FLPP.Setelah peneliti meneliti strategi pemasaran produk

[9] Muhammad Alwi, "Evaluasi Pemasaran Produk Kepemilikan Rumah (KPR) Syariah Dengan Akad *Murabahah*" dalamhttp://eprints.walisongo.ac.id/6314/, diakses pada tanggal 31 Oktober 2019.

KPR BTN Sejahtera iB di BTN Kantor Cabang Syariah Semarang, peneliti menganalisis dengan analisis SWOT yang berisi Kekuatan (Strenght), Kelemahan (Weakness), Peluang (Opportunities), dan Ancaman (Threathts).[10]

3. Skripsi karya Iftittah Hidayatun Najah, dengan judul "Strategi Pemasaran Pembiayaan Makro KPR Ijarah Muntahiya Bittamlik (IMBT) Konsumer IBdi BRI Syariah KCP Cilacap" hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa strategi yang diimplementasikan oleh BRI Syariah KCP Cilacap dalam memasarkan produk KPR IMBT Konsumer BRIS IB diantaranyadengan tahapan tahapan agar terwujudnya visi dan misi perusahaan. Pemasaran sasaran (target marketing) dilakukan oleh pemasar melalui tiga langkah utama yaitu dengan memperhatikan *Market segmentation* (segmentasi pasar), *Market targeting* (pasar sasaran), *Market positioning* (penetapan posisi pasar).BRI Syariah KCP Cilacap juga selalu update atau menggali informasi guna memasuki segmen pasar baru dengan cara melihat potensi dan meningkatkan promosi kepada masyarakat.[11]

Beberapa hasil penelitian yang dilakukan di atas, dapat diketahui bahwa penelitian yang akan dilakukan ini memiliki kajian yang berbeda seperti pada strategi pemasaran produk pembiayaan kepemilikan rumah guna menghadapi persaingan ataupun meningkatkan jumlah nasabah khususnya di

---

[10] Metty Noviyanti, "Strategi Pemasaran Terhadap Produk KPR BTN Sejahtera Ib di BTN Syariah Ditinjau Dari Analisis SWOT(Studi Kasus pada BTN Syariah Kantor Cabang Semarang)", dalamhttp://eprints.walisongo.ac.id/6314/, diakses pada tanggal 31 Oktober 2019.

[11] Iftittah Hidayatun Najah, dengan judul "Strategi Pemasaran Pembiayaan Makro KPR Ijarah Muntahiya Bittamlik(IMBT) Konsumer IB di BRI Syariah KCP Cilacap" dalam http://repository.iainpurwokerto.ac.id/3993/4/, diakses pada tanggal 31 Oktober 2019.

produk pembiayaan KPR, walaupun fokus kajian yang sama pada tema-tema tertentu. Tetapi dalam penelitian ini akan ditekankan dan difokuskan pada strategi pemasaran pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) guna menghadapi persaingan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran

1. Definisi Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran terdiri dari dua kata, yaitu strategi dan pemasaran. Strategi adalah suatu kesatuan rencana yang menyeluruh, komptehensif, dan terpadu yang diarahkan untuk mencapai tujuan perusahaan.Strategi berperan penting pada era global dan perdagangan bebas sekarang ini, ketika persaingan semakin hebat.[1]

Sedangkan pemasaran menurut Philip Kotler, sebagaimana dikutip oleh Anoraga yaitu proses sosial dan manajerial yang dilakukan seseorang atau kelompok untuk memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran produk-produk yang bernilai dengan yang lainnya.[2]

Cravens dan Piercy dalam buku Donni Juni Priansah menyatakan bahwa strategi pemasaran merupakan proses *market-driven* dari pengembangan strategi yang mempertimbangkan perubahan ligkungan dan kebutuhan untuk menawarkan *superior customer value*. Fokus strategi pemasaran adalah kinerja organisasi. Dalam hal ini, strategi pemasaran menghbungkan organisasi dengan lingkungan serta memandang

---

[1] Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Strategi Pemasaran*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), 197.

[2] Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), 215.

pemasaran sebagai suatu fungsi yang memiliki tanggung jawab melebihi fungsi lain dalam keseluruhan aktivitas bisnis.[3]

Strategi pemasaran merupakan setiap usaha untuk mencapai kesesuaian antara perusahaan dengan lingkungannya dalam rangka mencari pemecahan atas masalah penentuan dua pertimbangan pokok. Pertama,bisinis apa yang digeluti. Kedua, bagaimana bisnis yang telah dipilih tersebut dapat dijalankan dengan sukses dalam lingkungan yang kompetitif atas dasar perspektif produk, harga, prmosi, dan distribusi (bauran pemasaran) untuk melayani pasa sasaran.[4]Manajemen strategis adalah suatu rencana yang disusun dan dikelola dengan memperhitungkan berbagai sisi dengan tujuan agar pengaruh rencana tersebut bisa memberikan dampak positif bagi organisasi.[5]

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa strategi pemasaran merupakan suatu cara sistematis yang dilakukan untuk menentukan suatu tujuan yang diinginkan oleh suatu organisasi atau perusahaan.

2. Manfaat Strategi Pemasaran

Supriyono mengemukakan manfaat strategi pemasaran sebagai berikut:

a. Mengantisipasi masalah kesempatan masa depan pada kondisi perusahaan yang berubah dengan cepat.
b. Memberikan tujuan dan arah perusahaan pada masa depan dengan jelas kepada semua karyawan.

---

[3] Donni Juni Priansa, *Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2017), 51.

[4] Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Strategi.*, 70.

[5] Irham Fahmi, *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 2.

c. Membuat tugas para eksekutif puncak menjadi lebih mudah dan kurang berisiko.
d. Memonitor segala sesuatu yang dikerjakan dan terjadi di dalam perusahaan, memberikan sumbangan terhadap kesusksesan perusahaan atau mengarah ke kegagalan.
e. Memberikan informasi pada manajemen puncak dalam merumuskan tujuan akhir dan perusahaan dengan memerhatikan etika masyarakat dan lingkungan.
f. Membantu praktik-praktik manajer.[6]

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa manfaat strategi pemasaran yaitu untuk memenuhi kebutuhan pelanggan atau konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan dari perusahaan tertentu.

3. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)

Marketing mix dalam perspektif Islam, terdiri dari[7]:

a. *Product* (Produk)

Produk merupakan barang yang dipasarkan untuk memenuhi permintaan konsumen.Fase yang harus dipahami oleh seorang marketer dalam membawa sebuah produk meliputi menetukan keunggulan produk (*core benefit*), produk yang sesungguhnya (*augmented product*).[8]

Konsep produk merupakan suatu pengertian atau pandangan nasabah terhadap suatu produk yang dibutuhkan dan diinginkannya.Jadi, nasabah berfikir tentang seberapa penting dan bergunanya produk itu baginya.Biasanya nasabah memiliki konsep atau pandangan tertentu terhadap suatu produk.Misalnya, terhadap

---

[6] Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Strategi.*, 198.
[7] Nur Asnawi&Muhammad Asnan Fanani, *Pemasaran Syariah Teori, Filosof & Isu-Isu Kontemporer*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2017), 161.
[8] *Ibid*., 162-163.

produk “A”.apakah arti produk ini bagi nasabah, biasanya nasabah menimbang-nimbang sebelum menggunakan produk ini.

Dengan menggunakan produk ini, apakah usahanya semakin maju dan bermanfaat atau malah sebaliknya. Jadi, produk-produk yang mampu untuk menarik nasabah dan kemudian membuat nasabah tersebut terdorong untuk menggunakan produk tersebut dan setelah menggunakannya nasabah akan dapat menjadi puas sehingga terjadilah penggunaan produk itu berulang-ulang oleh nasabah.

Setiap produk sebenarnya akan memiliki siklus perputaran terhadap kehidupannya. Masa perkenalan kepada masyarakat, masa pertumbuhan, masa kedewasaan, kemudian masa penurunan. Masa-masa itu semua yang akan dialami setiap produk.

Karena produk bank merupakan jasa yang menjadikan kepercayaan sebagai senjata utama, maka dalam menjalankan bisnisnya bank perlu memerhatikan hal-hal berikut ini:

1) Kuantitas Bankir (karyawan) dalam melayani nasabah
2) Kualitas yang disajikan oleh para bankir terhadap nasabah yang ditunjukkan dari kemampuannya
3) Teknologi atau peralatan yang digunakan dalam melayani nasabah;
4) Kemasan atau bentuk jasa yang diberikan
5) Merek bagi setiap jasa yang ditawarkan
6) Ada jaminan terhadap jasa yang diberikan[9]

b. *Price* (harga)

Setiap produk atau jasa yang ditawarkan dapat menentukan harga pokok dan harga jual suatu produk. Faktor yang perlu

[9] Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), 216-221.

dipertimbangkan dalam suatu penetapan harga antara lain biaya, keuntungan, harga yang ditetapkan, oleh pesaing dan perubahan keinginan pasar.[10]

Setiap perbankan perlu memikirkan tentang penetapan harga atau baiaya pada produknya secara tepat karena biaya yang tidak tepat akan berakibat tidak menarik para nasabah untuk menggunakan prdouk itu. Hal ini tidak berarti bahwa pihak bank harus menetapkan harga serendah mungkin.Oleh karena itu maka penentuan harga atau biaya haruslah dipikir baik-baik.

Secara umum tujuan penentuan harga adalah sebagai berikut:

1) Untuk bertahan hidup
2) Untuk memaksimalkan laba
3) Untuk memperbesar market share
4) Mutu produk
5) Karena pesaing.[11]

c. *Promotion* (Promosi)

Promosi merupakan komponen yang dipakai untuk memberitahukan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan, sehingga pasar dapat mengetahui tentang produk yagn diproduksi oleh perusahaan tersebut. Adapun kegiatan yang termasuk dalam aktivitas promosi adalah *advertensi, sales promotion, personal selling*. Promosi di sini terkait dengan besaran biaya promosi dan kegiatan promosi yang akan dilakukan. Tujuan yang diharapkan dari promosi adalah

[10] Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran,* (Bandung: Alfabeta, 2010), 15
[11] Kasmir, *Manajemen Perbankan*., 229.

konsumen dapat mengetahui tentang produk tersebut dan pada akhrinya memutuskan untuk membeli produk tersebut.[12]

Advertensi merupakan alat utama bagi bank untuk mempengaruhi nasabahnya. Advertensi dapat dilakukan oleh bank melalui media televise, radio, surat kabar, majalah, reklame, dll.

Sales promotion, merupakan kegiatan bank dalam menjajakan produk yang dipasarkannya sedemikian rupa sehingga nasabah akan mudah untuk melihatnya. Misal, menempatkan pamflet di depan kantor atau papan pengumuman sehingga banyak nasabah yang melihat dan kemudian berminat untuk menggunakan produk tersebut.

Personal selling, merupakan kegiatan bank untuk melakukan kontak langsung dengan para nasabah maupun calon nasabahmya.Dengan kontak langsung diharapkan terjadi hubungan atau unteraksi yang positif antara bank dan nasabah maupun calon nasabahnya.Yang termasuk dalam kategori ini adalah bekerjasama dengan *developer*, telepon, dll.[13]

d. *Place* (Tempat)

Sebuah perusahaan tidak akan berhasil jika tidak didukung oleh tempat atau saluran distribusi yang baik pula, untuk menjual jasa yang ditawarkan oleh konsumen. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan

---

[12] Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran*., 15-16.

[13] Gitosudarmo Indriyo, *Manajemen Strategis*, (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2001), 205-216.

dari keputusan mengenai tempat yaitu, sistem transportasi, sistem penyimpanan, pemilihan saluran distribusi.[14]

Strategi distribusi berkaitan dengan bank dalam menyalurkan produk kepada masyarakat sesuai dengan produk yang cocok dan kebutuhan masyarakat.Jadi, bank harus pintar dalam mencari produk yang cocok untuk nasabah berdasarkan tipe nasabah.Tujuan dari strategi distribusi adalah untuk memastikan bahwa produk yang digunakan oleh nasabah itu benar-benar cocok dan banyak membantu nasabah dalam mengembangkan usahanya.Sehingga hal tersebut dapat membuat nasabah loyal kepada bank.

Sementara itu, Boom dan Bitner menambahkan dalam bisnis jasa, bauran pemasaran disamping empat P seperti yang dikemukakan di atas, terdapat tambahan tiga P, yaitu *people, physical evidence, process.*[15]

a. *People*

People yaitu semua orang yang terlibat aktif dalam pelayanan dan mempengaruhi persepsi pembeli, nama, pribadi pelanggan, dan pelanggan-pelanggan lain yang ada dalam lingkungan pelayanan. *People* meliputi kegiatan untuk karyawan seperti mulai dari kegiatan rekrutmen, pendidikan dan pelatihan, motivasi, balas jasa, dan kerja sama, serta pelanggan yang menjadi nasabah atau calon nasabah.

---

[14]Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran*., 16.
[15] Kasmir, *Manajemen Perbankan.*, 214.

b. *Physical Evidence*

Physical Evidence atau bukti fisik terdiri dari adanya logo atau symbol perusahaan, moto, fasilitas yang dimiliki, seragam karyawan, laporan, kartu nama, dan jaminan perusahaan.

c. *Process*

Process atau proses merupakan keterlibatan pelanggan dalam pelayanan jasa, proses aktivitas, standar pelayanan, kesederhanaan, atau kompleksitas prosedur kerja yang ada di bank yang bersangkutan.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan penggunaan konsep bauran pemasaran (*marketing mix*) untuk produk jasa jika digabungkan menjadi tujuh P, yaitu *product, price, promotion, place, people, physical evidence, dan process.*Dan strategi pemasaran di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton sudah cukup dan sesuai dengan teori yang ada, dimana konsep pemasaran yaitu suatu tindakan yang dilakukan oleh produsen dalam mempertimbangkan keinginan atau kebutuhan dari konsumen sebelum melakukan pemasaran.

B. Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR)

1. Pengertian Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR)

Kredit Pemilkan Rumah (KPR) adalah fasilitas pinjaman yang diberikan kepada perorangan untuk keperluan pembelian rumah tempat tinggal atau apartemen atau rukan yang djual melalui *developer* atau non-

developer dan diperuntukkan bukan untuk usaha, tetapi bisa juga digunakan untuk *take over*, *top up*, dan renovasi.[16]Kredit perumahan adalah kredit yang diajukan untuk membiayai pembangunan atau pembelian perumahan dan biasanya berjangka waktu panjang.[17]KPR merupakan kredit jangka panjang dari bank yang diberikan kepada nasabah khusus untuk pembelian rumah tinggal.Dengan begitu, nasabah tidak perlu menabung bertahun-tahun untuk membeli rumah impian.[18]

KPR adalah pembiayaan atau pinjaman jangka panjang yang diberikan oleh bank kepada nasabah utnuk membeli atau membangun rumah impian yang sudah terencana.

2. Akad Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) Syariah

Akad Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) Syariah diterapkan dengan menggunakan akad *murabahah*.

a. Pengertian dan Dasar Hukum *Murabahah*

Murabahah adalah transaksi jual-beli di mana bank menyebutkan jumlah keuntungannya. Bank bertindak sebagai penjual, sementara nasabah sebagai pembeli. Harga jual adalah harga beli bank dari pemasok ditambah keuntungan (*margin*).[19] Menurut Muhammad Syafi'i Antonio, *ba'i al-murabahah* adalah jual-beli barang dengan

---

[16] Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kredit Secara Sehat*, (Jakarta Pusat: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2015), 27.

[17] Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), 112.

[18] http:www.aturduit.com, diunduh pada tanggal 09 Desember 2019 pukul 23.33.

[19] Adimarwan A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014), 98.

harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati.[20]Jual-beli *murabahah* adalah jual-beli di mana penjual mengambil keuntungan dari barang yang dijualnya, sementara si pembeli mengetahui harga awal barang tersebut. Misalnya, Andi membeli sebuah laptop seharga Rp.4.750.000,-, kemudian ia menjual kembali laptop tersebut kepada Ali seharga Rp.5.000.000,-. Andi memberi tahu kepada Ali harga awal laptop tersebut, yakni Rp.4.750.000,-.[21]

Berdasarkan beberapa pengertian *murabahah* di atas, dapat kita ketahui, bahwa *murabahah* merupakan transaksi jual-beli di mana penjual akan mendapatkan *margin* atau keuntungan dari jual-beli tersebut dan pembeli mengetahui harga awal barang yang dibeli dengan ditambah keuntungan yang akan diperoleh penjual. Dalam jual-beli *murabahah*, di sini sistem pembayaran akan digunakan tunai atau angsur (sesuai dengan kesepakatan dalam akad). Jual-beli dengan akad *murabahah* biasanya digunakan untuk bertransaksi antara bank dan nasabah di bank syari'ah.

b. Dasar Hukum

Murabahah merupakan jual-beli dan secara umum diperbolehkan.Ayat yang menjadi dasar diperbolehkannya jual-beli *murabahah* berdasarkan pada ayat-ayat jual-beli, di antaranya yaitu sebagai berikut:

---

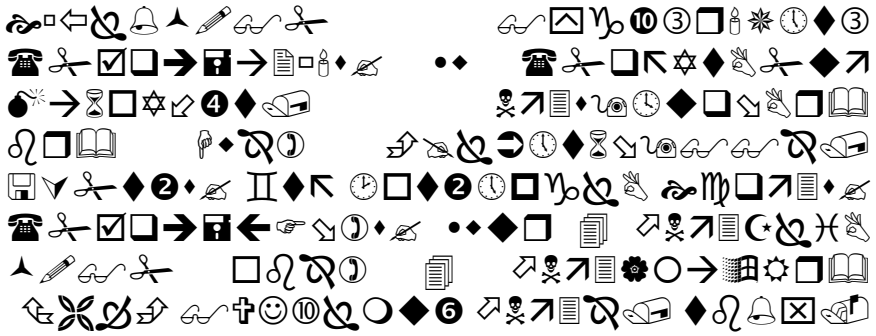
[20] Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah: Dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), 101.

[21] Imam Mustofa, *Fikih Mu'amalah Kontemporer*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016), 68.

1) Firman Allah SWT. dalam surat Al-Baqarah ayat 275:

Artinya: "*Padahal Allah telah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba.*"[22]

2) Firman Allah SWT. dalam surat An-Nisa' ayat 29:



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.*"[23]

Berdasarkan pada landasan ayat di atas, maka hukum dari jual-beli *murabahah* adalah diperbolehkan dengan berbagai syarat dan ketentuan yang berlaku. Dengan kata lain, jual-beli semacam ini hukumnya boleh jika rukun dan syaratnya terpenuhi.

c. Tujuan dan Fungsi *Murabahah*

1) Tujuan *Murabahah*

a) Bank dapat membiayai keperluan modal kerja nasabahnya.

b) Bank dapat membiayai penjualan barang atau jasa yang dilakukan oleh nasabahnya.

---

[22] Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Surabaya: CV. Pustaka Agung Harapan, 2006), 58.

[23] *Ibid*., 107.

c) Nasabah dapat pula meminta bank untuk membiayai stok dan persediaan mereka.

d) Keperluan pembiayaan mereka ditentukan kepada stok dan persediaannya (*re-ordering level*).

e) Pembiayaan juga meliputi bahan mentah, tenaga kerja, dan *overhead*.

f) Dalam hal di mana nasabah perlu mengimpor barang mentah, barang setengah jadi, suku cadang, dan penggantian dari luar negeri melalui *letter of credit*. Bank dapat membiayai permintaan akan*letter of credit* tersebut menggunakan akad *murabahah*.

g) Nasabah yang telah mendapatkan kontrak, baik kontrak kerja maupun kontrak pemasukkan barang. Dapat pula meminta pembiayaan dari bank. Bank dapat membiayai keperluan ini menggunakan akad *murabahah* dan untuk itu bank meminta Surat Perintah Kerja (SPK) dari nasabah yang bersangkutan.

2) Fungsi *Murabahah*

a) Pembiayaan dapat meningkatkan arus tukar barang, hal ini seandainya belum tersedia uang sebagai alat pembayaran, maka pembiayaan akan membantu melancarkan lalu lintas pertukaran barang dan jasa.

b) Bank dapat mempertemukan pihak yang kelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana. Pembiayaan merupakan

salah satu cara untuk mengatasi (GAP) antara pihak yang memiliki dana dan pihak yang membutuhkan dana.

c) Pembiayaan sebagai alat pengendali harga. Ekspansi pembiayaan akan mendorong meningkatnya jumlah uang yang beredar dan peningkatan peredaran uang akan mendorong kenaikan harga. Sebaliknya, pembatasan pembiayaan akan berpengaruh pada jumlah uang yang beredar dan keterbatasan uang yang beredar di masyarakat memiliki dampak penurunan harga.

d) Menumbuhkan kegiatan usaha. Bantuan pembiayaan yang diterima pengusaha dari bank inilah yang kemudian digunakan untuk memperbesar volume usaha dan produktivitasnya. Dengan begitu, masyarakat tidak perlu khawatir dalam memperoleh biaya untuk memulai usaha atau mengembangkan usaha, karena dapat diatasi oleh bank melalui pembiayaannya.

e) Sebagai jembatan untuk meningkatkan pendapatan nasional.

f) Apabila pengusaha, pemilik tanah, pemilik modal, dan buruh atau karyawan yang mengalami peningkatan pendapatan, maka pendapatan negara melalui pajak akan bertambah, penghasilan devisa bertambah, dan penggunaan devisa untuk urusan konsumsi berkurang.[24] Dengan demikian, baik secara langsung

[24] Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syari'ah*, (Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan, YKPN, 2005), 21.

maupun tidak langsung, melalui pembiayaan pendapatan negara akan bertambah.

d. Rukun dan Syarat *Murabahah*

Rukun dan syarat merupakan dua komponen penting yang harus ada dan terpenuhi sebelum melakukan akad. Rukun dan syarat yang harus dipenuhi sebelum melakukan akad *murabahah* yaitu di antaranya sebagai berikut:[25]

a. Rukun

1) Penjual atau pihak yang memiliki objek yang akan diperjual-belikan.
2) Pembeli atau pihak yang ingin memperoleh barang diharapkan dengan membayar sejumlah uang kepada penjual.
3) Objek jual-beli merupakan barang yang akan digunakan sebagai objek transaksi jual-beli.
4) Harga, setiap transaksi jual-beli ahrus disebutkan dengan jelas harga jual (harga perolehan ditambah *margin* atau keuntungan) sesuai dengan kesepakatan antara penjual dan pembeli.
5) Ijab dan kabul, merupakan kesepakatan penyerahan barang dan penerimaan barang yang diperjual-belikan.

b. Syarat

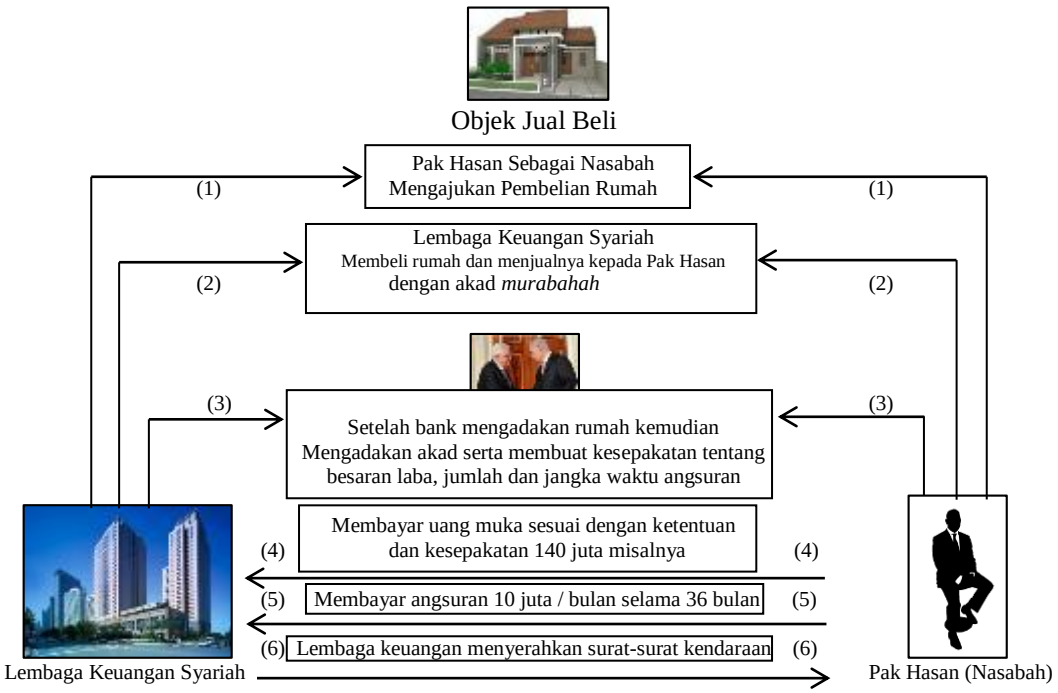
1) Pihak yang berakad harus cakap hukum dan tidak dalam keadaan terpaksa.

[25]Ismail, *Perbankan Syari'ah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), 137.

2) Objek jual-beli atau barang yang diperjual-belikan tidak termasuk barang haram, baik jenis maupun jumlahnya.
3) Harga barang harus dinyatakan secara transparan dan cara pembayarannya disebutkan dengan jelas.
4) Pernyataan serah-terima atau ijab dan kabul harus jelas dengan menyebutkan secara spesifik pihak-pihak yang berakad.

Murabahah dalam lembaga keuangan syariah dapat digambarkan dalam skema sebagai berikut:

Gambar 2.1
Skema *Murabahah*[26]



[26] Imam Mustofa, *Fikih Mu'amalah Kontemporer*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016), 82.

3. Tujuan dan Manfaat Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR)

Hadirnya Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) bertujuan untuk membantu masyarakat yang ingin mempunyai rumah dan dapat meringankan masyarakat dengan membayar rumah secara mencicil.[27] Beberapa manfaat yang akan didapatkan dari fasilitas KPR di antaranya yaitu sebagai berikut:[28]

a. Tidak perlu dana besar untuk mendapatkan rumah yang diinginkan, hanya memerlukan dana untuk uang muka saja.
b. Dapat memilih jumlah dan lama cicilan disesuaikan dengan harga rumah.
c. Rumah dapat langsung ditempati meski belum dilunasi pembayaran atau cicilannya.
d. Memiliki nilai yang terus meningkat, karena investasi properti seperti rumah memiliki nilai yang terus naik.
e. Rumah yang dicicil dapat kembali disewakan, sehingga uang sewa dapat dibayarkan untuk cicilan rumah.
f. Biaya cicilan semakin lama akan terasa semakin ringan, karena nilai uang yang terus meningkat.
g. Surat kepemilikan dan legalitas lainnya akan lebih terjamin.

---

[27] Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kredit Secara Sehat*, 27.
[28] http:boenesaja.blogspot.com, diunduh pada 09 Desember 2019 pukul 23.30.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian adalah suatu proses atau kegiatan yang dilakukan secara sistematis, logis, dan berencana untuk mengumpulkan, mengolah, menganalisis data, serta menyimpulkan dengan menggunakan metode, atau teknik tertentu untuk mencari jawaban atas permasalahan.[1]

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian jenis lapangan (*field research*). Penelitian lapangan adalah suatu penelitian yang dilakukan secara intensif, terperinci, dan mendalam terhadap suatu objek tertentu dengan mempelajari sebagai suatu kasus.[2] Objek penelitian ini adalah strategi pemasaran Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) Non Subsidi di BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung.

2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian dalam skripsi ini bersifat deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi saat sekarang.[3] Sedangkan

---

[1] Moh.Kasiram, *Metodologi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*, (Yogyakarta: Sukses Offset, 1998), 37.

[2] Kartini Kartono, *Pengantar Metode Riset Sosial*, (Bandung: CV Mandar Maju, 1996), 32.

[3] Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Kharisma Putra Utama, 2011), 34.

penelitian kualitatif merupakan riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif.[4]

Adapun penulisannya adalah deskriptif kualitatif, yaitu memberikan gambaran dan keterangan-keterangan mengenai strategi pemasaran Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) Non Subsidi di BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung**.**

B. Sumber Data

Dikarenakan sumber data merupakan salah satu hal yang sangat menentukan keberhasilan suatu penelitian. Sumber data dalam penelitian ini diteliti guna memperoleh data mengenai Strategi Pemasaran Pembiayaan Kepemilikan Rumah dalam menghadapi persaingan antar bank pada PT Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung. Sumber data penelitian dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.[5] Sumber data primer yang peneliti temui di lapangan adalah Pimpinan Cabang Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung, *Branch Operation Supervisor* (BOS) Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung, *Marketing Manager* (MM)Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung,, dan Nasabah Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung.

---

[4] *Ibid.*,34.

[5] Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 225.

Nasabah sebagai sumber data primer pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu.[6] Kriteria nasabah tersebut antara lain sebagai berikut:

a. Subjek sudah lama menjadi nasabah di BRISyariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung
b. Subjek menggunakan produk pembiayaan Kepemilikan Rumah
c. Bersedia menjadi subjek penelitian

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder, yaitu sumber data yang telah tersusun dalam bentuk dokumen-dokumen.[7] Sumber data sekunder diharapkan dapat menunjang peneliti dalam mengungkap data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, sehingga sumber data primer menjadi lengkap. Adapun yang menjadi acuan sumber data sekunder data sekunder dalam penelitian adalah buku, jurnal, artikel, sumber-sumber tertulis lainnya atau data yang berkaitan dengan dokumentasi Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung.

C. Teknik Pengumpulan Data

Selain mengumpulkan data lapangan (*field research*), dalam penelitian ini dibutuhkan data pelengkap yang diambil melalui kepustakaan, peneliti mengumpulkan data dengan bantuan buku-buku, dokumen-dokumen dan lain-

[6] *Ibid.,* 85
[7] *Ibid.,* 39.

lain yang ada kaitannya dengan penelitian ini. Dalam penelitian lapangan, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, antara lain.

1. Wawancara

Wawancara yaitu teknik untuk mengumpulkan data yang akutrat untuk keperluan proses pemecahan masalah tertentu, yang sesuai dengan data.[8] Cara yang digunakan peneliti adalah *interview* bebasterpimpin, karena untuk menghindari pembicaraan yang menyimpang dari permasalahan yang akan diteliti.

Guna memperoleh data yang ada kaitannya dengan peneliti ini, maka peneliti mencari informasi yang diperlukan tentangStrategi Pemasaran Pembiayaan Kepemilikan Rumah dalam menghadapi persaingan antar bank pada PT Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung dengan melakukan wawancara kepada bapak Yuliawan Andri Putra selaku Pimpinan Cabang, Ibu Wiwik Kurniawati selaku *Branch operation superviso (BOS)*, Bapak Andre Adhi Puspita selaku *Marketing Manager (MM)* Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung, dan nasabah Bank BRISyariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung.

2. Dokumentasi

Merupakan cara yang digunakan untuk mengumpulkan data berupa data tertulis yang menggandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran

[8] Muhamad, *Metodelogi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), 151.

tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian.[9]

Dalam penelitian ini data yang dicari dan dikumpulkan oleh peneliti dari Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung adalah data mengenai strategi pemasaran Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) Non Subsidi di BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung**.**

D. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah "proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterprestasikan".[10] Data yang diperoleh dari wawancara dan dokumentasi dari Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung akan diolah dengan menggunakan teknik deskriptif kualitatif.

Metode kualitatif maksudnya data yang diperoleh diuraikan sedemikian rupa dan disertai pembahasan dan kemudian hasil analisa tersebut dilaporkan dalam bentuk laporan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif karena penelitian ini bertujuan untuk menjabarkan keterangan dengan mengacu pada berbagai teori dengan pokok masalah.

Sedangkan data hasil dokumen digunakan untuk menunjang hasil wawancara. Untuk menganalisis data, peneliti menggunakan cara berfikir induktif. Nana Sudjana mengemukakan bahwa "berfikir induktif berangkat dari data-data khusus dan fakta empiris dilapangan disusun, diolah, dikaji

---

[9] *Ibid.*,152.

[10] Masri Singarimbun dan Sofian Efendi, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: LP3ES, 1995), 263.

kemudian ditarik maknanya dalam bentuk pernyataan atau kesimpulan yang bersifat umum".[11]

Dengan cara berfikir induktif, peneliti dapat mengetahui apakah strategi pemasaran pembiayaan kepemilikan rumah banyak diminati oleh masyarakat guna memenuhi kebutuhan primer.

Pada penelitian ini, peneliti akan mencari apakah strategi pemasaran pembiayaan kepemilikan rumah di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung sudah berperan dengan baik atau belum.

---

[11] Nana Sudjana, *Tuntunan Penyususnan Karya Ilmiah*, (Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2011), 7.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Kedaton

1. Sejarah dan Perkembangan Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Kedaton

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 biru dan putih sebagai benang merah dengan brand PT. Bank Rakyat Indonesia (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 (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 (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 modern terkemuka dengan berbagai ragam produk dan layanan perbankan.

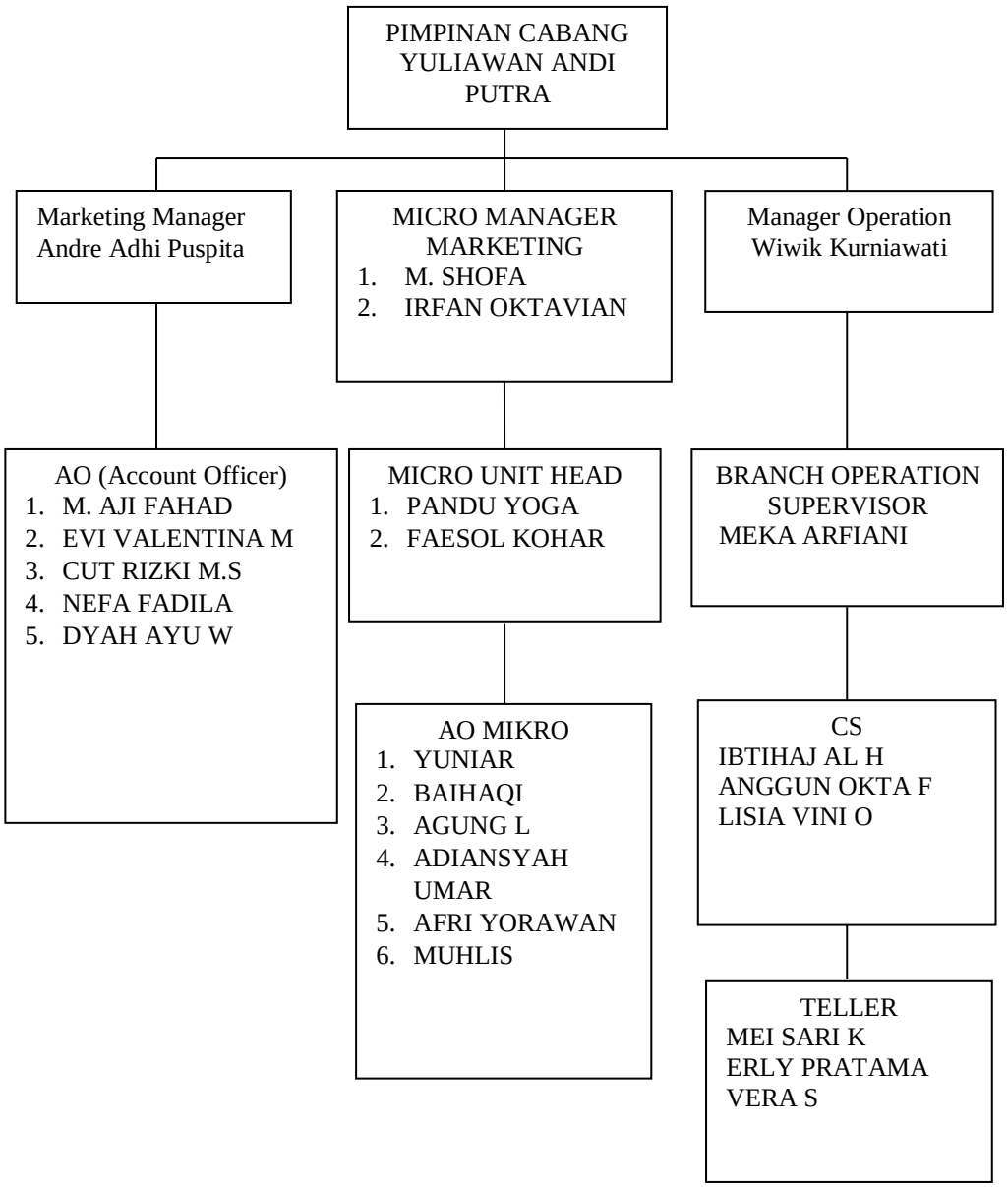
Sesuai dengan visinya, saat ini PT Bank BRI Syariah Tbk merintis sinergi dengan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., dengan memanfaatkan jaringan kerja PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., sebagai Kantor Layanan Syariah dalam mengembangkan bisnis yang berfokus kepada kegiatan penghimpunan dana masyarakat dan kegiatan konsumer berdasarkan prinsip Syariah.[1]

2. Struktur Organisasi Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Kedaton

Struktur Organisasi Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Kedaton dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

[1] Dokumentasi Sejarah Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Bandar Lampung

Gambar 4.1. [2]
Struktur Organisasi Bank Rakyat Indonesia Syariah
Kantor Cabang Kedaton



[2] Dokumentasi Sejarah Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Bandar Lampung

Keterangan:

a. Pimpinan Cabang

Pimpinan Cabang Pembantu bertanggung jawab atas keseluruhan berjalannya sistem operasional perbankan di level Kantor Cabang Pembantu dan membawahi keseluruhan bagian.

b. *Marketing Manager* (Manajer Pemasaran)

Marketing *Manager* adalah serangkaian proses yang dilakukan untuk memasarkan produk atau mengenalkan produk kepada masyarakat dengan berbagai cara, agar produk tersebut menjadi banyak diminati oleh masyarakat luas. Sehingga dalam hal ini pengertian marketing tidak hanya sebatas saat terjadi pemasaran, namun juga mengenai strategi yang digunakan, serta cara memberikan kepuasan kepada konsumen.

c. *Micro Marketing Manager* (Manajer Pemasaran Mikro)

Micro marketing atau pemasaran mikro merupakan menciptakan penawaran layanan pada kelompok-kelompok konsumen. Seiring dengan perkembangan zaman, konsumenpun saat ini menjadi semakin kompleks dengan kebutuhan dan permintaan yang berbeda-beda satu sama lain sehingga perlu diterapkan pemasaran mikro. Manajer yang meletakkan orientasinya pada marketing melihat konsemen berbeda satu sama lainnya yang menyebabkan ia akan menerapkan micro marketing dalam pemasarannya.

d. Operational Manager (Manajer Operasional)

Manajer Operasional secara umum adalah sebuah usaha pengelolaan secara maksimal dalam penggunaan berbagai faktor produksi, mulai dari sumber daya manusia (SDM), mesin, peralatan *(tools)*, bahan mentah (*raw material)*, dan faktor produksi lainnya dalam proses mengubahnya menjadi beragam produk barang atau jasa.

e. Account Officer (Petugas Akun)

Berwenang melakukan proses *marketing* untuk segmen komersial khususnya giro dan deposito serta pembiayaan konsumtif. Memasarkan pembiayaan sesuai dengan ketentuan pembiayaan konsumer dengan target yang telah ditetapkan, melakukan proses pembiayaan baru dan perpanjangan antara lain detail analisa kualitatif, menyiapkan kelengkapan dan keabsahan dokumen pembiayaan serta mengusulkan pembiayaan kepada komite pembiayaan untuk mendapatkan keputusan, mengelola tingkat kesehatan pembiayaan nasabah binaan yang menjadi tanggung jawabnya dan mempertahankan kualitas pembiayaan yang sesuai dengan target yang ditetapkan.

f. Micro Unit Head (Kepala Bagian Mikro)

Bertanggung jawab untuk melaksanakan dan memastikan bisnis mikro pada unit tersebut berjalan sesuai dengan target yang diberikan dan tidak melanggar *syariah comply* maupun P3 Mikro.

g. Branch Operation Supervisor (Pengawas Operasi Cabang)

Berwenang mengkoordinir kegiatan pelayanan perbankan, transaksi operasional *customer service* dan *teller*, menyetujui atau otoritas transaksi layanan operasi *front liner* sesuai kewenangan.

h. Account Officer Micro (Petugas Akun Mikro)

Account Officer Micro bertugas untuk melakukan penjualan produk-produk mikro serta melakukan *pre-screening* untuk calon-calon nasabah sebelum dokumen-dokumen pembiayaan diberikan kepada UH untuk verifikasi lebih lanjut.

i. *Customer Service* (Pelayanan Pelanggan)

Berwenang melayani nasabah dengan memberikan informasi tentang produk serta menerima dan menangani keluhan nasabah dan melakukan koordinasi dengan pihak-pihak terkait untuk penyelesaiannya, memahami produk layanan yang terkait dengan operasional layanan *Customer Service*.

j. Teller (Kasir)

Berwenang melayani nasabah untuk transaksi penyetoran dan penarikan tunai maupun non tunai serta transaksi lainnya sesuai aturan yang ditetapkan untuk mencapai *service excellent*.[3]

[3] Dokumentasi Sejarah Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Bandar Lampung

3. Produk KPR BRI Syariah Kedaton

a. Pengertian KPR BRI Syariah

Memiliki rumah sendiri memberikan kebanggaan dan kebahagiaan hidup bagi keluarga tercinta. KPR BRIsyariah iB hadir membantu Anda untuk mewujudkan impian Anda memiliki rumah idaman. Berbagai keperluan dapat dipenuhi melalui KPR Faedah BRIsyariah iB diantaranya Pembelian rumah, apartemen, ruko, rukan, tanah kavling, pembangunan, renovasi, ambil alih pembiayaan (take over), dan pembiayaan berulang (Refinancing).

KPR BRISyariah adalah Pembiayaan Kepemilikan Rumah kepada perorangan untuk memenuhi sebagian atau keseluruhan kebutuhan akan hunian dengan mengunakanakad *Murabahah* (jual beli) dengan jumlah angsuran yang telah ditetapkan di muka dan dibayar setiap bulan.

b. Manfaat

Beberapa manfaat Produk KPR BRI Syariah Kedaton dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1) Pembelian Property, terdiri dari:
   a) Pembelian rumah baru dalam keadaan siap huni (ready stock) dari developer kerjasama
   b) Pembelian rumah baru dalam keadaan belum siap huni (indent) dari developer kerjasama

c) Pembelian rumah baru dari developer tidak bekerjasama (kondisi rumah ready stock, sertifikat dan IMB pecah perkavling)

d) Pembelian rumah bekas (second)

e) Pembelian apartemen baru dalam keadaan siap huni (ready stock) dari developer kerjasama

f) Pembelian apartemen baru dari developer tidak kerjasama (kondisi apartemen ready stock, sertifikat splitzing)

g) Pembelian apartemen bekas

h) Pembelian Rumah Toko (Ruko) baru dalam keadaan siap huni (ready stock) dari developer kerjasama

i) Pembelian Rumah Toko (Ruko) baru dari developer tidak kerjasama (kondisi ruko ready stock, sertifikat dan IMB pecah perkavling)

j) Pembelian Rumah Toko (Ruko) bekas.

k) Pembelian tanah kavling dengan luas ≤ 2.500 meter2 di dalam kompleks perumahan (real estate).

2) Pembangunan dan Renovasi Rumah

a) Pembelian bahan-bahan material untuk pembangunan rumah (tanah wajib sudah bersertifikat dan sudah dimiliki pemohon serta IMB tersedia

b) Pembelian bahan-bahan material untuk renovasi rumah

3) Take Over/Pengalihan Pembiayaan KPR, terdiri dari:

Alih pembiayaan (take over) dari lembaga keuangan konvensional ke Bank BRIsyariah (hanya berlaku untuk fixed income).

4) Refinancing/Pembiayaan kembali

Pemberian fasilitas pembiayaan kepada Nasabah KPR BRIsyariah dimana dananya dapat digunakan untuk berbagai macam kebutuhan konsumtif selama analisa dan perhitungan kemampuan pembayaran kembali oleh nasabah memenuhi syarat dan ketentuan, fasilitas ini wajib menggunakan akad IMBT.

c. Fitur

Beberapa fitur Produk KPR BRI Syariah Kedaton di antaranya sebagai berikut:

1) Plafon Pembiayaan
   a) Minimal Rp.25.000.000, -
   b) Maksimal Rp.3.500.000.000, -
2) Uang muka ringan minimal 10%
3) Bank Finance (Pembiayaan Bank) hingga 90% *
4) Jangka Waktu
   a) Minimum 12 bulan
   b) Maksimum 15 tahun untuk KPR iB yang bertujuan:
      (1) Pembelian Rumah baik dalam kondisi baru (rumah jadi atau indent) dan rumah bekas pakai (second).
      (2) Pembelian bahan bangunan untuk Pembangunan Rumah.

c) Maksimum 10 tahun untuk

(1) Pembelian Apartemen

(2) Pembelian Rumah Toko dan Rumah Kantor

(3) Pembelian bahan bangunan untuk Renovasi Rumah

(4) Take Over Pembiayaan Rumah

(5) Refinancing

d) Maksimum 5 tahun

Khusus untuk pembiayaan tanah kavling siap bangun sebagai persiapan untuk pembangunan rumah.

d. Persyaratan Nasabah

Persyaratan nasabah di pada KPR BRI Syariah Kedaton di antaranya sebagai berikut:

1) WNI
2) Pegawai/karyawan tetap dengan masa kerja atau total masa kerja ditempat sebelumnya minimal 2 (dua).
3) Profesional terbatas hanya untuk profesi kesehatan (dokter, dokter spesialis dan bidan)
4) Wiraswasta/Pengusaha dengan usaha nasabah dalam kondisi aktif dan telah berjalan minimal 5 tahun
5) Usia minimal pada saat pembiayaan diberikan adalah 21 tahun dan pada saat jatuh tempo pembiayaan untuk karyawan adalah maksimum usia pensiun, 65 tahun untuk profesi dokter/dokter spesialis

6) Hasil track record BI Checking dan DHBI lancar/clear
7) Dapat ditutup atau memenuhi persyaratan asuransi jiwa pembiayaan.
8) Membuka rekening tabungan di Bank BRIsyariah.
9) Untuk total pembiayaan lebih besar sama dengan 50 juta Rupiah wajib menyerahkan NPWP Pribadi.[4]

B. Strategi Pemasaran Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) Non Subsidi di BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung.

Menurut Bapak Yuliawan Andi Putra, Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) Non Subsidi adalah Pembiayaan jangka panjang yang diberikan oleh bank kepada nasabah untuk membeli rumah impian. Manfaat dari pembiayaan KPR adalah uang muka ringan minimum 10% dan jangka waktu maksimal 15 tahun.

Tabel 4.1
Jumlah Nasabah Pembiayaan KPR Non Subsidi
Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung

No	Tahun	Jumlah
1.	2016	46
2.	2017	56
3.	2018	85
4.	2019	120

Sumber: Dokumentasi BRI Syariah KC Kedaton Bandar Lampung

BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung dari 4 tahun terakhir selalu mengalami kenaikan yang signifikan. Hal ini dibuktikan pada

[4] Dokumentasi Sejarah Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Bandar Lampung

tahun 2019 jumlah nasabah mencapai 120.[5] Dan jumlah nasabah KPR Non Subsidi Griya Faeda setiap bulannya mencapai 5 sampai 7 nasabah yang melakukan pembiayaan KPR Non Subsidi tersebut.Kenaikan jumlah nasabah dari tahun ketahun tidak luput dari strategi pemasaran yang digunakan oleh BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung guna menjaga eksistensi di dunia perbankan kehususnya pada produk unggulan yaitu Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) non subsidi yang diberi nama Griya Faedah.[6]

Sebelum memasarkan produk Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) non subsidi pihak bank merencanakan *marketing mix* atau tujuh komponen pemasaran agar dalam pelaksanaan dapat berjalan dengan lancar. Dalam penerapan *marketing mix* yang dilakukan pihak BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung sebagi berikut:

1. *Product* (Produk)

Produk merupakan unsur terpenting dalam tawaran pemasaran, dalam starategi pemasaran ini bank harus dapat mengutamakan kepentingan dari segi kebutuhan konsumen agar dapat terpenuhi. Bank menawarkan produk atau jasa yang bermutu.

Maka BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung memberikan pelayanan produk-produk terbaik unggulan seperti produk Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) non subsidi Griya Faedah yang

[5] Wawancara dengan Bapak Yuliawan Andi Putra, Pimpinan Cabang BRISyariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung pada tanggal 20 Januari 2020.
[6] Wawancara dengan Bapak Andre Adhi, Marketing Manager (MM) BRISyariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung pada tanggal 20 Januari 2020

merupakan pembiayaan konsumtif untuk membeli, membangun, baik rumah baru ataupun bekas dengan type mulai dar 45 sampai dengan type 80 margi mulai dari 12,5% sampai 13,75% sesuai tenor dengan begitu dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan dalam membayaran angsuran masing-masing nasabah. Akad yang digunakan pembiayaan KPR adalah *murabahah* (jual-beli) dengan mekanisme nasabah mencari sendiri developer yang menyediakan perumahan yang sesuai keinginan dan kemampuan nasabah, dikarnakan nasabah tidak memiliki biaya kucup untuk melunasi pembayaran perumahan tersebut kepada developer maka nasabah mengajukan pembiayaan KPR Non Subsidi ke pada bank setelah terjadinya akad maka dalam waktu 14 hari rumah tersebut dapat dihuni oleh nasabah. Dan tugas bank membayar secara lunas perumahan tersebut kepada pihak developer sedangkan pihak nasabah membayar angsuran kepada pihak bank dengan margin dan tenor yang sudah disepakati oleh kedua belah pihak yaitu nasabah dan bank. Megenai sertifikat Rumah dapat pindah alih ketika nasabah sudah melunasi secara penuh kepada pihak bank.

Mutu dari produk ini yaitu pemberian fasilitas dan kemudahan yang ada di dalam karakteristik produk, seperti yang dijelaskan oleh bapak Yuliawan Andi Putra, antara lain:

a. Keamanan dan kenyamanan bertransaksi perbankan dengan fasilitas pembiayaan yang berdasarkan prinsip syariah.
b. Uang muka ringan mulai dari 10%.

c. Plafon pembiayaan mulai dari Rp 25 juta hingga Rp 3,5 Milyar.

d. Angsuran pembiayaan ringan tetap.

e. Proses mudah dan cepat.

f. Jangka waktu pembiayaan hingga 15 tahun.[7]

Dalam pelaksanaan produk BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung khususnya Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) non subsidi yang ditawarakan sesuai dengan kebutuhan nasabah, karena memberi kemudahan dan manfaat kepada nasabahnya. Memudahkan nasabah tidak harus menunggu saldo maksimum untuk mendapatkan dan memenuhi kebutuhan primer yaitu hunian.

2. *Price* (Harga)

Harga yang dimiliki Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung Kadang tidak kompotitif karena dibanka bank konvensional dapat mengubah satu logam seperti dua tahun pertama hanya berapa persen setelah itu floting maka mengakibatkan sebagian masyarakat memilih bank yang di awal murah padahal bunga dapat berubah naik.[8]

---

[7] Wawancara dengan Bapak Yuliawan Andi Putra, Pimpinan Cabang BRISyariah Kantor Cabang Kedaton pada tanggal 20 Januari 2020

[8] Wawancara dengan Bapak Andre Adhi, Marketing Manager (MM) BRISyariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung pada tanggal 20 Januari 2020

Tabel angsuran KPR BRI Syariah dapat dilihat pada tabel di bawah ini:[9]

Tabel 4.2.
Angsuran KPR Non Subsidi BRI Syariah

No.	Plafon	Jangka Waktu (Bulan)		
		60	120	180
1	100, 000, 000	2, 249, 794	1, 493, 107	1, 314, 9987
2	250, 000, 000	5, 624, 485	3, 732, 768	3, 287, 468
3	500, 000, 000	11, 624, 969	7, 465, 537	6, 574, 938
4	750, 000, 000	16, 873, 454	11, 198, 305	9, 862, 405
5	1, 000, 000, 000	22, 497, 938	14, 931, 074	13, 149, 873

Menurut bapak Andre Adhi , Selain itu memang kami akui margin yang disedikan bank kami cukup besar untuk 12,5% sampai dengan 13,75% sesuai dengan tenor yang diambil oleh nasabah. Namu harga tidak menjadi masalah besar bagi kami dengan pelayanan dan prosedur yang mudah maka nasabah akan puas dan loyal kepada bank kami. Jumlah angsuran KPR Non Subsidi di atas sudah disertakan *margin* bagi hasil.[10]

3. *Promotion* (Promosi)

Untuk mencapai keberhasilan dan kesuksesan dalam menawarkan produk BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung dalam melakukan berbagai kegiatan promosi seperti:

a. *Advertensi* (perikalanan) dengan pemanfaatkan media baik cetak ataupun elektronik khususnya seperti media social. Media cetak yang digunakan berupa brosusr, standing banner dan Koran sedangkan media elektronik yang digunakan yaitu radio dan internet seperti media sosial (Instagram, FaceBook, Twitter).

[9] Dokumentasi, Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Bandar Lampung

[10] Wawancara dengan Bapak Andre Adhi, Marketing Manager (MM) BRISyariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung pada tanggal 20 Januari 2020

b. *Sales Promotion* yang dilakukanoleh pihak bank adalah memasang pamflet atau papan pengumuman di depan kantor bank dengan diterakan informasi bahwa ada potongan harga bagi nasabah yang melakukan pembiayaan KPR non subsidi Griya Faedah pada bulan Oktober sampai Desember 2019.

c. *Personal Selling* yaitu Kegiatan yang dilakukan bank berupa sosialisasi kepada nasabah dan calon nasabah dengan mengikuti event tertentu seperti buka stan di acara Lampung Fair dan Car Free Day (CFD), ikut serta dalam acara REI Expo di Pusat perbelanjaan seperti di Mall Bumi Kedaton (MBK) ataupun bekerja sama dengan *developer* seperti PT.Adjie Bangun Properti dan Raffles Residence. Dengan adanya kerja sama denga PT.Adji Bangun Properti yaitu diadakanya akad massal antara nasabah dengan BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung atas pembiayaan KPR non Subsidi dengan mencapai 35 nasabah pada bulan oktober 2019.[11]

4. *Place* (Tempat)

Pemilihan lokasi yang tepat berdampak cukup signifikan terhadap penjualan, terutama perusahaan yang bergerak dibidang jasa khususnya perbankan.Lokasi yang dibidik untuk memasarkan produk KPR Non Subsidi ada beberapa titik lokasi yaitu di acara Lampung Fair dan Car Free Day (CFD), ikut serta dalam acara REI Expo di Pusat perbelanjaan seperti di Mall Bumi Kedaton (MBK) yang memnungkinkan banyak masyarakat

[11] Wawancara dengan Bapak Andre Adhi, Marketing Manager (MM) BRISyariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung pada tanggal 20 Januari 2020

yang tertarik menggunakan Produk Pembiayaan KPR Non subsidi tersebut. Sedangkan Lokasi untuk Perumahan KPR non subsidi letak nya strategis karna dekat dengan sarana pendidikan seperti di Raflles Resident dan perumahan Bumi Puspa Kencana 4 yang dekat dengan sarana pendidikan seperti Unila,UBL,Umitra, Malhayari, kemudian dekat dengan pusat perbelanjaan dan memiliki infrastruktur jalan yang bagus.[12]

Lokasi perumahan menentukasn harga jual perumahan tersebut. Perumahan yang dekat dengan kota akan lebih mahal dibandingkan dengan perumahan yang jauh dari kota, seperti Perumahan Raflesia Residen yang dekat dengan kota, dengan Tipe 70 harga kisarannya Rp. 450 juta, sedangkan perumahan Tirtayasa Indah yang letaknya jauh dari kota, dengan Tipe 70 harganya Rp. 297 juta, karena lokasinya kurang strategis, jauh dari pusat pendidikan dan sarana perbelanjaan.

5. *People* (SDM)

Dalam hal ini Bapak Andre Adhi selaku Marketing Manager (MM) di BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung menjelaskan bahwa dalam kegiatan pemasaran produk KPR dengan jumlah 5 *Account Officer* (AO) sebagai karyawan yang bertugas membantu pelaksanaan pemasaran produk pembiayaan KPR non subsidi sudah efektif. Adapun krietria yang harus dimiliki oleh karyawan khususnya yang bertugas sebagai Account Officer (AO) seperti:

[12] Wawancara dengan Bapak Andre Adhi, Marketing Manager (MM) BRISyariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung pada tanggal 20 Januari 2020

a. Pria/Wanita usia maksimal 25 tahun.
b. Tinggi minimal Pria 165cm dan Wanita 160 cm.
c. Berpenampilan menarik dan memiliki kemampuan komunikasi yang baik.
d. Lebih diutamakan memiliki pengalaman dalam bidang layanan perbankan.
e. Pendidikan minimal S1 dengan IPK minimal 3, 0.
f. Memiliki track record yang baik dalam dunia perbankan.[13]

Karyawan yang dimiliki BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung merupakan SDM yang bermutu dan mumpuni dalam bidangnya masing-masiang. Hal ini tidak luput dari giatnya para karyawan untuk mengikuti kegiatan pendidikan, pelatihan, dan motivasi khususnya dalam bidang perbankan. Sehingga salah satu karyawan kami yang bernama Evi Valentina selaku Account Officer (AO) mendapatkan reward berupa bonus gaji atas pencapaian kerja nya. Maka bagi karyawan yang berprestasi akan diberikan reward hal ini berdampak positif bagi karyawan yang telah mendapatkan reward ataupun yang belum mendapatkan reward karena membuat karyawan lebih bahagia, bangga, termotifasi untuk lebih produktif, dan mendekatakan hubungan karyawan dengan atasan.[14]

---

[13] Wawancara dengan Bapak Andre Adhi, Marketing Manager (MM) BRISyariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung pada tanggal 20 Januari 2020

[14] Wawancara dengan Bapak Andre Adhi, Marketing Manager (MM) BRISyariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung pada tanggal 20 Januari 2020

6. *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Bagian yang seringkali kurang diperhatikan saat melakukan kegiatan pemasaran ataupun pelayanan produknya, menurut Ibu Wiwik selaku Branch Operation Supervisor (BOS) adalah penampilan dan bagaimana cara pihak bank dalam memasarkan produk nya. Maka yang dilakukan karyawan BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung yaitu cara dan bentuk pelayanan kami selalu menerapkan 5S (senyum, sapa, salam, sopan, santun), menggunakan tanda pengenal seperti (seragam BRISyariah dan name tag), menyediakan data seperti formulir pendafataran, dan menyimpan jaminan merupakan hal yang paling penting dilkukan oleh karyawan BRI Syariah kantor cabang Kedaton Bandar Lampung karena hal tersebut nasabah merasa lebih nyaman dan aman berintraksi dengan karyawan.[15]

Bangunan atau gedung BRI Syariah kantor cabang Kedaton Bandar Lampung yang berwarna biru meruakan ciri khas kantor tersebut dinilai lebih indah karena warnanya cerah dan dapat menarik calon nasabah untuk mengunjungi BRI Syariah kantor cabang Kedaton Bandar Lampung. Fasilitas yang tersedia yaitu kursi bagi lansia dan kursi roda bagi nasabah yang membutuhkan. Isi gedung yang bersih dan wangi dapat membuat kesan positif terhadap nasabah.[16]

---

[15] Ibu Wiwik Kurniawati, Branch Opration Supervisor (BOS) BRISyariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung, *wawancara*, pada tanggal 20 Januari 2020

[16] Wawancara dengan Ibu Wiwik Kurniawati, Branch Opration Supervisor (BOS) BRISyariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung pada tanggal 20 Januari 2020

7. *Process* (Proses)

Semua aktifitas kerja adalah proses yang melibatkan prosedur dan mekanisme. Proses ini merupakan bagian yang penting bagi perkembangan bank syariah agar dapat menghasilkan produk berupa jasa yang prosesnya bisa berjalan dengan efektif dan efesien. Proses bagi calon nasabah pembiayaan KPR non subsidi yaitu nasabah sendri yang mencari rumah yang diinginkan nasabah di salah satu perumahan yang bekerja sama dengan BRI Syariah kantor cabang Kedaton Bandar Lampung ataupun developer akan memberikan berkas calon nasabaha ke pihak bank.[17]

Adapun syarat dan ketentuan bagi nasabah yang akan mengajukan pembiayaan KPR non subsidi (Griya Faedah) sebagai berikut:

a. Pemohon berkewarganegaraan Indonesia (WNI)
b. Pekerjaan pemohon:
    1) Pegawai/karyawan tetap dengan total masa kerja minimal 2 (dua) tahun.
    2) Wirasuwasta dengan usaha sudah berjalan minimal 5 (lima) tahun.
    3) Professional di bidang kesehatan (Dokter dan Bidan) Sudah praktik minimal 5 (lima) tahun.
    4) Usia pemohon:
        a) Minimal 21 tahun pada saat pembiayaan diberikan

[17] Wawancara dengan Ibu Wiwik Kurniawati, Branch Opration Supervisor (BOS) BRISyariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung pada tanggal 20 Januari 2020

b) Maksimal 1 (satu) tahun sebelum usia pensoun atau, asa persiapan pension (MPP) untuk pegawai/karyawan

c) Maksimal 65 tahun untuk wiraswasta atau professional

5) Membuka trekening tabungan/giro do Bank BRI Syariah

6) Menyerahkan dokumen-dokumen sesuai ketentua yang berlaku.[18]

Namun dalam prosedur pelayanan sendri ada beberapa calon nasabah yang terkadang lupa membawa salah satu dari persyaratan pengajuan pembiayaan KPR dan pihak bank tidak bisa melanjutkan prosedur pelayanan karena tidak sesuai dengan ketetapan yang telah berlaku, apabila berkas pengajuan telah terpenuhi dan sesuai maka akan segera diperoses.[19]

Berdasarkan wawancara kepada Ibu Heruniasih selaku nasabah Pembiayaan KPR non Subsidi Griya Faedah BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung, didapatkan informasi bahwa beliau sudah menjadi nasabah di BRI Syariah KCP Kedaton selama 2 tahun. Alasan memilih menggunakan prodak KPR non Subsidi dengan type 70 di perumahan Raffles Residence karena untuk investasi sembari memfasilitasi berupa hunian untuk kedua anak beliau yang sedang menempuh pendidikan di Bandar Lampung tepatnya di Universitas Bandar Lampung (UBL).[20]

---

[18] Wawancara dengan Ibu Wiwik Kurniawati, Branch Opration Supervisor (BOS) BRISyariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampungpada tanggal 20 Januari 2020

[19] Wawancara dengan Ibu Wiwik Kurniawati, Branch Opration Supervisor (BOS) BRISyariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung pada tanggal 20 Januari 2020

[20] Wawancara dengan Ibu Heruniasih, Nasabah KPR BRISyariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung pada tanggal 21 Januari 2020

Alasan memilih menggunakan jasa bank BRI Syariah dalam pembiayaan KPR non subsidi selain rekomendasi dari anak beliau yang melihat tersedianya Pembiayaan KPR non subsidi di bank BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung melalui akun media sosialnya (Instagram) juga karena bank tersebut mampu menyediakan fasilitas yang sesuai beliau inginkan berupa hunian yang letaknya di komplek perumahan Raffles Residence yang memiliki 3 kamar tidur , 2 kamar mandi , sumber air mudah, lingkungan bersih, bebas banjir, listrik 1300 KWH, kemanana terjamin 24 jam karena ada petugasnya, dekat dengan kampus kedua anak beliau yang hanya menempuh waktu lebih kurang 10 menit untuk ke kampus dan prosesnya yang dilakukan bank cepat hanya 14 hari rumah bisa dihuni dan angsurannya tetapt selama 15 tahun.[21]

Kendala yang dialami ketika mengajukan pembiayaan KPR non subsidi yaitu beliau harus kembali ke rumah yang letaknya jauh dari bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung yaitu di Lampung Tengah hanya untuk mengambil persyaratan yang lupa beliau bawa dan bank tidak memberikan dispensasi maka prosesnya ditunda ketika beliau tidak membawa berkas.[22]

Berdasarkan wawancara kepada Bapak Erwin selaku nasabah Pembiayaan KPR non Subsidi Grya Faedah BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung, didapatkan informasi bahwa beliau sudah menjadi

---

[21] Wawancara dengan Ibu Heruniasih, Nasabah KPR BRISyariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung pada tanggal 21 Januari 2020

[22] Wawancara dengan Ibu Heruniasih, Nasabah KPR BRISyariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung pada tanggal 21 Januari 2020

nasabah di BRI Syariah KCP Kedaton selama 1 tahun alasan beliau menggunakan produk KPR non subsidi Griya Faedah karena untuk investasi dan untuk memfaslitasi berupa hunian untuk satu anak beliau yang sedang menempuh pendidikan di universitas Malahayati. Beliau memilih rumah type 45 di perumahan Bumi Puspa Kencana VI dengan fasilitas 2 kamar tidur, dapur, kamar mandi, air mudah didapat, ada petugas keamanan 24 jam, dan dekat dengan kampus anak dengan fasilitas seperti itu dirasa cukup untuk dihuni oleh satu anak beliau.[23]

Selain itu beliau memilih BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung karena pada saat beliau mengunjungi Acara Lampung Fair beliau melihat stand BRI Syariah dengan produk KPR non Subsidi mengadakan sosialisasi dan pada saat itu diadakanya potongan harga berupa bebas biaya adminitrasi dan biaya notaris bagi calon nasabah yang mengajukan pembiayaan KPR non subsidi maka beliau tertarik menjadi nasabah KPR di bank tersebut. Tetapi menurut beliau marginnya cukup besar dimulai dari 12, 5% sampai 13, 75% sesuai dengan tenor yang dipilih dan yang dipilih masa angsuran 15 tahun dengan margi 13, 75%.[24]

C. Analisis Strategi Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) Non Subsidi di BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan, dari landasan teori dan pembahasan sebelumnya peneliti menyajikan hasil tentang implementasi *marketing mix* produk Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR)

---

[23]Wawancara dengan Bapak Erwin, Nasabah KPR BRISyariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung pada tanggal 21 Januari 2020

[24] Wawancara dengan Bapak Erwin, Nasabah KPR BRISyariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung pada tanggal 21 Januari 2020

di bank BRI Syariah kantor cabang Kedaton Bandar Lampung. *Marketing mix* (bauran pemasaran) merupakan sekumpulan alat pemsaran yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam pasar sasaran.

Bank BRI Syariah kantor cabang Kedaton Bandar Lampung sebagia lembaga keuangan yang menerapkan strategi pemasaran melalui *marketing mix* (bauran pemasaran) menggunakan 7P (*product, price, promotion, place, people, proces, physical evidence).* Sebagai mana telah difokuskan dalam penelitian ini akan dipaparkan hasil wawancara yang peneliti lakukan yang berhubungan dengan implementasi *marketing mix* produk Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR).

Penerapan *marketing mix* yang dilakukan oleh bank BRI Syariah kantor cabang Kedaton Bandar Lampung dari teori yang ada diketahui sebagai berikut:

1. *Product* (Produk)

Produk merupakan bentuk penawaran organisasi jasa yang ditunjukan untuk capai tujuan organisasi melalui pemuasan kebutuhan dan keinginan pelanggan, produk merupakan keseluruhan konsep objek atau yang memberikan sejumlah nilai dan manfaat kepada konsumen. Dalam hal ini produk yang ditawarkan BRI Syariah kantor cabang Kedaton Bandar Lampung adalah Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR). Pada teori pemasaran produk yang baik adalah produk yang mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.

Teori dan hasil penelitian yang diperoleh peneliti produk Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) merupakan produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah dengan memiliki banyak kelebihan dan memberikan kemudahan serta manfaat maka nasabah dapat menggunakan produk tersebut. Dalam hal ini sejalan dengan yang dilakukan oleh BRI Syariah kantor cabang Kedaton Bandar Lampung yang mengutamakan produk sesuai dengan kebutuhan nasabahnya.

2. *Price* (Harga)

Strategi penetuan harga sangatlah berpengruhi dalam pemberian nilai kepada konsumen dalam mempengaruhi citra produk, serta keputusan konsumen untuk membeli. Setoran awal maupun cicilan merupakan bagian dari unsur harga yang tak kalah penting dalam menunjukan proses keberhasilan memasarkan produk.

Hal ini sejalan dengan yang dilakukan oleh BRI Syariah kantor cabang Kedaton Bandar Lampung karena harga yang ditetapkan telah sesuai dengan ketetapan perusahaan. Calon nasabah dapat memilih jangka waktu yang telah ditetapkan berdasarkan kemampuan nasabah tersebut. Namun menurut nasabah yang telah menggunakan produk KPR BRI Syariah kantor cabang Kedaton Bandar Lampung margin yang diberikan cukup besar sehingga memberatkan nasabah dalam mengangsur.

3. *Promotion* (Promosi)

Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha

menarik calon nasabah baru. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Andre Adhi selaku Marketing Manager (MM) maka dapat dikatakan bahwa kegiatan promosi yang dilakukan oleh pihak BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung sangat efektif.

Hal ini melihat dari berbagai kegiatan promosi seperti *Advertensi* yaitu periklanan khususnya dengan menggunakan media sosial (Instagram, FaceBook dan Twitter) maka BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung mampu mengikuti perkembangan zaman sehingga masyarakat seperti kaum milenial yang mayoritas sebagai pengguna media sosial dapat mengetahui informasi berupa foto dan video tentang produk Pembiayaan KPR melalui media social (Instagram, FaceBook, dan Twitter) yang mereka gunakan.

Sales Promotion yaitu kegiatan yang dilakukan oleh pihak bank degan sedemikian rupa agar calon nasabah tertarik untuk melakukan pembiayaan KPR non subsidi di bank tersebut dan yang dilakukan bank adalah memasang pamflet atau papan pengumuman di depan kantor bank dengan diterakan informasi bahwa ada potongan harga bagi nasabah yang melakukan pembiayaan KPR non subsidi Griya Faedah pada bulan Oktober sampai Desember 2019.

Kegiatan *personal selling* yang dilakukan oleh bank guna memasarkan produk pembiayaan KPR bank juga dengan mengikuti berbagai event seperti membuka stan di pusat perbelanjaan (MBK) dan di acara Lampung Fair mengingat tingginya antusiasme masyarakat dalam

menghadiri dan memeriahkan acara tersebut maka sasaran bank cukup luas. Adapun kegiatan *personal selling* yang dilakukan oleh pihak bank adalah menjalin kerja sama dengan *developer* seperti PT.Adjie Bangun Properti manfaat yang didapatkan oleh pihak bank adalah pihak bank mendapatkan jumlah nasabah yang cukup banyak hal ini tidak lepas dari rekomendasi pihak PT. Adjie Bangun Properti kepada masyarakat untuk melakukan pembiayaan KPR non subsidi di BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung.

4. *Place* (Tempat)

Lokasi untuk memasarkan produk KPR Non Subsidi dan lokasi perumahan KPR Non Subsidi yang strategis berorientasi pada nasabah, dapat dilihat dari beberapa komponen yaitu dekat dengan pusat perbelanjaan, pendidikan, transportasi yang mudah, dan dekat dengan lokasi bisnis. *Place* (tempat) atau lokasi perumahan KPR non subsidi BRI Syariah kantor cabang Kedaton Bandar Lampung berada di pinggir jalan raya dekat dengan pusat perbelanjaan, dekat dengan sarana pendidikan dan memiliki kondisi infrastruktur jalan yang bagus untuk menuju BRI Syariah kantor cabang Kedaton Bandar Lampung dan ditambah transportasi umum yang sangat mudah dilalui bagi penggendara maka tempat sudah sangat strategis.

5. *People* (Sumber Daya Manusia)

Kebutuhan konsumen terhadap karyawan berkinerja tinggi akan menyebabkan konsumen puas dan loyal. Menempatkan SDM di tempat

yang sesuai dengan kapasitasnya memang memerlukan sebuah strategi manajemen SDM yang cukup baik karena jika strategi yang diimplementasikan keliru, akan berakibat fatal terhadap tingkat kepuasan nasabah secara jangka panjang. BRI Syariah kantor cabang Kedaton Bandar Lampung dalam hal SDM yang sesuai kapasitasnya sudah sepenuhnya dilakukan karena dengan sudah memiliki petugas atau pegawai khusus seperti khusus seperti Account Officer (AO) dalam pelaksanaan pemasaran produk Pembiayaan KPR tersebut dan memberikan fasilitas berupa pelatihan dan diberikan reward bagi karyawan yang berprestasi.

Dalam hal ini BRI Syariah kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung dalam menempatkan SDM sudah sesuai dengan kapasitas karena sudah adanya petugas khusus untuk memasarkan produk Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) Non Subsidi.

6. *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Penampilan fisik dari perusahaan sangatlah berpengaruh sekali terhadap masabah untuk membeli atau menggunakan produk bank yang ditawarkan. seperti halnya bangunan pada BRI Syariah kantor cabang Kedaton Bandar Lampungyang berwarna biru, kebersihan ruangan yang terjaga, formulir pendaftaran pengajuan pembiayaan KPR, fasilitas kursi tunggu bagi lansia dan kursi roda bagi nasabah yang membutuhkan, cara dan bentuk pelayanan kepada nasabah yang menerapkan 5S.

Hal ini sesuai dengan yang dilakukan oleh BRI Syariah kantor cabang Kedaton Bandar Lampung, karena sebuah bukti fisik yang nyata seperti kenyamanan pada ruangan bank yang bersih, bentu pelayanan yang baik dan bukti bahwa nasabah sudah mendaftarkan diri sebagi nasabah Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) non Subsidi dan berkas yang disimpan oleh bank sebagai jaminan termasuk dalam bukti fisik yang akan membawa kesan yang baik pula bagi nasabahnya.

7. *Process* (Proses)

Semua aktivitas kerja adalah proses melibatkan prosedur, jadwal, tugas mekanisme, aktivitas dan rutinitas. Proses terdiri dari prosedur pelayanan yang diberikan oleh BRI Syariah kantor cabang Kedaton Bandar Lampung mulai dari proses, pendekatan terhadap calon nasabah maupun proses dalam pelaksanaan pelayanan terhadap nasabah yang sesuai dengan prosedur perusahaan. Dalam prosedur pelayanan sendiri ada beberapan calon nasabah yang terkadang lupa tidak membawa salah satu dari persyaratan pengajuan pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR).

Hal ini sesuai dengan yang dilakukan oleh BRI Syariah kantor cabang Kedaton Bandar Lampung bahwasanya tim kantor dalam pelaksanaan pelayanan terhadap nasabah telah dilakukan sesuai prosedur yang berlaku hanya saja kekeliruan sering terjadi pada nasabah yang lupa membawah salah satu berkas persyaratan dalam pengajuan pembiayaan KPR Non Subsidi.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) non subsidi diBRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung dilakukan melalui strategi 7 P, yaitu *product, price, promotion, place, people, physical evidence, dan process.*

Strategi *product* dilakukan dengan memberikan produk Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) yang sesuai dengan kebutuhan nasabah dengan memiliki banyak kelebihan dan memberikan kemudahan serta manfaat maka nasabah dapat menggunakan produk tersebut. Strategi *price* dilakukan dengan penetapan harga yang telah sesuai dengan ketetapan perusahaan. Calon nasabah dapat memilih jangka waktu yang telah ditetapkan berdasarkan kemampuan nasabah tersebut.

Strategi *promotion,* dilakukan dengan *advertensi*, *sales promotion*, dan *personal selling*. *Advertensi* dilakukan dengan menggunakan media sosial (Instagram, FaceBook dan Twitter). *Sales Promotion* dilakukan dengan memasang pamflet atau papan pengumuman di depan kantor bank. Kegiatan *personal selling* yang dilakukan oleh bank guna memasarkan produk pembiayaan KPR bank juga dengan mengikuti berbagai event seperti membuka stan di pusat perbelanjaan (MBK) dan di acara Lampung Fair.

Pada Strategi *place*, lokasi BRI Syariah kantor cabang Kedaton Bandar Lampung berada di pinggir jalan raya dekat dengan pusat perbelanjaan, dekat dengan sarana pendidikan, dan memiliki kondisi infrastruktur jalan yang bagus untuk, ditambah transportasi umum yang sangat mudah dilalui bagi penggendara maka tempat sudah sangat strategis. Strategi *people* yang diterapkan sudah sesuai dengan kapasitas karena sudah adanya petugas khusus untuk memasarkan produk Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) Non Subsidi

Strategi *Physical Evidence* diterapkan dengan kenyamanan pada ruangan bank yang bersih, bentu pelayanan yang baik dan bukti bahwa nasabah sudah mendaftarkan diri sebagi nasabah Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) non Subsidi dan berkas yang disimpan oleh bank sebagai jaminan termasuk dalam bukti fisik yang akan membawa kesan yang baik pula bagi nasabahnya. Strategi *process* diterapkan dengan pelaksanaan pelayanan tim kantor terhadap nasabah telah dilakukan sesuai prosedur yang berlaku hanya saja kekeliruan sering terjadi pada nasabah yang lupa membawah salah satu berkas persyaratan dalam pengajuan pembiayaan KPR Non Subsidi.

Tujuh komponen *marketing mix* (*product, price, promotion, place, people, process, physical evidence)* secara keseluruhan telah diterapkan dan dilaksanakan oleh BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung, namun dari tujuh komponen tersebut yang kurang menonjol atau menjadi kendala dalam memasarkan produk pembiayaan KPR Griya Faedah adalah dari harga berupa margin yang besar sehingga sebagian masyarakat ketika membayar angsuran merasa keberatan dan mengurangi minat nasabah untuk

untuk menggunakan produk tersebut. Dan komponen yang paling menonjol adalah dari segi *promotion* (poromosi) dan *People* (SDM).

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti laksanakan, maka peneliti mengungkapkan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton harus lebih efektif dan inovatif dengan mempromosikan dan mensosisalisasikan lagi tentang KPR BRI Syariah. Promosi ini dapat dilakukan dengan media online, TV, dan media cetak serta *marketing* dengan turun langsung ke masyarakat.
2. Sebaiknya margin pada pembiayaan KPR BRI Syariah sedikit diturunkan agar tidak memberatkan nasabah dan masyarakat lebih tertarik untuk melakukan pembiayaan tersebut.
3. BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton perlu memperbaiki dan meningkatkan pelayanan kepada nasabah agar nasabah lebih puas dan masyarakat tertarik untuk menabung maupun mengakses produk-produk yang ada di BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton.

DAFTAR PUSTAKA

Abdurrahman, Nana Herdiana. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2015.

Al Arif, Nur Rianto. *Dasar-Dasar Pemasaran.* Bandung: Alfabeta, 2010.

Ali, Zainuddin. *Hukum Perbankan Syariah.* Jakarta: Sinar Grafika, 2008.

Alwi, Muhammad. "Evaluasi Pemasaran Produk Kepemilikan Rumah KPR Syariah Dengan Akad *Murabahah*" dalam http://eprints.walisongo.ac. id/6314/.

Anoraga, Pandji. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta, 2000.

Antonio, Muhammad Syafi'i. *Bank Syari'ah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press, 2001. 101.

Ascarya. *Akad dan Produk Bank Syariah.* Jakarta: Rajawali Pers, 2015.

Asnawi, Nur & Muhammad Asnan Fanani. *Pemasaran Syariah Teori. Filosof & Isu-Isu Kontemporer*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2017.

Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran Tekhnik Dasar Konsep dan Strategi.* Jakarta: PT. Raja Sofjan Grafindo Persada, 2004.

Fahmi, Irham. *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi.* Bandung: Alfabeta, 2015.

Indonesia, Ikatan Bankir. *Mengelola Kredit Secara Sehat*. Jakarta Pusat: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2015.

Indriyo, Gitosudarmo. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2001

Ismail. *Perbankan Syari'ah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011.

Karim, Adimarwan A. *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014.

Kartono, Kartini. *Pengantar Metode Riset Sosial*. Bandung: CV Mandar Maju, 1996.

Kasiram, Moh. *Metodologi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif.* Yogyakarta: Sukses Offset, 1998.

Kasmir. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008.

-------. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pers, 2012.

Kementerian Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an dan* Terjemahnya. Surabaya: CV. Pustaka Agung Harapan, 2006.

Madura, Jeff. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat, 2011.

Muhamad. *Metodelogi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008.

Muhammad. *Manajemen Pembiayaan Bank Syari'ah*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan. YKPN, 2005.

Mustofa, Imam. *Fikih Mu'amalah Kontemporer*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016.

Najah, Iftittah Hidayatun. "Strategi Pemasaran Pembiayaan Makro KPR Ijarah Muntahiya BittamlikIMBT Konsumer IB di BRI Syariah KCP Cilacap" dalam http://repository.iainpurwokerto.ac.id/3993/4/.

Noor, Juliansyah. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kharisma Putra Utama, 2011.

Noviyanti, Metty. "Strategi Pemasaran Terhadap Produk KPR BTN Sejahtera Ib di BTN Syariah Ditinjau Dari Analisis SWOTStudi Kasus pada BTN Syariah Kantor Cabang Semarang", dalam http://eprints.walisongo. ac.id/6314/.

Priansa, Donni Juni. *Komunikasi Pemasaran Terpadu* Bandung: CV Pustaka Setia, 2017.

Singarimbun, Masri dan Sofian Efendi. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES, 1995.

Sudjana, Nana. *Tuntunan Penyususnan Karya Ilmiah.* Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2011.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.

http:boenesaja.blogspot.com

http:www.aturduit.com

LAMPIRAN-LAMPIRAN

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Kl. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;

Nomor : 2728/In.28.3/D.1/PP.00.9/10/2019 15 Oktober 2019
Lampiran : -
Perihal : **Pembimbing Skripsi**

Kepada Yth:
1. H. Azmi Siradjuddin, Lc., M.Hum.
2. Era Yudistira, M.Ak.

di – Tempat

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II Skripsi mahasiswa :

Nama	:	Risca Puteri Ayu Ningrum
NPM	:	1502100113
Fakultas	:	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan	:	S1 Perbankan Syariah (S1-PBS)
Judul	:	Strategi Pemasaran Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) BRI Syariah KC Kedaton Bandar Lampung Dalam Menghadapi Persaingan Antar Bank

Dengan ketentuan :
1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi :
   a. Pembimbing I, mengoreksi outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skrips setelah pembimbing II mengoreksi.
   b. Pembimbing II, mengoreksi Proposal, outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
2. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang di keluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
   a. Pendahuluan ± 2/6 bagian.
   b. Isi ± 3/6 bagian.
   c. Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Bapak/Ibu Dosen diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan

MUHAMMAD SALEH

ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)
STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN KEPEMILIKAN RUMAH (KPR) NON SUBSIDI DI BRI SYARIAH KANTOR CABANG KEDATON BANDAR LAMPUNG

A. Wawancara

1. Wawancara dengan pimpinan cabang BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung
   a. Apa yang dimaksud dengan produk Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) non subsidi?
   b. Berapa jumlah nasabah Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) non subsidi dari tahun 2017 sampai 2019?
2. Wawancara dengan *Marketing Manager* (MM) BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung
   a. Berapa jumlah nasabah yang di peroleh bank setiap bulan untuk Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) non subdisi?
   b. Adakah kendala yang dialami bank dalam mempromosikan produk Pembiyaan Kepemilikan Rumah (KPR) non subsidi ?
   c. Strategi promosi yang digunakan bank untuk mempromosikan produk KPR non subsidi kepada masyarakat?
   d. Dimana lokasi yang bank gunakan untuk memepromosikan produk pembiayaan KPR Non Subsidi ?
   e. Adakah kreteria atau upaya dari pihak bank untuk membentuk *Account officer (AO)* sebagi SDM yang berkualitas guna memasarkan produk Pembiayaan Kepemilikan Runah (KPR) non subsidi?

3. Wawancara dengan *Branch Operation Supervisor* (BOS) BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung
   a. Fasilitas atau pelayanan apa saja yang diberikan bank dalam pelayanan pembiayaan KPR non subsidi kepada nasabah?
   b. Persyaratan apa saja yang harus dipenuhi calon nasabah untuk mengajukan pembiayaan KPR non subsidi?
   c. Adakah kreteria bagi calon nasabah yang ingin mengajukan pembiayaan KPR non subsidi?
4. Wawancara dengan nasabah KPR non subsidi BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung
   a. Bagaiman tanggapan nasabah terkait penyampaian informasi dari pihak bank mengenai produk KPR non subsidi ?
   b. Apa alasan nasabah memilih produk KPR non subsidi?
   c. Apa alasan nasabah menggunakan jasa bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampun dalam Pembiayaan KPR non subsdi?
   d. Apa keuntungan yang diperoleh nasabah dari pembiayaan KPR non subsidi?
   e. Apa ada kendala atau kesulitan nasabah dalam mengajukan pembiayaan KPR non subsidi?

B. Dokumentasi

1. Sejarah BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung
2. Visi dan Misi BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung
3. Struktur Organisasi BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung
4. Produk-produk BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung

Metro, Desember 2019
Mahasiswa Ybs.

Risca Puteri Ayu Ningrum
NPM. 1502100113

Mengetahui,

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. H. Azmi Siradjuddin, Lc. M.Hum	**Era Yudistira, M.Ak**
NIP. 19650627 200112 1 001	NIP. 19901003 201503 2 010

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; *Website*: www.febi.metrouniv.ac.id; *e-mail*: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : 3780/In.28/D.1/TL.00/12/2019
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
Direktur BRI Syari`ah K.C Ksdaton
Bandar Lampung
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 3779/In.28/D.1/TL.01/12/2019, tanggal 31 Desember 2019 atas nama saudara:

Nama	: **RISCA PUTERI AYU NINGRUM**
NPM	: 1502100113
Semester	: 9 (Sembilan)
Jurusan	: S1 Perbankan Syari`ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di BRI Syari`ah K.C Ksdaton Bandar Lampung, dalam rangka meyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN KEPEMILIKAN RUMAH (KPR) NON SUBSIDI DI BRI SYARIAH KANTOR CABANG KEDATON BANDAR LAMPUNG".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 31 Desember 2019
Wakil Dekan I,

Drs. H.M. Saleh MA.
NIP 19650111 199303 1 001

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; *Website*: www.febi.metrouniv.ac.id; *e-mail*: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: 3779/In.28/D.1/TL.01/12/2019

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama	:	**RISCA PUTERI AYU NINGRUM**
NPM	:	1502100113
Semester	:	9 (Sembilan)
Jurusan	:	S1 Perbankan Syari'ah

Untuk :

1. Mengadakan observasi/survey di BRI Syari'ah K.C Ksdaton Bandar Lampung, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka meyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN KEPEMILIKAN RUMAH (KPR) NON SUBSIDI DI BRI SYARIAH KANTOR CABANG KEDATON BANDAR LAMPUNG".
2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 31 Desember 2019

Mengetahui,
Pejabat Setempat

Wakil Dekan I,

Drs. H.M. Saleh MA.
NIP 19650111 199303 1 001

BRIsyariah
Solusi Keuangan yang Amanah

Nomor : B-2890/KC-BDL/01/2020

Bandar Lampung, 21 Januari 2020

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Metro Lampung
Di -
Metro

Perihal : **Jawaban Permohonan Izin Research**

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Teriring salam dan do'a semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan Rahmat, Taufik, dan Hidayah-Nya kepada kita semua dalam menjalankan tugas dan amanah sehari-hari. Amin.

Sehubungan dengan Surat Nomor: 3779/In.28/D.I/TL.01/12/2019, mengenai Permohonan Izin Research Mahasiswa/i IAIN Metro Lampung pada Bank BRIsyariah KC Bandar Lampung Kedaton, maka dengan ini Kami menyetujui permohonan tersebut.
Adapun mahasiswa/i tersebut adalah:

No.	Nama Mahasiswa/i	NPM	Jurusan/Prodi	Fakultas
1.	Risca Puteri Ayu Ningrum	1502100113	S1 Perbankan Syariah	Ekonomi dan Bisnis Islam

Demikian persetujuan Izin Research ini Kami sampaikan, atas perhatian dan kerja sama yang baik diucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

PT BANK BRI SYARIAH TBK
KC BANDAR LAMPUNG KEDATON

Yuliwan Andri Putra
Pemimpin Cabang

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id;E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Risca Puteri Ayu Ningrum**
NPM : 1502100113

Fakultas / Jurusan: FEBI / S1 PBS
Semester / TA : IX / 2019-2020

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
			Bab III dan IV 2. acc - Perb. oleh dulu.	

Dosen Pembimbing I

Dr. H. Azmi Siradjuddin, Lc. M.Hum
NIP. 19650627 200112 1 001

Mahasiswa Ybs.

Risca Puteri Ayu Ningrum
NPM. 1502100113

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id;E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Risca Puteri Ayu Ningrum**
NPM : 1502100113

Fakultas / Jurusan: FEBI / S1 PBS
Semester / TA : IX / 2019-2020

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin/ 30/03 2020		- pastikan bahwa kesimpulan sudah menjawab dari pertanyaan penelitian	
			- Sesuaikan daftar pustaka dg perubahan yg ada. (lampirkan) jika ada perubahan setelah sempro.	
	Kamis/ 02/04 2020		ACC bab 4 & 5 lanjutkan bimbingan ke PB I	

Dosen Pembimbing II

Era Yudistira, M.Ak
NIP. 19901003 201503 2 010

Mahasiswa Ybs.

Risca Puteri Ayu Ningrum
NPM. 1502100113

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN
Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-275/In.28/S/U.1/OT.01/04/2020

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama	: Risca Puteri Ayu Ningrum
NPM	: 1502100113
Fakultas / Jurusan	: Ekonomi dan Bisnis Islam/S1. Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2019 / 2020 dengan nomor anggota 1502100113.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas dari pinjaman buku Perpustakaan dan telah memberi sumbangan kepada Perpustakaan dalam rangka penambahan koleksi buku-buku Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 23 April 2020
Kepala Perpustakaan

Drs. Mokhtarion Sudin, M.Pd
NIP.195808311981030100 1

FOTO DOKUMENTASI

Foto 1. Wawancara dengan Ibu Wiwik Kurniawati,
***Branch Operational Supervisor* BRISyariah KCP Kedaton Bandar Lampung**

Foto 2. Wawancara dengan Bapak Andre Adhi,
Marketing Manager BRISyariah KCP Kedaton Bandar Lampung

Foto 3. Wawancara dengan Ibu Heruniasih,
Nasabah BRISyariah KCP Kedaton Bandar Lampung

Foto 3. Wawancara dengan Bapak Erwin,
Nasabah BRISyariah KCP Kedaton Bandar Lampung

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Peneliti bernama Risca Puteri Ayu Ningrum, lahir di Tanjung Bintang pada tanggal 02 September Juni 1998, dari pasangan Bapak Djoko Pitono dan Ibu Rahayu. Peneliti merupakan anak pertama dari dua bersaudara.

Peneliti menyelesaikan pendidikan formalnya di SD Negeri 6 Metro Timur, lulus pada tahun 2009, kemudian melanjutkan pada SMP Negeri 1 Padang Ratu, lulus pada tahun 2012, kemudian melanjutkan pada SMA Negeri 5 Metro, lulus pada tahun 2015. Selanjutnya peneliti melanjutkan pendidikan pada Program Studi S1 Perbankan Syariah Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jurai Siwo Metro dimulai pada Semester I Tahun Ajaran 2015/2016, yang kemudian pada Tahun 2017, STAIN Jurai Siwo Metro beralih status menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.